

MİMARLIKTA MEKAN VE TASARIM ÜZERİNE GÜNCEL YAKLAŞIMLAR

EDİTÖR **ELİF ÇAM**



 SERÜVEN
YAYINEVİ

Genel Yayın Yönetmeni / Editor in Chief • C. Cansın Selin Temana

Kapak & İç Tasarım / Cover & Interior Design • Serüven Yayınevi

Birinci Basım / First Edition • © NİSAN 2026

ISBN • 978-625-8762-14-3

© copyright

Bu kitabın yayın hakkı Serüven Yayınevi'ne aittir.

Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz, izin almadan hiçbir yolla çoğaltılamaz. The right to publish this book belongs to Serüven Publishing. Citation can not be shown without the source, reproduced in any way without permission.

Serüven Yayınevi / Serüven Publishing

Türkiye Adres / Turkey Address: Kızılay Mah. Fevzi Çakmak 1. Sokak

Ümit Apt No: 22/A Çankaya/ANKARA

Telefon / Phone: 05437675765

web: www.seruyenyayinevi.com

e-mail: seruyenyayinevi@gmail.com

Baskı & Cilt / Printing & Volume

Sertifika / Certificate No: 47083

MİMARLIKTA MEKAN VE TASARIM ÜZERİNE GÜNCEL YAKLAŞIMLAR

EDİTÖR

ELİF ÇAM

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 1

EGE BÖLGESİ GELENEKSEL KONUTLARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: DENİZLİ, UŞAK VE MUĞLA ÖRNEKLERİ

Hacer Hazel ŞAP ACAR, Gamze ÇOBAN 7

BÖLÜM 2

GELENEKSEL JAPON KONUTUNDA MEKANSAL DİYALEKTİK: MİNKA'NIN ANALİZİ

Kadir ÖZ, Meliha Havva ÖZ 29

BÖLÜM 3

İKONİK MİMARLIKTA SEYİRLİK YAKLAŞIMLARA KARŞI DENEYİM ODAKLI BİR OKUMA: V&A DUNDEE MÜZESİ

Büşra BABACAN 55

BÖLÜM 4

TANIMLI BOŞLUKTAN TANIMSIZ DOLULUĞA: ÇARŞI GÜMÜŞHANE-GÜMÜŞHANE KAPALI PAZARYERİ PROJESİ

Şule Sinem SÜRDEM 77

BÖLÜM 5

POP-UP MAĞAZALAR: KENTLE İLİŞKİ, GEÇİCİLİK, MEKÂNSAL DENEYİM VE İÇ MİMARLIK PERSPEKTİFİNDEN BİR İNCELEME

Şule Betül DEMİRKOL..... 101



**EGE BÖLGESİ GELENEKSEL
KONUTLARININ
KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ:
DENİZLİ, UŞAK VE MUĞLA
ÖRNEKLERİ**



Hacer Hazel Şap Acar¹

Gamze Çoban²

¹ Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat ve Tasarım Ana Bilim Dalı, hazel_sap@outlook.com, 0009-0005-7806-229X

² Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü, a.gamzecoban@gmail.com, 0000-0001-6524-3861

GİRİŞ

Geleneksel konutlar, yalnızca barınma gereksinimine yanıt vermekle kalmayıp; içinde üretildiği doğal çevreye, yerel malzeme ve yapım tekniklerine, toplumsal örgütlenmeye ve gündelik yaşama ilişkin birikimi görünür kılan kültürel belgelerdir. Bu nedenle, geleneksel konut mimarisi; iklimsel veriler, topoğrafya, ulaşılabilir malzeme türleri ve yerel ustalık pratikleri gibi fiziksel etkenlerle; mahremiyet anlayışı, aile yapısı, üretim tüketim ilişkileri ve komşuluk kültürü gibi sosyo-kültürel belirleyicilerin birlikte okunabildiği çok katmanlı bir araştırma alanı sunmaktadır. Bununla birlikte, hızlı kentleşme ve dönüşüm süreçleri geleneksel dokunun sürekliliğini zayıflatmakta; plan kurgusu, yapım sistemi ve cephe karakteri gibi bileşenler çoğu kez özgün bağlamından koparak izlerini kaybetmektedir. Bu durum, geleneksel konutların belgelenmesi ve karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesini hem mimarlık tarihi hem de koruma pratikleri açısından önemli kılmaktadır.

Ege Bölgesi ve yakın çevresi, kıyı- iç kesim sürekliliğinde değişen yükselti, nem ve sıcaklık değerleri; tarımsal üretim biçimleri; yerleşme örüntüsü ve farklı dönemlerdeki kültürel etkileşimler nedeniyle zengin bir konut çeşitliliği barındırmaktadır. Bölgesel ölçekte Türk evi geleneğinin ortak ilkeleri korunmakla birlikte, aynı coğrafi kuşakta yer alan yerleşimlerin dahi farklılaşan iklimsel koşullar ve yerel malzeme olanakları doğrultusunda özgün tipolojik çözümler ürettiği görülmektedir. Bu farklılaşma; çatı biçimi, çıkma düzeni, pencere-kapı açıklıkları, zemin kat kullanımı ve servis mekânlarının (mutfak, depo, ahır vb.) konumlanması gibi unsurlarda belirginleşmektedir.

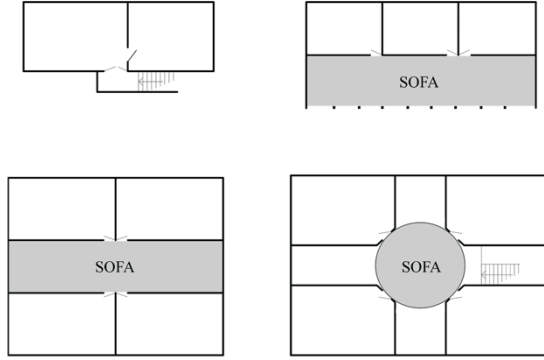
Bu çerçevede çalışma, aynı geniş coğrafi bölgede yer almakla birlikte geleneksel konut mimarisi bakımından farklı karakteristikler sergileyen Denizli, Uşak ve Muğla örneklerini birlikte ele alarak; benzerlik-farklılık ilişkilerini tipoloji, malzeme ve yapım tekniği düzlemlerinde tartışmayı amaçlamaktadır. Karşılaştırmalı okuma, tekil örneklerin betimlenmesinin ötesinde; bölgesel ölçekte ortak ilkeleri ve yerel ölçekte ayrışan tasarım kararlarını görünür kılarak, geleneksel konut mirasının yorumlanmasına ve korunmasına yönelik daha tutarlı bir çerçeve kurulmasına katkı sağlayacaktır. Çalışmanın amacı, Denizli Uşak ve Muğla illerindeki geleneksel konut tiplerinin mimari özelliklerini literatür çalışmaları üzerinden belirlemek ve aynı coğrafi bölgede yer almalarına karşın ortaya çıkan farklılaşmaları karşılaştırmalı analiz yöntemiyle ortaya koymaktır. Bu doğrultuda akademik yayınlar, makaleler ve ilgili kurumsal kaynaklar taranmış; elde edilen bulgular “mimari özellikler, malzeme ve yapım sistem, iklimle uyum, kültürel ve sosyal etkiler” ölçütleri altında karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir.

GELENEKSEL KONUT

Geleneksel konut araştırmaları, konutu yalnızca barınma gereksiniminin ürünü olarak değil; iklim, topografya ve yerel malzeme kaynakları ile aile yapısı, mahremiyet, gündelik pratikler ve ekonomik ilişkilerin birlikte şekillendirdiği bir yaşam sistemi olarak ele almaktadır. Vernaküler (yerel/geleneksel) mimarlık literatürü, bu sistemin yerel bağlama duyarlı biçimde, çoğu zaman anonim ve kolektif birikimle üretildiğini; tipolojik süreklilik ve dönüşümün ise kültürel normlar ve çevresel zorunlulukların etkileşimi üzerinden ortaya koyulabileceğini vurgulamaktadır (Oliver, 1997; Rapoport, 1969). Bu bakış açısı, aynı coğrafi bölgede yer alan yerleşmelerin mikro-iklim, topoğrafya, ekonomi ve yerel yapıım teknikleri bakımından ayrışarak konut tipolojilerinde hem benzerlik hem çeşitlilik üretmesini açıklamaktadır (Rapoport, 1969).

Türkiye’de geleneksel Türk evi çalışmaları, Osmanlı coğrafyasında görülen sivil mimarlık mirasını tipolojik bir bütünlük içinde tanımlama çabasıyla 20. yüzyılda sistematikleşmiştir. Bu alanın kurucu isimlerinden Sedad Hakkı Eldem, Türk evi’ni tarihsel süreklilik gösteren bir konut geleneği olarak ele almış; plan kurgusu, mekânsal hiyerarşi ve cephe düzenini tipolojik sınıflamalarla açıklamıştır (Eldem, 1968, 1984). Bununla birlikte literatürde, Türk evi’ni tekil ve homojen bir model olarak kurmanın yerel çeşitlilikleri, sosyoekonomik farklılıkları ve tarihsel katmanları gölgeleyebileceğine ilişkin eleştiriler de bulunmaktadır. Bu bağlamda Tanyeli, Eldem’in tipoloji kurucu yaklaşımının güçlü bir referans olmakla birlikte, eleştirel bir okuma içinde ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır (Tanyeli, 2001). Güncel çalışmalar ise, bu iki yönelimin bütüncül tipoloji arayışı ile yerel farklılaşmayı önceleyen eleştirel perspektifin bir arada değerlendirilmesinin özellikle bölgesel karşılaştırmalar için verimli olduğunu ortaya koymaktadır (Harmanbaşı ve ark., 2023).

Geleneksel Türk evinin mekânsal organizasyonu çoğunlukla odayı temel birim, sofa/hayatı ise odaları bir araya getiren dolaşım ve ortak yaşantı alanı olarak ele alan bir şema üzerinden açıklanmaktadır (Gao, 2023, Eldem, 1984, Karpuz, 1996). Küçükerman (1985), odanın çok işlevli niteliğini ve sofa/hayatın evin esnek kullanımını mümkün kılan ana düzenleyici rolünü vurgulayarak, Türk evindeki mekânsal düzenin gündelik yaşamın değişken ritimlerine uyum sağlayan bir mekânsal repertuar sunduğunu ifade etmektedir. Eldem (1968)’in plan tipolojileri, sofa konumlanışına göre yapılan sınıflandırmalar; dış sofalı, iç sofalı, orta sofalı üzerinden, konutun iklimsel yönlenme ve mahremiyet-kamusal ilişki ölçeklerinde nasıl kurgulandığını okumaya imkân tanımaktadır (şekil 1). Kuban (1995) ise hayat kavramını öne çıkararak, üst katın çoğu örnekte esas yaşama katı olduğunu, hayatın hem dolaşım hem de gündelik yaşantının toplandığı ana mekân işlevi gördüğünü belirtmektedir. Bu çerçevede zemin katın daha çok servis, depolama ve üretim işlevleriyle; üst katın ise daha nitelikli yaşam mekânlarıyla tanımlandığı, katlar arasında mahremiyet derecelerine göre kademelenmiş bir düzen bulunduğu görölmektedir (Kuban, 1995; Harmanbaşı ve ark., 2023).



Şekil 1. Türk evi plan tipolojileri (Eldem, 1968; Uşma, 2021)

Türk evinin dışa açılma biçimleri ve cephe düzeni hem iklimsel ihtiyaçlar hem de sokakla kurulan kontrollü ilişki bağlamında değerlendirilmektedir. Çıkma/cumba gibi elemanlar, bir yandan üst kat kullanım alanını artırırken öte yandan sokakla görsel ilişkiyi mahremiyeti zedelemeyen kurmaya olanak tanıyan ara yüzler olarak ele alınmakta (Şekil 2); geniş saçaklar, pencere oranları ve açıklık düzeni gibi unsurlar da yerel iklim ve yapım tekniğiyle birlikte sivil mimarlığın karakteristiği içinde okunmaktadır (Harmanbaşı ve ark., 2023). Bu perspektif, geleneksel konutun yalnızca iç mekân planı üzerinden değil, sokak dokusu ve komşuluk ilişkileriyle birlikte ele alınması gerektiğini göstermektedir.



Şekil 2. Geleneksel Türk evinde cumba (Çetin, 2006)

Yapım sistemleri açısından literatür, geleneksel Türk evinin yerel malzeme erişimi ve doğal koşullarla (iklim ve deprem davranışı gibi) güçlü bir ilişki içinde geliştiğini ortaya koymaktadır. Ahşap, taş, kerpiç ve kireç esaslı harç, farklı bölgelerde farklı oranlarda bir araya getirilerek karma sistemler üretmektedir. Özellikle hımış tekniği, zemin katta daha ağır kütle (taş/kerpiç), üst katta ise daha hafif ve esnek bir yapım sisteminin birlikte kullanıldığı

örüntülerle açıklanmaktadır (Harmanbaşı ve ark., 2023; Kuban, 2017). Bektaş ise farklı bölgelerde malzeme ve detay çözümleri çeşitlense de plan esnekliği ve yaşam kültürüyle kurulan ilişkinin konut tasarımını yönlendiren ortak bir omurga oluşturduğunu vurgulamaktadır (Bektaş, 2023). Bu nedenle bölgesel karşılaştırmalarda malzeme kullanımının teknik bir envanter olarak değil, yerel zanaat, ekonomi ve çevresel uyum bağlamında da değerlendirilmesi gerekmektedir (Oliver, 1997; Rapoport, 1969).

Açık ve yarı açık mekânlar Türk evi literatüründe gündelik yaşamın taşıyıcı bileşenleri olarak görülmektedir. Literatür çalışmalarında avlu/bahçenin, iç mekân mahremiyetini korurken dış mekânla temas kurmayı mümkün kılan bir tampon bölge oluşturduğu; ayrıca üretim-tüketim döngüsü içinde birçok işin (hazırlık, yıkama, depolama ve küçük ölçekli üretim) bu alanlarda gerçekleştiği vurgulanmaktadır (Harmanbaşı ve ark., 2023; Rapoport, 1969). Günay (1999)'ın Safranbolu üzerinden geliştirdiği çerçeve de parsel biçimi, sokak dokusu ve topoğrafyanın avlu-bahçe düzenini ve kütle yerleşimini doğrudan etkilediğini göstererek, Türk evinin yer ile kurduğu ilişkinin tipolojiyi belirleyen temel parametrelerden biri olduğunu ortaya koymaktadır (Günay, 1999). Dolayısıyla aynı coğrafi bölgede yer alan Denizli, Uşak ve Muğla gibi illerde yapılacak karşılaştırmalı analizlerinde; oda-sofa/hayat kurgusu, katmanlı mahremiyet, malzeme-yapım sistemi ve avlu/bahçe-temelli dış mekân ilişkisi gibi bileşenlerin birlikte ele alınmasının hem ortak ilkeleri ortaya koyması hem de yerel farklılaşma dinamiklerini görünür kılması açısından önemli olacağı düşünülmektedir (Eldem, 1968; Kuban, 1995; Tanyeli, 2001).

Ege Bölgesi Geleneksel Konutlarının Özellikleri

Geleneksel konut mimarisi bölgesel çeşitlilik gösteren konut örneklerinden bir tanesidir. Ege bölgesi'nde yer alan geleneksel konutlar, ortak bir Türk evi omurgasını sürdürmekle birlikte kıyı-iç kesim iklim farklılıkları, topoğrafya (vadi yamaçları, dağ etekleri, ovalar), yerel malzeme kaynakları ve yerleşmelerin tarihsel-kültürel katmanları nedeniyle belirgin bir çeşitlilik üretmektedir. Bölgesel süreklilik, plan-cephe-mekânsal organizasyon gibi bileşenlerde yerel referansların izlenebilmesiyle açıklanırken; avlu düzeni, sofanın/hayatın fiziksel, anlamsal niteliği ve topoğrafyayla temas etme biçimlerinde dönüşümlerin görülebildiği vurgulanmaktadır (Gümüş & Polatoğlu, 2020).

Ege bölgesi'nin birçok yerleşiminde konut-sokak ilişkisi, kamusal alan ile özel alan arasındaki eşiklerin katmanlandırılması üzerinden okunmaktadır. Özellikle içe dönük kurgunun baskın olduğu örneklerde sokak cephesinde kontrollü açıklıklar, buna karşılık avlu ve yarı-açık dolaşım mekânlarına (hayat/sofa) açılan daha yoğun açıklık düzenleri görülmektedir. Muğla geleneksel evleri bu yaklaşımın belirgin bir örneğidir: zemin katta sokağa açılan pencere yok denecek kadar az iken avluya bakan pencerelerin fazlalığı ve açık/yarı açık yaşam mekânlarıyla zenginleşen bir cephe karakteri öne çıkmakta-

dır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü). Benzer biçimde, konutların parsel içinde manzara dengesini gözeterek yerleştiği; kuzeye daha sağır, güneye daha açık kurgu ürettiği de vurgulanmaktadır (Muğla İKTM).

Kıyı yerleşimlerinde ise sokak dokusunun yönelişi, konut tipolojisini daha doğrudan biçimde etkilemektedir. Ayvalık örneğinde konutların çoğunlukla denize yönelen dar sokaklar üzerinde bitişik nizamda, kare ya da dikdörtgen planlı kurgulandığı; ön cephelerin sokağa dönük, yan avlu veya arka bahçe/avlu gibi ikincil açık alanlarla desteklendiği belirtilmektedir (Özker, 2020). Bu çerçevede konutun dış mekânla ilişkisi yalnızca “avlu” üzerinden değil; sokak cephesinin temsil gücü (anıtsal giriş kapıları, yoğun pencere düzeni, cumba/çıkma gibi elemanlar) üzerinden de kurulmaktadır (Özker, 2020).

Ege Bölgesi konutlarında mekânsal organizasyonun omurgasını oluşturan sofa/hayat kurgusu hem dolaşım hem de gündelik yaşamın ortaklaşa mekânı olarak belirleyici bir rol oynamaktadır. İç kesimdeki Osmanlı yerleşimlerinde bu şema farklı plan tipleri üzerinden çeşitlenmektedir. Kula geleneksel evlerinin genel olarak iki katlı ve ahşap karkas strüktürlü olduğu; erken dönem örneklerde dış sofalı plan tiplerinin görüldüğü, sonraki dönemlerde ise iç ve orta sofalı plan tiplerinin yaygınlaştığı ifade edilmektedir (Atalan, 2021).

Malzeme ve taşıyıcı sistem açısından Ege Bölgesi konutları iklimsel gereklilikler ve yerel kaynakların sürekliliğiyle biçimlenmektedir. Muğla evlerinde taşıyıcı duvarların ve özellikle zemin katların kireç harcıyla örülen kırma/moloz taş duvarlarla inşa edildiği; çatı ve dışta yağmurdan korunması gereken çıkıntılarda alaturka kiremit kullanımının yaygın olduğu aktarılmaktadır (Muğla İKTM). Denizli çevresindeki kırsal yerleşim örneklerinde ise malzeme ve mekân kurgusu bağlamında daha parçalı bir çeşitlilik görülmektedir. Buldan kırsal mimarlık envanterinde, bağ evlerinin iki katlı, taş duvarlı ve ahşap taşıyıcılı bir karakter gösterebildiği; köy evlerinin ise tek katlı düz damlı kerpiç yapılar veya iki katlı kırma çatılı taş yapılar gibi farklılaşan tiplerde ortaya çıktığı belirtilmektedir (Seçkin et al., 2004).

Cephe karakteri ve sokakla kurulan görsel ilişki, Ege konutlarında özellikle “çıkma/cumba” gibi elemanlar üzerinden okunur. Uşak kent merkezindeki tarihi evlere odaklanan çalışma, Türk evinin önemli bir ögesi olan çıkmaların Uşak evlerinde yaygın biçimde kullanıldığını; çıkmaların yaşama katının sokakla ilişkisini kuracak şekilde düzenlendiğini ve tipolojik çeşitlilik (tek çıkmalı, çift çıkmalı, kat çıkmalı vb.) ürettiğini ortaya koymaktadır (Gürsoy, 2016a). Bu bulgu, Ege iç kesimlerinde mahremiyet-sokak ilişkisini bütünüyle “kapatma” yerine, kontrollü bir temsil ve ilişki kurma stratejisinin de devrede olduğunu göstermektedir.

MATERYAL VE METOD

Bu çalışma, aynı coğrafi bölgede yer almalarına karşın farklı mimari karakteristikler sergileyen Denizli, Uşak ve Muğla illerine ait geleneksel konut tiplerini, karşılaştırmalı analiz yaklaşımıyla incelemektedir. Araştırmanın temel amacı; söz konusu illerde görülen geleneksel konut örneklerinin mimari özelliklerini, benzerlik ve farklılıkları üzerinden sistematik biçimde ortaya koymaktır. Bu kapsamda öncelikle kapsamlı bir literatür taraması yürütülmüştür. Literatür taraması sürecinde; konuyla ilişkili akademik araştırmalar, makaleler ve raporlar ile Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı bünyesindeki Yapı İşleri Genel Müdürlüğü kaynakları incelenmiştir. Elde edilen ikincil veriler, içerik bütünlüğü ve karşılaştırılabilirlik sağlamak amacıyla tematik olarak sınıflandırılmış ve analiz çerçevesi oluşturulmuştur. Literatürden derlenen bulgular; (i) mimari özellikler, (ii) malzeme kullanımı, yapım sistemi (iii) iklimle uyum, (iv) kültürel özellikler olmak üzere dört ana ölçüt altında değerlendirilmiş; her bir il için belirlenen özellikler aynı ölçütler üzerinden karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Bu yöntem, bölgesel yakınlığa rağmen konut üretiminde ortaya çıkan farklılaşmaların kaynaklarını (çevresel, yapısal ve toplumsal) görünür kılmayı hedeflemektedir.

Denizli İli Geleneksel Konutları

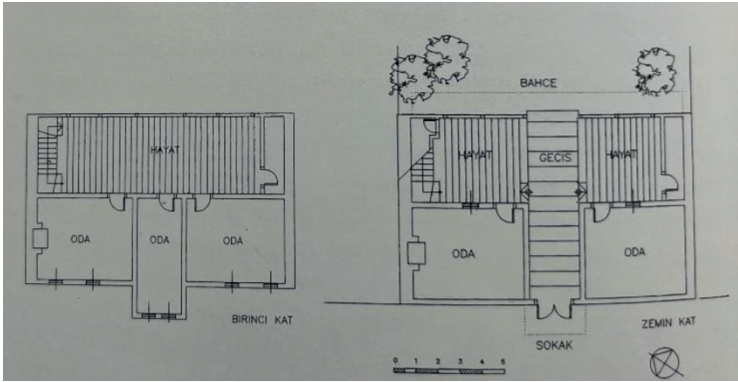
Denizli'de geleneksel konut dokusu, özellikle kontrolsüz kentleşme süreçleri sonucunda büyük ölçüde özgün karakterini yitirmiştir. Malzeme seçimi ve yapım teknikleri açısından değerlendirildiğinde Denizli evleri, Anadolu'nun Türkler öncesi konut geleneğiyle ilişkili izler taşımaktadır. Kentin ova ve yayla arasında, az eğimli bir arazi üzerinde konumlanması; yerleşme düzeninin seyrek, kırsal nitelikli ve bahçe odaklı gelişmesine zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda konut yaşantısının içe dönüklüğü, yüksek bahçe duvarlarıyla sağlanırken, sokağa açılan pencereler genellikle küçük tutulmuş ya da tamamen sınırlandırılmıştır (Küçük & Aksakal, 2006).

Denizli konut tipolojileri çoğunlukla avlulu/bahçeli, doğa ile ilişkisi güçlü ve aile büyüklüğüne bağlı olarak oda sayısı artan bir şema sergilemektedir. Konut çeşitliliğinde iklim koşulları belirleyici olmuş; yayla evleri gibi örnekler, çevresel gerekliliklere bağlı olarak farklılaşmıştır. Bunun yanında, doğal çevreye bağlı malzeme imkânları ve yerel sosyolojik yapı farklılıkları (ör. Rum evleri) da bölgesel ölçekte özgün konut tiplerinin oluşumuna katkı sunmuştur. Ova ve yayla özelliklerinin birlikte yaşandığı bölgede kışların nispeten kısa sürmesi, konut mimarisinin daha sıcak iklim bölgelerindeki plan anlayışından etkilenmesine yol açmıştır. Denizli evlerinin öne çıkan özellikleri arasında hayatlı ve açık sofalı plan kurgusu yer alır (İnceoğlu, 2004).

Hayat mekânı çoğunlukla doğaya ve güneğe yönelmekte, odalar bu mekânın çevresinde sıralanmaktadır. Yönlenme ve yerleşimden kaynaklanan bazı durumlarda hayatın eyvan benzeri bir uzantı ile genişletildiği; böylece

mekânın hem güneyden güneş alması hem de manzaraya yönelmesi sağlandığı belirtilmektedir. Zemin katta bahçe ile doğrudan ilişkili hayat/taşlık ile birlikte mutfak, hamam, kiler ve depo gibi hizmet mekânları yer alır. Bazı örneklerde bu birimlerin ana kütlede taşarak zamanla bağımsızlaşan ek yapılar halini aldığı görülmektedir. Konutların büyük bir kısmında, tek katlı planlanan örneklerde dahi yapının alçak bir bodrum katı ile zeminden yükseltildiği; iki katlı örneklerde ise merdivenle üst katta yer alan ikinci bir hayata/sofa mekânına çıkıldığı ve odaların buraya açıldığı ifade edilmektedir (Bektaş, 2011).

Plan şeması bakımından görece sade olan Denizli evleri; eğimli çatılı, alaturka kiremit örtülü, üst katta ahşap karkas, dolgu olarak kerpiç yığma/kerpiç dolgu ve yer yer bağdadi uygulamalarla inşa edilmiştir. Pencere genellikle dikdörtgen formlu, saçaklar ise geniştir. 1899 depreminden sonra ayakta kalan konutların çoğunun yaşının yüz yılın altında olduğu belirtilmektedir. Tarımsal üretimle ilişkili yaşam biçimi nedeniyle evlerin geniş bahçeler içerisinde konumlandığı; L, U ve I planlı tek katlı ve iki katlı örneklerin bulunduğu görülmektedir (Şekil 3) (Marım, 2000). Hayat bölümü çoğunlukla tek kademeli olmakla birlikte iki kademeli örnekler de mevcuttur. Alt katta dıştan ahşap direklerle desteklenen kerpiç yığma duvarlar, üst katta ise ahşap karkas sistem tercih edilmiştir; karkas arası dolgu kerpiç veya bağdadi olabilmektedir (İnceoğlu, 2004).



Şekil 3. Denizli geleneksel ev planı (Küçük & Aksakal, 2006)

Denizli'nin deprem bölgesinde yer alması, özellikle üst katlarda hafif malzeme kullanımını teşvik etmiş; döşemeler ahşap olarak düzenlenmiştir. Rutubeti azaltmak ve ahşap döşemelerin havalandırılmasını sağlamak amacıyla bodrum katın bahçe kotundan en az 100 cm yükseltildiği ve bodrum duvarlarında küçük açıklıklar bırakıldığı belirtilmektedir (Marım, 2000). İç mekânda, duvar boyunca pencere önüne yerleştirilen sabit sedir temel oturma elemanı öne çıkmaktadır. Yatakların gündüzleri yüklüklere kaldırılması, ocakların ısınma ve pişirme işlevlerini birlikte karşılaması; lambalık,

kavukluk ve çanaklık gibi nişlerle desteklenmesi, odaların çok işlevli kullanımına olanak tanımaktadır (Şekil 4). Bu donatı düzeni, her odanın ocağı, dolabı ve gusülhanesi ile birlikte bağımsız bir yaşam birimi gibi çalışmasına imkân vermektedir. Yaz aylarında ise yaşamın önemli bir kısmı dış mekânda, hayat bölümünde sürmekte; açıkta kullanılan bir ocak düzeni de görülebilmektedir. Denizli evlerinde rutubetli iklim koşulları nedeniyle iç avlu düzeninin tercih edilmediği, içe dönük yaşamın bahçe duvarlarıyla sağlandığı vurgulanmaktadır (İnceoğlu, 2004).



Şekil 4. Ocak, dolap ve lambalık (Arşiv)

Açıklık elemanlarında temel malzeme ahşaptır. Pencereler çoğunlukla iki kanatlı düzenlenmiş; yatay bölümlenmiş örneklerde giyotin pencere tipine rastlanmıştır. Güvenlik amacıyla bazı pencerelerde demir veya ahşap koruyucu parmaklıklar kullanılmıştır. İki katlı konutlarda çıkmalar yaygındır; çoğu evin en az bir çıkmaya sahip olduğu, bahçeli evlerde ise çıkmalı cephe sayısının arttığı görülmektedir. Cumbaların konumu, çoğunlukla sofalarda tek, köşe/kenar odalarda ise iki adet çıkma şeklinde çeşitlenmektedir (Şekil 5).

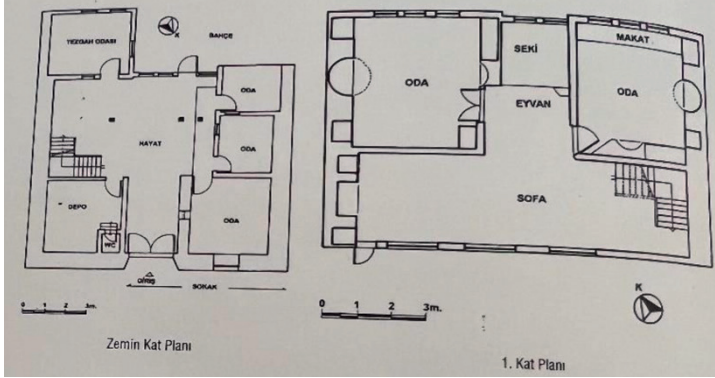


Şekil 5. Denizli evinde pencere

Uşak İli Geleneksel Konutları

Denizli örneklerinde olduğu gibi, Uşak konut geleneği de büyük ölçüde geleneksel Türk kent mimarisinin belirgin özelliklerini yansıtan bir yapı repertuarı sunar. Uşak evleri çoğunlukla iki katlıdır; zemin katın kâgır (taş) olarak, üst katın ise ahşap karkas sistemle inşa edildiği yapılarda bağdadi sıva

Plan kurgusunda haremlik-selamlık ayrımının bulunmaması, Uşak evlerinin belirgin özelliklerinden biridir. Plan tipinin temel belirleyicisi “sofa”dır; bu doğrultuda yapılar, sofaların konumuna göre dış sofalı ve iç sofalı olmak üzere iki ana grupta değerlendirilebilir. Orta sofalı veya sofasız planlı tiplere rastlanmadığı belirtilmektedir (Sayan, 1997).



Şekil 5. Dış sofalı plan tipi (Sayan, 1997)

Cephe düzeninde kapı ve pencereler çoğunlukla taş söveli olup, bazı örneklerde açıklıkların üstünde sade ya da bezemeli kemer ve lentolar yer alır. Kalem işi, ahşap, alçı ve taş süslemeler cephede dikkat çeken diğer öğelerdendir. Bodrum kat pencereleri genellikle kare formlu olup dökme demir parmaklıklarla korunur (Şekil 6) (Koçan, 2012). Kapılar çoğunlukla ahşap ve çift kanatlıdır; avlu kapıları genellikle sade ve geçmesiz düzenlenirken, bazı dış kapılar yük hayvanlarının ve dönem araçlarının geçişini mümkün kılacak ölçekte tasarlanmıştır. Esas giriş kapıları ise daha özenli işçilik gösterir; çoğu aynalı ve geçmelidir. Pek çok yapıda kapı arkası mekânın aydınlatılmasına katkı sağlayan kapı üstü pencereleri (tepe pencereleri) bulunur. İç kapılarda girişte ahşap eşik elemanı yaygındır; odaların sofaya bakan yüzleri daha nitelikli işçilik sergilerken, odanın iç yüzlerinde daha yalın çözümler görülebilmektedir (Sayan, 1997).

Konutların kullanım şemasında zemin katların günlük yaşam ve üretimle ilişkili işlevlere ayrıldığı; birinci katın esas ikamet bölümü olarak daha fazla önem kazandığı ifade edilir. Üç katlı örneklerde üst katın “yazlık kat” olarak tasarlandığı görülür. Hemen tüm yapılarda avluda fırın, ocak, ekmek evi ve çamaşırılık gibi birimler yer almakta; ön avlularda ise kayrak taşlarıyla döşeli “taşlık” bölümleri bulunmaktadır. İç mekânda yüklük ve dolaplar başat donatı öğeleridir: duvar içinde niş olarak çözümlenen örneklerin yanı sıra, duvar önüne yerleştirilen bağımsız yüklükler de bulunur. Odalarda ayrıca raflar, ocaklar, gusülhaneler, makat ve sedir gibi elemanlara rastlanmaktadır (Sayan, 1997).



Şekil 6. Uşak'ta geleneksel konut cephesi (Gürsoy, 2016 b)

Yapıların üst örtüsünde nizam tipine bağlı farklılaşma görülür: bitişik nizamda çift yüzeyli beşik çatı, ayırık nizamda ise üç ya da dört yüzeyli kırma çatı tercih edilmiştir. Özgün durumda çatı kaplaması alaturka kiremittir; saçak uzunluklarının 30–150 cm aralığında değiştiği, geniş saçak altlarının çoğunlukla ahşap kaplandığı belirtilir. Bazı örneklerde saçak altlarının içe doğru hafif kavisli sıva ile biçimlendirildiği ve bu yüzeylerin çiçek–meyve motifleri ile Arapça yazılarla süslediği görülmektedir. Taşıyıcı sistem ve duvar örgüsünde zemin katların moloz taş yığma, üst katların ise çoğunlukla ahşap karkas olduğu; taş duvar kalınlıklarının 50–100 cm, ahşap karkas kısımların ise yaklaşık 20–30 cm aralığında değiştiği aktarılmaktadır. Ahşap karkas yüzeylerde bağdadi sıva uygulanmakta; karkas arası dolgu malzemesi olarak tuğla, kerpiç ve moloz taş kullanılabilir (Koçan, 2016).

Muğla İli Geleneksel Konutları

Muğla konut geleneğinin dönüşümü, yerel yapı pratikleri ile farklı toplulukların inşa kültürlerinin etkileşimi üzerinden okunabilmektedir. Kaynaklarda, 18. yüzyılın sonlarından itibaren kente çalışmak üzere gelen Rum ustaların yeni bir konut tipolojisinin yaygınlaşmasına aracılık ettiği; özellikle 19. yüzyılın ikinci yarısından sonra görülen gelişkin Muğla evlerinin eğimli kiremit çatı düzenine geçişinde bu etkinin belirleyici olduğu ifade edilmektedir (Adalı, 2011). Bu süreç, Muğla'da tarihsel olarak izlenebilen üç temel konut tipinin oluşumunu açıklayıcı niteliktedir: (i) yerel üretim olanaklarıyla kolaylıkla uygulanabilen, yapım tekniği görece yalın toprak damlı konutlar; (ii) Karabağlar Yaylası'na mevsimlik çıkışlarla ilişkilenen ve yurt olarak adlandırılan tahta damlı konutlar; (iii) Rum ustalar aracılığıyla tanıtılan ve zamanla yerel uygulama haline gelen kiremit damlı konutlar. Bu tipolojide alt katların çoğunlukla depolama ve üretimle ilişkili işlevler için kullanıldığı; tarhana, bulgur, pekmez, makarna gibi ürünlerin hazırlanması ve saklanmasına hizmet eden mekânsal düzenlemelerin yaygın olduğu belirtilmektedir (Adalı, 2011).

Türk Evleri;

Muğla'daki Türk evleri, geleneksel Türk konut kültüründe olduğu gibi mahremiyet ilkesinin mekâna yansıması olarak içe dönük bir karakter sergiler. Özellikle zemin katta sokağa açılan pencere sayısı sınırlı tutulurken, avluya yönelik cepheelerde açıklıkların arttığı; açık ve yarı açık yaşam mekânları ile geniş saçakların bu içe dönük kurguyu tamamladığı görülür. Bu nedenle ön cephe niteliği çoğu örnekte avluya yönelerek belirginleşir; manzara ve güneşlenme dengesini kurmak amacıyla yapıların parsellerin üst kotlarına yakın konumlandırıldığı, kuzey yönünün daha kapalı, güney yönünün ise daha açık bir düzenleme gösterdiği aktarılmaktadır (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017).

Plan kuruluşunda belirleyici öge sofa/hayat kurgusudur. Sofa çevresinde odaların konumlanması ve üst kata çıkan merdivenin yeri, plan tiplerinin çeşitlenmesine yol açmaktadır. Parsel geometrisi ve komşu yapıların konumu da planı etkileyebilmekle birlikte, merdivenin sofa içindeki konumuna göre ortadan merdivenli ve yandan merdivenli olmak üzere iki temel plan tipinden söz edilebilmektedir (Aksoy & Akpınar, 2011). Hayat olarak adlandırılan açık ön sofa, avlu girişi olarak tanımlanan kuzulu kapı, ocak ve bacalar, uzun-geniş saçaklar, tavan ve ahşap bezemeler ile duvar içine gömülü dolap biçimli banyo düzenlemeleri Muğla evlerinin ayırt edici öğeleri arasındadır (Şekil 7). Konutların büyük çoğunluğu avlulu ve iki katlıdır; bazı örneklerde hayat bölümünün sonradan kapatıldığı, yakın dönem örneklerinde ise hayatın baştan kapalı olarak tasarlandığı belirtilmektedir (Aksoy & Akpınar, 2011, Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017).



Şekil 7. Açık sofalı ev

Merdiven düzeni, sofa tipolojisiyle doğrudan ilişkilidir. Ortadan merdivenli planlarda merdiven çoğunlukla orta sofanın içinden, arka duvara yaslanarak U dönüşüyle üst kata ulaşır; merdiven altı boşluklar kiler ya da mutfak gibi ikincil işlevlerle değerlendirilir. Bu tipte simetrik ya da asimetrik oda dizilişleri görülebilmekle birlikte, yaygın uygulama merdivenin orta

sofayı tanımlayan bir çekirdek oluşturmasıdır. Yandan merdivenli planlarda ise avlu cephesi boyunca uzanan sofa ile merdiven genişliği arasında ölçüsel bir uyum bulunduğu; odaların genellikle yapının arka duvarına yaslanarak yan yana sıralandığı ve sofaya doğrudan açıldığı ifade edilmektedir (Aksoy & Akpınar, 2011).

Muğla evlerinde avluya giriş, kuzulu kapı olarak adlandırılan, iki kanatlı ve üst örtüsü kiremit kaplı kapılarla sağlanır. Bu kapıların kanatlarından birinde, günlük giriş-çıkış için daha küçük bir kuzu bölümünün tasarlandığı; böylece avlu geçişinin hem işlevsel hem de kontrollü biçimde düzenlendiği belirtilmektedir (Adalı, 2011). Bölgesel kimliğin en belirgin öğelerinden biri ise Muğla bacasıdır (Şekil 8). Toprak damlı örtü geleneğinden kiremit çatılı düzene geçişle birlikte bacaların da yeni bir biçim kazandığı; 19. yüzyıl sonu-20. yüzyıl başı itibarıyla alaturka kiremitli çatılarla birlikte bu tip bacaların yaygınlaştığı ifade edilmektedir (Aladağ, 1991). Yağış ve rüzgârı kesmeye dönük biçimde kurgulanan, üstü kapatılmış ve dört yönden hava akışına izin veren baca düzeninin tütme ve tıkanmayı azaltarak güvenli kullanım sağladığı aktarılmaktadır (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017).



Şekil 8. Muğla bacası (Url 1)

Cephe dili genel olarak sade olmakla birlikte, saçak altlarında teneke damlalıklar ve belirli örneklerde ahşap süslemeler dikkat çeker. İç mekân bezemesi çoğunlukla ahşap elemanlar ve ocak çevresinde yoğunlaşır. Pencere açıklıklarında giyotin tipinin yaygın olduğu; özellikle bazı yerleşmelerde sağır düz kepenk ve jalüzi kepenk kullanımının görüldüğü belirtilmektedir. Tek katlı örneklerde yola bakan cephede güvenlik kaygısıyla açıklıkların sınırlı tutulduğu, avluya bakan cephelerin ise daha fazla pencere ile aydınlatıldığı; iki katlı örneklerde üst katta açıklıkların arttığı gözlenmektedir (Kozak, 2014).

Rum Evleri;

Kentte Rum tüccarların yerleşmesiyle birlikte özellikle Konakaltı ve Saburhane çevresinde, Rum ailelerin kendi yaşam kültürleriyle uyumlu taş konutlar inşa ettikleri belirtilmektedir. Bu yapıların Türk evlerinden ayrıştığı temel nokta, içe kapanık bir kurgu yerine sokakla daha doğrudan ilişki kuran kütle ve cephe düzenine sahip olmalarıdır. Ayrıca yola bakan cephelerin düzgün kesme taştan inşa edilmesi ve Rum bacalarının ayrı bir mimari öğe olarak öne çıkması, ayırt edici özellikler arasında sayılmaktadır (Aksoy & Akpınar, 2011, Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017).

Rum evlerinin plan düzeni, sokaktan doğrudan girişin sağlandığı ve girişin geniş bir iç koridor/orta mekâna açıldığı bir şema üzerinden gelişmektedir. Odalar bu orta mekân çevresinde konumlanmakta ve sokağa yönelen pencerelerle dışa açık bir kullanım karakteri oluşturmaktadır. Üst kata geçiş yine orta mekânın bir kenarından sağlanır; zemin kat plan düzeninin üst katta tekrarlanması ve taşıyıcı taş duvarların üst üste gelmesi, katlar arasında oda boyutlarının benzerliğini doğurur. Üst katlarda yaygın olarak, giriş kapısının üzerinde ve cephenin ortasında konumlanan, yaklaşık 1 m taşan ahşap konstrüksiyonlu cumbalar görülür; bu öğeler, kâgir cephe üzerinde eklenmiş bir izlenim uyandıran hafif bir ikinci kat vurgusu yaratır (Şekil 9) (Aksoy & Akpınar, 2011).



Şekil 9. Muğla bacası (Url 2)

BULGULAR

Bu çalışmada Ege Bölgesi içinde yer alan Denizli, Uşak ve Muğla geleneksel konutları karşılaştırmalı olarak incelendiğinde, aynı bölgesel çerçeveye rağmen konutların biçimlenişinde belirgin farklılaşmaların ortaya çıktığı görülmüştür. Bu farklılaşmaların yalnızca tekil yapı ölçeğinde değil; yerleşim dokusu, sokak-parcel ilişkisi, topoğrafya, malzeme olanakları ve kültürel katmanlar üzerinden birlikte üretildiği anlaşılmaktadır. Denizli örneklerinde yerleşmenin daha seyrek ve bahçe odaklı bir düzene yöneldiği; içe dönük yaşantının bahçe duvarı ile kurulduğu ve sokağa açılan açıklıkların sınırlı

tutulduğu gözlenmiştir. Buna karşılık Uşak'ta kentsel dokuyu dar sokaklar ve bitişik nizam karakteri belirginleştirmekte; yapıların cephe kimliğinde çıkma/cumba gibi öğeler öne çıkmaktadır. Muğla'da ise sokak dokusunun, mülkiyet parçalanmasına bağlı gelişen çıkmaz sokaklar ile topoğrafyaya uyarlanmış ana ulaşım omurgasının birlikte ürettiği karmaşık fakat işlevsel bir örgütlenme sergilediği; kentsel gelişimin kale içinden başlayarak topoğrafyanın elverdiği ölçüde genişlediği anlaşılmaktadır.

Yapım sistemi ve malzeme kullanımını açısından üç ilde de yerel kaynaklar ile yapısal gerekliliklerin belirleyici olduğu tespit edilmiştir. Denizli ve Uşak örneklerinde zemin katta kâgir/taş kullanımının, üst katlarda ise ahşap karkas sistemin yaygınlaştığı; kerpiç dolgu ve bağdadi sıva gibi tamamlayıcı uygulamalarla karma bir yapı tekniğinin olduğu görülmektedir. Denizli'de ayrıca yapıların rutubet ve zemin koşullarına karşı bodrum katla yükseltilmesi ve havalandırmaya yönelik çözümler, yapı fiziği açısından dikkat çeken bir uyarılma olarak öne çıkmaktadır. Uşak'ta benzer biçimde taş zemin kat ve ahşap üst kat kurgusu hem yapım geleneğini hem de malzeme rasyonalitesini yansıtıran; kırsal konutlarda eklentilerin avlu etrafında örgütlenmesi, üretim ve depolama işlevlerinin mekâna doğrudan yansıdığını göstermektedir. Muğla'da ise malzeme kullanımını aynı kent içinde dahi kültürel katmanlara bağlı ayırışma üretmektedir: Türk evlerinde mahremiyet temelli içe dönük avlulu kurguya eşlik eden karma yapım pratikleri görülürken, Rum evlerinde sokakla bütünleşen bir cephe yaklaşımıyla kesme taş ağırlıklı inşa geleneği belirginleşmektedir. Bu durum, malzemenin yalnızca teknik bir tercih olmadığını; kimlik, temsil ve yaşam biçimiyle ilişkili bir belirleyene dönüştüğünü ortaya koymaktadır.

Plan şeması bakımından karşılaştırma, her üç yerleşmede de sofa/hayat kurgusunun merkezi rol oynadığını; ancak bu rolün farklı mekânsal organizasyonlara dönüştüğünü göstermiştir. Denizli evlerinde hayatlı ve açık sofalı düzenin, odaların dizilişini ve yönlendirmesini belirleyen temel bileşen olduğu; hizmet mekânlarının çoğunlukla zemin katta çözümlendiği anlaşılmaktadır. Uşak evlerinde plan tipinin başlıca belirleyicisi sofadır; yapıların iç sofalı ve dış sofalı tipler etrafında çeşitlendiği, haremlik-selamlık ayırımının baskın bir plan kuralı olarak görülmediği saptanmıştır. Muğla Türk evlerinde plan çeşitliliği, odaların sofa çevresindeki konumu ve merdivenin yerleşimi üzerinden okunmakta; merdivenin sofa içindeki konumuna göre tipolojik ayrımlar belirginleşmektedir. Muğla Rum evlerinde ise sokaktan doğrudan giriş, iç koridor/orta mekân ve bu mekân çevresinde konumlanan odalarla daha dışa açık, sokakla ilişki kuran bir plan kurgusu öne çıkmaktadır. Böylece aynı kentte iki farklı yaşam kültürünün plan organizasyonuna doğrudan yansıdığı görülmektedir.

İklimle uyum başlığında elde edilen bulgular, çevresel yanıtların özellikle açıklık düzeni, saçak-çatı çözümleri ve açık/yarı açık mekânların kul-

lanımı üzerinden üretildiğini göstermektedir. Denizli’de iç avlu düzeninin sınırlı olması ve mahremiyetin bahçe duvarı ile kurulması, rutubet ve iklim koşullarıyla birlikte değerlendirilmesi gereken bir tercih olarak öne çıkar. Uşak’ta çatı tiplerinin nizam durumuna göre değişmesi, saçak uzunluklarının farklılaşması ve çatı altı uygulamalarının çeşitlenmesi, yerel koşullara uyum arayışının mimari karşılıklarıdır. Muğla’da ise hayat mekânı gibi açık/yarı açık yaşam alanları ile özgün baca ve çatı düzenleri, yağış-rüzgâr koşulları ve duman tahliyesi gibi gereksinimlere yönelik yerel çözümler olarak belirginleşmektedir.

Kültürel ve sosyal etkiler açısından bulgular, mahremiyet anlayışı, komşuluk ilişkileri ve çokkültürlü yapı gibi değişkenlerin konut tipolojisini doğrudan biçimlendirdiğini ortaya koymaktadır. Denizli ve Muğla Türk evlerinde içe dönük yaşamın güçlü biçimde vurgulanması, sokakla kurulan ilişkinin kontrollü olması ve avlu/bahçe üzerinden tanımlanan gündelik pratikler bu çerçevede anlam kazanmaktadır. Uşak’ta bitişik nizamın ve dar sokak düzeninin, komşuluk ilişkilerinin mekânsal zeminini güçlendirdiği; aynı zamanda sofa merkezli plan kurgusunun aile içi gündelik yaşamı örgütleyen esnek bir çerçeve sunduğu görülmektedir. Muğla’da ise Türk ve Rum konutlarının sokakla kurduğu ilişkinin farklılaşması, kültürel katmanlaşmanın en görünür çıktıklarından biridir: Türk evlerinde mahremiyet ve avlu merkezli düzen baskınken, Rum evlerinde sokakla bütünleşen cephe ve dışa açık plan kurgusu belirleyicidir. Sonuç olarak, üç il örneğinde geleneksel konut tiplerinin farklı karakteristikler sergilemesi; iklim, topoğrafya ve malzeme gibi çevresel/teknik değişkenlerle birlikte sosyal örgütlenme ve kültürel etkileşimin eşzamanlı etkisiyle açıklanabilmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. Denizli, Uşak ve Muğla evleri karşılaştırma tablosu

Kriterler		Denizli	Uşak	Muğla
Mimari özellikler	Kat sayısı	Genelde 2 katlı	1-2 katlı	1-2 katlı
	Plan tipi	Orta sofalı	Orta sofalı veya eyvanlı	Orta sofalı ve hayatlı
	Hayat	Genelde içe dönük plan tipi	Sınırlı kullanım	Geniş ve yaşam alanı olarak aktif kullanım
	Çıkma	Az veya yok	Az sayıda	Belirgin ahşap çıkmalar
	Pencere düzeni	Simetrik yerleşimli, kafesli veya cumbalı	Simetrik cumbalı	Belirgin dışa taşkın cumba
Malzeme ve yapım sistemi	Yapım sistemi	zemin katta kâgır/taş kullanımının, üst katlarda ise ahşap karkas kerpiç dolgu ve bağdadi sıva	Zemin katta kâgır/taş kullanımının, üst katlarda ise ahşap karkas kerpiç dolgu ve bağdadi sıva	Türk evlerinde karma yapım sistemi, Rum evlerinde kesme taş ağırlıklı
	Ana Malzeme	Taş temel, kerpiç ya da ahşap karkas	Kerpiç, taş, ahşap	Zemin kat taş, üst kat ahşap (bağdadi sistem)
	Çatı	Kırma kiremit çatı	Kırma kiremit çatı	Toprak ya da tahta damlı ya da kiremit örtülü
	Zemin	Taş döşeme	Sıkıştırılmış toprak ya da taş	Taş veya mermer döşeme
İklimle uyum	İklim Uyum stratejisi	Kalın duvarlar küçük pencereler	Kalın duvarlar	Geniş saçak, yüksek tavan
	Gölgeleme	Kısıtlı	Kısıtlı	Saçak veya pergole
Kültürel özellikler	Toplumsal yapı	Aile ve mahremiyet odaklı	Aile odaklı komşuluk ilişkileri kuvvetli	Toplumla ilişkiler kuvvetli, dışa dönük yaşam

SONUÇ

Bu çalışma, Ege Bölgesi içinde yer alan Denizli, Uşak ve Muğla illerine ait geleneksel konut tiplerini, literatür temelli veriler üzerinden karşılaştırmalı analiz yaklaşımıyla değerlendirmiştir. Araştırmada; akademik çalışmalar, makaleler ve kurumsal kaynaklardan derlenen ikincil veriler içerik bütünlüğü sağlanacak biçimde sınıflandırılmış; mimari özellikler, malzeme kullanımı/yapım sistemi, plan şeması, iklimle uyum, kültürel ve sosyal etkiler ölçütleri altında karşılaştırma yapılmıştır.

Elde edilen bulgular, aynı bölgesel bağlam içinde yer almalarına karşın üç ildeki konutların tek tip bir bölgesel model üretmediğini, aksine yerleşim dokusu, sokak-parsel ilişkisi, topoğrafya, malzeme olanakları ve kültürel katmanların birlikte etkilediği çok değişkenli bir farklılaşma ortaya koyduğunu göstermiştir. Denizli örneklerinde daha seyrek ve bahçe odaklı yerleşim ile içe dönük kurgu belirginleşirken, Uşak'ta dar sokak ve bitişik nizamın güçlendirdiği doku içinde çıkma/cumba gibi cephe elemanları öne çıkmaktadır; Muğla'da ise topoğrafyaya uyumlanan ana ulaşım omurgası ile çıkmaz

sokakların birlikte ürettiği karmaşık ama işlevsel bir sokak sistemi, konut tipolojisinin bina ölçeği kadar kentsel sistemle birlikte okunmasını gerekli kılmaktadır.

Bu farklılaşma, yapım sistemi ve malzeme kullanımı düzleminde de izlenmektedir: Denizli ve Uşak'ta zemin katta kâgir/taş, üst katlarda ahşap karkasın yaygınlaşması ve kerpiç dolgu-bağdadi gibi tamamlayıcı tekniklerle karma sistemlerin kurulması; Muğla'da ise aynı kent içinde Türk ve Rum konutlarının sokakla kurduğu ilişkiye paralel biçimde (karma yapım-kesme taş ağırlıklı inşa) ayrışması, malzemenin yalnızca teknik bir seçim değil, aynı zamanda yaşam biçimi ve kültürel temsil ile de ilişkili bir belirleyen olduğunu göstermektedir.

Plan şeması açısından sofa/hayat omurgasının üç ilde de ortak bir referans verdiği; ancak bu omurganın, yönlendirme-dolaşım-merdiven konumu ve odaların dizilişi gibi parametrelerle her yerleşmede farklı mekânsal organizasyonlara dönüştüğü anlaşılmıştır. İklimle uyum ve kültürel/sosyal etkiler bağlamında ise açıklık düzeni, saçak-çatı çözümleri, açık/yarı açık mekânların kullanımı ve mahremiyetin kurulma biçiminin tipolojik ayrışmayı pekiştirdiği; özellikle Muğla'da Türk-Rum konut karşıtlığının bu ayrışmayı görünür kılan güçlü bir örnek sunduğu tespit edilmiştir.

Bu çerçevede çalışma, geleneksel konutu yalnızca plan ya da cephe üzerinden değil, yerel bağlama duyarlı biçimde gelişen bir yaşam sistemi olarak ele alan vernaküler mimarlık yaklaşımının bölgesel karşılaştırmalar için açıklayıcı gücünü desteklemektedir. Ayrıca Ege Bölgesi özelinde, kıyı-iç kesim iklim farklılıkları, topoğrafya ve tarihsel-kültürel katmanların konut tipolojilerinde belirgin çeşitlilik üretebileceğine ilişkin literatür vurgusuyla tutarlı biçimde, Denizli Uşak Muğla örneklerinin ortak omurga ve yerel farklılaşma ikiliği üzerinden okunabileceğini göstermektedir.

Sonuç olarak, araştırma bulguları; koruma ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımların bölgesel genellemeler yerine, her yerleşmenin topoğrafik koşulları, sokak dokusu, yapım geleneği ve sosyo-kültürel katmanlarını birlikte gözeterek yerel ölçekte duyarlı stratejilere dayanması gerektiğine işaret etmektedir. Bu bağlamda, geleneksel konutların özgün niteliklerinin kaybolmasını hızlandıran kontrolsüz dönüşüm baskıları karşısında; envanterleme ve belgelenmenin güçlendirilmesi, özgün malzeme ve yapım tekniklerinin onarım süreçlerine rehberlik edecek biçimde kayıt altına alınması ve kırsal/kentsel dokuda konut ve avlu/bahçe bütünlüğünü koruyan planlama kararlarının geliştirilmesi önem taşımaktadır. Çalışmanın literatür temelli bir çerçevede yürütülmüş olması, ilerleyen araştırmalarda yerinde gözlem, röleve, fotoğrafik belgeleme ve kullanıcı görüşmeleri gibi saha verilerinin eklenmesiyle bulguların derinleştirilebileceğini; ayrıca karşılaştırmanın daha geniş örnekleme desteklenmesiyle Ege Bölgesi konut çeşitliliğine ilişkin tipolojik haritalamanın geliştirilebileceğini düşündürmektedir.

KAYNAKLAR

- Adalı, M. (2011). Muğla Ev Mimarisinden Bazı Örnekler, *Arkeoloji ve Sanat*, 138, 143-155.
- Aksoy, Y. & Akpınar A. (2011). Muğla Evleri, *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 3(9), 129-149.
- Aladağ, E. (1991). *Muğla Evi*, Hamle Matbaacılık,
- Atalan, Ö. (2021). Geleneksel Bir Osmanlı İlçesi, Kula Geleneksel Konutlarının Pencere Düzenlerine İlişkin Bir Araştırma. *Turkish Studies Social Sciences*, 16(2), 449–468. <https://doi.org/10.47356/TurkishStudies.49139>
- Bektaş, C. (2011). *Denizli*, Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Bektaş, C. (2023). *Türk evi*. YEM Yayın.
- Çetin, Y. (2006). Geleneksel Türk Evinde Cumba. *Sanat Tarihi Dergisi*, 15(2), 18-27.
- Eldem, S. H. (1968). *Türk evi plan tipleri* (2. baskı). İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi.
- Eldem, S. H. (1984). *Türk evi: Osmanlı dönemi* (Cilt 1). Türkiye Anıt Çevre Turizm Değerlerini Koruma Vakfı.
- Gao, J & Kim I. S., Intermediate space for housing design learned from tradition of Korean maru and Turkish sofa, *Frontiers of Architectural Research*, 12, 277-290, 2023. <https://doi.org/10.1016/j.foar.2022.12.002>
- Gümüş, İ. & Polatoğlu, C. (2020). Kuzey Ege Konut Mimarisinde Eleştirel Bölgeselcilik Okuması: Antik Troya, Geleneksel Ayvacık Konutları ve SM Evi Analizleri. *Megaron*, 15(4), 590–605. <https://doi.org/10.14744/megaron.2020.76743>
- Günay, R. (1999). *Türk ev geleneği ve Safranbolu evleri*. YEM Yayın.
- Gürsoy, E. (2016b). Uşak'taki Tarihi Evlerde Çıkımlar. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 349-361.
- Gürsoy, S. (2016 a). Uşak evlerinde çıkma. *Art-Sanat*, 6, 231–254.
- Harmanbaşı, T., Sağdıç, Z., & Anıktar, S. (2023). The effects of traditional architecture on modern housing: Examples of Cansever, Bektaş and İzgi. *Digital International Journal of Architecture Art Heritage*, 2(4), 68-93.
- İnceoğlu, N. (2004). *Geleneksel Türk Mimarisi-Denizli*, Tasarım Yayın Grubu.
- Karpuz, H. (1996). *Geleneksel Türk Evi*, İstanbul Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Koca, F. & Barlas, A. (2014). Karabağlar Revisited: The Making of Community through the Yurt, the Masjid, The Coffeehouse and The Plane Tree, *Journal of Landscape Architecture*, s.74
- Koçan, N. (2012). Uşak Kentsel Sit Alanının Koruma ve Süreklilik Bağlamında Değerlendirilmesi, *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 2(6), 95-109.

- Koçan, N. (2016). Uşak Kentsel Sit Alanının Koruma ve Süreklilik Bağlamında Değerlendirilmesi. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 3(1), 95-109.
- Kozak, K. T. (2014). *Ula ve Ula Evleri*, Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Kuban, D. (1995). *Türk "hayat"lı evi*. Eren Yayıncılık.
- Kuban, D. (2017). *Türk ahşap konut mimarisi*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Küçük, B. & Aksakal, N. (2006). *Tarihi ve Kültürel Dokusu ile Denizli Evleri*, Denizli Belediye Başkanlığı.
- Küçükerman, Ö. (1985). *Kendi mekânının arayışı içinde Türk evi*. Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu.
- Marım, E. R. (2000). *Eski Denizli Evleri- Denizli Geleneksel Konut Mimarisinin Şehrin Gelişimi ve Değişimiyle Oluşan Yeni Yapısı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü web sitesi, <http://www.muğlakulturturizm.gov.tr> (Erişim Tarihi: 22.05.2025)
- Oliver, P. (Ed.). (1997). *Encyclopedia of vernacular architecture of the world* (Vols. 1-3). Cambridge University Press.
- Özav, L. (2002). Sivashlı ve Çevresinde Kır Konutları, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2).
- Özker, M. (2020). Geleneksel Dokunun Değişimi: Ayvalık Evleri. *IDA: International Design and Art Journal*, 2(2), 214-225.
- Rapoport, A. (1969). *House form and culture*. Prentice-Hall.
- Sayan, Y. (1997). *Uşak Evleri*. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Seçkin, N., Erdem, A., & Maşalı, D. (2004). Buldan Denizli Kırsal Mimarlık Envanteri 2003. *Tüba-Ked*, 3, 201-228.
- Tanyeli, U. (2001). *Sedad Hakkı Eldem*. Boyut Yayın Grubu.
- Url 1: Muğla bacaları, <https://www.rehbername.com/kesfet/mugla-bacalarinin-ozellikleri-nelerdir>, Son Erişim Tarihi: 31.01.2026
- Url 2: Muğla Geleneksel Konutları, <https://www.turkiyenintariheserleri.com/?oku=2292>, Son Erişim Tarihi: 31.01.2026
- Uşma, G. (2021). Anadolu'daki Geleneksel Türk Evlerinin Plan, Cephe ve Süsleme Özellikleri Bağlamında İncelenmesi. *ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 6, 227-259.



GELENEKSEL JAPON KONUTUNDA MEKANSAL DİYALEKTİK: MİNKA'NIN ANALİZİ



Kadir ÖZ¹

Meliha Havva ÖZ²

¹ İstanbul Gelişim Üniversitesi, İç Mimarlık Bölümü, kaoz@gelisim.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-2301-1621>

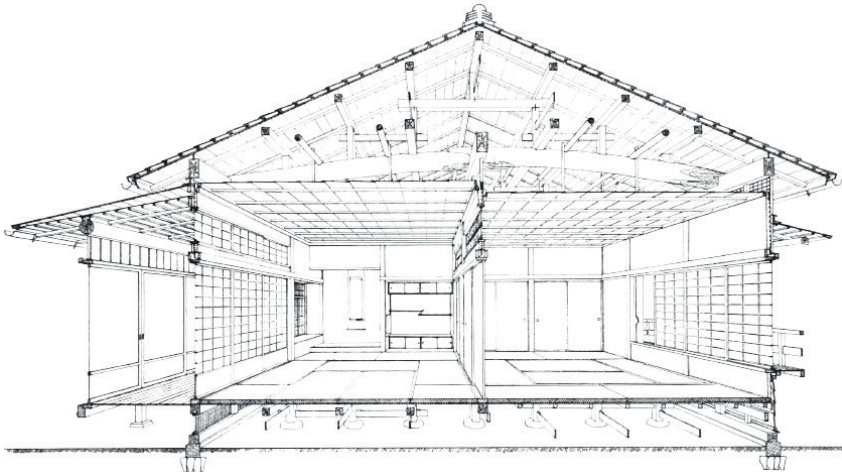
² İstanbul Gelişim Üniversitesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü, mehaoz@gelisim.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-6521-4996>

Giriş

Dünyanın her yerinde toplumlar meskenlerini kendi kültürleri çevresinde oluşturmuşlardır. Yaşam biçimi, mühendislik bilgileri, yerel veriler ve sosyo-kültürel veriler dahilinde geleneksel yapılarını oluşturmuşlardır. Geleneksel konutlarda bu veriler ile oluşturulmuş en tipik karakteristik özelliği gösteren yapılardır. Bir bakımdan toplumların kültürel yapılarının, yaşam tarzlarının ve yerel verilerinin harmanlanarak mimariye yansımalarının en tipik ve karakteristik özellikleri geleneksel konutlarından okunabilmektedir. Bundan dolayı kendisine has mimari özellikleri olan Geleneksel Japon Evi: Minka'nın mimari özellikleri bu çalışmada ele alınmış ve farklı açılardan irdelenmiştir.

Geleneksel yapılar; toplumların sosyo-kültürel yapılarına, yerel koşullara ve yaşam tarzlarına göre şekillenmiş karakteristik özellikleri olan yapılardır. Bu yapılar toplumların karakteristik özellikleri doğrudan yansıtmaktadır. Günümüzde de yapı teknolojisiyle öne çıkan Japonya aynı zamanda geleneksel yapılarıyla da dikkat çekmektedir. Bu bağlamda geleneksel yapıların kültürel miras olarak korunması hem yapısal hem de kültürel olarak gelecek nesillere aktarılmasını sağlamaktadırlar.

Bu çalışma kapsamında Japonya'da bulunan geleneksel halk evi olarak adlandırılan 'Minka'lar mimari özellikleri bakımından incelemektedir. 'Minka' kelimesi anlam olarak 'sıradan halkın yaşadığı mesken' anlamına gelmektedir. Yani kırsalda yaşayan ve geçimini tarım, ormancılık, balıkçılık veya ticaret ile sağlayan kişilerin evlerinin genel ismi olarak kullanılmaktadır (Güleç, 2018). Minkalar, kırsalda doğa ile iç içe yaşam süren, geçimlerini doğanın kaynaklarını kullanarak sağlayan insanların yaşadıkları evlerdir. Bundan dolayı geleneksel Minka mimarisinde (Şekil 1) bu kişilerin yaşam biçimleri okunabilir ve kültürel kodları hakkında veriler alınabilmektedir. Ayrıca bu çalışmada; Minkalarda sosyo-kültürel yapı dahilinde ve yerel malzeme kullanımının da mimariyi nasıl şekillendirdiği hakkında bilgiler de sunulmuştur.



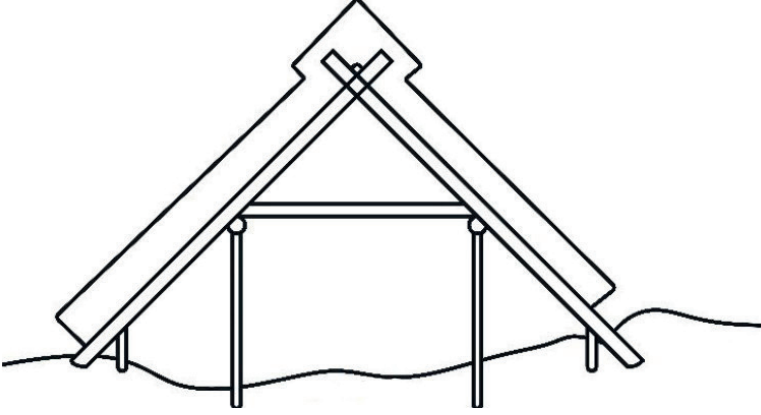
Şekil 1. Geleneksel Japon Evi Minkanın kesit perspektifi (Riukula, 2021)

2. Geleneksel Japon Evi Minkanın Gelişimi Ve Mimari Özellikleri

2.1. Geleneksel Japon Evi Minkanın Tarihsel Gelişimi

Geleneksel Japon evi: Minka'lar kendi dönemlerine ait veriler sunmaktadır. Özellikle halkın yaşam biçimi, kültürel yapısı ve yerel malzemenin biçimlendirilerek yapı inşası hakkında belge niteliğindedir. Bundan dolayı çalışma kapsamı Minkaların mimari özellikleri ve o döneme ait halkın yaşam biçimiyle entegre bir çerçevede kurgulanmıştır.

Minkalar, tarım, ormancılık, balıkçılık veya ticaretle uğraşan insanların kırsalda yaşadıkları meskenleri ifade etmektedir. Bundan dolayı minkalar, kırsalda yaşayan kişilerin geçim kaynaklarına ait çalışma alanı ile birlikte yaşam alanını da içermektedir (Şekil 2). Bu durum başlangıçta basit bir yapı olan minkaların farklı fonksiyonları içermeye başlamasıyla birlikte everilmelerine neden olmuştur (Şekil 3,4).



Şekil 2. İlk dönemlere ait minkalarda oda ve çatı sistemi (Güleç, 2018)

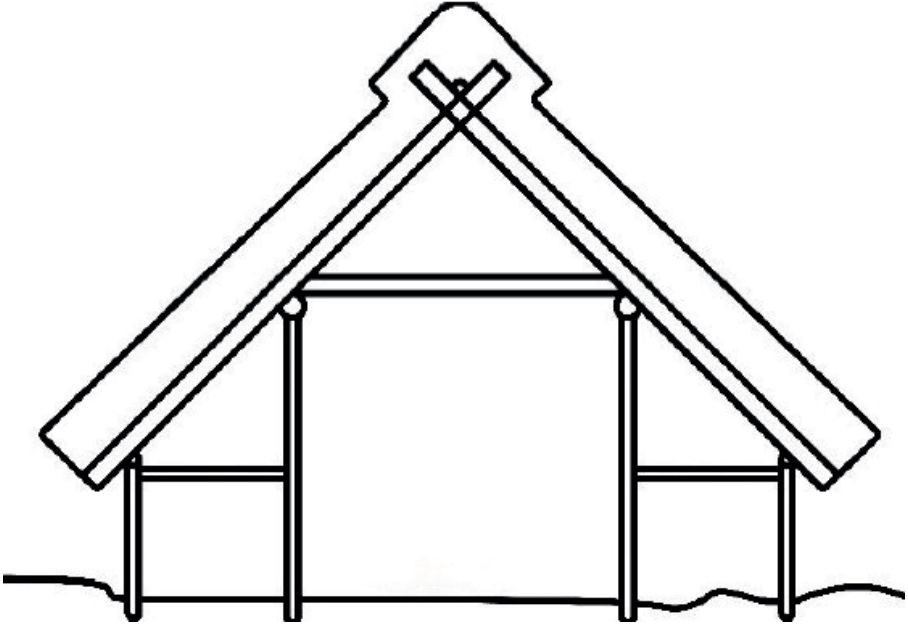


Şekil 3. İlk dönemlere ait minka örneği (Güleç, 2018)



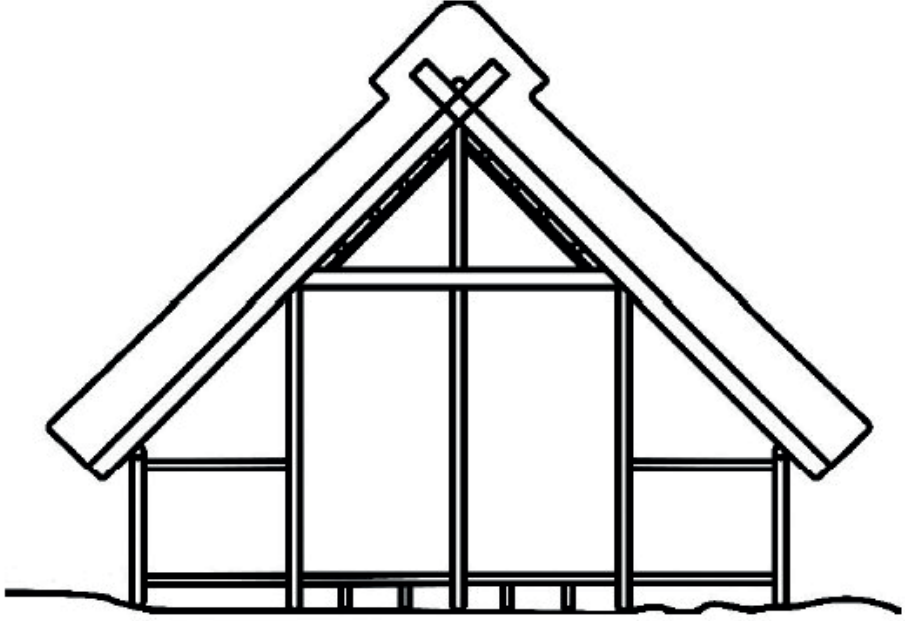
Şekil 4. İlk dönemlere ait Minka iç mekan örneği (Güleç, 2018)

Bu evrimleşme ilk dönemlerde sadece bahçe ve tarla işleri ile uğraşan kişilerin bu geçim kaynaklarına ipek böcekçiliği, hayvancılık gibi farklı iş kollarını da eklemeleriyle birlikte yapıya bu uğraşların icra edildiği mekanların eklenmesini gerekli kılmıştır. Bu süreç ise çalışma alanı ve yaşama alanı olarak bölümlenmiş olan kısımlara yeni bölümlerin eklenmesini sağlayarak minka planlarının kullanıcı tabanlı olarak çeşitlenmesini sağlamıştır.



Şekil 5. Minkaya ek mekanların eklenmesiyle toprak zeminli oda ve çatı sistemi (Güleç, 2018)

Minkalar ilk dönemlerde toprak zemine oturtularak kurgulanmıştır (Şekil 5). Süreç içerisinde zemindeki nemden dolayı yaşama birimi bir miktar yükseltilerek oluşturulmuştur. Ayrıca toprak ile temas eden kolonların alt kısmına direk taşı veya temel taşı diye isimlendirilen taşlar yerleştirilmiştir. Zemindeki bu yükselti aynı zamanda ahşap malzeme ile nemli zemin arasında hava akımı sağlayarak ahşap malzemenin daha uzun ömürlü olmasını sağlamıştır (Şekil 6) (Güleç, 2018).



Şekil 6. Yüksek zeminli Minka ve çatı sistemi (Güleç, 2018)

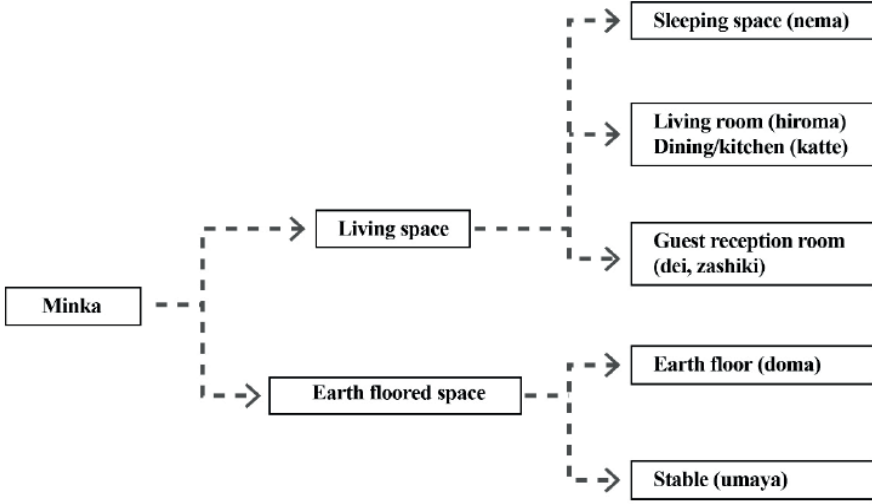
Minkaların inşasında kullanılan malzeme ise ahşaptır. Çatı örtüsünde ise bitkilerden yararlanılmıştır. Minkaların çatı biçimleri Japonya'nın farklı bölgelerinde ve farklı iklim özelliklerine göre de farklılık göstermektedir (Şekil 7).



Şekil 7. Bölgelere ve iklimlere göre minkaların farklılaşması (Nishiyama, 1989)

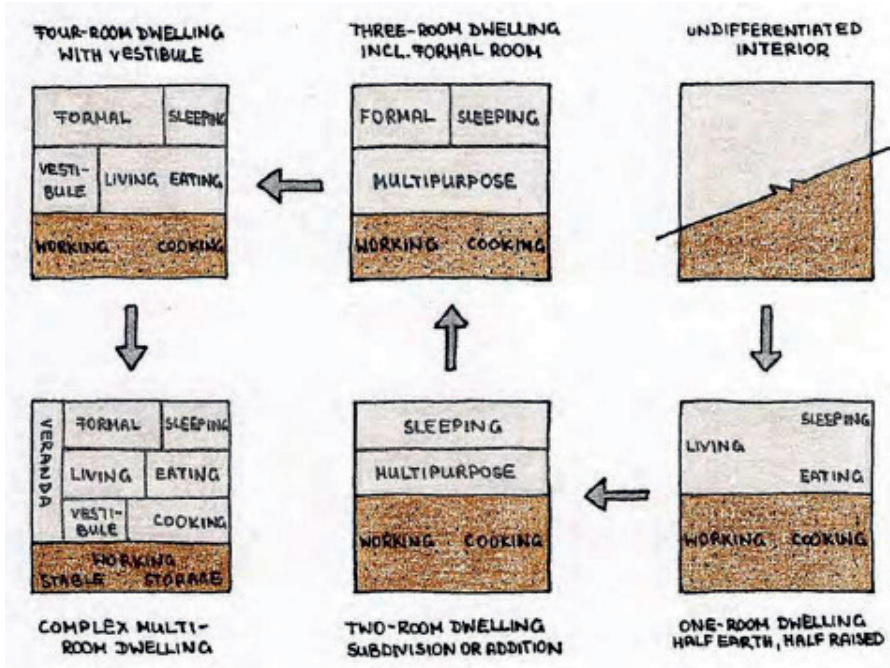
2.2. Geleneksel Japon Evi Minkanın Plansal Gelişimi

Geleneksel Japon evi minkalar kırsalda yaşayan insanların yaşam biçimlerine göre kurgulanarak biçimlenmiştir. İlk dönemlerdeki minkalar çalışma alanı ve yaşama alanından oluşurken daha sonraki dönemdeki minkalar eklenen daha fazla mekandan oluşmaktadır. Bunun nedeni insanların kendilerine farklı geçim kolları eklemeleri ve bu ihtiyaçlar için farklı mekanların yapıya eklenmesidir (Şekil 8).



Şekil 8. Minkanın mekansal gelişimi (Bozkurt, 2020)

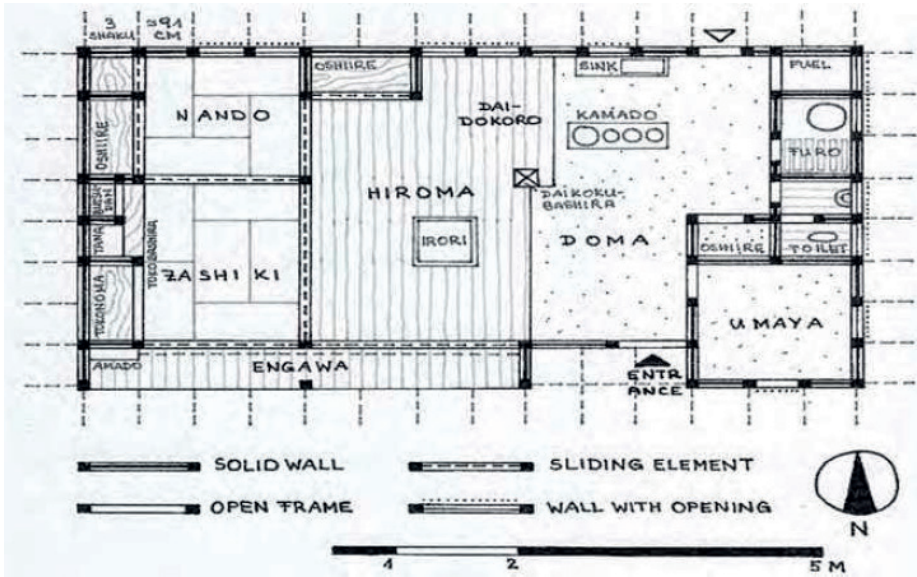
Bu kapsamda ilk dönemlerde çalışma ve yaşam alanları bir arada olup farklılaşmamış bir iç mekana sahipti olduğu ve bu yapılar fiziksel bölmelerinde olmadığı görülmektedir. Konutlar içerdikleri alanla değil, içlerindeki nesnelere ve faaliyetlerle dahilinde tanımlandığı bu bağlamda anlaşılmaktadır (Şekil 9) (Kotrc, 2020).



Şekil 9. Minkaların mekânsal gelişiminin şematik çizimi (Kotrc, 2020)

Minka tasarım süreçlerinde görülen bir sonraki adım ise tek mekandan oluşan zemin düzlemi ikiye ayrılmasıdır. Odanın yarı mekanı torak zeminli olarak bırakılıp tarım, avcılık gibi işlerin ekipmanlarının depolanma alanları ile girişin ilerisinde pişirme alanıyla birlikte çalışma alanı olarak kullanılmıştır. Odanın diğer yarı mekanı ise ahşap plakalarla kaplı yerden yükseltilmiş bir zeminde uyku, yemek ve yaşam alanı olarak kullanılmıştır (Kotrc, 2020).

Bu süreç içerisinde evin ortasında bulunan geniş oturma odasından (hiroma) dolayı “hiroma tipi kat planı” olarak adlandırılan üç odalı kat planı ortaya çıkmıştır. Bu tipte, misafirleri ağırlamak için ek bir resmi oda (zashiki) bulunmaktadır. Irori geleneksel olarak evin ortasında, ailenin yemek yemek ve dinlenmek için bir araya geldiği çok amaçlı odada yer almaktadır. Bu tür bir kat planında evin tamamı ısıtıldığından, uzun ve soğuk kışların yaşandığı bölgelerde en popüler ve yaygın hale gelmiştir (Şekil 10) (Kotrc, 2020).



Şekil 10. Üç odalı minka plan örneği (Kotrc, 2020)

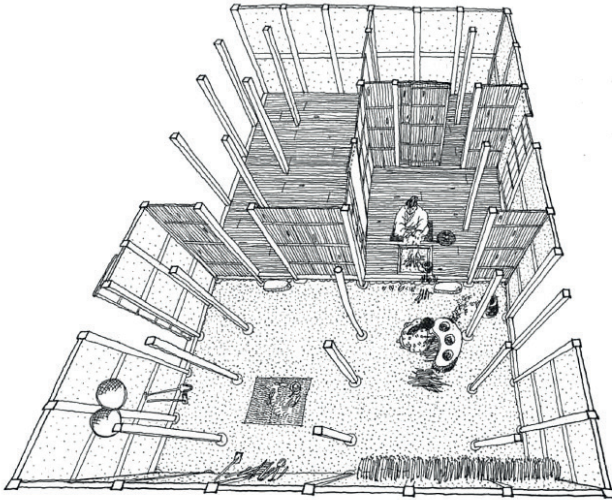
Bu süreçte gelişen bir başka varyantta, hiroma'nın önüne küçük bir giriş holü (de) eklenen dört odalı konutlardır. Bu düzenlemenin avantajı aile bireyi, ziyaretçileri bu odada karşılar ve basit işlerini bu odada halledebilmektedir (Kotrc, 2020). Minkalara ihtiyaç dahilinde farklı işlevlerdeki mekanların da eklenmesiyle plan çeşitliliği oluşmuştur (Şekil 11).



Şekil 13. Tatamili oda örneği (Güleç, 2018)

2.3. Geleneksel Japon Evi Minkalarının Plan Elemanları ve Özellikleri

Geleneksel Japon evi minkalarının tasarımlarına bakıldığında dinamik ve eklemeli çok amaçlı kullanıma uygun olarak karakterize edilen esnek mekanların birleşiminden oluşmaktadır. Batı mimarisinden farklı olarak minkalar birbirini takip eden oda dizilerinden oluşmamakta mekanlar ortak bir hol veya koridordan dağılım göstermemektedir. Odalar, giriş ve çıkışların belirgin konumları veya mobilyaların yerleşimi ile düzenlenmemekte, belirli işlevsel dizilerle tanımlanır ve mekanlar esnek kullanıma sahiptir (Şekil 14) (Kotrc, 2020).



Şekil 14. Geleneksel Japon Evi Minkanın kesit perspektifi (Riukula, 2021)

Geleneksel Japon evi minkalar bahçeli müstakil olarak yapılmış konutlardır. Bu konutların mekan elemanları ve özellikleri incelendiğinde mekanların keskin çizgilerle ayrılmadığı görülmüştür (Güleç, 2018). Minka mekanları ise;

Kutsunugi (Ayakkabı Çıkarma Tahtası veya Taşı): Japon evlerinde ayakkabıların çıkarılarak girilmesinden dolayı ayakkabının çıkarıldığı alana denilmektedir (Güleç, 2018).

Kamachi (Eşik): Geleneksel Japon evi minkaların ana giriş kapısındaki kapı eşiğine ve pervazlarına denilmektedir (Şekil 15) (Güleç, 2018).



Şekil 15. Kamachi (eşik) örneği (Güleç, 2018)

Shoji (Sürgülü Kapı): Minkalarda mekanlar arası geçişte shoji denilen sürgülü kapılar veya sürgülü duvarlar kullanılmıştır (Şekil 16). Ahşap çerçeve iskelet ile birlikte kağıt veya ahşap çıtadan oluşmaktadır. Oturma yüksekliğinden bahçenin görülmesine imkan veren yukarıya doğru sürgülü olarak kullanılanlar da mevcuttur (Güleç, 2018).



Şekil 16. Shoji örneği (Güleç, 2018)

Fusuma (Kağıt Sürgülü Kapı): Ahşap çerçeve ve çıtalar ile oluşturulan sürgülü kapıya iki yüzeyden kumaş veya kağıt kaplanmasıyla oluşturulan yapı elemanıdır (Şekil 17). Portatif duvar olarak da isimlendirmek mümkündür. Yapı içerisinde oda bölümlerinin oluşumunda veya kapı görevi görmesi amacıyla kullanılmaktadır. Gerektiğinde fusumalar kaldırılarak daha geniş alanlar elde edilmektedir (Güleç, 2018).



Şekil 17. Fusuma örneği (Güleç, 2018)

Niwa: Konutu çevreleyen bahçeye denir. Yapı ile doğanın birbirine bağlanması ve doğanın geçişkenliği bahçe ile sağlanmaktadır (Güleç, 2018). Günlük işler burada yapılmaktadır (Şekil 18).



Şekil 18. Niwa mekanında tarımsal ve günlük işlerin yapılması (Bozkurt, 2020)

Engawa: Evin cephesinin tamamını veya bir bölümünü çevreleyen ve bazı zamanlarda sürgülü kapılar ile kapatılıp açılan koridor biçimindeki verandadır (Şekil 19). Sürgülü duvarın bulunup bulunmaması durumuna göre iki tiptir. Konutun iç mekan ile dış mekan sınırını teşkil etmektedir (Güleç, 2018).



Şekil 19. Engawa mekanı (veranda) örneği (Güleç, 2018)

Genkan: Japon kültüründe ayakkabılar çıkarıldığından dolayı evin giriş kısmı ve ayakkabıların çıkarıldığı alandır. Aynı zamanda eve misafirlerin girdiği evin resmi giriş bölümüdür. Gelen misafir genkanda bekler ve içeriye buyur edildiğinde ayakkabılarını burada çıkararak eve girmektedir (Güngör, 2019).

Doma: Geleneksel Japon Evi Minkalarda giriş kapısının açıldığı toprak zeminli mekanıdır. Geçim kaynağına göre araç-gereçlerin depolandığı, elde edilen tarım ürünlerinin işlendiği ve günlük işlerin yapıldığı mekandır. Daidokoro veya Katte olarak adlandırılan mutfak bu mekanda yer almaktadır. Mutfak bölümünde de yemek pişirmek için yemek pişirme ocağı olan Kamado ile yiyeceklerin ve bulaşıkların yıkandığı lavabo olan Nagashi yer almaktadır. Bu mekanda pişirilen yemekler Hiromaya taşınmaktadır ve orada aile üyeleriyle birlikte yenilmektedir (Güleç, 2018). Ayrıca evde banyo mekanı bulunmuyorsa seyyar banyo küveti bu mekanda kullanılabilir (Şekil 20-22) (Bozkurt, 2020).



Şekil 20. Domada mekanında yer alan daidokoro (Güleç, 2018)



Şekil 21. Doma mekanında günlük, yıllık yiyecek hazırlanması (Bozkurt, 2020)

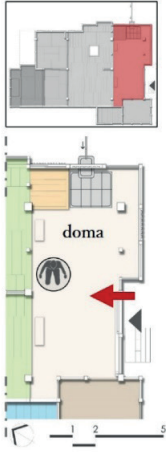


Şekil 22. Doma mekanında tarımsal ve günlük işlerin yapılması (Bozkurt, 2020)

Lavabo (nagashi) doma mekanında bulunmaktadır ve su, dağın en yakın vadisinden borular aracılığıyla lavaboya çekilmektedir (Şekil 23-25)(Bozkurt, 2020).



Şekil 23. Doma mekanında mutfak lavabosunun kullanımı (Bozkurt, 2020)

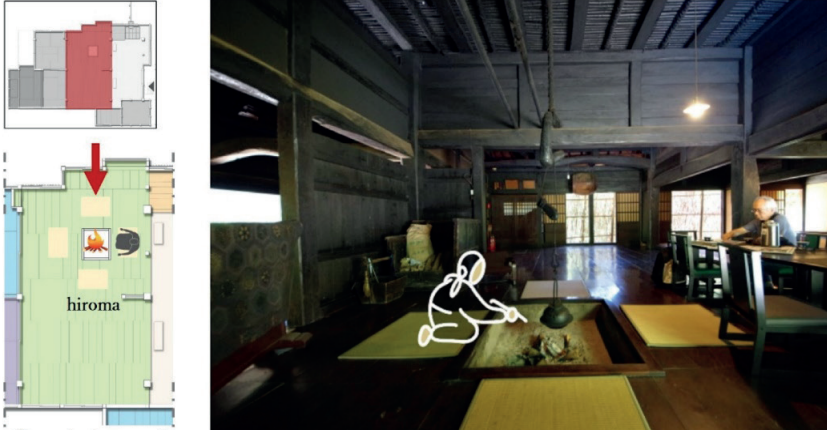


Şekil 24. Seyyar banyo küvetinin domada kullanımı (Bozkurt, 2020)



Şekil 25. Doma mekanındaki tataki örneği (Güleç, 2018)

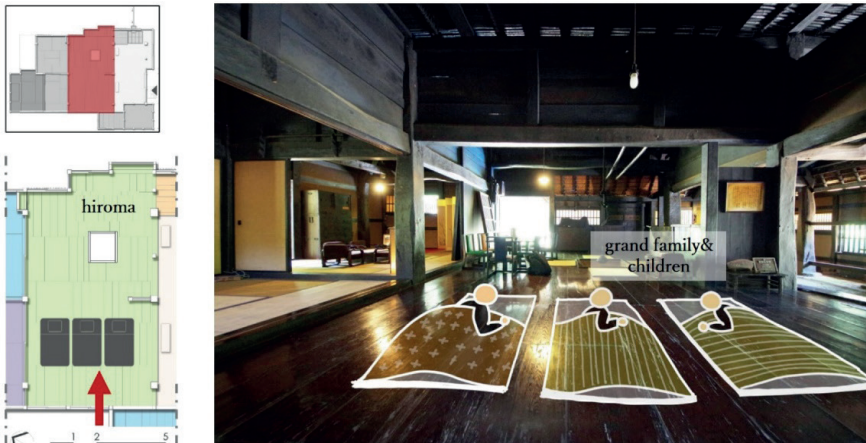
İma veya Hiroma: Ailenin gündelik olarak kullandığı, yaşamlarını sürdürdüğü ana mekandır. Oturma odası olarak kullanılan bu oda ailenin birlikte vakit geçirdiği, dinlendiği, yemek yediği, uyuduğu ve çalıştığı çok amaçlı olarak kullanılabilen bir mekandır. Bu mekanın merkezinde ya da merkezine yakın olacak bir yerde irori (ocak) yer almaktadır. Oturma, yemek yeme, sohbet etme, dinlenme, misafir ağırlama, çalışma gibi faaliyetlerin birçoğu irori etrafında gerçekleşmektedir (Şekil 26-29) (Güngör, 2019).



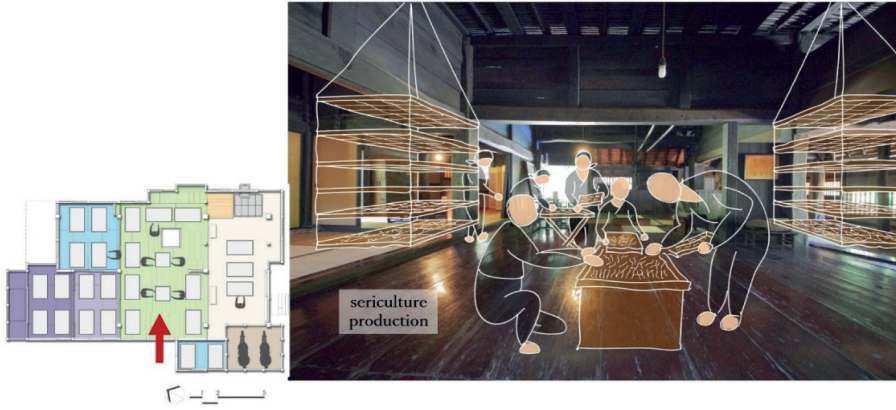
Şekil 26. Hiroma mekanında ironinin yemek pişirmek amacıyla kullanılması (Bozkurt, 2020)



Şekil 27. Hiroma mekanında ironinin etrafında ailecek toplanılması, yemek yenilmesi (Bozkurt, 2020)



Şekil 28. Hiroma mekanında büyükanne, büyükbaba ve çocukların birlikte uyuması (Bozkurt, 2020)



Şekil 29. Hiroma mekanında ipek böcekçiliği gibi tarımsal işlerin yapılması (Bozkurt, 2020)

Heya (Nema): Doma ve hiroma mekanları dışında, ailenin ekonomik durumuna göre konutta bulunan odadır. Gündüz ailenin yaşama mekanı olarak kullandığı heyra genellikle akşamları şiltelerin gömme dolaptan çıkarılıp serilmesi ile ebeveyn yatak odası şeklinde kullanılmaktadır (Şekil 30) (Güngör, 2019).



Şekil 30. Heyanın yatma eylemi için kullanımı (Bozkurt, 2020)

Zashiki (Dei): Japon kültüründe misafire verilen önem neticesinde oluşan genellikle ekonomik durumu iyi ailelerin evinde bulunan zemini tатамиyle kaplı misafir odasıdır. Tsuke-shoin, chigai-dana ve tokonama gibi elemanlarında eklendiği görülmüştür. Misafire saygıdan dolayı zashikiye ev halkının kullandığı doma ve hiromadan geçerek ulaşılamayacak biçimde düzenlenmektedir. Bundan dolayı zashikin önüne engawa tasarlanmaktadır (Yamamoto, 1989).

Zashiki aynı zamanda tatamili odadır. Odanın büyüklüğünü kullanılan tatami sayısı ve tatamilerin dizimi belirlemektedir (Şekil 31).



Şekil 31. Zashiki mekanı (Güngör, 2019)

Furo: Banyo mekanıdır. Bu mekana yer verilmeyen evlerde seyyar banyo küveti domada kullanılabilmektedir (Şekil 32).



Şekil 32. Furo mekanı bambu ızgara ve üzerindeki sıcak su kovası (Güleç, 2018)

Kawaya (Benjo): Tuvalet mekanıdır (Şekil 33) (Güleç, 2018).



Şekil 33. Kawaya mekanı (Güleç, 2018)

Kura: Elde edilen tarım ürünlerinin özellikle de pirincin depolanması amacıyla kullanılan kiler mekanıdır. Fazla nemden dolayı oluşacak nemi ve ürüne zarar verecek hayvanları önlemek amacıyla zeminden yükselterek se-render usulü şeklinde inşa edilmiş kilerler görülmektedir (Şekil 34,35).

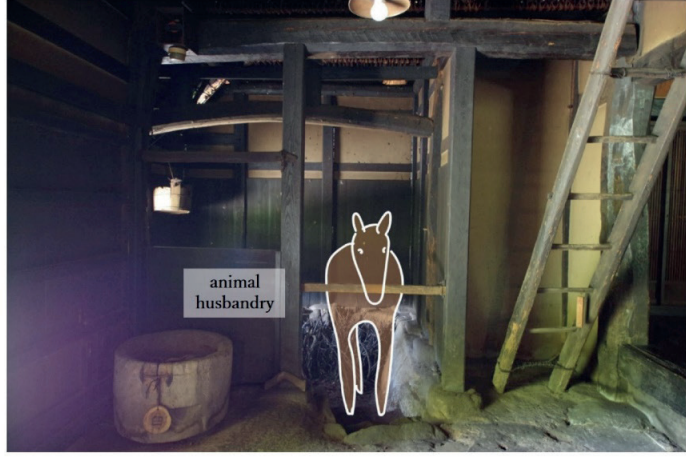
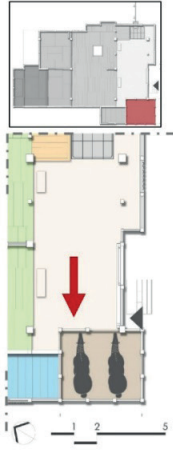


Şekil 34. Kura örneği (Güleç, 2018)

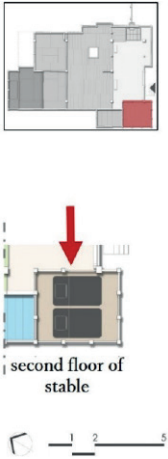


Şekil 35. Kura örneği (Güleç, 2018)

Naya (Ushigoya, Umagoya): Tarım ile uğraşan ailelerin besledikleri küçükbaş veya büyükbaş hayvanların barındıkları ahır mekanıdır (Şekil 36-39).



Şekil 36. Naya mekanı (Bozkurt, 2020)



Şekil 37. Çatı arasındaki mekanın kullanım örneği (Bozkurt, 2020)



Şekil 38. Mekanın farklı işlevlerde kullanım örneği (Bozkurt, 2020)



Şekil 39. Mekanın farklı işlevlerde kullanım örneği (Bozkurt, 2020)

Sonuç

Geleneksel Japon sivil mimarisinin temel taşı olan Minka, doğa ile insan arasındaki ilişkiyi, sadeliği ve işlevselliği bir araya getiren mekansal kurguya sahiptir. Yani minkalar sadece bir barınma alanı değil aynı zamanda doğa, toplum ve birey arasında kurulan hassas bir dengenin mimari dışavurumunu göstermektedir.

Mekansal organizasyon: Toprak zemin ve yükseltilmiş zemin ayrımı

Minkaların mekansal organizasyonu aynı çatı altında temel bir zemin farklılaşması üzerine kurulmuştur. Bu ayrım, evin hem işlevsel hem de simgesel bölünmesini sağlamıştır (Tablo 1).

Alan	Özellikleri	İşlevi
Toprak Zemin (Doma)	Evin girişinde yer alan, sıkıştırılmış topraktan alt kot	Yemek pişirme, zanaat işleri ve tarımsal hazırlık alanı
Yükseltilmiş Zemin	Yerden yaklaşık 50-60 cm yüksekte, ahşap strüktür üzerine kurulu ahşap zemin	Dinlenme, uyuma ve sosyalleşme alanı

Tablo 1. Mekansal organizasyon

Esneklik ve akışkanlık: Hareketli bölücüler

Minkalarda mekanlar katı duvarlarla birbirinden ayrılmaz. Batı mimarisinin ‘oda’ kavramı yerine geleneksel Japon konutları minkalarda ‘akışkan boşluklar’ hakimdir (Tablo 2).

Fusuma	Mekânı bölmek veya birleştirmek için kullanılan kayar panellerdir. Bu paneller sayesinde ev gündüz geniş bir toplanma alanına gece ise küçük yatak odalarına dönüşebilir.
Shoji	Işık geçiren kağıt kaplı pencereler/kapılardır. Dış dünyayla görsel bir bağ kurarken mahremiyeti korur ve mekana yumuşak bir ışık kalitesi katar.

Tablo 2. Esneklik ve akışkanlık

Sosyal odak noktası: İrori (Açık ocak)

Evin kalbi, yükseltilmiş zemin üzerinde bulunan ‘irori’dir. Bu kare biçimindeki açık ocak, mekansal bağlamda şu rolleri üstlenir:

- Isınma ve aydınlatma: Teknolojik imkanların kısıtlı olduğu dönemde ana enerji kaynağıdır.

- Sosyal hiyerarşi: İrori etrafındaki oturma düzeni rastgele değildir. Evin aile bireylerinin ve misafirlerin oturacakları yerler kesin kurallarla belirlenmiştir.

- Mühendislik: Ateşten çıkan duman, çatıyı bir arada tutan ahşap ve sazları tütsüleyerek böceklenmeyi ve çürümeyi önlemektedir.

İç mekan- dış mekan sürekliliği: Engawa ve ma kavramı

Minkaların kurgusunda iç mekan ile dış mekan (doğa) arasında keskin bir sınır yoktur.

- Engawa: Evin çevresini saran yarı açık mekandır. Bu mekan ne olarak tam iç mekana aittir ne de tam olarak dış mekana aittir yani bir eşik mekandır. Mevsimsel geçişlerin hissedildiği, doğanın evin içerisine alındığı bir tampon bölgedir.

- Ma (Boşluk): Japon estetiğinde nesnelere arasındaki boşluk, nesnenin kendisi kadar değerlidir. Minkadaki mobilyasızlık ve geniş alanlar, bu felsefenin mekansal tezahürüdür.

Mekansal birimlerin diyalektiği: Parçadan bütüne Minka

Mekan Elemanları	Kullanım Amacı
NİWA	Tarımsal ve gündelik işlerin yapıldığı bahçe mekanıdır.
ENGAWA	İç mekan ile dış mekan arasındaki geçiş mekanı olan verandadır.
GENKAN	Konuta giriş mekanıdır.
DOMA	Günlük işlerin ve mutfak işlerinin yapıldığı torak zeminli mekandır.
İMA / HİROMA	Ailenin gündelik olarak kullandığı yaşama mekanıdır.
HEYA / NEMA	Gündüz yaşama mekanı akşam ise yatma mekanı olarak kullanılan mekandır.
ZASHİKİ / DEİ	Tatamiyle kaplı misafir odasıdır.
FURO	Banyo mekanıdır.
KAWAYA / BENJO	Tuvalet mekanıdır.
KURA	Kiler mekanıdır.
NAYA	Küçükbaş veya büyükbaş hayvanların yetiştirildiği ahır mekanıdır.

Tablo 3. Mekansal hacimler

Minkadaki mekansal birimler yapının sadece fiziksel parçalarının toplamı değil birbirine kenetli bir yaşam felsefesini ortaya koymaktadır. Minkayı oluşturan her bir birim, kendi başına bağımsız birer alan olmaktan ziyade, birbirini tamamlayan ve sürekli bir etkileşim halinde olan ‘geçişken hücreler’ olarak kurgulanmıştır. Mekanların sabit birer kutu olmanın ötesinde zamanın ruhuna göre şekil değiştiren esnek hacimler olduğunu göstermektedir (Tablo 3). Bu kapsam; Modülerlik ve insan ölçeği, Akışkan mekanlar, Çok işlevli hacim anlayışı, Eşik mekanların birleştiriciliği çerçevelerinde ele alınmıştır.

Bu çalışmanın Japon kültürünün ve yaşam tarzının bir aktarımı olarak konut yapılarına aktarımı ve bu mirasın analiz edilerek verilerin somutlaştırılması ve irdelenmesi kapsamında bütünleşik bir veri sağlaması hedeflenmiştir. Yaşam ve kültürün bir arada ele alındığı çalışmanın kültür aktarımı kapsamında veri sunması ve bu durumu bütüncül olarak ele alması çalışmanın özgün tarafını ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

- Güleç, F. E. (2018). Japon halk mimarisinde köy evi (minka), Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya
- Bozkurt, B. N.(2020). Comparative Study on Spatial Characteristics of Traditional Farmhouses in Japan and Turkey through Behaviour Analysis-Case Studies of Fukui Prefecture and Eastern Black Sea Region-(Doctoral dissertation, mukogawa women's university).
- Kawashima, C. (2000). Japan's Folk Architecture: Traditional Thatched Framhouses. Kodansha International, Tokyo
- Bozkurt, B. N. (2020). Comparative Study on Spatial Characteristics of Traditional Farmhouses in Japan and Turkey through Behaviour Analysis-Case Studies of Fukui Prefecture and Eastern Black Sea Region-(Doctoral dissertation, mukogawa women's university).
- Riukula, S. (2021). Minka: Japanilaisen pientalorakentamisen soveltaminen Suomessa.
- Güngör, S. (2019). Türk evinin geleneksel Japon evi ile yapısal açıdan karşılaştırılması, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul
- Kotrc, B. (2020). Minka reloaded–re-use concepts for traditional Japanese residential houses since 1868 (Doctoral dissertation, Wien)
- Nishiyama U. Sumai K, Rethinking the japanese housing. Tokyo: Shokokusya; 1989



**İKONİK MİMARLIKTA
SEYİRLİK YAKLAŞIMLARA
KARŞI DENEYİM ODAKLI
BİR OKUMA: V&A DUNDEE
MÜZESİ**

“ ”

Büşra BABACAN¹

¹ İstanbul Gelişim Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü, bbabacan@gelisim.edu.tr 0000-0002-5520-6335

Giriş

İkon kavramı, tarihsel süreç içerisinde sanat ve mimarlık alanlarında farklı anlamlar yüklenerek dönüşüme uğramıştır. Başlangıçta temsile dayalı bir anlam taşıyan ikon, zamanla dini, politik ve kültürel otoritelerin simgesel ifadesi haline gelmiş; modern dönemde ise kentleri, mimarları ve mimari formları temsil eden bir araç olarak yeniden tanımlanmıştır. Günümüzde ikonik mimarlık, özellikle küreselleşme ve kentler arası rekabet bağlamında, markalaşma ve görünürlük stratejilerinin önemli bir bileşeni haline gelmiştir.

Bu süreçte ikonik yapıların büyük bir kısmı, mekânsal deneyimden çok biçimsel farklılık ve görsel etki üzerinden anlam üretmeye başlamıştır. Kentin kültürel ve tarihsel bağlamından kopuk biçimde tasarlanan bu yapılar, kullanıcıyı mekânın etkin bir parçası olmaktan ziyade edilgen bir seyirci konumuna yerleştiren bir mimarlık anlayışını beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda, mimarlığın bir gösteri nesnesine dönüşmesi, mimari üretimin toplumsal ve mekânsal niteliğinin sorgulanmasını gerekli kılmaktadır.

Bu çalışmada, “ikonik mimarlık” bir sonuç ya da nitelik olarak ele alınırken, “seyirlik mimari” bu ikonikliğin üretim biçimini tanımlamak üzere kullanılmaktadır. Seyirlik mimari, görsel etkiyi ve imaj üretimini önceliklendiren, mekânsal deneyimi ikincil plana iten bir yaklaşım olarak değerlendirilirken; buna karşılık deneyim odaklı mimari, mekânın kullanıcı tarafından çok duyulu bir biçimde algılanmasını ve içselleştirilmesini mümkün kılan alternatif bir yaklaşım olarak ele alınmaktadır.

Bu bağlamda çalışma, ikonikliğin yalnızca biçimsel gösteri üzerinden değil, mekânsal deneyim ve yere özgülük üzerinden de üretilebileceği varsayımından hareket etmektedir. Seyirlik mimariye yönelik eleştiriler çerçevesinde, Kengo Kuma'nın mimari yaklaşımı ve bu yaklaşımın somut bir örneği olan V&A Dundee Müzesi incelenerek, deneyim odaklı mimarinin ikonik yapı üretimindeki potansiyeli tartışılmaktadır.

İkonik Yapıların Geçmişi

İkon kavramı Antik Çağ'dan modern popüler kültüre kadar birçok kez biçim değiştirmiştir. Zaman içerisinde gerçekleşen bu biçim değişikliği, ikon kavramına farklı, yeni anlamlar kazandırmıştır.

İkon kavramı ilk kez Antik Yunan'da, nesnelere temsil eden resimler olarak ortaya çıkmıştır. Ortaçağ'a gelindiğinde ise dini temsil eden heykeller yapılmış ve bu heykeller ile ikon kavramı yeni bir boyut kazanmıştır. Modern popüler kültürde ise dini bir sembol olmaktan çıkmış, zamanla ülkeleri, şehirleri ve mimarları temsil eden yapılar halini aldığı görülmüştür.

MÖ 2551-2560 yılları civarında yapıldığı sanılan ve dünyanın yedi harikası arasında olan Piramitler gibi Pisa Kulesi, Tac Mahal, Eyfel Kulesi de günü-

müz ikonik yapılarının başlangıcı sayılabilecek niteliktedirler (Resim 1). Bu yapılar formları, yapım teknikleri ve malzemeleri ile öne çıkmış, bulunduğu şehirlerin sembolü haline gelmişlerdir.



Resim 1: *Günümüz İkonik Yapılarının Başlangıcı Sayılabilecek Bazı Yapılar*

19. yüzyılın ikinci yarısında teknoloji alanındaki gelişmeler ile, dini ve otoriteyi temsil eden yapıların yerini, teknolojiyi ve yeniliği öne çıkaran simgesel yapılar almıştır. Alışılmışın dışında malzeme ve forma sahip olan bu yapıların halk tarafından benimsenmesi zaman almıştır. Örneğin, Eiffel Kulesi ilk yapıldığı yıllarda (1887-1889) Paris halkı tarafından kabul görmemiş, dönemin geleneksel toplumunun bu tür radikal bir değişikliğe sıcak bakmadığı görülmüştür.

20. yüzyıla gelindiğinde, mimari form ve malzemedeki değişimlere önyargılı olan görüş değişmiş, yerini yenilikçi yapım dili arayışlarına bırakmıştır. Artık yapılar yükseklik olarak birbiri ile yarışmaktaydı. Bu yükseklikler, temsil ettiği kişilerin bir nevi isimlerini yüceltme şekliydi. Örneğin, Walter P. Chrysler adına 1926-1930 yılları arasında yapılmış olan Chrysler Binası, 319,4 m yüksekliği ile dünyanın en uzun binası unvanını almıştır (Resim 2). Böylece Orta Çağ'da resimler ile dini temsil eden ikonlar, 20. Yüzyılda kendilerinden iz bırakmak isteyen zengin iş adamlarını temsil eder bir hal almıştır.



Resim 2: Kent Silueti ve Chrysler Binası, New York (<https://buildingsdb.com/NY/new-york/chrysler-building/>)

1970 sonrasında, yükseklik yarışından çok yenilikçi tasarım yarışının ön plana çıktığı görülmüştür. Londra kent merkezinde yer alan Swiss Re Kulesi bu yapılara örnek olarak gösterilebilir (Resim 3). Norman Foster tasarımı olan bu yapı, (Eyfel Kulesi gibi) eleştirilere ve olumsuz tepkilere maruz kalmışsa da, zamanla şehrin ikonu haline gelmiştir. Kent silüetinde de önemli bir yer edinen Swiss Re Kulesi, “Building the Gherkin” adlı filme de konu olmuş ve Londra Mimarlık Bienali kapsamında İngiltere’de gösterilmiştir.



Resim 3: Kent Silueti Ve Swiss Re Kulesi (<https://richardkulczak.info/2003/04/17/swiss-re-tower-london/>)

21. yüzyılda ikonik bir yapı inşa etme isteği ve benzer yapısal özellikteki binaların sayısındaki artış nedeni ile bu yapılara olan ilginin sürdürülmesinde başarısız olunmaya başlanmıştır. Artık şekil ve boyut tek başına bir yapıyı ikon olarak nitelendirmek için yetersiz kaldığı düşünülmüştür. Charles Jencks bu konuda kapsamlı araştırmalar yapmış, ikonik yapıları oluşturan bazı ölçütler ortaya koymuştur.

Bunlar:

- Alışılmışın dışında şaşırtıcı biçimler,
- Büyük olma isteği,
- Yeni olan her şeyi kutsamak,
- Belirsiz anlamlar ve kodlamalar,
- Şöhret faktörüdür (Yargıç, 2009, s. 37-38).

Bütün bu ölçütler doğrultusunda tasarlanan ikonik yapıların, kentlerde statü göstergesi olarak kullanılıp, birey ile etkileşim kuran ve ziyaretçi çeken yapılar olması hedeflendiği görülmüştür. Kenti ve imajını tanıtmanın, marka değeri yaratmanın bir yolu olarak ikonik mimari yapıların oluşturulması düşünülmüş ve yıldız mimarlara başvurulmuştur.

Jorn Utzon tarafından 1973 yılında yapılan Sydney Opera Binası, alışılmışın dışında formu ile Avustralya'nın en eski yerleşimlerinden biri olan Sydney'e turistik anlamda tekrar canlılık ve marka değeri katmıştır. Jencks'e göre, Sydney Opera Binası'nın Avustralya üzerinde oluşturduğu etki gibi, Bilbao için de böyle "yumruk" niteliğinde bir etkiye ihtiyaç vardı (Resim 4). Böylece Bilbao kenti de canlılık kazanabilecek ve bir marka kente dönüşebilecekti.



Resim 4: Sydney Opera Binası, Avustralya (<https://www.architecturaldigest.com/gallery/little-known-facts-sydney-opera-house>)



Resim 5 & 6: *Sydney Opera Binası Cephesinin Işık Gösterisi İçin Kullanımı, Avustralya*
(<https://www.archdaily.com/872329/the-sydney-opera-house-comes-to-life-literally-with-vivid-sydney-light-show>)

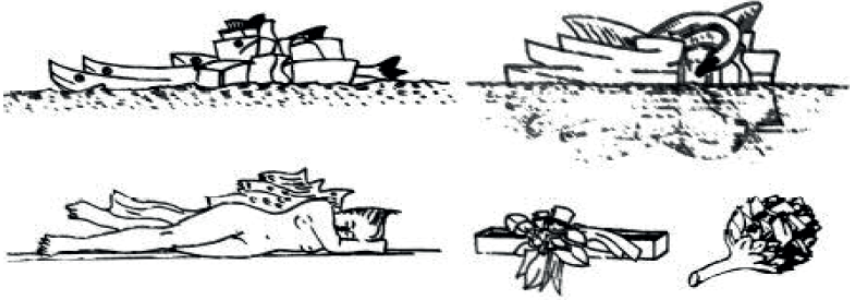
Bilbao Etkisi

elik, gemi yapımcılığı ve kimyasal endüstrileri ile sanayi odaklı üretim mekânı olarak gelişen Bilbao kenti, sanayide yaşanan gerilemeden dolayı en önemli kazanç kaynağını kaybetmiş ve yeni bir kent imajı oluşturmak istenmiştir. Kentte yeni bir fiziksel imaj yapılandırmak amacı ile bir dizi proje uy-

gulanmıştır. Bu projelerden biri olan Frank Gehry'nin Guggenheim Müzesi (Resim 7), alışılmışın dışında formu, yenilikçi tasarım anlayışı, metaforları (Resim 8) ve kodlamalarıyla Charles Jencks'in tanımladığı ölçütlerin somut bir temsili haline gelmiş; Bilbao kenti için bir kırılma noktası oluşturmuştur. Bu yapı, mimarların kentler için benzer etkiler yaratacak eserler üretme isteğini tetikleyen ve "Bilbao Etkisi" olarak adlandırılan küresel bir olgunun ortaya çıkmasına yol açmıştır.



Resim 7: Bilbao Guggenheim Müzesi (<https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/the-building>)



Resim 8: Frank Gehry'nin Bilbao Guggenheim Müzesi'ni Anlatan Metaforlar

Çizen: Madelon Vriesendorp (Yargıç, 2009)

Kentler için çağdaş sanat müzeleri, imaj oluşturma girişiminin temelinde yer almaktadır. Bu çerçevede, Bilbao kenti, kent markalaşma çabaları, günümüzün, "seri imalat şeklinde taklit edilen örneği" olarak nitelendirilen bir model olmuştur (Peker, 2006, s. 46).

Modern dönem öncesinde dini ve otoriteyi temsil eden heykellerin yerini, modern dönemde mimarın markalaşmasıyla ortaya çıkan ve mimarı temsil eden heykelimsi yapılar almıştır. Sydney Opera Binası ve sonrasında inşa edilen Guggenheim Müzesi, mimarlığın seyirlik bir temsil aracına dönüşmesinde ve kentlerin markalaştırılmasında kritik bir eşik olarak okunabilir.

Markalaşma Arzusu

Sydney Opera Binası, ardından Guggenheim Müzesi'nin bulunduğu kente kattığı marka değeri birçok kentte markalaşma arzusunu uyandırmıştır. Yere ait özelliklerinden, tarihinden ve kültüründen iz taşıyan mevcut kent dokusunun arasında, bu dokudan tamamen farklı olarak inşa edilen ikonik yapıların birçoğu markalaşma arzusunun bir sonucu olarak değerlendirilebilmektedir.

Kentleri markalaştırma amacı ile inşa edilen, kente ait kültürel ve tarihi özellikleri içerisinde barındırmayan ikonik yapılar, kent kimliğinin yok olmasına sebebiyet verebilmektedir. Yere ait özelliklerden kopuk olarak inşa edilen bu yapılar kent kimliğini tüketim nesnesi haline getirmekte, kente ait sosyal, kültürel ve fiziksel özellikleri metalaştırmaktadır.

Markalaşma çabası kentleri küresel bir rekabete itmiş, bu rekabette öne çıkabilmek adına kent dokusuna zıt düşen, boyutları birbiri ile yarışan, formun sınırlarının zorlandığı ikonik yapılara olan talebi artırmıştır. Daha çok müze, kültür merkezi gibi işlevlerde karşılaşılan bu yapılar kentin ekonomik olarak kalkınması için teşvik edici olmuştur. Şaşırtıcı ve benzeri olmayan formları ile bellekte yer edinmesi kolaylaşan ikonik yapılar, kentsel ayırt edilebilirliği sağlamak amacı ile ön plana çıkmaktadır. Baudrillard'a göre;

“Nadir nesnelere sınırlı miktarlarıyla ilintili olarak maksimal ayırt edicilik niteliğine sahiptir. Burada güzellik söz konusu değildir. Ayırt edicilik söz konusudur.” (Baudrillard, 2008, s. 136-138)

Her ne kadar ikonik yapılar form olarak birbirlerinden tamamen farklı olsalar da, onlara yüklenen anlam ve amaç bakımından benzerlik gösteriyor olmaları kentleri tektip hale getirmiştir. Toplumsal sorunları göz ardı eden ve “şoke edici” etkisiyle toplumu büyüleyen bu yapılar, kentlere yayılmaya devam ederken, aynı zamanda toplumun kentle kurduğu bağın zamanla zedelenmesine ve bireyin ait olduğu mekânda giderek yabancılaşmasına neden olabilmektedir. Toplumun anlamsız biçimlere tanıdık anlamlar yüklemeye çalışması, bu yabancılaşmanın meydana getirdiği bir sonuç olarak düşünülebilir. Örneğin, Çin’de inşa edilen Orient Kapısı (2004) (Resim 9) toplum tarafından bir pantolona, yine Çin’deki Guangzhou Dairesi (2013) (Resim 10) ise bir donuta benzetilmiştir. 20. yüzyılın sonlarından itibaren ikonik yapılaşmanın yoğun biçimde görüldüğü Çin bağlamında bu tür benzetmeler, ayırt edici olarak nitelendirilen yapıların sayısındaki artış nedeniyle, söz konusu yapılarının ayırt edicilikle-

rini yitirmiş olabilecekleri düşüncesini gündeme getirmektedir. Bu yapıların toplum tarafından farklı nesnelere benzetilmesi, ikonik yapılaşmanın artışına yönelik eleştirel bir tepki olarak okunduğunda, toplumsal bir farkındalığın oluşmaya başladığı ileri sürülebilir. Aksi halde, “kitsch” üretimin sürekliliği, toplumun yarattığı yabancılaşma ve yanılsamayı içselleştirerek tüketim döngüsünün edilgen bir parçası haline gelmesine yol açacaktır.



Resim 9: Orient Kapısı, Çin (<https://rmjm.com/portfolio/gate-to-the-east-china/>)



Resim 10: Guangzhou Daire, Çin (<https://www.archdaily.com/464054/guangzhou-circle-joseph-di-pasquale-architect>)

Kültürel ve tarihi anlamda “yer”e ait herhangi bir çağrışım bulundurmayan, belirsiz anlam ve biçimleri ile tüketim nesnelere haline gelmiş yapılar, “kitsch” olarak da nitelendirilebilmektedir. Baudrillard’a göre kitsch nesnelere;

“Güzelliğin ve orijinalliğin estetiğinin karşısına kendisinin simülasyon estetiğini koyar. (...) Teknolojik parodi, yararsız işlevlerin artması, gerçek pratik göndergesi olmayan işlevin sürekli simülasyonu.”dur. (Baudrillard, 2008, s. 136-138)

Toplum, Baudrillard’ın “fantezi ve hayalleri birleştiren rüya ve tüketim dünyaları” olarak bahsettiği bu simülasyonun içerisinde “soyut bir mutluluk yanılması” yaşamaktadır. Debord ise, mevcut üretim tarzının hem sonucu hem de tasarısı olan, somutlaşmış ve nesnelleşmiş bir dünya görüntüsüne işaret etmektedir. Bu görüntü, toplumun gereksinimi olmadığı halde sahip olması gerekiyormuş gibi gösterilen tüketim nesnelere oluşan bir dünyanın sunumudur.

“Gösteri, kendini tartışılmaz ve erişilemez devasa bir olumluluk olarak sunar, “Görünen şey iyidir, iyi olan şey görünür.” der. Tüm dünya aynı gösterinin sahnesidir artık; hepimiz aynı gösterinin oyuncusu ve seyircisi oluruz.” (Debord, 1996, s. 15-23)

Seyirlik Mimari

1990 sonrası dönemde mimarlık, ülkelerin ekonomik olarak kalkındırılmasına yönelik beklentilerle birlikte yeniden konumlandırılmaya başlanmıştır. Bu süreçte mimarlık, giderek bir pazarlama aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır; işlev ve kullanıcı gereksinimleri arka plana itilmiştir. 20. yüzyılın başında modernist mimarlar tarafından benimsenen “biçim işlevi takip eder” ilkesi, aynı yüzyılın sonuna gelindiğinde, işlevi ve kullanıcıyı büyük ölçüde göz ardı eden seyirlik mimarlık anlayışıyla yer değiştirmeye başlamıştır. Bu yeni yaklaşımda kullanıcıdan çok yatırımcının ön plana çıkması, mimarlığın gösteriş amacına hizmet eden bir tüketim nesnesine dönüşmesine zemin hazırlamıştır. Ekonomik kazancın simgeler ve imgeler üzerinden üretildiği bu dönemde, mimari üretimde görmeye ve göstermeye aşırı önem yüklenmiştir.

Televizyondan gazetelere reklamdan her tür ticari görünüşe kadar, kanserli bir görme çoğalması her şeyi gösterme ve gösterilme yeteneğine göre ölçen ve iletişimi görsel bir yolculuğa dönüştüren toplumumuzu karakterize etmektedir. Günümüzde tektonik mantıktan ve maddesellik duygusundan yoksun yüzeysel mimari imgelerin kanserli yayılmasının bu sürecin bir parçası olduğu açıktır (Pallasmaa, 2016, s. 30).

Gözden yana eğilimin arttığı bir mimarlık çağının ürünü olan yapılar mekân ile bellek arasında duyumsal bir alış-verişin gerçekleşmesini zorlaştırmakta, kültürel ve tarihi yoksunlukları sebebi ile anılarımız arasında gezinmemize ve bir hatırlanırılık oluşmasına engel olabilmektedir. Bu tür yapılarda

anlık etki yaratılmakta, orada var olan ne ise göz tarafından yalnızca o algılanmakta, var olmayanın çağrışımına olanak sağlanmamakta, duyumsanan ile imgelenen birbiri ile karışmamaktadır. Oysa mekâna nitelik kazandıran şeylerden biri, insan ile mekân arasında gerçekleşen duygu-düşünce alışverişidir. Bu alışverişin eksilmesine sebep olan yapıların sayısındaki artışı, toplumun zamanla bulunduğu çevreye yabancılaşmasına sebebiyet vermektedir. Debord'a göre;

“İzleyicinin seyredilen nesneye yabancılaşması şöyle ifade edilir: İzleyici hiçbir yerde kendini evinde hissetmez, çünkü gösteri her yerdedir.” (Debord, 1996, s. 22)

Soyut, her zaman somut sınırlara sahip olmayan ve matematiksel bir kavram olan mekân, Heidegger'e göre duyumsal bir alışverişle ve deneyimlenerek “yer”e dönüşmektedir. Mekânı “yer”e dönüştüren anlamsal derinliğin yeniden kazanılması ve toplumun çevreye yabancılaşmasının önüne geçebilmek amacı ile sadece görmeye değil, tüm duyulara hitap edebilecek bir mimarlık anlayışına ihtiyaç duyulmaktadır.

Deneyim Odaklı Mimari

Corbusier'e göre mimarlık ve şehircilik bireyin hizmetinde bir disiplindir ve görevi, insanların maddesel gereksinimleri ve düşünsel açıklıklarını özenli bir şekilde karşılamaktır (Usta, 2020, s. 25). İkonik yapılarda gelinen son nokta genellikle Corbusier'in mimarlık anlayışının aksini gösteriyor olsa da, hem ikonik formlara sahip olup hem de insan deneyimini temel alan yapıların da var olduğu görülmektedir. Bu noktada mimarların asıl amacı her ne kadar ikonik yapılar ortaya çıkarmak olmasa da nihayetinde yaptıkları bazı tasarımlar, seyirlik mimarinin aksine, deneyimlenebilen ikonik yapılar olarak nitelendirilebilmektedir. Kengo Kuma ve Tadao Ando'nun mimarlık anlayışını “deneyim odaklı mimari” yaklaşımı ile değerlendirebilmek mümkündür. Kuma ve Ando'ya göre binanın formu seyirlik mimariye hizmet edecek bir amaç değil, doğal çevrenin deneyimlenmesini sağlayan bir araçtır. Bu nedenle, her yerin farklı, kendine özgü olan özelliklerinin mekâna aktarılmasına mimari tasarımları ile eleştirel bir yaklaşım getirmişlerdir. Farklı fonksiyonlardaki yapılarında oluşturdukları tüneller veya boşluklar kamusal alanlar olarak kullanılmış, böylece toplum da tasarımın bir parçası haline gelmiştir. Tadao Ando tasarımı olan Shanghai Poly Grand Theatre bu yapılarla örnektir (Resim 11, Resim 12 & Resim 13).



Resim 11: İki Yapay Su Yolu Arasında Konumlanan Shanghai Poly Grand Theatre, Tadao Ando (<https://www.dezeen.com/2017/01/13/poly-grand-theatre-tadao-ando-shanghai-china-yueqi-li-photography/>)



Resim 12: Yapının İçinde Oluşturulan Tünellerin Kamusal Alan Olarak Kullanılması, Shanghai Poly Grand Theatre, Tadao Ando (Gibson, 2017)



Resim 13: *Shanghai Poly Grand Theatre, Tadao Ando (Gibson, 2017)*

Tadao Ando ve Kengo Kuma tasarımlarının, mekânda ışık ve gölge kontrastları yaratmak, doğayı mekâna yansıtmak ve mekânın bireyler tarafından deneyimlenerek içselleştirilmesini sağlamak gibi ortak paydalar taşıdıkları söylenebilir. Ancak kullandıkları malzeme ile birbirinden ayrılmaktadırlar. Tadao Ando daha çok beton malzeme kullanımı ile öne çıkarken, Kengo Kuma tasarımlarında ağırlıklı olarak doğal malzemelere yer vermiştir. Bu çalışmanın devamında Kengo Kuma'nın mimari anlayışı ve bu anlayışı yansıtır nitelikte, V & A Dundee Müzesi örneği ele alınacaktır.

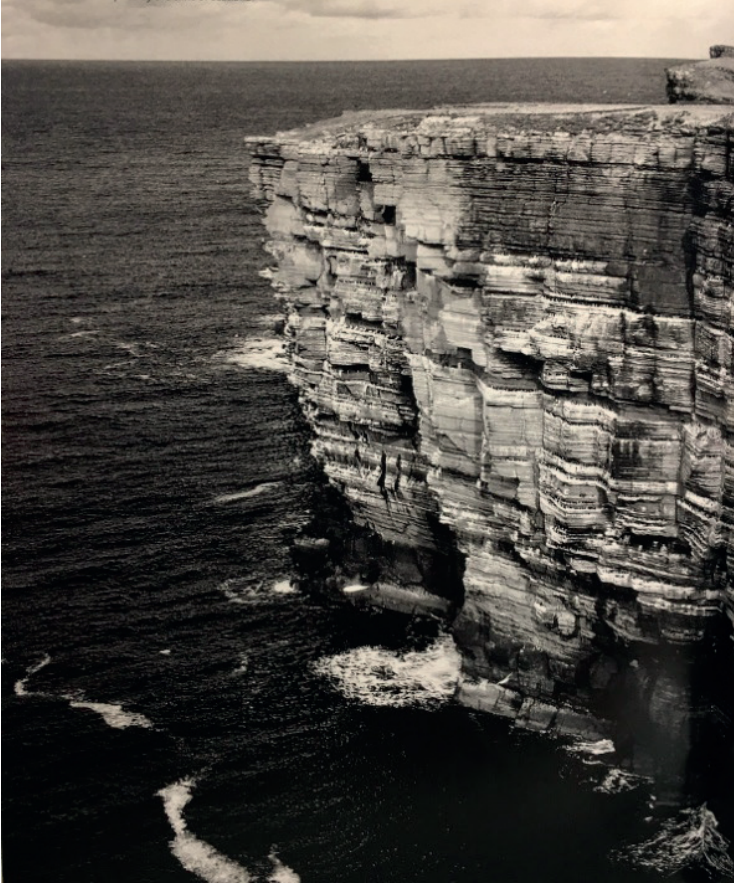
Türkiye'yi ziyareti sırasında yapılan bir röportajında “İkonik mimariye neden karşısınız?” sorusuna verdiği “Formlarla yapılan ikonik mimariye karşıyım. Bana göre ikonik olmanın tanımı deneyimden geçmeli, formdan değil.” cevabı ile seyirlik mimariye karşı toplum tarafından deneyimlenebilen mimarlık anlayışını desteklediğini gösteren Kuma, formlarla yapılan ikonik mimarinin getirdiği tektipleşmeye karşı bir duruş sergilemiştir (Ertuna, 2019). Kuma, doğal malzemeler kullanarak çevreye duyarlı yapılar ortaya koymaya ve Japon kültürünü bugüne uyarlamaya çalışmıştır. Tasarımlarında hafifliği ve şeffaflığı yansıtmak amacı ile ışık kullanımına önem vermiştir. İskoçya’da bulunan V&A Dundee Müzesi, Kengo Kuma'nın deneyimlenebilen ikonik yapılarına örnek olarak gösterilebilmektedir.

V&A Dundee Müzesi, İskoçya

Kengo Kuma tarafından tasarlanan V&A Dundee, İskoçya'nın ilk tasarım müzesidir. Dundee 20. Yüzyıla kadar İskoçya'nın refah içerisinde yaşayan şehirlerinden biri olmuştur. Ancak 20. Yüzyılda inşa edilen yapıların Tay Nehri ile şehir merkezi arasındaki ilişkiyi koparması olumsuz bir etki doğurmuştur. V&A Dundee Müzesi tasarımı ile Kengo Kuma, şehir ile nehri tek-

rar birbirine bağlamayı hedeflemiştir. Şehir merkezinin hareketliliğinin Tay Nehri kıyısına da yayılması istenmiştir. Bu bağlamda Dundee ve Bilbao kenti arasında bir benzerlik görülebilmektedir. Her iki yapı da eski canlılığını kaybetmiş olan yerlere yeniden hareketlilik kazandırma düşüncesi ile inşa edilmiş müze yapılarıdır. Ancak toplumsal açıdan birbirine zıt düşen bazı mimari tasarım anlayışları, bu iki yapıyı birbirinden ayırmaktadır. Guggenheim Müzesi'nin gözmerkezci yaklaşım ile Bilbao'yu marka kente dönüştürmesi amaçlanırken toplum seyirci olarak bırakılmış; V&A Dundee Müzesi'nin ise İskoç kültürünü geliştirmesi beklenmiş ve yapı bir bütün, toplum ile tasarım ise bu bütünün bir parçaları olabilecek şekilde tasarlanmıştır.

V&A Dundee tasarımında Kengo Kuma, doğal çevre ile bütünleşen bir yapı ortaya çıkarmıştır. Yapının formunu İskoçya'nın doğu kıyısındaki kayalıklardan (Resim 14), cephesini ise arazi formunun ritminden esinlenerek tasarlamıştır (Resim 15) (Kuma, 2018).



Resim 14: İskoçya'nın Doğu Kıyısındaki Kayalıklar (Özhisar, 2018)



Resim 15: *V&A Dundee Müzesi, İskoçya (Özhisar, 2018)*

Kuma, ikonik yapılar ortaya koymanın, yapıların deneyimlenebilmesi ile mümkün olduğunu belirtmiş ve bu düşüncesini V&A Dundee Müzesi'nin tasarımı ile mimariye de yansıtmıştır. Müze formu, gölge ve ışığın yarattığı ambiyans ile toplumu adeta kendisini deneyimlemeye davet etmeliydi.

Gölgelerin rahatlatıcı etkisini yapılarında deneyimlenmesini sağlayan Kuma, bu rahatlatıcı etkinin sebebini insanlığın tarihi ile ilişkilendirmiştir. Geçmişte insanlar ormanlarda yaşamışlardır. Ağaçların dalları gölgeler oluşturur, dalların arasından ışık süzülür ve rüzgâr estikçe dalların birbirini sürtünmesi sonucunda sesler meydana gelir. Yapıda oluşturduğu boşluklar ile içeriye süzülen ışık, bu ışığın iç mekânda meydana getirdiği gölgeler ve ahşap plakaların hareketi ile mekânda oluşan ses, doğal çevreye ait özelliklerin mekânda hissettirilmesini ve deneyimlenmesini sağlamaktadır. Cephede ve iç mekânda doğal bir malzeme olan ahşabı kullanmış, ahşabın tarihten izler taşıyan yaşam sürecine insanları da dahil etmiştir. Mekânda meydana gelen bu tür özellikler, duyumsanan ile imgelenenin birbiri ile karışmasına olanak vermektedir.



Resim 16 & 17: İç Mekâna Süzülen Işık ve Ahşap Plakalar (Özhisar, 2018)

Boşluğun Manası

Doğa ile mimarlığın, formda yarattığı boşluklar vasıtası ile birbiri ile iletişim kurduğunu ifade eden Kengo Kuma, aslında yapı ile birlikte boşluğu da tasarlamış, form içerisinde boşluğa anlamlar yüklemiştir. Görmenin egemen

olduğu mekânlardaki kendini gösterme çabasının, mekânın içinde bulunduğu çevreyi gösterme çabası ile değişmesinde Kuma'nın form içerisinde oluşturduğu boşluklar önemli bir yere sahiptir.



Resim 18: Bina Kütlesinde Tasarlanan Boşluk (Özhisar, 2018)



Resim 19: Tasarlanan Boşluk İçerisinden Görünen Tay Nehri Manzarası (Özhisar, 2018)

20. yüzyıldan itibaren yoğunlaşan yapılaşma süreçleri, kent ile Tay Nehri arasındaki ilişkiyi zayıflatarak toplumun doğal çevreden giderek uzaklaşmasına neden olmuştur. Ancak kentsel çeperlerin genişlediği ve çevresel zorlukların arttığı günümüzde, doğal unsurları yapılı çevreye entegre etmek sadece bir tercih değil, küresel iklim krizi bağlamında ekolojik ve insani refahı gözetilen bütünsel bir zorunluluktur. Bu noktada Balcıoğlu ve Erdemonar (2025), sürdürülebilir tasarım yaklaşımlarının insanlar ve doğa arasında yeniden derin bağlar kurarak yaşam kalitesini artırdığını ve ruh sağlığını desteklediğini vurgulamaktadır. V&A Dundee Müzesi, bu sürdürülebilir ve bütünleştirici yaklaşımın somut bir örneği olarak, kütesinde tasarlanan stratejik boşluk aracılığıyla Dundee'nin merkezindeki Union Caddesi ile Tay Nehri'ni fiziksel ve görsel olarak birleştirir. Binanın bu boşluklu formu, Heidegger'in köprü ve "mahal" (mekân) kavramları arasında kurduğu ontolojik ilişkiyle paralellik gösterir; zira Heidegger'e göre, "Köprü var olmazdan önce mahal zaten orada değildir (...) Köprü orada bulunmak üzere ilk kez bir mahallin parçası olmaz, tersine mahal köprü vasıtasıyla varoluş alanına gelir" (Bergen, 2015). Tıpkı bu köprü imgesinde olduğu gibi, müzenin boşluklu kütle organizasyonu da kent ile nehir arasında bir eşik işlevi görerek, nehrin kent yaşamı içinde yeniden "orada" ve varoluş alanında olmasına imkân tanıyan bir mekânsal arayüz sunar. Tasarımın merkezinde yer alan bu boşluk, kentsel hareketliliği kıyı hattına taşıyarak Tay Nehri'nin kamusal ve rekreasyonel bir alan olarak yeniden topluma kazandırılmasını sağlamıştır.

Sonuç Ve Değerlendirme

Bir kenti tekrar canlandırmak, kenti ekonomik olarak kalkındırmak gibi sebepler için mimariye başvurulması, mimariyi toplumsal olma amacından saptıran yapıların ortaya çıkmasındaki sebeplerden biri olmuştur. Bu nedenle insanları deneyimden uzaklaştıran, amaç ve özellikleri bakımından tektipleşen, seyirlik olarak nitelendirebileceğimiz yapıların sayısında artış görülmeye başlanmıştır. Bu durum karşısında Kengo Kuma, ikon olmanın form ile mümkün olabileceği düşüncesini eleştirmiş, bir yapının ikon olmasının deneyimlenerek mümkün olabileceğini dile getirmiştir (Ertuna, 2019).

Tablo 5.1'de Guggenheim Müzesi ve V&A Dundee Müzesi temsili olarak ele alınmış ve ikonik yapılar, seyirlik mimari ve deneyim odaklı mimari olarak iki kategoriye ayrılmıştır. Yapılan araştırmalar doğrultusunda, bütün ikonik yapılar için geçerli olmamakla beraber, bu iki kategorinin taşıdığı amaç ve özelliklere dair genel bir karşılaştırmaya yer verilmiştir.

Markalaşma arzusu ile inşa edilen ikonik yapılar genellikle yere ait özelliklerden bağımsız olarak inşa edilmiştir. Bu nedenle yapı, bulunduğu yerden alınıp başka, herhangi bir yere koyulabilir veya yapı aynı form ile başka bir yerde de inşa edilebilir. Ancak V&A Dundee Müzesi gibi yapılarda bu mümkün değildir. Yapı, çevrede bulunan Tay Nehri ve şehir merkezi göz önünde

bulundurulmuş, yapı formunda bulunduğu yer ile ilişkili olarak boşluklu bir tasarıma başvurulmuştur.

Toplumun ağırlıklı olarak edilgen bir izleyici konumuna yerleştiren seyirlik mimari, çarpıcı ve şoke edici formları aracılığıyla anlık bir etki yaratmayı amaçlamaktadır. Buna karşılık deneyim odaklı mimari, ışık ve gölge ambiyanası gibi mekânsal unsurlar üzerinden kullanıcıyı mekânı deneyimlemeye davet eden bir yaklaşım sunmaktadır. Bu anlayışta, görsel algının ötesine geçilerek deneyimin sürekliliği hedeflenmekte ve mekânsal etki zaman içinde devam ettirilmektedir. Mimari yalnızca göze değil; mekânda oluşan sesler aracılığıyla işitme duyusuna, kullanılan doğal malzemeler yoluyla ise dokunma duyusuna da hitap etmektedir. Ayrıca mekânda oluşan gölgeler, kullanıcının imgelem dünyasının harekete geçirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Seyirlik mimari pratiklerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, toplumun çevresiyle kurduğu ilişkinin zayıfladığı ve mevcut yapı tipolojileriyle büyük ölçüde uyumsuz mimari örneklerin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Her ne kadar alışılmışın dışında biçimler deneyim odaklı mimaride de görülebilse de; doğadan esinlenen yapı formları, doğal malzemelerin cephede ve iç mekânda kullanımı, boşluklu kütle organizasyonu aracılığıyla kamusal alan ile müze işlevinin bütünleştirilmesi ve toplumun tasarım sürecinin bir parçası olarak ele alınması, deneyim odaklı mimarinin daha dengeli ve kapsayıcı bir yaklaşım olarak değerlendirilebilmesine olanak tanımaktadır.

Her iki yapı türü de göz önünde bulundurulduğunda, alışılmışın dışında yapı formlarının iki türde de ortaya çıkabileceği görülmektedir. Ancak yapılaşma amaçları, özellikleri bu iki türü birbirinden ayırmaktadır. Salt göze hitap eden yapıların aksine, belli bir kültürü geliştirmeyi amaçlayan, yere ait özellikler barındıran ve insan deneyimini temel alan yapılar, markalaşma amacı gütmeyen de ikon olmanın mümkün olabileceğini göstermektedir.

KAYNAKLAR

- Balcıoğlu, G., & Erdemonar, M. S.** (2025). Küresel İklim Krizi Ortamında Çevreci Ve Sürdürülebilir Mimari Yaklaşımlar. *Journal Of Spatial Studies* , vol.2, no.1, 57-69.
- Baudrillard, J.** (2008). Kitle İletişim Araçları, Cinsiyet Ve Boş Zaman Etkinlikleri. *Tüketim Toplumu Söylenceleri/Yapıları* (s.136-138). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Coşkun, B. S.** (2014). Afrika'da Sürdürülebilir Yaklaşımlar Arayışında Bir Mimar: Peter Rich. *Mimar.ist* , 25-29.
- Debord, G.** (1996). Gösteri Olarak Meta. *Gösteri Toplumu ve Yorumlar* (s.25-31). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Erkal, N.** (2007). Gösteri Olarak Mimarlık: Turizmin Güncel Mimarlığa Etkileri Üzerine. *Mimarlık Dergisi*.
- Erkartal, P. Ö.** (2016). Gösteri(ş) Mimarlığına Bir Antitez: Villa Vals'in Düşündürdükleri. *Yapı Dergisi* , 64-70.
- Gür, Ş. Ö.** (2017). Bilbao Etkisi. *Yapı Dergisi*.
- Özcan, U., & Güngör, S.** (2019). Yersizleşmeye Rağmen: Tadao Ando'yu "Yer" Bağlamında Okumak. *Yapı Dergisi*.
- Özerk, G. B., & Yüksekli, B. A.** (2011). Küresel Kent, Kentsel Markalaşma ve Yok-Mekan İlişkileri. *İdeal Kent*.
- Pallasmaa, J.** (2016). *Tenin Gözleri*. İstanbul: Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları.
- Peker, E.** (2006). Kentin Markalaşma Sürecinde Çağdaş Sanat Müzelerinin Rolü: Kent Markalaşması Ve Küresel Landmark. *İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi* . İstanbul.
- Polat, E.** (2020). Son Dönem Kültür & Sanat Yapılarının İkonik Değerleri Işığında Kengo Kuma ve Odunpazarı Modern Müze'nin Değerlendirilmesi. *Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi* . İstanbul.
- Usta, G.** (2020). Mekan ve Yer Kavramlarının Anlamsal Açından İrdelenmesi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication* , 25-30.
- Vidler, A.** (2017). Mimarlığın Genişletilmiş Sahası. K. Sykes içinde, *Yeni Bir Günden İnşa Etmek: Mimarlık Kuramı 1993-2009* (s. 293-305). Küre Yayınları.
- Yargıç, S.** (2009). Küreselleşen Kentlerde İkonik Yapıların Kentsel Kimlik Oluşumuna Etkileri Üzerine İrdeme. *Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi* . İstanbul.

İNTERNET KAYNAKLARI

- Bergen, L.** (2015, Nisan 19). Ocak 18, 2021 tarihinde <http://lutfibergen.blogspot.com/2015/04/heidegger-ve-mimari-3-kopru-mahal-ve.html> adresinden alındı.
- Ertuna, Ç.** (2019, Haziran 30). *Milliyet*. Aralık 10, 2020 tarihinde <https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/cagdas-ertuna/instagram-mimariyi-degistirdi-2896767> adresinden alındı.
- Gibson, E.** (2017, Ocak 13). *Tadao Ando's Shanghai Poly Grand Theatre captured In New Photographs*. Aralık 17, 2020 tarihinde Dezeen: <https://www.dezeen.com/2017/01/13/poly-grand-theatre-tadao-ando-shanghai-china-yu-eqi-li-photography/> adresinden alındı.
- Kuma, K.** (2018, Eylül 16). On designing and building the V&A Dundee: Kengo Kuma. (S. Nickalss, Röportajı Yapan). Aralık 10, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=7JyCIObEoEE&t=72s> adresinden alındı.
- Özhisar, H.** (2018, Ekim 9). *United Kingdom Architecture News*. Aralık 20, 2020 tarihinde World Architecture: https://worldarchitecture.org/architecture-news/ephpf/a_living_room_for_the_city_welcome_kengo_kumas_v_a_museum_dundee.html adresinden alındı.
- Uzunkaya, A.** (2014). *Mimarinin Önüne Geçen Sembol Olma Durumu*. Ocak 4, 2021 tarihinde Mimarlıkta Kuram ve Eleştiri: <https://mimarliktakuramveelestiri.wordpress.com/2014/12/02/mimarinin-onune-gecen-sembol-olma-durumu-l-asli-uzunkaya/> adresinden alındı.



Bölüm

4

**TANIMLI BOŞLUKTAN
TANIMSIZ DOLULUĞA: ÇARŞI
GÜMÜŞHANE-GÜMÜŞHANE
KAPALI PAZARYERİ PROJESİ**

“

”

Şule Sinem SÜRDEM¹

¹ Gümüşhane Üniversitesi, Mimarlık ve Şehir Planlama Bölümü, Gümüşhane sule-surdem@gmail.com-sulesurdem@gumushane.edu.tr

Giriş

Mekân, mimarlık disiplininin hem kurucu unsuru hem de temel ifade aracıdır. Mimarlık üretimi, mekânın sınırlandırılması, örgütlenmesi ve anlamlandırılması süreçleri üzerinden biçimlenirken, mekân da mimarlık aracılığıyla fiziksel, kavramsal ve temsili bir gerçeklik kazanmaktadır. Bu karşılıklı üretim ilişkisi, mekânı mimarlık nesnesinin içinde konumlanan edilgen bir bileşen olmaktan çıkararak, mimarlık düşüncesinin üretildiği, temsil edildiği ve tartışmaya açıldığı bir epistemolojik alan haline getirmektedir. Bu nedenle mimarlık üzerine geliştirilen her düşünsel ve eleştirel konum, doğrudan mekânın nasıl tanımlandığı, hangi araçlarla temsil edildiği ve hangi kavramsal çerçeveler içerisinde anlam kazandığı sorularıyla ilişki içerisindedir.

Modern mimarlık düşüncesi içerisinde mekân, büyük ölçüde sınırları belirlenmiş, ölçülebilir ve geometrik olarak temsil edilebilir bir boşluk olarak kavranmıştır. Plan, kesit ve görünüş gibi temsil araçları, mekânın fiziksel organizasyonunu tanımlayan ve onu nesnel bir bilgi alanı içerisinde konumlandıran temel araçlar olarak işlev görmüştür. Bu temsil sistemleri aracılığıyla mekân, belirli sınırlar içerisinde organize edilen, işlevleri barındıran ve kullanıcı eylemlerinin gerçekleşmesine olanak tanıyan bir boşluk olarak tarif edilmiştir. Bu yaklaşım, mimarlık nesnesinin anlaşılmasını ve değerlendirilmesini, mekânsal organizasyonun biçimsel ve geometrik özellikleri üzerinden kurulan bir okuma çerçevesi içerisinde konumlandırmıştır (Norberg-Schulz, 1971; Zevi, 1993).

Bu mekânsal anlayış, mekânın ontolojik statüsünü sınırlandırılmış bir hacim ve tanımlı bir boşluk olarak konumlandıran kuramsal bir paradigmaya karşılık gelmektedir. On dokuzuncu yüzyıl sonu ve yirminci yüzyıl başında geliştirilen mekân kuramları, mimarlığın özünü mekânsal organizasyonun üretimi olarak tanımlarken, bu organizasyonu sınırlar, yüzeyler ve hacimsel ilişkiler üzerinden kavramıştır. Schmarsow (1893/1994), mekânı bedensel algı ve hareket üzerinden tanımlayarak mimarlığın özünü mekânsal deneyimin üretimi olarak konumlandırmıştır. Bu kuramsal yaklaşımlar, mekânın mimarlık nesnesi içerisinde sınırlandırılmış ve tanımlanabilir bir hacim olarak kavranmasına dayalı düşünsel çerçevenin oluşumunda belirleyici olmuştur.

Ancak yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren geliştirilen eleştirel mekân kuramları, mekânın sınırlandırılmış ve nesnel bir boşluk olarak kavranmasına dayalı bu yaklaşımı sorgulamaya açmıştır. Lefebvre (1991), mekânın toplumsal olarak üretildiğini ileri sürmüştür. Bu yaklaşım, mekânın fiziksel organizasyonu ile temsil süreçleri ve toplumsal pratikler arasındaki karşılıklı üretim ilişkisini vurgulamaktadır. Benzer biçimde Foucault (1986), mekânın farklı söylemsel ve toplumsal ilişkiler içerisinde anlam kazandığını ve mekânsal organizasyonun bu ilişkiler aracılığıyla biçimlendiğini ortaya koymuştur. Bu kuramsal çerçeve, mekânın sabit ve nesnel bir varlık olarak

tanımlanamayacağını, farklı üretim süreçlerinin kesişiminde oluşan dinamik bir yapı olarak kavranması gerektiğini göstermektedir.

Bu kuramsal dönüşüm, çağdaş mimarlık üretiminde gözlemlenen mekânsal yaklaşımlarla birlikte daha görünür hale gelmiştir. Artan programatik karmaşıklık, yapı ile parsel arasındaki ilişkinin bütüncül biçimde ele alınması ve yüzey süreklilikleri üzerinden kurgulanan mekânsal organizasyonlar, mekânın sınırlandırılmış boşlukların toplamı olarak kavranmasına dayalı anlayışın ötesine geçen mekânsal durumlar ortaya koymaktadır. Pallasmaa (2005), mimarlık deneyiminin yüzey, malzeme ve bedensel algı üzerinden oluştuğunu vurgulayarak, mekânın algısal, duyuşsal ve maddi yoğunluk üzerinden kavranan bir deneyim alanı olduğunu belirtmektedir. Bu yaklaşım, mekânın hacimsel boşluk olarak tanımlanan bir organizasyon yerine, yapı kütleleri, yüzey süreklilikleri ve mekânsal yoğunluk üzerinden kavranan bütüncül bir mekânsal gerçeklik olarak ele alınmasına olanak tanımaktadır.

Bu bağlamda mekân, sınırlandırılmış boşlukların toplamı olarak tanımlanan bir organizasyon olmaktan uzaklaşarak, mimarlık nesnesinin fiziksel varlığı, programatik organizasyonu ve onu tanımlayan söylemsel üretim süreçlerinin kesişiminde oluşan bir mekânsal doluluk olarak kavranabilir hale gelmektedir. Bu dönüşüm, mimarlık nesnesinin estetik değerlendirilmesine yönelik mevcut okuma çerçevelerini de doğrudan etkilemektedir. Mimarlık nesnesinin anlamı ve estetik değeri, mekânsal organizasyon ile bu organizasyonu tanımlayan, temsil eden ve dolaşıma sokan söylemsel üretim süreçlerinin kesişiminde oluşmaktadır.

Bu çalışma, mekânın tanımlı bir boşluk olarak kavranmasına dayalı mekânsal anlayıştan, mekânsal doluluk ve söylemsel üretim süreçleri üzerinden kavranan bir mekân anlayışına doğru gerçekleşen dönüşümün, mimarlık nesnesinin estetik olarak değerlendirilmesi üzerindeki etkilerini araştırmaktadır. Bu doğrultuda, mimarlık nesnesinin tasarımcı ve işveren tarafından hangi kavramsal çerçeveler içerisinde tanımlandığı, bu söylemlerin mimarlık nesnesinin estetik anlamının oluşumuna nasıl katkıda bulunduğu ve mimarlık nesnesinin çeşitli yayım araçları aracılığıyla dolaşıma giren temsillerinin bu estetik anlamın yeniden üretiminde nasıl bir rol oynadığı sorularına odaklanılmaktadır.

Çalışma kapsamında örneklem olarak seçilen Gümüşhane Kapalı Pazaryeri Projesi, mekânın doluluk üzerinden kavranmasına ilişkin mekânsal ve söylemsel veriler sunan bir mimarlık nesnesi olarak ele alınmaktadır. Yapının mekânsal organizasyonu, programatik yoğunluğu ve onu tanımlayan söylemsel üretim süreçleri, mekânın tanımlanma biçimindeki dönüşümün mimarlık nesnesi ölçeğinde incelenmesine olanak sağlamaktadır. Bu doğrultuda çalışma, mimarlık nesnesinin estetik değerlendirilmesine yönelik söylem temelli bir analiz yaklaşımı önererek, mimarlık nesnesinin mekânsal varlığı ile söylemsel üretim süreçleri arasındaki ilişkinin analiz edilmesine yönelik kuramsal ve metodolojik bir çerçeve ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Yapının güncel adı Çarşı Gümüşhane olmakla birlikte, çalışmada kavramsal ve terminolojik tutarlılığı korumak amacıyla metin boyunca Gümüşhane Kapalı Pazaryeri Projesi olarak anılacaktır.

1. Pazaryeri Mekânının Tipolojik, Mekânsal ve Sosyo-Mekânsal Dönüşümü: Literatür Değerlendirmesi

Pazar yeri, geçmişten günümüze bilginin kolektif olarak üretildiği, depolandığı ve yayıldığı bir ortam olmasının yanı sıra, bulunduğu her yerde bir altyapı görevi görmektedir (Tan, 2020). Pazaryeri, tarihsel olarak kentsel yaşamın temel mekânsal bileşenlerinden biri olarak ortaya çıkmış ve farklı dönemlerde değişen toplumsal, ekonomik ve mekânsal koşullar doğrultusunda çeşitli dönüşümler geçirmiştir. Ticaretin gerçekleştiği bir değişim mekânı olmanın ötesinde, pazaryeri, toplumsal etkileşimlerin yoğunlaştığı, kamusal yaşamın görünür hale geldiği ve kentsel deneyimin üretildiği bir mekânsal ortam olarak kentsel yapının önemli bir parçasını oluşturmuştur. Bu yönüyle pazaryeri, kentsel mekânın fiziksel organizasyonu ile toplumsal yaşam pratikleri arasındaki ilişkinin okunabileceği, tüm toplumsal gruplara hitap eden, geleneksel ticaret mekanlarıdır (Özgüç ve Mitchell, 2000; Tunçel, 2009).

Pazaryerlerinin mekânsal organizasyonu tarihsel süreç içerisinde önemli dönüşümler geçirmiştir. Antik dönem yerleşimlerinde ticari faaliyetler çoğunlukla açık kentsel boşluklar içerisinde gerçekleşmiş, agora, panayır ve forum gibi kamusal alanlar ticaret ile toplumsal yaşamın kesiştiği mekânsal merkezler olarak işlev görmüştür (Ful, 1998). Bu mekânlar, belirli bir yapı kabuğu ile sınırlandırılmış kapalı mekânsal organizasyonlardan ziyade, kentsel boşluk içerisinde tanımlanan ve çevresindeki yapılarla birlikte anlam kazanan ilişkiel mekânsal oluşumlar olarak varlık göstermiştir. Bu durum, pazaryerinin mekânsal varlığının başlangıçta mimarlık nesnesi olarak tanımlanan kapalı bir yapı üretiminden ziyade, kentsel boşluk içerisinde oluşan geçici ve değişken mekânsal ilişkiler üzerinden biçimlendiğini göstermektedir.

Benzer biçimde, geleneksel pazaryerleri uzun yıllar boyunca açık veya yarı açık mekânsal organizasyonlar olarak varlığını sürdürmüş ve bu mekânlar esnek kullanım biçimleri ile karakterize edilmiştir. Şengün (2018), sokak pazarlarını geçici mekânsal organizasyonlar olarak tanımlamakta ve bu mekânların zamansal süreklilikten ziyade periyodik ve geçici bir mekânsal kurgu üzerinden varlık kazandığını belirtmektedir. Bu geçicilik, pazaryerinin mekânsal tanımını sabit bir yapı üretimi yerine, kullanım süreçleri, toplumsal etkileşimler ve zamansal döngüler üzerinden oluşan bir mekânsal durum olarak konumlandırmaktadır. Bu bağlamda pazaryeri, mekânsal sınırlarla tanımlanan statik bir yapıdan ziyade, belirli zaman dilimleri içerisinde ortaya çıkan ve toplumsal pratiklerle yeniden üretilen dinamik bir mekânsal organizasyon olarak değerlendirilebilir.

Pazaryerinin mekânsal organizasyonu, bulunduğu coğrafi ve toplumsal

bağlama bağlı olarak farklı biçimlenmeler göstermektedir. Türkiye’de geleneksel yaşam tarzının ve kültürün bir parçası olan pazarlar; doğal, kültürel ve mekânsal farklılığın bir yansıması olarak hem kırsal hem de şehirsiz alanlarda kurulmaktadır (Arıcı, 2019). Türkiye’de haftalık pazarlar üzerine yapılan çalışmalar, pazaryerlerinin kentsel mekân kullanım biçimleri üzerinde belirleyici bir rol üstlendiğini ve farklı toplumsal grupların bir araya geldiği önemli kamusal mekânlar oluşturduğunu ortaya koymaktadır (Çalışkan, 2011; Tunçel, 2009). Benzer şekilde Bakırcı (1999; 2012), Doğu Karadeniz bölgesinde yaylaların dönemsel olarak pazaryeri işlevi üstlendiği ve bu mekânların ekonomik işlevlerinin çok önemli olduğunu ancak yaylalarda kurulan pazarların yakın geçmişte insan guruplarının şehir merkezlerine daha rahat erişebilmeleri sebebiyle önemini büyük ölçüde yitirdiğini belirtmiştir. Bu durum, pazaryerinin mekânsal tanımının sabit bir yapı üretimi ile sınırlı kalmadığını, toplumsal ve ekonomik ilişkiler doğrultusunda farklı mekânsal bağlamlar içerisinde yeniden üretilebildiğini göstermektedir.

Pazaryerleri, ticari işlevlerinin yanı sıra kültürel ve toplumsal anlamlar üreten mekânsal ortamlar olarak da ele alınmaktadır. Bayat (2019), pazaryerinin sadece ekonomik ihtiyaçları değil, aynı zamanda sosyal ihtiyaçları da karşılayan yerler folklorik bir üretim alanı olarak değerlendirerek, bu mekânların toplumsal belleğin oluşumunda ve kültürel pratiklerin sürdürülmesinde önemli bir rol üstlendiğini vurgulamaktadır. Benzer biçimde Güngör (2021), pazaryerinin mekânsal değerinin ötesinde kültürel ve simgesel anlamlar taşıyan bir mekân olduğunu ve bu mekânların sanatsal temsiller aracılığıyla kültürel bir imgeye dönüştüğünü ifade etmektedir. Bu çalışmalar, pazaryerinin fiziksel mekânsal organizasyonunun yanı sıra, bu mekânın toplumsal ve kültürel anlam üretim süreçleri içerisinde konumlandığını ortaya koymaktadır.

Modern kentleşme süreçleri ile birlikte, pazaryeri mekânı, açık ve geçici mekânsal organizasyonlardan daha kalıcı ve yapılaşmış mekânsal organizasyonlara doğru dönüşüm göstermiştir. Artan nüfus yoğunluğu, ticari faaliyetlerin sürekliliğinin sağlanmasına yönelik gereksinimler ve kentsel düzenlemeler, pazaryerinin belirli bir mimari kabuk içerisinde organize edilmesine yol açmıştır. Bu süreçte pazaryeri, açık kentsel boşluk içerisinde kurulan geçici bir organizasyon olma durumundan uzaklaşarak, belirli sınırlar içerisinde tanımlanan ve mimarlık nesnesi olarak ele alınabilen yapısal organizasyonlara dönüşmüştür. Bu dönüşüm, pazaryerinin mekânsal tanımında önemli bir değişimi temsil etmekte ve pazaryerinin mekânsal varlığının açık boşluk üzerinden tanımlanan bir organizasyon yerine, yapısal süreklilik ve mekânsal doluluk üzerinden kavranmasını mümkün kılmaktadır.

Çağdaş mimarlık üretimi içerisinde pazaryeri yapıları, artan programatik çeşitlilik ve değişen kentsel gereksinimler doğrultusunda çok işlevli mekânsal organizasyonlar olarak yeniden ele alınmaktadır. Bu yapılar, ticari faaliyetlerin gerçekleştiği mekânlar olmanın yanı sıra, kentsel yaşamın sürekliliği içerisinde aktif rol oynayan, kamusal etkileşimleri destekleyen ve kentsel kimliğin oluşumuna katkıda bulunan mimarlık nesnelere olarak konumlanmaktadır. Bu bağlamda Koday & Çelikoğlu (2011) pazarların sosyo-ekonomik ve kültürel özelliklerinin incelenmesi, kapasitelerinin ve etki sahalarının belirlenmesi, ileriye dönük kentsel planlamalarda uygulanabilir doğru kararların alınmasında faydalı olabileceği belirtmiştir.

Günümüzde ise pazaryeri yapılarının mekânsal organizasyonunun açık ve geçici mekânsal oluşumlardan, yapısal süreklilik, mekânsal yoğunluk ve programatik bütünleşme üzerinden tanımlanan mimarlık nesnelere doğru evrildiğini görülmektedir.

Tablo 1. Pazaryerinin Tarihsel ve Kavramsal Gelişimi

Dönem / Yaklaşım	Mekânsal Tipoloji	Mekânsal Özellikler	Toplumsal Rol	Mimari / Kentsel Anlam
Geleneksel dönem	Açık pazar	Açık alan, geçici tezgâhlar, esnek kurulum	Sosyal etkileşim, yüz yüze ticaret	Organik kentsel oluşum, spontan mekân
Geçiş dönemi	Yarı açık pazar	Üst örtü, açık yan cepheler, yarı tanımlı mekân	Toplumsal buluşma ve korunma	Yarı kalıcı kamusal yapı
Modernleşme dönemi	Kapalı pazar	Sabit yapı, kontrollü iç mekân, iklim koruması	Düzenli ticaret, konforlu kamusal kullanım	Planlı ticaret yapısı
Geç modern dönem	Hibrit ticaret yapıları	Pazar + ticaret + sosyal işlevlerin birleşimi	Çok katmanlı sosyal kullanım	Karma kullanım yapısı
Çağdaş dönem	Çok işlevli pazaryeri	Esnek kullanım, dönüşebilir mekân	Kamusal yaşam üretimi	Kentsel simge ve mimari odak

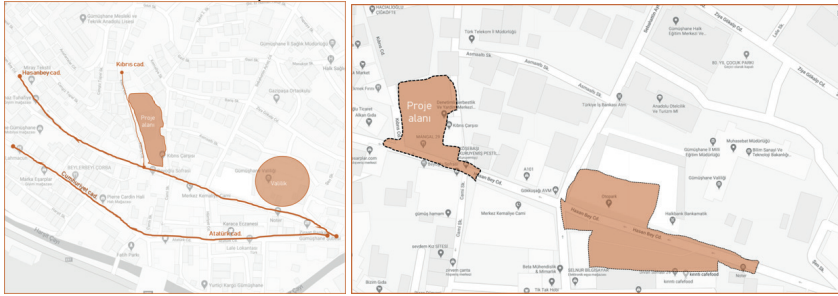
Bu çerçevede pazaryeri mekânı, açık kentsel boşluklar içerisinde kurulan geçici mekânsal organizasyonlardan, yapısal süreklilik ve mekânsal doluluk üzerinden tanımlanan mimarlık nesnelere doğru gerçekleşen bir dönüşüm süreci içerisinde ele alınabilir. Bu dönüşüm, pazaryeri yapısının mekânsal varlığının ve estetik anlamının, mekânsal organizasyon ile bu organizasyonu tanımlayan ve temsil eden söylemler arasındaki ilişki üzerinden oluştuğunu göstermektedir. Bu bağlamda pazaryeri yapıları, mekânın tanımlanma biçimindeki dönüşümün mimarlık nesnesi ölçeğinde incelenmesine olanak sağlayan önemli örnekler sunmaktadır.

Bu doğrultuda, çalışma kapsamında incelenen Gümüşhane Kapalı Pazaryeri Projesi, pazaryeri tipolojisinin çağdaş mimarlık üretimi içerisindeki mekânsal ve söylemsel dönüşümünü analiz etmek için uygun bir örneklem alanı oluşturmaktadır. Yapının mekânsal organizasyonu, programatik yoğunluğu ve bu yapıyı tanımlayan söylemsel üretim süreçleri, mekânın tanımlı bir boşluk olarak kavranmasına dayalı mekânsal anlayıştan, mekânsal doluluk ve söylemsel üretim süreçleri üzerinden kavranan bir mekânsal duruma doğru gerçekleşen dönüşümün analiz edilmesine olanak sağlamaktadır.

2. Örneklem Analizi: Gümüşhane Kapalı Pazaryeri Projesi

2.1. Mekânsal Doluluk ve Programatik Yoğunluk

Gümüşhane Kapalı Pazaryeri Projesi, Gümüşhane kent merkezinde Hasanbey ve Kıbrıs Caddelerinin kesişiminde, yaya ve araç hareketinin yoğunlaştığı bir kentsel odakta konumlanmaktadır. İşverenliği Gümüşhane Belediyesi tarafından üstlenilen ve mimari tasarımı Yalın Tasarım Mimarlık tarafından gerçekleştirilen projenin tasarım süreci 2015 yılında başlamış, 2017 yılında tamamlanması öngörülmüş olmasına karşın inşaa süreci planlanan takvimin ötesine uzamıştır.



Görsel 1. Proje alanının kentteki konumu (İnt. 1)

Kapalı pazaryeri projesinin inşaa sürecinin başlaması ile birlikte, proje alanının yakın çevresindeki kentsel dokuda gözle görülür bir dönüşüm süreci başlamış ve özellikle proje parseline bitişik konumlarda yeni konut yapılarının inşaa edilmesi ile yapılaşma yoğunluğu artmıştır. Parsel sınırına

oldukça yakın mesafelerde konumlanan yeni apartman blokları, proje alanının çevresinde mevcut yapı yoğunluğunu daha da artırarak bölgedeki mekânsal sıklığı belirginleşmesine neden olmuştur. Bu durum, kapalı pazaryeri projesinin yalnızca mevcut kentsel yoğunluğa müdahale eden bir mimarlık nesnesi olarak kalmadığını, aynı zamanda çevresindeki yapılaşma süreçlerini tetikleyen ve bölgedeki mekânsal doluluğun artmasına katkıda bulunan bir kentsel odak haline geldiğini göstermektedir.



Görsel 2. Proje sürecinin öncesi ve sonrası (İnt.2)

Proje sürecinde karşılaşılan yapısal ve teknik sorunlar da yapının yer seçimi ve planlama sürecine ilişkin önemli veriler sunmaktadır. Yerel basında yer alan açıklamalarda, inşaat sürecinde meydana gelen yoğun yağışlar nedeniyle çevredeki yol altyapısında çökmelerin yaşandığı ve bu durumun inşaat sürecini doğrudan etkilediği ifade edilmektedir (İnt.3). Ayrıca proje alanının topografik özellikleri, özellikle yol kotu ile yapı zemini arasındaki kot farkı ve arazinin eğimli yapısı, yapının inşaat sürecinde özel mühendislik çözümleri gerektirdiğini ortaya koymaktadır. Nitekim proje alanının yakın çevresinde bulunan mevcut yapıların yapısal güvenliğini korumak amacıyla, inşaat sürecinde fore kazık uygulamaları gerçekleştirilmiş ve bu durum yapının bulunduğu kentsel dokunun yeni bir yapı kütlelerini taşıma kapasitesinin sınırlı olduğunu göstermiştir (İnt.4). Bu müdahaleler, mimarlık nesnesinin mevcut kentsel boşluk içerisinde yer alan geçici bir kullanım organizasyonunun yerine, yapısal olarak yoğun ve kalıcı bir mekânsal doluluk üretmesinin, çevresel ölçekte yeni yapısal düzenlemeler gerektirdiğini ortaya koymaktadır.

Proje alanı, tasarım öncesinde dükkanların yer aldığı ve haftanın belirli günlerinde açık pazaryeri olarak kullanılan, kentsel boşluk niteliği taşıyan bir mekânsal organizasyon üretmektedir. Bölgenin konumu ve önemi hakkında “Modern pazaryeri gün sayıyor” başlıklı haberde yer alan açıklamaları ile o dönemki belediye başkanı Çimen (2020) öncesinde bu araziden bir derenin aktığını, konumunun önemini farkında olduklarını belirtmiştir (İnt.5). Yine o dönemki belediye başkanı (Çimen, 2018) tarafından yapılan başka açıklamalarda, “Gümüşhane’nin yıllardır Zafer meydanında ve eski ismi ile Kıbrıs çarşısında hem köy pazarımız hem de haftada bir gün açılan Salı pazarımız vardı ve bu alan da pazaryeri şeklinde olan açık bir alandı.”

sözleriyle söz konusu alanın geçmişte açık pazaryeri olarak kullanıldığı ve kentsel ticaretin önemli odaklarından biri olduğu anlaşılmaktadır. (İnt.6). Bu bağlamda söz konusu alan, belirli günlerde etkinleşen, kullanım sona erdiğinde yeniden boşluk karakterine dönen zamansal süreksizliklere dayalı bir mekânsal örgütlenme üretmiştir.

Proje alanında gerçekleştirilen yerinde incelemeler ve tasarım sürecine ilişkin değerlendirmeler, bu kentsel boşluğun yeniden tasarlanmasına zemin hazırlayan çeşitli mekânsal ve işlevsel problemlerin varlığına işaret etmektedir. Tasarımcı (Serhatlı, 2015a, s. 13), alanın mevcut kullanımına ilişkin problematik unsurları; bölgenin karasal iklim koşulları nedeniyle açık pazaryeri kullanımının yılın önemli bir bölümünde kesintiye uğraması, pazarıcı araçlarının alanda plansız biçimde konumlanması ve yüklem-boşaltma süreçlerinin mekânsal düzensizlik üretmesi, pazaryerini kullanan ziyaretçilerin park sorunu yaşaması ve kentte üniversitenin varlığı ile artan genç nüfusun sosyal ve ticari ihtiyaçlarını karşılayabilecek mekânsal olanakların yetersiz kalması olarak tanımlamaktadır. Bu sorunlar, proje alanının mevcut durumda geçici kullanım pratikleri üzerinden tanımlanan bir kentsel boşluk olmasına karşın, kentin artan mekânsal ve programatik gereksinimlerini karşılamakta yetersiz kaldığını ortaya koymaktadır.



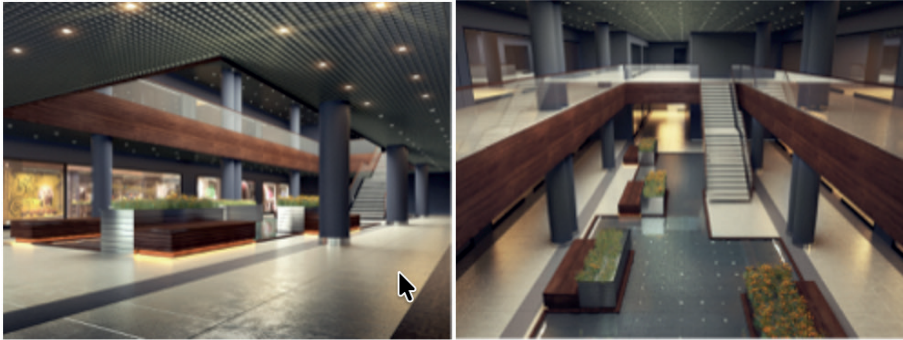
Görsel 3. *Gümüşhane Kapalı Pazaryeri ve çevresi (Yazar Arşivi, 2021)*

Tasarım sürecine yön veren mekânsal ve çevresel veriler, tasarımcı tarafından alanın topografik özellikleri, yönlenme koşulları, ulaşım bağlantıları ve çevrede yer alan tarihi yapılar ile kurulan ilişki üzerinden tanımlanmaktadır (Serhatlı, 2015a, s. 14). Tasarım kararları içerisinde özellikle yapının zemin düzleminde konumlanan pazaryeri alanına araç erişiminin sağlanması ve bu alanın pazaryerinin kurulmadığı zaman dilimlerinde otopark olarak kullanılabilmesi, yapının mekânsal organizasyonunun

programatik esneklik üzerinden kurgulandığını göstermektedir. Bu durum, kent merkezinde var olan otopark ihtiyacına çözüm üretme amacı taşımakla birlikte, yoğun yaya hareketinin gözlemlendiği bir kentsel odakta araç ve yaya erişiminin aynı düzlemde kesişmesine neden olmaktadır. Bu mekânsal organizasyon, yapının kent ile kurduğu ilişkinin sürekliliğini kesintiye uğratmakta ve yapının zemin düzleminde farklı zaman dilimlerinde değişen mekânsal deneyimler üretmesine neden olmaktadır.

Tasarımcı tarafından yapının, iklim koşullarına uyum sağlayan, yarı açık mekânsal organizasyonlar aracılığıyla kamusal kullanımı destekleyen çok işlevli bir yapı olarak kurgulandığı ifade edilmektedir (Serhatlı, 2015a, s. 14). Ancak yapının kütsel büyüklüğü, programatik yoğunluğu ve bulunduğu kentsel dokunun fiziksel sınırlılıkları birlikte değerlendirildiğinde, mimarlık nesnesinin mekânsal doluluğu hafifleten bir organizasyon üretmekten ziyade, mevcut yapı yoğunluğunu artıran ve kentsel mekânın doluluk karakterini güçlendiren bir müdahale olarak ortaya çıktığı görülmektedir.

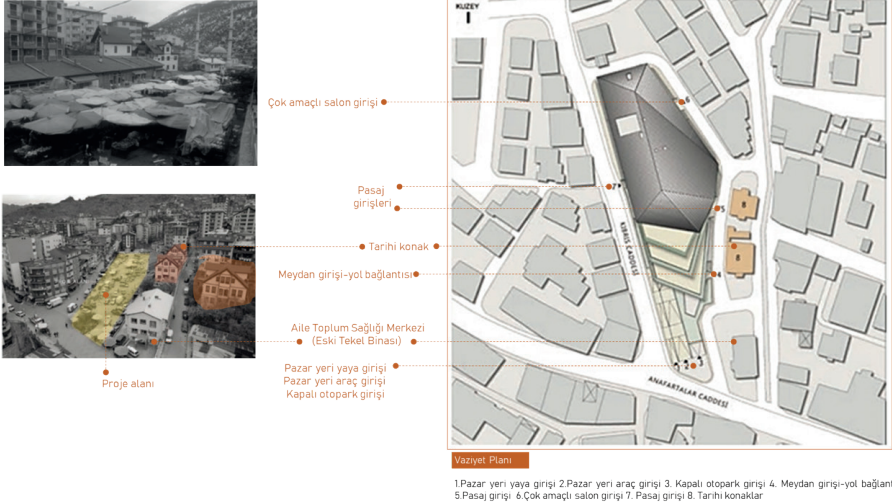
Mevcut durumda açık pazaryeri olarak kullanılan bu kentsel boşluk, yeni proje ile birlikte kapalı bir yapı organizasyonu içerisinde yeniden tanımlanmıştır. Yapı, pazaryeri işlevinin yanı sıra 23 tane dükkân, 200 araçlık otopark ve çok amaçlı salondan oluştuğu belirtilmiştir (İnt.6). Dolayısıyla yapı programatik bir yoğunluğa sahiptir. Bu programatik genişleme, mekânsal organizasyonun yalnızca belirli zaman dilimlerinde kullanılan geçici bir boşluk olmaktan uzaklaşarak, sürekli kullanım potansiyeline sahip, yapısal olarak tanımlanmış bir mekânsal doluluğa dönüşmesine neden olmaktadır.



Görsel 4. *Gümüşhane Kapalı Pazaryeri iç mekân (İnt.7)*

Projede geçici bir durumdan kalıcı bir mekânsal organizasyona dönüşüm, öncelikle yapının parsel ile kurduğu ilişki üzerinden okunabilir. Tasarım, parsel sınırlarının büyük ölçüde yapı kütseli tarafından işgal edilmesi ile karakterize edilmektedir. Yapının parsel üzerinde yayılımı, geleneksel pazaryerlerinin kentsel boşluk içerisinde kurulan geçici mekânsal organizasyonlarından farklı olarak, mekânsal doluluğun yapısal bir süreklilik

üzerinden üretildiğini göstermektedir. Bu durum, mekânın sınırlandırılmış boşlukların toplamı olarak tanımlanan bir organizasyon olmaktan uzaklaşarak, yapı kütesinin sürekliliği üzerinden tanımlanan bir mekânsal gerçekliğe dönüştüğünü ortaya koymaktadır.



Görsel 5. Gümüşhane Kapalı Pazaryeri vaziyet planı (Serhatlı, 2015b)

Projedeki programatik yoğunluk, mekânsal doluluğun oluşumunda belirleyici bir rol üstlenmektedir. Tasarımın içerdiği dükkânlar, otopark ve çok amaçlı salon gibi işlevler, yapının yalnızca pazaryeri olarak değil, farklı kullanımlara hizmet eden çok işlevli bir yapı olarak kurgulandığını göstermektedir. Bu durum, yapının mekânsal organizasyonunu genişleterek, yapının kent içerisindeki mekânsal varlığını güçlendirmektedir. Bu bağlamda mekânsal doluluk, yalnızca fiziksel yapı kütesinin varlığı ile sınırlı kalmamakta, aynı zamanda programatik organizasyon aracılığıyla üretilen mekânsal yoğunluk üzerinden de tanımlanmaktadır. Kapalı otopark işlevi, yapının zemin düzlemindeki mekânsal organizasyonunu belirlerken, üst katlarda yer alan ticari birimler ve çok amaçlı salon, yapının düşey yönde genişleyen bir mekânsal doluluk üretmesine katkıda bulunmaktadır. Bu durum, mekânsal organizasyonun yatay ve düşey düzlemlerde süreklilik kazanmasını sağlamaktadır.

Kapalı pazaryeri projesinin uygulanmaya başlanması ile birlikte pazar yerinin mevcut kullanıcıları, geçici olarak kentin farklı bölgelerine taşınmış ve projenin tamamlanmasının ardından yeniden aynı alana yerleşecekleri ifade edilmiştir. Ancak projenin mimari çizimlerinde dükkânların ihale numaraları ile tanımlanması ve bu birimlerin satışa konu edilmesi, mevcut kullanıcıların aynı mekânsal organizasyon içerisinde kesintisiz biçimde varlıklarını sürdüreceklerine ilişkin sürekliliğin kırıldığını göstermektedir. Gümüşhane Belediye Başkanlığı tarafından yapılan açıklamada, proje

kapsamında yer alan ticari birimlerin 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu'nun 47. maddesi uyarınca açık teklif usulü ile satışa sunulacağı ve belirlenen satış bedelinin önemli bir ekonomik değer taşıdığı ifade edilmektedir (İnt.8).

Tasarımcının yapıyı “yoğun yapılaşmanın içinde, şehrin nefes alan bir odağı” ve “kamusal kullanımı destekleyen bir yapı” olarak tanımlaması (Serhatlı, 2015b), mekânsal doluluğun kamusal kullanım ile ilişkilendirilmesi üzerinden üretilen bir söylem ortaya koymaktadır. Ancak yapının kütleli organizasyonu ve programatik yoğunluğu, mekânsal doluluğun kamusal boşluk üretimi ile değil, yapı kütlelerinin sürekliliği ile tanımlandığını göstermektedir. Daha önce açık pazaryeri olarak kullanılan ve belirli zaman dilimlerinde aktif hale gelen kentsel boşluk, yeni yapı ile birlikte sürekli varlık gösteren bir mekânsal doluluğa dönüşmüştür. Bu dönüşüm, kent belleğinde açık pazaryeri olarak yer edinmiş bir mekânsal organizasyonun, yapısal ve programatik yoğunluk aracılığıyla yeniden tanımlanmasına neden olmaktadır. Açık pazaryeri olarak kullanılan kentsel boşluk, geçici kullanım biçimleri aracılığıyla esnek bir mekânsal organizasyon üretirken, yeni yapı organizasyonu mekânsal süreklilik ve yapısal yoğunluk üzerinden tanımlanan kalıcı bir mekânsal durum ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Gümüşhane Kapalı Pazaryeri Projesi, mekânsal organizasyonun boşluk üretimi üzerinden değil, yapı kütleleri ve programatik yoğunluk aracılığıyla üretilen mekânsal doluluk üzerinden tanımlandığı bir mimarlık nesnesi olarak değerlendirilebilir. Bu durum, mimarlık nesnesinin estetik değerinin mekânsal doluluk, programatik organizasyon ve söylemsel üretim süreçlerinin kesişiminde oluştuğunu göstermektedir.

2.2. Tipolojik Kırılma: Açık Pazaryerinden Kapalı Mekânsal Sürekliliğe Geçiş

Pazaryeri, tarihsel olarak açık kentsel boşluk içerisinde kurulan ve belirli zaman dilimlerinde aktif hale gelen geçici mekânsal organizasyonlar üzerinden tanımlanan bir tipolojiye karşılık gelmektedir. Bu tipolojik yapı, sabit bir mimarlık nesnesi üretmekten ziyade, kentsel boşluğun belirli kullanım pratikleri aracılığıyla yeniden tanımlanması üzerinden varlık kazanmaktadır.

Haftalık pazarlar, belirli günlerde kurulan ve ticari faaliyetlerin tamamlanmasının ardından ortadan kalkan mekânsal organizasyonlardır. Bu bağlamda açık pazaryeri, mimarlık nesnesi tarafından sınırlandırılmış bir iç mekân organizasyonu üretmek yerine, kentsel boşluk içerisinde kurulan geçici mekânsal ilişkiler üzerinden varlık kazanan bir tipoloji olarak değerlendirilebilir.

Gümüşhane Kapalı Pazaryeri Projesi'nin inşa edildiği alanın geçmişte açık pazaryeri olarak kullanılmış olması, bu tipolojik yapının dönüşümünü analiz etmek için önemli bir zemin sunmaktadır. Belediye tarafından yapılan açıklamalarda, söz konusu alanın uzun yıllar boyunca haftalık pazarın

kurulduğu ve açık kentsel boşluk olarak işlev gördüğü ifade edilmektedir (İnt.6). Bu kullanım biçimi, mekânın fiziksel bir yapı tarafından sürekli olarak tanımlanmadığı, belirli zaman dilimlerinde kurulan geçici yapılar ve kullanım pratikleri aracılığıyla mekânsal kimlik kazandığı bir organizasyon üretmiştir. Açık pazaryeri, bu yönüyle mimarlık nesnesinin sürekli varlığına dayalı bir mekânsal organizasyon üretmekten ziyade, kullanım pratikleri aracılığıyla yeniden tanımlanan bir mekânsal durum ortaya koymaktadır.

Kapalı pazaryeri projesi ile birlikte bu mekânsal organizasyon, geçici ve açık bir mekânsal durumdan, sürekli varlık gösteren ve mimarlık nesnesi tarafından tanımlanan bir mekânsal organizasyona dönüşmüştür. Bu dönüşüm, tipolojik düzeyde önemli bir kırılmayı temsil etmektedir. Açık pazaryerinde mekân, kentsel boşluk içerisinde kurulan geçici mekânsal organizasyonlar aracılığıyla tanımlanırken, kapalı pazaryeri yapısında mekân, yapı kütlesi tarafından sınırlandırılan ve sürekli varlık gösteren bir mekânsal organizasyon olarak ortaya çıkmaktadır. Bu tipolojik dönüşüm, mekânsal süreklilik kavramı üzerinden daha açık biçimde okunabilir. Açık pazaryeri, belirli zaman dilimlerinde ortaya çıkan ve kullanımın sona ermesiyle birlikte ortadan kalkan geçici bir mekânsal organizasyon üretirken, kapalı pazaryeri yapısı sürekli varlık gösteren ve mekânsal süreklilik üreten bir mimarlık nesnesi olarak varlık kazanmaktadır.

Programatik organizasyon, bu tipolojik dönüşümün mekânsal karşılığını oluşturan önemli bir bileşen olarak ortaya çıkmaktadır. Açık pazaryeri, temel olarak ticari faaliyetlerin gerçekleştiği geçici kullanım biçimleri ile sınırlı kalırken, kapalı pazaryeri yapısı dükkânlar, otopark ve çok amaçlı salon gibi farklı işlevleri barındıran çok katmanlı bir mekânsal organizasyon üretmektedir. Bu programatik genişleme, yapının mekânsal organizasyonunu genişleterek, yapının pazaryeri tipolojisinin ötesine geçen bir mekânsal organizasyon üretmesine neden olmaktadır. Bu durum, pazaryeri tipolojisinin sabit bir ticari mekân üretmekten ziyade, çok işlevli ve sürekli kullanım potansiyeline sahip bir mimarlık nesnesine doğru evrildiğini göstermektedir. Bu dönüşüm, mekânsal organizasyonun estetik olarak kavranış biçimini de doğrudan etkilemektedir. Açık pazaryeri, kentsel boşluk içerisinde kurulan geçici yapılar ve kullanım pratikleri aracılığıyla esnek ve değişken bir mekânsal organizasyon üretirken, kapalı pazaryeri yapısı yapı kütesinin sürekliliği ve programatik organizasyon aracılığıyla tanımlanan kalıcı bir mekânsal durum ortaya koymaktadır.

Tasarımcı ve işveren tarafından üretilen söylemler de bu tipolojik dönüşümün kavramsal düzeyde yeniden tanımlanmasına katkıda bulunmaktadır. Yapının “çarşı”, “alışveriş merkezi” ve “cazibe merkezi” gibi farklı kavramlar aracılığıyla tanımlanması (Serhatlı, 2015a; İnt.5), yapının tipolojik olarak sabit bir pazaryeri tanımının ötesine geçen bir mekânsal organizasyon olarak kavrandığını göstermektedir. Bu söylemler, yapının pazaryeri tipolojisi

içerisinde konumlanmasına karşın, farklı tipolojik referanslar aracılığıyla yeniden tanımlandığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Gümüşhane Kapalı Pazaryeri Projesi, açık pazaryeri tipolojisinin zamansal süreksizlik ve mekânsal boşluk üzerinden tanımlanan organizasyonundan, mekânsal süreklilik ve mekânsal doluluk üzerinden tanımlanan bir mimarlık nesnesine doğru gerçekleşen tipolojik dönüşümü temsil etmektedir. Bu dönüşüm, mekânın tanımlı boşluk olarak kavranmasına dayalı tipolojik organizasyonun, mekânsal doluluk ve yapısal süreklilik üzerinden kavranan bir mimarlık nesnesine dönüşümünü açık biçimde ortaya koymaktadır.

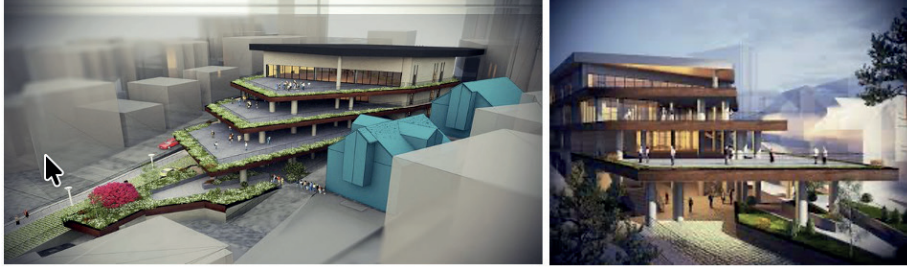
2.3. Mimarlık Nesnesinin Söylem Üzerinden Estetik Olarak Yeniden Tanımlanması

Mimarlık nesnesinin estetik anlamı, fiziksel mekânsal organizasyonun ötesinde, bu nesneyi tanımlayan, temsil eden ve dolaşıma sokan söylemsel üretim süreçleri aracılığıyla biçimlenmektedir. Mimarlık nesnesi, tasarım süreci içerisinde geliştirilen kavramsal çerçeve, bu çerçevenin işveren tarafından kamusal alanda yeniden tanımlanması ve mimarlık nesnesinin çeşitli yayım araçları aracılığıyla temsil edilmesi süreçleri içerisinde estetik ve kavramsal anlam kazanmaktadır. Bu bağlamda söylem, mimarlık nesnesinin yalnızca tanımlanmasını sağlayan bir ifade biçimi olmaktan öte, mimarlık nesnesinin estetik olarak kavranışını doğrudan etkileyen bir üretim alanı olarak değerlendirilebilir.

Gümüşhane Kapalı Pazaryeri Projesi, tasarımcı, işveren ve yayım araçları tarafından üretilen söylemler aracılığıyla yeniden tanımlanan bir mimarlık nesnesi olarak ortaya çıkmaktadır. Tasarımcı tarafından geliştirilen söylem, yapının kavramsal ve mekânsal organizasyonunu tanımlayan bir çerçeve üretmektedir. Tasarımcı, yapıyı “yoğun yapılaşmanın içinde, şehrin nefes alan bir odağı” ve “kamusal kullanımı destekleyen bir yapı” olarak tanımlamaktadır (Serhatlı, 2015b). Bu tanımlama, yapının mekânsal organizasyonunu kamusal kullanım ve mekânsal açıklık kavramları üzerinden kavramsallaştırmaktadır. Ancak yapının parsel ile kurduğu ilişki ve programatik yoğunluğu, mekânsal organizasyonun fiziksel olarak yoğun bir yapı kütlesi üzerinden tanımlandığını göstermektedir. Bu durum, mekânsal organizasyon ile bu organizasyonu tanımlayan söylem arasında belirli bir ayrışma ortaya koymaktadır.

Proje, kentin merkezinde, mevcut yapı yoğunluğunun yüksek olduğu ve çevresinde tarihi konakların yer aldığı bir kentsel bağlam içerisinde konumlanmaktadır. Bu bağlam, hem fiziksel yoğunluk hem de tarihsel süreklilik açısından çok katmanlı bir mekânsal yapı ortaya koymaktadır. Tasarımcı, bu yoğunluk içerisinde yapının kütleli etkisini hafifletmek amacıyla yapının üst kotlarda geri çekilerek küçülen teraslar aracılığıyla kademelendirilmesini, kamusal kullanımı destekleyen açık alanlar

oluşturulmasını ve yapı kütesinin yeşil öğelerle desteklenmesini tasarım kararlarının temel bileşenleri olarak tanımlamaktadır (Serhatlı, 2015a, s. 14). Bu yaklaşım, mimarlık nesnesinin mekânsal doluluğunu azaltmaya ve çevresi ile daha geçirgen bir ilişki kurmaya yönelik bir tasarım stratejisi olarak ifade edilmektedir.



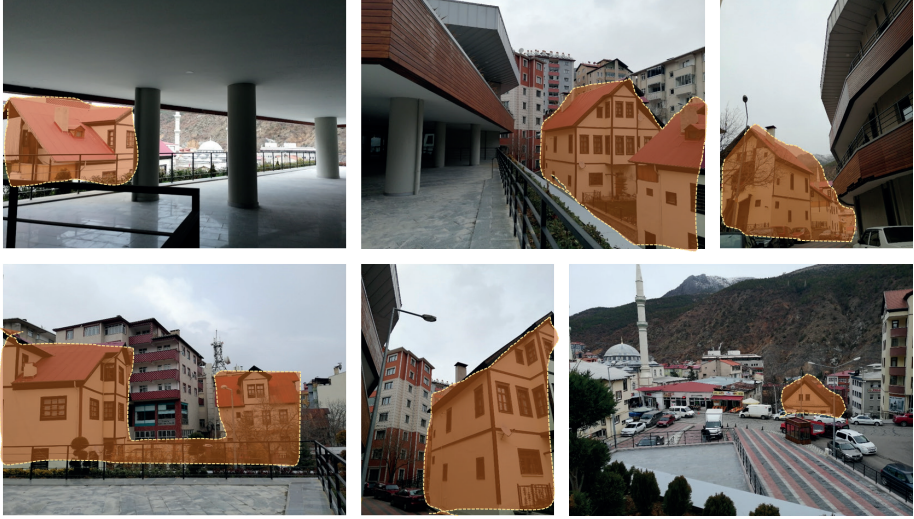
Görsel 6. *Gümüşhane Kapalı Pazaryeri (İnt.8)*

Ancak yapının parsel ile kurduğu mekânsal ilişki ve kütesel organizasyonu birlikte değerlendirildiğinde, teraslar aracılığıyla oluşturulan bu kademelenmenin yapının genel mekânsal doluluğunu ortadan kaldırmadığı, aksine yapı kütesinin parsel sınırları içerisinde süreklilik gösteren bir mekânsal doluluk üretmeye devam ettiği görülmektedir. Yapının teraslarla kademelenmiş olması, üst kotlarda kütesel algıyı parçalamaya yönelik bir biçimsel strateji üretmekle birlikte, yapı kütesinin parselin tamamına yayılan mekânsal varlığını değiştirmemektedir. Bu durum, mimarlık nesnesinin mekânsal doluluğunu azaltmaya yönelik söylemsel ve biçimsel stratejiler ile fiziksel olarak üretilen mekânsal gerçeklik arasındaki ayrışmayı ortaya koymaktadır.

Benzer biçimde, tasarımda yer verilen bitkisel öğelerin yapı teraslarında sınırlı ve parçalı biçimde kullanılması, yapı kütesinin yoğun mekânsal varlığını dönüştüren bir peyzaj organizasyonu üretmekten ziyade, yapı yüzeyine eklenen tamamlayıcı unsurlar olarak varlık göstermektedir. Bu durum, yapı kütesinin bulunduğu kentsel bağlam içerisindeki mekânsal doluluk karakterini dönüştürmek yerine, bu doluluğun sürekliliğini koruyan bir mekânsal organizasyon ortaya koyduğunu göstermektedir.

Tasarımın çevrede yer alan tarihi konaklarla kurduğu ilişki de mekânsal organizasyon ile söylemsel üretim süreçleri arasındaki ilişkiyi değerlendirmek açısından önemli veriler sunmaktadır. Tasarımcı, yapının tarihi konakların perspektifini genişletecek biçimde geri çekilerek konumlandırıldığını ve bu yapılarla görsel ve mekânsal ilişki kuracak açık alanlar oluşturulduğunu ifade etmektedir (Serhatlı, 2015a, s. 14). Ancak yapının giriş organizasyonu ve mekânsal yönelimi incelendiğinde, yaya ve araç erişiminin ağırlıklı olarak yapının güney ve batı cepheleri üzerinden sağlandığı ve tarihi konakların bulunduğu doğu cephesi ile doğrudan bir mekânsal etkileşim kurulmadığı

görölmektedir. Bu durum, tasarımın söylemsel düzeyde kurduğu mekânsal ilişki ile fiziksel mekânsal organizasyon arasında belirli bir ayrışma olduğunu göstermektedir.



Görsel 7. Gümüşhane Kapalı Pazaryeri'nden çevresindeki tarihi konakların görünümü
(Yazar arşivi, 2021)

İşveren tarafından üretilen söylem ise yapının estetik ve simgesel anlamının yeniden tanımlanmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Dönemin belediye başkanı tarafından yapının “gemi gibi yukarı doğru yaslanan” bir yapı olarak tanımlanması ve tarihi konaklara saygı göstermek amacıyla bu biçimsel organizasyonun tercih edildiğinin ifade edilmesi (İnt.5), mimarlık nesnesinin biçimsel özelliklerinin metaforik bir temsil aracılığıyla yeniden anlamlandırıldığını göstermektedir. Bu metaforik tanımlama, mimarlık nesnesinin fiziksel mekânsal organizasyonunun ötesinde, söylemsel üretim süreçleri aracılığıyla simgesel bir estetik değer kazandığını ortaya koymaktadır. Benzer biçimde yapının “çarşı”, “cazibe merkezi” ve “benzersiz bir kamusal yapı” olarak tanımlanması, mimarlık nesnesinin tipolojik sınırlarının söylem aracılığıyla yeniden genişletildiğini göstermektedir. Bu tanımlamalar, yapının tipolojik olarak sabit bir pazaryeri tanımının ötesine taşındığını ve farklı ticari ve kamusal yapı tipolojileri ile ilişkilendirildiğini göstermektedir. Bu söylem, mimarlık nesnesinin estetik ve kavramsal anlamını, işlevsel çeşitlilik ve kentsel çekim merkezi olma durumu üzerinden yeniden üretmektedir.

Tasarım ofisi tarafından benimsenen “yalın, sade ve eklentiden uzak” tasarım anlayışı (Serhatlı, 2015, s. 28), yapı cephe organizasyonu ve malzeme kullanımı üzerinden mekânsal olarak ifade edilmektedir. Ancak

yapı kütesinin boyutları, cephe organizasyonu ve programatik yoğunluğu birlikte değerlendirildiğinde, mimarlık nesnesinin bulunduğu kentsel bağlam içerisinde güçlü bir mekânsal doluluk üreten bir mimarlık nesnesi olarak varlık kazandığı görülmektedir. Bu durum, mimarlık nesnesinin estetik anlamının yalnızca biçimsel sadelik veya malzeme kullanımı üzerinden değil, yapı kütesinin ürettiği mekânsal doluluk ve bu doluluğun söylemsel olarak yeniden tanımlanması süreçleri aracılığıyla oluştuğunu göstermektedir.

Yayım araçları aracılığıyla üretilen söylemler de mimarlık nesnesinin estetik anlamının yeniden üretiminde önemli bir rol üstlenmektedir. Yapının çeşitli mimarlık yayınlarında yer alması ve bu durumun işveren tarafından yapının estetik ve mimari değerinin bir göstergesi olarak sunulması, mimarlık nesnesinin estetik değerinin söylemsel temsiller aracılığıyla meşrulaştırıldığını göstermektedir. Bu süreç, mimarlık nesnesinin fiziksel varlığının ötesinde, söylemsel dolaşım aracılığıyla estetik anlam kazandığını ortaya koymaktadır.

Programatik organizasyon da mimarlık nesnesinin söylemsel olarak yeniden tanımlanmasında belirleyici bir rol üstlenmektedir. Yapının pazaryeri, çarşı, otopark ve çok amaçlı salon gibi farklı işlevleri barındırması, yapının tekil bir yapı tipolojisi ile tanımlanmasını zorlaştırmaktadır. Bu durum, mimarlık nesnesinin söylemsel olarak farklı kavramsal çerçeveler içerisinde yeniden tanımlanmasına olanak tanımaktadır. Yapının pazaryeri olarak tanımlanmasına karşın, barındırdığı işlevlerin çeşitliliği, yapının alışveriş merkezi, ticaret yapısı veya kamusal yapı gibi farklı tipolojik kategoriler içerisinde değerlendirilmesine neden olmaktadır. Bu söylemsel çoğulluk, mimarlık nesnesinin estetik anlamının sabit bir tipolojik tanım üzerinden değil, farklı söylemsel üretim süreçleri aracılığıyla yeniden tanımlandığını göstermektedir. Bu bağlamda mimarlık nesnesinin estetik değeri, fiziksel mekânsal organizasyon ile söylemsel üretim süreçlerinin kesişiminde oluşmaktadır. Tasarımcı tarafından geliştirilen kavramsal söylem, işveren tarafından üretilen temsil söylemi ve yayım araçları aracılığıyla dolaşıma giren söylemler, mimarlık nesnesinin estetik olarak kavranışını belirleyen çok katmanlı bir temsil alanı üretmektedir. Bu süreç, mimarlık nesnesinin estetik anlamının, mekânsal organizasyonun fiziksel özellikleri ile bu organizasyonu tanımlayan söylemsel üretim süreçleri arasındaki ilişki üzerinden oluştuğunu göstermektedir.

Tablo 2. Mekânsal doluluk, tipolojik dönüşüm ve söylem temelli estetik yeniden tanımlamanın çakıştırılması: Gümüşhane Kapalı Pazaryeri Projesi

Analiz Düzeyi	Analiz Ölçütü	Açık Pazaryeri (Önceki Durum)	Kapalı Pazaryeri (Mevcut Durum)	Estetik Sonuç
Mekânsal Doluluk Analizi	Parsel ile kurulan ilişki	Parsel, büyük ölçüde açık ve geçici kullanım pratikleri ile tanımlanan boşluk niteliğindedir	Parsel, yapı kütleleri tarafından sürekli olarak işgal edilmekte ve fiziksel doluluk üretmektedir	Mekân, boşluk organizasyonu yerine kütleli süreklilik ve yapısal yoğunluk üzerinden estetik anlam kazanmaktadır
	Mekânsal süreklilik	Süresiz, periyodik ve zamansal olarak sınırlı kullanım	Sürekli, yapısal ve kalıcı mekânsal organizasyon	Mekânsal deneyim, geçici kullanım yerine sürekli varlık üzerinden tanımlanmaktadır
	Programatik yoğunluk	Tek işlevli (pazaryeri)	Çok işlevli (pazaryeri, dükkânlar, otopark, çok amaçlı salon)	Mekânsal organizasyon, programatik yoğunluk aracılığıyla estetik yoğunluk üretmektedir
Tipolojik Kırılma Analizi	Tipolojik organizasyon	Açık, esnek ve geçici mekânsal organizasyon	Kapalı, sabit ve yapısal organizasyon	Tipoloji, boşluk temelli organizasyondan yapı temelli organizasyona dönüşmektedir
	Mekânsal tanım biçimi	Kullanım pratikleri aracılığıyla tanımlanan mekân	Mimarlık nesnesi tarafından fiziksel olarak tanımlanan mekân	Mimarlık nesnesi, mekânın birincil tanımlayıcısı haline gelmektedir
	Zamansal organizasyon	Belirli zamanlarda ortaya çıkan geçici mekânsal durum	Sürekli varlık gösteren kalıcı mekânsal durum	Mekân, zamansal süresizlikten mekânsal sürekliliğe evrilmektedir
Söylem Temelli Estetik Analizi	Tasarımcı söylemi	Açık pazaryeri olarak tanımlanan işlevsel mekân	“Kamusal odak”, “çok işlevli yapı” gibi kavramsal tanımlamalar	Estetik anlam, kavramsal söylem aracılığıyla yeniden üretilmektedir
	İşveren söylemi	Geleneksel pazaryeri	“Cazibe merkezi”, “alışveriş merkezi”, “çarşı” gibi yeniden tanımlamalar	Mimarlık nesnesi, temsil söylemi aracılığıyla yeni estetik anlamlar kazanmaktadır
	Yayımlar aracılığıyla söylemi	Yerel ticaret mekânı	Mimarlık nesnesi olarak temsil edilen, yayımlanan ve dolaşıma giren yapı	Estetik değer, söylemsel dolaşım aracılığıyla meşrulaştırılmaktadır
Çakışma Noktası	Mekânsal statü	Tanımlı boşluk	Mekânsal doluluk	Mimarlık nesnesi, boşluk üretimi yerine doluluk üretimi üzerinden estetik anlam kazanmaktadır

Tablo 2’de ortaya konulan mekânsal, tipolojik ve söylemsel analizlerin çakıştırılması, Gümüşhane Kapalı Pazaryeri Projesi’nin mimarlık nesnesi olarak estetik statüsünün, yalnızca fiziksel mekânsal organizasyon üzerinden değil, mekânsal doluluk üretimi, tipolojik dönüşüm ve söylemsel yeniden tanımlama süreçlerinin kesişiminde oluştuğunu göstermektedir. Açık pazaryeri olarak kullanılan ve kullanım pratikleri aracılığıyla geçici olarak tanımlanan kentsel boşluk, kapalı pazaryeri yapısı ile birlikte sürekli varlık gösteren ve yapı kütleli aracılığıyla tanımlanan bir mekânsal doluluğa

dönüşmüştür. Bu dönüşüm, mekânın zamansal süreksizlik üzerinden tanımlanan tipolojik organizasyonundan, mekânsal süreklilik ve yapısal yoğunluk üzerinden tanımlanan bir mimarlık nesnesine evrildiğini ortaya koymaktadır. Bu süreçte mimarlık nesnesi, fiziksel mekânsal organizasyonunun ötesinde, tasarımcı, işveren ve yayım araçları tarafından üretilen söylemler aracılığıyla estetik olarak yeniden tanımlanmakta ve temsil edilmektedir. Böylece mimarlık nesnesinin estetik değeri, boşluk üretimi üzerinden tanımlanan mekânsal organizasyondan, yapı kütlesi, programatik yoğunluk ve söylemsel üretim süreçlerinin birlikte oluşturduğu mekânsal doluluk üzerinden kavranan çok katmanlı bir estetik üretim alanı içerisinde oluşmaktadır.

3. Sonuç

Bu bölüm, mekânın tanımlı boşluk paradigması içinde kurulan modern temsil mantığından, çağdaş üretim koşullarında mekânsal ve söylemsel doluluk üzerinden kavranan bir statüye doğru yönelen dönüşümü, pazaryeri tipolojisi ve Gümüşhane Kapalı Pazaryeri Projesi üzerinden tartışmıştır. Kuramsal çerçeve, mekânın sınırlandırılmış hacim ve ölçülebilir organizasyon olarak ele alındığı modern yaklaşımın, eleştirel mekân kuramlarıyla birlikte toplumsal ilişkiler ve söylemsel üretim süreçleri doğrultusunda yeniden değerlendirildiğini göstermiştir. Bu arka plan, pazaryeri mekânının tarihsel olarak açık/yarı açık, periyodik ve geçici kullanımlarla tanımlanan bir tipolojiden, modern kentleşme ile birlikte daha kalıcı, yapılaşmış ve çok işlevli organizasyonlara yönelen dönüşümünü açıklamak için zemin üretmiştir.

Örnekleme analizinde üç düzeyin çakıştırılması belirleyici olmuştur. Mekânsal doluluk analizi, projenin parsel üzerinde kütleli süreklilik kurduğunu, programın düşey ve yatay düzlemlerde yoğunlaşarak mekânsal sürekliliği genişlettiğini ortaya koymuştur. Tipolojik kırılma analizi, açık pazaryerinin zamansal süreksizlik ve esnek kurulum üzerinden ürettiği mekânsal durumun, kapalı ve kalıcı bir yapı organizasyonu içinde yeniden tanımlandığını; pazaryerinin tekil bir ticaret düzeninden, dükkân-otopark-çok amaçlı salon gibi işlevlerle çoğalan bir karma programa taşındığını göstermiştir. Söylem temelli estetik analiz ise, tasarımcı ve işveren tarafından üretilen kavramsal ve temsil dilinin, mimarlık nesnesinin kentsel ölçekte nasıl adlandırıldığını, hangi metaforlarla estetikleştirildiğini ve yayım araçları aracılığıyla nasıl dolaşıma sokulduğunu görünür kılmıştır. Böylece estetik statünün, kütle ve programın ürettiği doluluk ile bu doluluğu çerçeveleyen söylemsel üretim süreçlerinin kesişiminde kurulduğu anlaşılmıştır.

Bu bulgular, pazaryeri yapısının güncel örneklerde tekil bir tipoloji olarak sabitlenmekten çok, programatik çoğalma ve temsil stratejileri aracılığıyla çoğul anlam katmanları üreten bir mimarlık nesnesine dönüştüğünü düşündürmektedir. Çalışmanın metodolojik katkısı, mekânsal doluluk ve

tipolojik dönüşüm verilerini, tasarımcı-işveren-yayımcı araçları ekseninde üretilen söylemlerle birlikte okuyarak, estetik değerlendirmeyi söylem temelli bir çözümleme alanı olarak genişletmesidir. Bu çerçevenin, benzer biçimde çok işlevli programlarla yoğunlaşan ve temsili dolaşımı güçlü olan çağdaş kamusal/ticari yapılara uygulanabilir bir okuma imkânı sunduğu değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

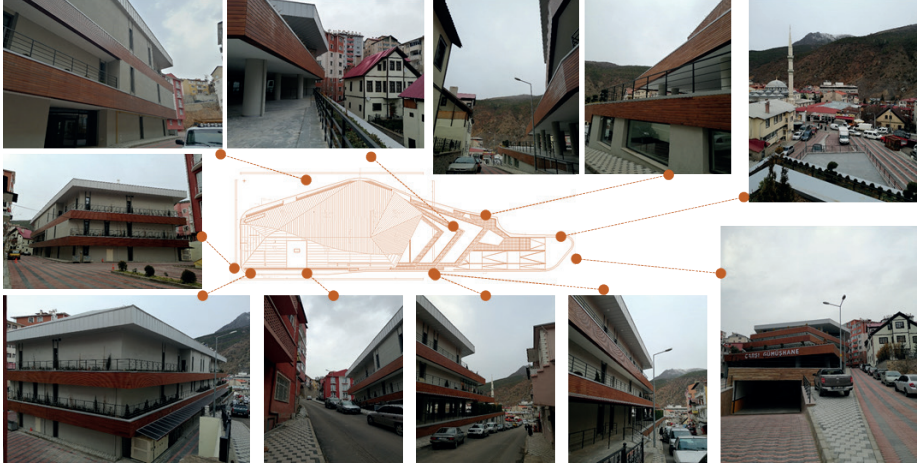
- Arıcı, F. (2019). Üretici, tüketici ve sürdürülebilirliği açısından üretici pazarı değerlendirilmesi: Yalova köylü üretici pazarı. *Türk Coğrafya Dergisi*, 72, 34–44. <https://doi.org/10.17211/tcd.537071>
- Bakırcı, M. (1999). Doğu Karadeniz örneğinde yaylaların pazar yeri fonksiyonu. *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Dergisi*, 7, 375–385.
- Bakırcı, M. (2012). Doğu Karadeniz örneğinde yaylaların “pazar yeri” fonksiyonu. *Journal of Geography*, 7. <https://izlik.org/JA72MM69DX>
- Bayat, F. (2019). Pazar folkloru. *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 5–16. <https://izlik.org/JA88WU88BZ>
- Çalışkan, V. (2011). Kentsel mekân kullanımındaki farklılıklar üzerine bir yaklaşım: Bursa ve Çanakkale'nin periyodik (haftalık) pazarlarından örnekler. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 12(18), 49–78. <https://izlik.org/JA88YK45PL>
- Foucault, M. (1986). Of other spaces. *Diacritics*, 16(1), 22–27. <https://doi.org/10.2307/464648>
- Ful, Ş. D. (1998). *Antik devirlerde Lydia'da panayırılar, fuarlar ve pazar yerleri* (Yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi.
- Güngör, T. (2021). Mekânsal değerinin ötesinde kültürel bir öge olarak pazar yeri: Sanatçının tuvallerinde konumları. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(4), 2243–2255. <https://doi.org/10.33206/mjss.893401>
- Koday, S., & Çelikoğlu, Ş. (2011). Geleneksel alışveriş mekânlarına bir örnek: Bartın kadınlar pazarı (Galla Bazarı). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 243–262.
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space* (D. Nicholson-Smith, Trans.). Blackwell.
- Norberg-Schulz, C. (1971). *Existence, space and architecture*. Praeger.
- Özgüç, N., & Mitchell, W. A. (2000). Şehirlerin alternatif alışveriş mekânları: İstanbul'da haftalık pazarlar. *Tasarım ve Kuram Dergisi*, 1(2), 35–59.
- Pallasmaa, J. (2005). *The eyes of the skin: Architecture and the senses*. Wiley.
- Schmarsow, A. (1994). The essence of architectural creation. In H. F. Mallgrave & E. Ikonomidou (Eds.), *Empathy, form, and space: Problems in German aesthetics, 1873–1893* (pp. 281–297). Getty Center for the History of Art and the Humanities. (Original work published 1893) Serhatlı, S. (2015a). Mimarlık imzası ile Gümüşhane Kapalı Pazaryeri Projesi. *İnşaat & Yatırım*, 12–15.
- Serhatlı, S. (2015b). Gümüşhane Kapalı Pazaryeri. *Yapı Dergisi*, 407, 112–116.
- Şengün, H. T. (2018). *Sokak pazarının poetikası: Geçici yapının zamansallığı üzerine fenomenolojik bir inceleme* (Doktora tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi.

- Tan, H. G. (2020). From marketplace: Farmer's markets networks, their effects, and transformational processes. *İstanbul University Journal of Sociology*, 40(1), 163–195. <https://izlik.org/JA57YZ75XF>
- Tunçel, H. (2009). Geleneksel ticaret mekânı olarak Türkiye'de haftalık pazarlar. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 4(2), 35–52.
- Zevi, B. (1993). *Architecture as space: How to look at architecture* (Rev. ed.). Da Capo Press. (Original work published 1957)

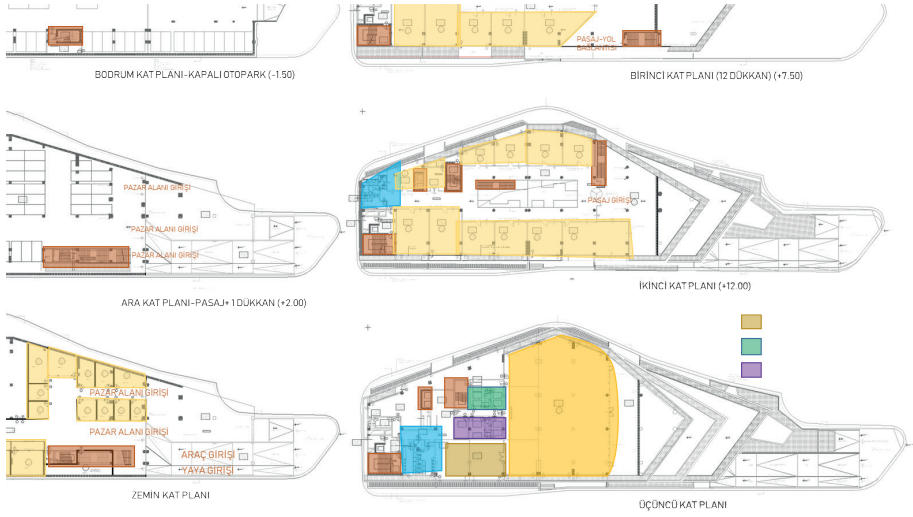
İnternet Kaynakları

- İnt.1: Google Maps. *Çarşı Gümüşhane konumu*.
<https://maps.google.com>
(Erişim tarihi: 10.01.2026)
- İnt.2: Haber29. *Pazar yeri meydana dönüşün*.
<https://www.haber29.net/gumushane/pazar-yeri-meydana-donussun-h17830.html>(Erişim tarihi: 22.02.2026)
- İnt.3: Gümüşhane Gen TR. *Kıbrıs Çarşısı yolu ulaşıma açıldı*.
<https://www.gumushane.gen.tr/gumushane/kibris-carsisi-yolu-ulasima-acildi-h17135.html> (Erişim tarihi: 22.02.2026)
- İnt.4: Milliyet. *Gümüşhane'de kapalı pazaryeri çalışmaları*.
<https://www.milliyet.com.tr/yerel-haberler/gumushane/gumushane-de-kapali-pazaryeri-calismalari-11285439>(Erişim tarihi: 22.02.2026)
- İnt.5: Gümüşkoza. *Modern pazaryeri gün sayıyor*.
<http://www.gumuskoza.com.tr/haber-modern-pazaryeri-gun-sayiyor-32071.html>(Erişim tarihi: 10.01.2026)
- İnt.6: Gümüşhane Olay. *Modern pazar yeri yükseliyor*.
<http://www.gumushaneolay.com/modern-pazar-yeri-yukseliyor-10396h.htm>(Erişim tarihi: 10.01.2026)
- İnt.7: Yalın Tasarım Mimarlık. *Gümüşhane Kapalı Pazaryeri Projesi*.
<https://yalintasarim.com/project/gumushane-kapali-pazar/>(Erişim tarihi: 22.02.2026)
- İnt.8: Emlakkulisi. *Gümüşhane'de satılık iş yeri*.
<https://emlakkulisi.com/gumushanede-66-milyon-tlye-satilik-is-yeri/618200>(Erişim tarihi: 22.02.2026)

Ekler



Ek 1. Farklı bakı noktalarından Gümüşhane Kapalı Pazaryeri'nin güncel durumunu gösteren fotoğraflar (Yazar Arşivi, 2021)



Ek 2. Gümüşhane Kapalı Pazaryeri kat planları (İnt.8)



**POP-UP MAĞAZALAR:
KENTLE İLİŞKİ, GEÇİCİLİK,
MEKÂNSAL DENEYİM VE İÇ
MİMARLIK PERSPEKTİFİNDEN
BİR İNCELEME**

“ ”

Şule Betül DEMİRKOL¹

¹ Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Hekimhan Mes Meslek yüksekokulu, Tasarım Bölümü,
betul.demirkol@ozal.edu.tr, 0000-0002-4290-4441

1. Giriş

Parkende mekanları yalnızca ürün sergileme ve satış amaçlı mekanlar değil, aynı zamanda markanın kimliğini ve değerlerini mekân üzerinden yansıttığı önemli alanlardır. Bu bağlamda Pop-up mağazalar çoğunlukla tanıtım amaçları ile kurulmuş olmaları, geçici karakterleri ve deneyim vaatleri ile son yıllarda dikkat çekmektedir. Bu mekanlar kullanıcıyla hızlı bir şekilde iletişim kurma becerisi açısından önem arz etmekle birlikte kent içinde dikkati çeken ve deneyim üreten müdahalelerdir. Bu özellikleri ile yalnızca perakende sektöründe değil mimarlık ve iç mimarlık alanında da yeni bir tasarım stratejisi olarak ön plana çıkmakta ve farklı mekânsal stratejilerin geliştirilmesine olanak tanımaktadırlar. Bu mekânlarda tasarım, çoğu zaman güçlü bir tema, atmosfer üretimi ve kullanıcı deneyimi etrafında kurgulanmakta; marka kimliği mekânsal hikâyenin temel unsurlarından biri haline gelmektedir. Bu bağlamda pop-up mağazalar, ticari yapı tasarımında deneyim odaklı yaklaşımların ve geçiciliğin öne çıktığı bir tasarım alanı olarak değerlendirilebilir.

Bu çalışma tasarım alanındaki potansiyeli ile dikkat çeken pop-up mağazaları mimari ve iç mimari bağlamda ele alarak, bu geçici mekânların kentsel bağlam, mekânsal deneyim ve tasarım stratejileri açısından nasıl kurgulandığını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda Huda Beauty Pop-Up, French Fling @ Nordstrom ve Uniqlo Cube örnekleri nitel araştırma ve vaka analizi yöntemiyle incelenmiştir. Seçilen örnekler; kentsel bağlam, mimari ve iç mimari özellikler, mekânsal deneyim, kullanıcı etkileşimi ve geçicilik ve esneklik stratejileri açısından değerlendirilmiştir. Bu inceleme aracılığıyla pop-up mağazaların yalnızca geçici ticari mekânlar değil, aynı zamanda marka deneyimini ve mekânsal anlatıyı görünür kılan tasarım ortamları olduğu, mimari ve iç mimari potansiyeli sayesinde özgün mekânsal stratejiler ürettiği ortaya konulmuştur.

2. Kuramsal Çerçeve

2.1. Pop-Up Mağaza Kavramı ve Temel Özellikleri

Pop-up mağazalar, tüketicilerin dikkatini çekmek amacıyla ürün ve hizmetleri şaşırtıcı bir şekilde sergileyen, belirli bir süre için (bir gün–birkaç ay) açılan, marka-deneyim etkileşimini ön plana alan geçici mağaza formatıdır (Haas & Schmidt, 2016; Robertson vd., 2018). İsmi internette çalışırken bilgisayar ekranlarında aniden beliren açılır pencerelerden almıştır (de Lassus & Anido Freire, 2014). Kısa ömürlü pazarlar ve panayırlar, Orta Çağ'dan beri var olan bir uygulama olmakla birlikte modern anlamda “pop-up store” fenomeninin başlangıcı 1999 yılına dayanmaktadır. Bazı kaynaklar Londra'da Levi's ve Swatch mağazasını ilk pop-up mağaza olarak tanıtırken kimi kaynaklar ise Vacant firmasının Tokyo'da açtığı geçici giyim mağazasını ilk olarak kabul edilmektedir (de Lassus & Anido Freire, 2014; Haas & Schmidt, 2016; Warnaby & Shi, 2018). Vacant kurucuları bir Japonya seyahatlerinde,

Japon tüketicilerin sınırlı sayıda üretilen ürünleri satın almak için bazen saatlerce kuyrukta beklediklerini gözlemlemiştir. Stoklar tükendiğinde, mağaza yeni stok gelene kadar kapanmaktadır. Bu gözlemden belirli bir süre için açılıp ardından kapanan ve daha sonra farklı bir yerde tekrar açılan geçici mağaza modeli doğmuştur (Stephens, 2012).

Pop-up mağazaların amacı, benzersiz bir mağaza konsepti, keyifli bir atmosfer ve hazza dayalı bir alışveriş değeri sunarak tüketicilere heyecan verici marka deneyimleri sağlamaktır. Bu mağazaları diğer mağazalardan ayırt eden en temel özelliği ürün satmaktan ziyade tüketiciler için deneyim yaratmak, mevcut ve yeni hedef gruplarında markanın erişimini artırmak için ağızdan ağıza pazarlamayı teşvik etmektir (Klein vd., 2016). Bu yaklaşım aynı zamanda müşterinin markayla duygusal bir bağ kurmalarına yardımcı olmaktadır (Lehmann, 2010). Ayrıca klasik mağazalarının aksine, pop-up mağazalar belirli bir lokasyonda genellikle birkaç hafta süreyle geçici olarak hizmet vermektedir. (Klein vd., 2016). Bu zamansal ve mekânsal geçicilik tüketicilerin özel bir ürünü ziyaret edebilme ve ilk sahip olanlar arasında olma konusunda merak ve heyecan duymasını sağlayarak satın alma eğilimlerini artırmaktadır (de Lassus & Anido Freire, 2014).

Mekânsal kurgu açısından değerlendirildiğinde ise pop-up mağazalar kalıcı satış mekânlarından farklı bir tasarım yaklaşımına sahiptir. Geleneksel mağazalarda sabit plan şemaları ve uzun vadeli mekânsal yatırımlar öne çıkarken, pop-up mağazalarda geçici yapılar, modüler elemanlar ve hızlı kurulum çözümleri ön plana çıkmaktadır (Haas & Schmidt, 2016). Bununla birlikte mağazalar benzersiz bir yaratıcılıkla güçlü görsel etkiler yaratmaya odaklanırlar (Deng, 2023). Bu durum, pop-up mağazaların deneysel mekânsal kurgulara daha açık olmasını sağlamakta ve tasarım sürecinde esnek, dönüştürülebilir çözümlerin kullanılmasına olanak tanımaktadır.

2.2. Pop-Up Mağazaların Kentsel, Mimari ve İç Mimari Bağlamı

Pop-up mağazalar, yalnızca perakende ve pazarlama stratejileri kapsamında değil, aynı zamanda, kentsel tasarım, mimari ve iç mimari tasarım pratikleri içerisinde ele alınması gereken geçici mekân üretimleri olarak değerlendirilmektedir.

Kentle ve mevcut yapılarla kurduğu ilişki, kentsel bağlamda ortaya çıkıp kaybolan geçici yapısı, kentte farklı noktalara ortaya çıkması ile yalnızca “mağaza” değil, boşlukları dolduran, akışları yönlendiren ve kamusal deneyimi dönüştüren geçici kentsel müdahalelerdir. Pop-up, esneklik, aradalık ve aniden belirme özellikleri ile tanımlanan, kentsel boşlukları kısa süreli dolduran bir mekân-zaman kurgusudur ve boş alanları ya da geçiş mekânlarını kısa süreli, yoğun deneyim alanlarına dönüştürmektedir. Bu özellikleri ile kentsel ölçekte okunabilecek geçici bir enstalasyon niteliği taşımaktadır (Morales-Beltran & Łatka, 2024; C. Shi vd., 2021). Pop-up’lar baskın kentsel dü-

zenlerin çatlaklarında var olan ara mekanları veya zaman ve mekânın dışında kalan “artık mekanları” ifade eden geçici elemanlardır (Harris, 2015). Geçici mekanlar görsel bir kesinti oluştururken, bu durum diğer kentsel süreçlerle mutlak bir kopukluk anlamına gelmez. Geçici mekanlar kentsel dokudaki çatlakları belirgin hale getirmekle birlikte, bu boşlukları işgal ederek kapatır ve kentsel sürekliliğe katkı sağlar (Harris, 2015).

Pop-up mağazaların başarısında kilit faktörlerden biri çekici mimari tasarımlara sahip olmalarıdır. Tasarımı sayesinde pop-up mağazaya sadece yoldan geçenlerin dikkatini çekmez, aynı zamanda bir heyecan yaratarak müşterileri etkileşimini, tüketicilerin ziyaret etme isteğini artıran ve marka etkileşimini kolaylaştıran ayırt edici bir görünüm kazanır (Ye vd., 2023). Pop-up mağazalar çoğunlukla güçlü bir konsept üzerinden kurgulanır; zonlama, tematik odalar, sahne benzeri kurgu ve fotoğraf alanları bu konsepti somutlaştırır. Pop-up mağazaların mekânsal kurgusu, çoğu zaman sınırlı bir zamanda yoğun bir anlatı oluşturmayı hedeflemektedir (Chen & Okken, 2020).

Ye vd. (2023) yaptıkları çalışmada pop-up mağaza tasarımını üç boyutta ele almışlardır; işaretler, stil ve plan/yerleşim kurgusu (Ye vd., 2023).

İşaretler, mağazayı ve markayı tanıtan tabela, metin ve grafik ipuçlarını ifade etmektedir. Empati oluşturmak, duyguları tetiklemek gibi amaçlarla pop up mağazalarda genellikle büyük harfler, cesaretlendirici ve duygusal kelimeler yaygın olarak kullanılmaktadır. Ayrıca tabela ve logolar gibi metin bilgileri, pop-up mağazalarının öne çıkan özelliklerini, markalarını, temalarını, özel etkinlikleri ve indirimleri aktararak mağaza hakkında hızlı bir şekilde bilgileri iletmekte ve ziyaret etmek için önemli bir sebep oluşturmaktadır. (Ye vd., 2023)

Stil boyutu, mağazaları klasik tasarımlardan farklılaştıran ve ilgi uyandıran kısımdır. Genellikle zarif dekorasyonlar, canlı resimler, sevimli görseller ve sanat enstalasyonlarıyla ortaya çıkarak tüketicileri fotoğraf çekmeye ve sosyal medyada paylaşmaya teşvik eder. Böylece ilgi uyandırır ve görünürlüğü artırır (Ye vd., 2023). Chen & Okken (2020) bu bağlamda renk ve ışık faktörlerini de ele alır. Renk ve ışık, marka kimliğini vurgulamak ve tüketiciler için çekici bir atmosfer yaratmak için önemli tasarım öğeleridir. Bu faktörler hem görsel mağaza tasarımını hem de ürün sergilemeyi geliştirirken, aynı zamanda müşterilerin deneyim algısını da etkiler. Doğru kurgulanan ışık ve renk müşteriyi mağazaya çeker, ürünleri daha iyi tanıtılabilir ve marka kimliğini aktarabilir (Chen & Okken, 2020).

Yerleşim boyutu ise çoğunlukla mağazanın alan tahsisi ile alakalıdır. Sergi alanının organizasyonu, ürünlerin sunumu ve raf yerleşimi, satışlar ve ürün erişilebilirliği ile doğrudan ilişkilidir. (Ye vd., 2023). Mağaza yerleşimleri genellikle çeşitli deneyim alanlarına ayrılmış durumdadır. Bu alanlar kimi zaman tüketicilerin mağaza içinde serbestçe dolaşabildiği ve rehberlik olmadan bir alandan diğerine geçebildiği serbest akışlı mekân düzenlerine sahip-

ken bazı tasarımlarda ise bölümler arası sınırlar net biçimde ayrılmış ve bu alanlar arasında tanımlanmış keşif rotaları oluşturulmuştur. Çoğunlukla, en çok satan veya sınırlı sayıda üretilen ürünler mağazanın ön veya orta kısmında sergilenirken, markanın imajını güçlendirmek için her yüzey bir tür ürün veya sanatsal alıntı sergilemek için kullanılmaktadır (Chen & Okken, 2020).

İyi bir alışveriş ve satış deneyiminin önemli bileşenlerinden birini mağaza tasarımı oluşturmaktadır. Pop-up mağazaların mimari tasarımı göze çarpan, güçlü yapı kabuğu; dikkat çeken cephe özellikleri, tabelalar; fotoğraf çekilesi, ikonik elemanlar ile tanımlanmaktadır. Plan yerleşiminde ise okunabilir akış; net giriş-odak noktası-çıkış hattı; sınırlı ama vurgulu ürün alanı ile mekânsal düzenler oluşturulmaktadır. Tasarımda marka hikayesini ön plana çıkaran vurgulu konseptler, tematik alanlar, heykelsi formlar ön planda tutulur ve hikâye; güçlü renk paleti, dikkati yönlendiren aydınlatmalar ve uygun malzeme katmanları ile güçlendirilir (Chen & Okken, 2020; Overdiek, 2018).

Bu özellikleriyle pop-up mağazalar mimari ve iç mimari tasarım açısından deneysel mekânlar olarak değerlendirilebilir. Kısa süreli kullanım, tasarımcıya kalıcı projelerde riskli olabilecek mekânsal kurgular deneme olanağı sunmakta; bu durum pop-up mağazaları güncel tasarım pratikleri içerisinde özgün bir konuma yerleştirmektedir. Bu bağlamda pop-up mağazalar, mekânsal kurgu ve atmosfer üretiminin yoğun biçimde deneyimlendiği geçici iç mekânlar olarak okunabilir.

2.3.Mekânsal Deneyim ve Kullanıcı Etkileşimi

Perakende mekânda deneyim boyutu 1990'lı yıllardan itibaren literatürde görünür olmaya başlamıştır. Pine & Gilmore (1999), “*The Experience Economy*” çalışmasında işletmelerin artık sadece mal ve hizmet değil, bilinçli olarak “sahnelenmiş deneyimler” ve hatta dönüşümler üretmesi gerektiğini savunur. Bu çalışmada deneyim; mal ve hizmetlerin aksesuar, müşterinin ise seyirci/konuk olduğu, bilinçli kurgulanmış bir sahneleme olarak tanımlanır. Bu yaklaşım, fiziksel mekânı yalnızca işlevsel değil, duyuşsal ve duygusal karşılaştırmalar üreten bir ortam olarak tanımlar (Pine & Gilmore, 1999).

Günümüz tüketim kültüründe “sahip olmaktan çok deneyim yaşama” hissiyatının ön plana çıktığı ve deneysel harcamaların ortalama olarak maddi alımlardan daha fazla tatmin ve iyi oluş sağladığı görülmüştür (Kumar, 2022). Schmitt (1999)'e göre günümüz tüketicisi işlevsel kaliteyi ve marka imajını zaten “varsayılan” kabul eder; fark yaratan unsur duyuşsal, duygu, düşünce, davranış ve ilişki düzeyinde yaşanan deneyimdir. Deneysel perakende kavramı, kullanıcı ile mekân arasındaki ilişkinin tasarım aracılığıyla yönlendirilebileceğini savunur. Buna göre; tüketicinin ürünle kurduğu bağ duyuşsal, duygusal ve davranışsal bileşenler içerir (Schmitt, 1999).

Bu bağlamda Pop-up mağazalar deneyimsel perakende deneyiminin en güçlü örnekleridir. Kısa süreli varlıkları ile yalnızca ürünün sergilendiği alanlar değil, yoğun bir mekânsal deneyim üreten kurgulardır. Mekân deneyimi ve kullanıcı etkileşimi açısından klasik mağazalardan daha yoğun “sahneleme” sunarlar. Ziyaretçiyi görsel, mekânsal ve sosyal olarak sürecin parçası hâline getiren bir ortam tasarlanır. Kullanıcı burada pasif bir alıcı değil, deneyimin katılımcısıdır. Pop-up mağazalarda da deneyim, formatın merkezindedir. Bu format geçiciliği kullanarak merak ve aciliyet yaratır, duyuşsal-duygusal bir sahne markayı yaşatarak farkındalık, paylaşım ve bağlılığı güçlendirir.

Pop-up mağazalarda karşılama mekânı ve dolaşım kurgusu da oldukça önemlidir. Mekânsal kurgu ziyaretçinin mekânla kurduğu ilişkinin önemli bir bileşenidir. Perakende ortamlarında fiziksel düzen kullanıcı davranışını etkilemektedir (Turley & Milliman, 2000). Geçici perakende mekânlarının deneyim odaklı yapısı, kullanıcı hareketini pasif bir dolaşım olmaktan çıkararak etkileşimli bir sürece dönüştürmektedir (Alexander vd., 2018). Kullanıcı hareketi mekânsal deneyim bağlamında da oldukça önemlidir. Pop-up mağazalarda dolaşım kurgusu, ziyaretçinin belirli odak noktalarına yönlendirebilir ya da keşfetmesi için kullanıcıya açık bir deneyim alanı da oluşturabilir. Lineer bir rota ziyaretçiye adım adım bir hikâye içinde yürütürken, serbest dolaşım mekânı daha deneysel ve keşif temelli bir deneyim sunar. Her iki durumda da hareket, deneyimin pasif değil, aktif bir bileşenidir (Turley & Milliman, 2000).

Mekânsal deneyimin bir diğer boyutunu “atmosfer” oluşturur. Yapılan araştırmalar mekânda bilinçli olarak tasarlanmış duyuşsal özelliklerin, kullanıcı üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur (Kotler, 1973). Işık, renk, malzeme ve mekânsal yoğunluk gibi unsurlar, pop-up mağazalarda genellikle belirgin ve çarpıcı biçimde kullanılır. Ancak burada önemli olan yalnızca estetik etki değil; algının yönlendirilmesidir. Kullanıcı, mekânda bulunduğu süre boyunca belirli bir ruh hâline davet edilir ve bu ruh hâli deneyimin bütünü şekillendirir (Vilnai-Yavetz vd., 2021). Çok duyulu ve özgün atmosfer, farklı bir dünya hissi vererek duyuşsal bağı ve mağazada kalma süresini artırır (Long, 2025).

Geçicilik de mekânsal deneyimde önemli bir boyuttur. Pop-up mağazaların zaman/alan bazında sınırlı varlığının tüketicilerin markaya ilişkin davranışlarını etkilediği görülmüştür. Sınırlı süre algısı, mekânı daha özel ve “kaçırılmaması gereken” hissettirerek heyecanı ve marka deneyimini artırmaktadır (Henkel & Toporowski, 2023). Pop-up mağazaların geçici ve alışılmadık yapısı, kıtlık ve yenilik hissi uyandırma eğilimindedir. Bu sınırlı süreli özellik, kaçırma korkusunu tetikleyerek duyuşsal bağlılığı artırır ve markaya karşı daha olumlu bir tutum geliştirilmesini sağlar (Long, 2025).

Tüm bu mekânsal deneyim boyutları mekânın yalnızca izlenmesini değil yaşanmasını sağlar; ziyaretçiler, mekânın duyuya hitap eden unsurlarıyla doğrudan etkileşimde bulunur, sosyal paylaşım alanlarında içerik üretir ve

bu süreç pop-up deneyiminin dijital ortamda sunulmasıyla diğer tüketicilere yayılmasına katkıda bulunur (Jiang vd., 2023). Pop-up mağazalar, kullanıcıyı sadece tüketici değil, ortak tasarımcı olarak sürece dahil eder ve kullanıcı-mekân etkileşimini destekler (Overdiek, 2018).

2.4.Geçicilik ve Esneklik Bağlamında Pop-Up Mağazalar

Pop-up mağazalar, e-ticaretin yükselişi ve deneyim odaklı tüketimle birlikte, markalara mekânı esnek ve kısa süreli kullanarak anlık deneyim yaratma imkânı sağlamıştır. Tasarım yeniliği ve konum sürprizinin yanı sıra, pop-up mağazaları diğer deneyimsel mağazalardan ayıran en önemli özelliklerden biri de geçicilikleridir. Pop-up mağazaları açan markalar, marka için heyecan yaratmak amacıyla bu geçicilik özelliğinden yararlanır (Henkel & Toporowski, 2023).

Pop-up mağazaların mekânsal varlıkları zamanla sınırlıdır. Bu geçicilik yalnızca kullanım süresiyle ilgili değil aynı zamanda mekânın tasarım kararlarını da belirleyen temel bir parametredir. Bu noktada geçicilik, fiziksel çevrenin zamansal sınırlarıyla tüketici deneyimi arasındaki ilişkide önemli bir belirleyici rolü üstlenir. Süresi kısıtlı perakende mekânları, tüketici yönelimi ve deneyim etkisini artıran dinamikler üretir. Zamansal sınırlılıklar genellikle mağazanın iç tasarımı ve etkinlik benzeri karakterine yansır. Örneğin mağazanın kalıcı olarak kapanmasına kadar geçen süreyi geri sayan ekranlar iç dekorasyonda kullanılabilir (Henkel & Toporowski, 2023). Bu çerçevede pop-up mağazalar geçicilik ile mekânsal tasarım arasında organik bir ilişki kurar.

Pop-up'ların sınırlı süre açık olması, tüketicide zaman kıtlığı, kaçırma korkusu ve sınırlı ürün beklentisi yaratarak mağazayı ziyaret etme niyetini artırır. Bu etki özellikle benzersizlik ihtiyacı yüksek tüketicilerde daha güçlü ziyaret arzusu oluşturur ve olumlu ağızdan ağıza iletişimi tetikler (Henkel & Toporowski, 2021).

Ayrıca mekânsal geçicilik, pop-up mağazanın belirli bir yerle kurduğu fiziksel ilişkinin kısa süreli, akışkan ve yeniden kurgulanabilir olmasını sağlar. Yalnızca “kısa süre açık olma” değil; bulunduğu mekânı nasıl işgal ettiği, dönüştürdüğü ve sonra geride ne bırakarak çekildiğiyle ilgilidir. Pop-up'lar, alışılmış mağaza yerleşimini bozarak dar, sıkışık, labirentimsi düzenler, ürün yığınları ve dar geçişlerle “frenzy shopping” denilen yoğun duygulu, kuralsızlaşmış alışveriş modu üretir (Spitzkat & Fuentes, 2019). Territoroloji yaklaşımı, pop-up'ı mekân-zamanı sıkıştıran, geçici bir tüketim bölgesi olarak okur: iç, dış, ara ve ek alanlar kısa süre için markanın dünyasına dâhil edilir, sonra çözülür. Böylece mekânsal geçicilik, hem perakende stratejisi (esnek, düşük riskli yer işgali) hem de kentsel deneyim biçimi (sürekli yenilenen sahne) hâline gelir (C. Shi vd., 2021).

Pop-up mağazada mekânsal geçicilik; mağaza içi yerleşimden sokakla kurulan ilişkiye kadar, tüm mekânın kısa süre için yoğunlaştırılmış, deneyim ve kıtlık üreten bir sahneye dönüştürülmesi anlamına gelir. Bu sahne kapandığında ise, arkada yeni tüketim beklentileri ve çoğu zaman da dönüşmekte olan bir kentsel imge bırakır. Geçicilik ve esneklik, bu bağlamda hem tüketici algısını hem de markaların stratejik hareket kabiliyetini belirleyen iki temel boyuttur.

Pop-up mağazalarda mimari esneklik, yapının kısa sürede kurulum, uyarlanıp, sökülmesine ve farklı senaryolara cevap verebilme yeteneğine dayanır. Esneklik literatürden araştırmalarla üç boyutta ele alınmıştır. Bunlar; yapısal ve modüler esneklik, iç mekân ve donatı esnekliği, teknik, işlevsel ve kentsel bağlam esnekliğidir.

Pop-up mağazalarda yapısal olarak daha çok hafif, taşınabilir, sökülür-takılır strüktürler tercih edilmelidir. Kolay nakliye edilebilen, hızlıca yer değiştirmesi mümkün olan, temel gerektirmeyen sistemler, konteyner, prefabrik panel, katlanır strüktür gibi farklı biçimlerde tekrar kurulabilen modüler sistemler mekânsal ve yapısal esnekliğin anahtarlarıdır (Bertino vd., 2019; Wang vd., 2025).

Farklı ürün, etkinlik, kalabalık yoğunluğuna göre hızla yeniden düzenlenebilir oturma ve teşhir sistemleri, hareketli iç bölücü sistemler, açılıp kapanır paneller iç mekânda farklı senaryolara hızlıca uyum sağlanmasına olanak tanır. Ayrıca serbest bir plana ya da farklı mekân konfigürasyonlarını garanti eden hareketli duvarlara sahip olmak; olası gelecekteki genişlemeye olanak tanıyan bir yapıya sahip olmayı sağlar (Atef vd., 2024; Bertino vd., 2019).

Teknik, işlevsel ve kentsel bağlam esnekliği kapsamında aynı mimari kabuğun farklı mekânsal programlara uyarlanabilmesi, minimum müdahale ile altyapıya erişim ve aynı yapının farklı kent boşluklarında yeniden kurulabilmesi özellikleri değerlendirilir (Bertino vd., 2019)

Tüm bu esneklik parametreleri markaların farklı zamanlarda, farklı mekânlarda, farklı senaryolarla hızlıca “yeniden sahne kurmasına” imkân verir. Sonuç olarak, pop-up mağazalar geçicilik ve esneklik kavramlarını mekânsal ölçekte somutlaştıran bir tasarım modeli sunar. Zamanla sınırlı olmak, tasarımı kısıtlamaktan öte yönlendirici bir çerçeve oluşturur. Bu çerçeve içinde üretilen mekânlar hem kurulum hem kullanım süreçlerinde uyarlanabilirlik göstererek güncel tasarım pratikleri içinde dinamik bir yer edinir. Böylece pop-up mağazalar, kalıcı mimarlığı tamamlayan değil; onu zenginleştiren ve yeni mekânsal stratejiler geliştirmeye imkân tanıyan geçici ama etkili tasarım müdahaleleri olarak değerlendirilebilir.

3. Pop-Up Mağazaların Mekânsal Okuma Çerçevesi

Pop-up mağazalar, yalnızca perakendeciliğin bir formatı değil aynı zamanda geçicilik, deneyim ve esneklik parametrelerinin mekânsal ölçekte somutlaştığı geçici mimari tasarım çözümleridir. Bu nedenle bu bölümde pop-up mağazalar, salt estetik özellikleri üzerinden değil; mekânsal kurgu ve deneyim üretim stratejileri bağlamında ele alınmıştır. Bu çalışmada pop-up mağazalar mekânsal kurgu, atmosfer üretimi ve deneyim stratejileri bağlamında ele alınmaktadır. Bu nedenle çalışma kapsamında nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir.

Mimaride nitel araştırma yorumlayıcı, doğalcı bir yaklaşım içerir. Araştırmacılar olayları doğal ortamlarında inceleyerek, fenomenleri anlamaya veya yorumlamaya çalışırlar. Bu strateji, gerçek dünyadaki durumlarda insanların çevrelerini ve kendilerini nasıl “anladıklarını” araştırmayı içerir ve araştırmacının toplanan verileri yorumlamasına dayanır. Araştırmacı karmaşık bağlamlar içindeki sosyo-fiziksel fenomenleri tanımlamaya ve/veya açıklamaya çalışır (Groat & Wang, 2013). Bu çalışmada da yöntem olarak yorumlayıcı okuma ve vaka analizi birlikte kullanılmıştır.

Vaka analizi ise seçilmiş pop-up örneklerinin sistematik biçimde çözümlenmesine dayanır. Analiz başlıkları üç ana eksende toplanmıştır. Bunlar; mimari bağlam ve kentsel ilişki, iç mekân organizasyonu ve deneyim kurgusu, geçicilik ve esneklik stratejileridir. İlk eksen mimari bağlam ve kentsel ilişki üzerine analizler içerir. Bu eksenle mağazanın kentle ve mevcut yapı dokusuyla kurduğu ilişki incelenmiştir. Mağaza için seçilen yer fiziksel bir altyapı olmasının yanı sıra anlam üreten bir bağlamdır. Bu kapsamda mağazanın mevcut bir yapı içinde ya da bağımsız konumlanması, kentle kurduğu ilişki ve görünürlüğü, giriş ve cephe dili gibi özellikleri analiz edilmiştir. İkinci eksen iç mekân organizasyonu ve deneyim kurgusudur. Bu eksenle mağazanın plan şeması, dolaşım tipi, ürün sergileme, odak noktaları, deneyim alanları ve atmosfere dair veriler ele alınmıştır. Üçüncü eksen geçicilik ve esneklik stratejileridir. Bu eksenle ise strüktürel sistemin sökülebilirlik ve taşınabilirlik kapasitesi, modülerlik, iç mekânda yeniden düzenlenebilirlik, farklı mekanlarda yeniden kurulabilirlik potansiyeli analiz edilmiştir.

Bu üç eksenli okuma çerçevesi sayesinde, pop-up mağazaları yalnızca görsel veya ticari örnekler olarak değil; geçici deneyim mekânları olarak karşılaştırılabilir ve analiz edilebilir bir tasarım modeli içinde değerlendirmek hedeflenmiştir.

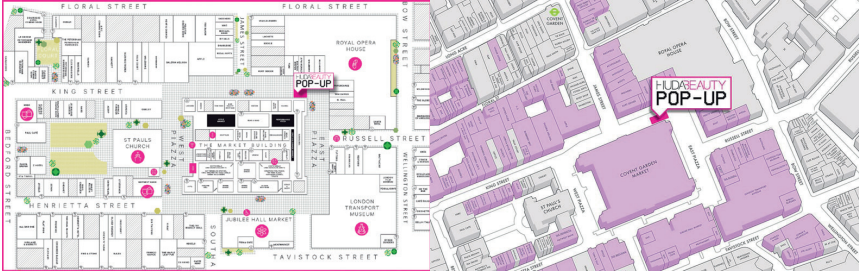
4. Vaka Analizi

Seçilmiş vakalar, geçicilik, deneyim üretimi ve mekânsal esneklik parametreleri dikkate alınarak farklı ölçek ve bağlamlardan tercih edilmiştir. Örneklerin bağımsız kentsel müdahale, mevcut yapı içinde kurulum ve modüler/taşınabilir strüktür olmak gibi farklı özellikler içermesi dikkate alınmıştır.

4.1.Huda Beauty Pop-Up – Covent Garden, Londra

Huda Beauty Pop-Up	
Yer	Covent Garden, East Piazza, Londra
Süre	29 Kasım–26 Aralık 2019
Tema	Merkür Retrosu
Deneyim Vaadi	sosyal medyayı fiziksel mekâna taşıma, fotoğraf alanları, sürükleyici deneyim

Tablo 1. Vaka 1 Künyesi



Huda Beauty markasına ait ilk pop-up mağaza Londra'nın yoğun yaya hareketine sahip kamusal alanlarından biri olan Covent Garden bölgesi East Piazza'da açılmıştır. Covent Garden bölgesinin seçilmesinde birkaç farklı unsur etkili olmuştur. Londra'nın güzellik merkezi olması hem turistik hem yerel kullanıcı profiline sahip olması, canlı ve eklektik yaşam tarzı, eğlence etkinlik odaklı yapısıyla tema için gerekli tüm kriterleri karşılamıştır (Cuff, t.y.).

Resim 1. Huda Beauty Pop-Up mağaza konumu (Crowther, 2019; Huda Beauty, 2019)

Mağaza konsepti “Merkür Retrosu olarak belirlenmiştir. Amaç sosyal medyayı gerçek hayata taşımak ve sadece bir perakende alanı olarak işlev görmekle kalmayıp aynı zamanda inanılmaz derecede güçlü ve sürükleyici bir deneyim sunan bir ortam yaratmaktır (Cuff, t.y.).

Huda ve ekibi, bu pop-up mağazayı hayal edilebilecek en eğlenceli ve sürükleyici hale getirmeyi amaçlamıştır. Yaratılan ortam, kozmik ve büyümlü unsurları ön plana almıştır (Cuff, t.y.).



Resim 2 Huda Beauty Pop-Up mağaza kabuk ve girişi (Cuff, t.y.)

Pop-up mağazanın açık kamusal alan içinde bağımsız bir kütle olarak yer alması, yapıyı çevresindeki kalıcı ticari cephelerden ayırıştırarak ikonik bir obje gibi görünür kılar. Bu konumlanma, pop-up'ı yalnızca bir satış noktası değil, kamusal alanda geçici bir tasarım müdahalesi olarak okutur.

Piazza'nın yüksek yaya yoğunluğu ve etkinlik karakterize oluşu, deneyim odaklı bir marka için uygun bir sahne oluşturur. Yapının her yönüyle algılanabilir olması, cephe tasarımını yalnızca ön yüzeyden ibaret olmaktan çıkararak çok yönlü bir görsel deneyime dönüştürür. Yaya akışı içinde hareket eden kullanıcı, yapıyı farklı açılardan algılar. Böylece pop-up, kentsel bağlamda mevcut boşluklarda kendine yer bulan bir yapıdan çok, geçici süreli ve dikkati çeken bir mekânsal odak üretir.

Bu örnek, pop-up mağazaların kent içinde kalıcı mimariye eklemlenmekten ziyade, belirli bir süre için kamusal alanda görünürlük ve yoğunluk üreten müdahaleler olarak çalıştığını göstermektedir. Geçicilik burada mekânsal stratejinin başlangıç noktasıdır.

Pop-up'ın dış kabuğu, kırıklı geometrik yüzeyleri ve metalik, ayna gibi yansıtıcı etkisiyle çevresindeki kalıcı mimariden bilinçli biçimde ayrışır. Bu cephe dili, kalıcılığı taklit etmek yerine geçiciliğini estetik bir biçimde vurgular. Uzaktan algılanan parlaklık ve biçimsel kırılmalar, kamusal alanda dikkat çeken bir görsel eşik üretir.

Eşik, dışarıdan markanın kurgulanmış evrenine geçişi temsil eder. Cepheye başlayan kozmik ve uzay vari anlatı, iç mekânda sürdürülen ışık ve atmosfer diliyle devam eder. Böylece giriş, yalnızca fiziksel bir açıklık değil, deneyimin başlangıç anıdır.

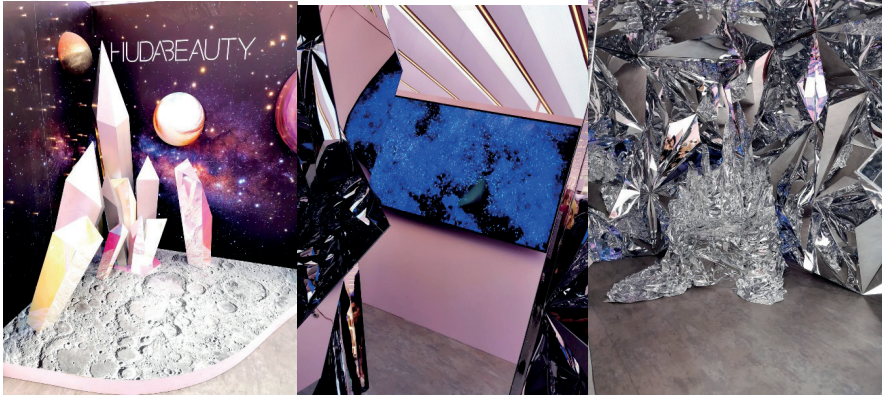
Bu durum, geçici perakende mekânlarında cephenin yalnızca kimlik göstergesi değil; zaman kısıtını görünür kılan ve merak duygusunu tetikleyen bir araç olarak çalıştığını göstermektedir. Huda Beauty örneğinde cephe, deneyimin ilk katmanını oluşturarak ziyaretçiyi mekânsal anlatının içine davet eder.

İç mekân, klasik bir satış düzeninden çok deneyim sahnesi olarak kurgulanmıştır. Mağaza lineer düzende tasarlanmıştır. Ürün teşhiri genellikle çizgisel hat boyunca yer alırken, mekânın belirli odak noktalarında fotoğraf ve etkileşim alanları oluşturulmuştur. Ana kapıdan giren ve hat boyunca ürünleri inceleyip alışveriş yapan kullanıcılar arkadaki kasa alanına ve çıkışa ulaşmadan önce tamamen aynalarla kaplı taht odası olarak tasarlanan alanda selfie çekmek için teşvik edilmektedir (Shepard, 2019). Bununla birlikte ana hatta çeşitli arka planlar ve paylaşım alanları da bulunmaktadır. Bu sayede tasarımda satın alma eyleminden önce deneyim ve paylaşım üretimi öncelik haline getirilmiştir.



Resim 3. Huda Beauty Pop-Up mağaza iç mekân görselleri (Cuff, t.y.; Davidson Branding, 2020)

Dolaşım serbest akışa izin verirken, ışık ve odak elemanları kullanıcıyı belirli mekânsal duraklara yönlendirir. İçeride çeşitli ‘galaktik’ unsurlar, kırık aynalı yüzeyler ve parıltıyan armatürler kullanılmıştır. Dış mekânda başlayan tasarım iç mekânda varlığını devam ettirmiştir. Atmosfer üretiminde yoğun ışık efektleri, tematik renk paleti ve yansıtıcı yüzeyler kullanılmıştır. Bilim kurgu sahnesi tarzında aydınlatmalar kullanılmıştır (Cuff, t.y.). Atmosfer, ışık, efektler, yansımalar ve renkler duyuşsal bir yoğunluk yaratır. Bu yoğunluk, mekânı işlevsel bir satış alanından çok, sınırlı süreli bir deneyim ortamına dönüştürür. Plan şemasında güçlü deneyim alanları bulunur. Bu alanlar, sosyal medya paylaşımını teşvik eden görsel arka planlar ve deneyim odaklı elemanlar içerir. Kullanıcı burada yalnızca tüketici değil, deneyimin bir parçası olarak konumlandırılmıştır.



Resim 4. Huda Beauty Pop-Up mağaza deneyim alanları (Vanity Owl, t.y.)

Bu deneyim ve paylaşım alanları sosyal medyada istenen biçimde karşılık bulmuş ve kullanıcılar tarafından sosyal medyada paylaşmaya değer özel bir deneyim olarak tanımlanmıştır. Kullanıcı dijitali gerçek hayatta deneyimleyerek mekanla bağ kurduğunu ifade etmiştir. (Vanity Owl, t.y.). Bu örnek, pop-up mağazalarda planlamanın ürün merkezli değil, deneyim merkezli bir mantıkla ele alındığını ortaya koymaktadır. Mekânsal organizasyon, ticari işlevi desteklemekle birlikte, öncelikle deneyimin sahnelenmesini hedefler.

Diğer yönden pop-up'ın geçici doğası, tasarım kararlarını doğrudan etkilemektedir. Yapı, hızlı kurulum ve sökülebilirlik prensibiyle tasarlanmış; teşhir üniteleri ve donatılar modüler ve tekrar kullanılabilir karakterdedir. Bu durum, markanın benzer deneyimi farklı lokasyonlarda yeniden kurabilmesine olanak tanır.

Geçicilik yalnızca süreyle ilgili değildir; mekânsal yoğunluk ve dramatisasyon da bu süre sınırlılığına bağlı olarak artırılmıştır. Mağazada renk, ışık, yansıma, efektler ile yoğun bir ortam oluşturulmuştur. Duyusal deneyimin bu kadar yoğun olması zamansal kısıtlamanın bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Ziyaretçide aciliyet ve kıtlık algısı oluşturacak biçimde kurgulanan deneyim, zaman sınırlılığını tasarımın yönlendirici parametresine dönüştürür.

Ayrıca marka sınırlı sayıda ürettiği bazı ürünleri sadece pop-up ziyaretçisine sunarak kaçırıldığı takdirde bir daha erişemeyeceği vurgusuyla kullanıcıya benzersiz ancak sınırlı süreli bir deneyim vaadi sunarak geçicilik hissiyatını ve kaçırma korkusunu ön plana çıkarmıştır (Vanity Owl, t.y.).

Bu bağlamda Huda Beauty pop-up'ı, geçiciliği aktif bir mekânsal strateji olarak kullanmaktadır. Esneklik ise salt yapısal bir özellik olmanın ötesinde; markanın deneyimi yeniden üretme kapasitesini mümkün kılan operasyonel bir araçtır.

4.2. French Fling @ Nordstrom

French Fling @ Nordstrom	
Yer	Michigan Avenue, Chicago
Süre	Ekim 2013-Kasım 2013
Tema	French Fling (Fransız Kaçamağı)
Deneyim Vaadi	Fransız kültüründen ilham alan, sınırlı süreli küratöryel bir tematik keşif deneyimi

Tablo 2. Vaka 2 Künyesi

Ekim 2013'te başlatılan Pop-In@Nordstrom, temelde Nordstrom mağazaları içerisinde her dört ila altı haftada bir değişen farklı tematik pop-in mağazalarının kurulması projesidir. Pop-In@Nordstrom, müşterilerin yeni markaları, yeni ürünleri keşfetmeleri ve mağazalarda ya da çevrimiçi olarak eğlenceli ve ilgi çekici bir deneyim yaşamaları için tekrar gelmelerini sağlamak amacıyla aylık bir rotasyon üzerine kurulmuştur (Business of Fashion, t.y.). İlk "Pop-In"ler, mağaza içinde mini bir mağaza rolünü üstlenir ve süresi tamamlandığında yerini bir yenisi alır. Bu proje Amerika Birleşik Devletleri'ndeki sekiz farklı Nordstrom mağazasında (Seattle şehir merkezi, San Francisco Centre, Santa Monica, Aventura, Tysons Corner Center, Michigan Avenue, Garden State Plaza ve Ala Moana Center) ve çevrimiçi olarak ilk defa Ekim 2013'te açılmıştır (Ma, 2013).

Bu örnekte pop-up kamusal alanda aniden ortaya çıkan bir kütle değil, kalıcı bir yapı içerisinde geçici alt mekân olarak çalışmaktadır. Geçicilik dışta ve kabukta değil iç mekân organizasyonundadır. Büyük mağaza içerisinde ta-

nımlanmış bir bölge her seferinde farklı temalarla dolar. Fiziksel sınırlar katı değildir. Raf sistemleri, paneller vs. gibi temaya ait elemanlar ve görsel dil ile alan mağaza genelinden ayrılır. Böylece kullanıcı aynı yapı içerisinde farklı bir evrene geçtiğini idrak eder. Bu örnek, pop-up mağazaların yalnızca kentte bağımsız müdahalelerle değil; mevcut ticari yapılar içinde geçici mekânsal düzenlemelerle de üretilebileceğini göstermektedir.



Resim 5. French Fling @ Nordstrom (Architizer, 2013)

“French Fling (Fransız kaçamağı)” teması serinin ilk örneğidir. Mağaza, sevilen Fransız markalarının ürünlerini ve çoğu sınırlı sayıda veya özel üretim olan, ülkeden ilham alan parçaları sergilemiştir. Tasarımı New York merkezli mimarlık ve tasarım firması olan Rafael de Cárdenas Ltd. tarafından yapılmıştır. Cárdenas, Fransa genelindeki bahçelerde bulunan özenle budanmış şimşir çitleri ve kafes işlerini taklit eden bir tasarım yaklaşımı benimsemiştir. İçeride, yapay budanmış raflar, çapraz bir ayna deseni ve siyah-beyaz karo zeminle birleşerek karmaşık bir geometri oluşturmuştur. Plan şemasında lineer bir rota yerine labirent benzeri keşfe dayalı bir akış oluşturmuştur ve kafa karışıklığı yaratmayı hedeflenmiştir. Cárdenas’e göre kafa karışıklığı iyi ve baştan çıkarıcıdır (Bird, 2013).



Resim 6. French Fling @ Nordstrom iç mekân görselleri (Architizer, 2013)

Geçici alan ana mağaza akışından kopmadan kendi sirkülasyon yoğunluğunu üretir. Kullanıcı pop-up’a girdiği andan itibaren tematik ürün grupları arasında dolaşmaya teşvik edilir. Doğrudan satış aksına yönlendirilmez. Bu sayede ana mağazadan fiziksel olarak tamamen kopmamakla birlikte ana mağaza düzeninden bilinçli şekilde ayrışarak akışı yavaşlatan ve yoğunlaştı-

ran bir deneyim alanı algısını güçlendirir. Bu örnek dolaşımın lineer ve yönlendirmeli formundan uzaklaşmış bir anlatı alanına dönüşmesinin örneğidir.

Dekorlar, grafik yüzeyler, sergileme alanları Fransız kültürel referanslarını çağrıştıracak biçimde düzenlenmiştir. Bu da pop-up'ın ana mağazadaki nötr atmosferin aksine yoğun renk, desen ve dekoratif öğelerle mağaza içerisinde kendi dilini yaratmasını sağlar. Deneyim üretimi görsel yoğunlukla, ürün, dekor ve grafik unsurların tek bir temada birleşmesi ile sağlanır. Böylece kullanıcı alışverişten ziyade bir kültür içerisinde vakit geçirme imkânı bulur.

Geçicilik ve esneklik bağlamında ele alındığında Nordstrom Pop-In modeli, başlı başına kalıcı mimariyi değiştirmeden geçici mekân üretme üzerine kuruludur. Kurulum elemanları modülerdir ve mevcut strükture zarar vermez. Süresi tamamlandığında sökülüp yerine farklı bir tema kurulur. Bu noktada organizasyonel ve mekânsal esneklik temel unsurdur. Pop-up mağazalarda esneklik her zaman taşınabilirlik ya da yapısal elemanlar üzerinden değil mevcut yapılar içerisindeki farklı temalarda tekrar tekrar üretilme yoluyla da tanımlanmaktadır.

4.3. Uniqlo Cube Pop-Up

Uniqlo Cube Pop-Up	
Yer	New York
Süre	Temmuz 2011 – Ekim 2011
Tema	Uniqlo'nun minimalist ve evrensel marka kimliğinin mekânsal yorumu
Deneyim Vaadi	Günelik kentsel akışı kesintiye uğratan, aniden beliren ve kaybolabilen bir enstalasyon

Tablo 3. Vaka 3 Künyesi

Uniqlo Cube pop-up mağazası Japon giyim markası Uniqlo'nun, New York'ta iki yeni amiral mağazasının açılışına özel kampanyası için HWKN mimarlık tarafından tasarlanmıştır. Amaç şehirle ortaklık kurmak ve topluluğun bir parçası olmaktır. (CH Studio, 2011). Her biri 64 m2 olan iki adet küpten oluşmaktadır ve her bir küp, entegre bir raf yapısından oluşur. Kamyonla taşınabilecek kadar kompakt ve şeffaf plastikle kaplı olan bu küpler, içerideki kıyafetlerin renkli parıltısını ortaya çıkarır (HWKN, 2011).

Bu iki küp Seattle'da üretilip nakliye yoluyla getirilmiş ve High Line Paten Pisti'nin büyük açılışıyla eş zamanlı olarak New York'a yerleştirilmiştir (Divisare, t.y.). Daha sonra dünyanın dört bir yanını dolaşmaya devam etmiştir (HWKN, 2011).

Uniqlo Cube Pop-Up, markanın sade ve fonksiyonel tasarım dilini modüler ve kompakt bir küp aracılığıyla kentsel bağlama yerleştirmiştir. Kübik formu, net geometrisi ve yalın strüktürel dili, yapının kent içinde kolaylıkla algılanabilir bir obje olarak konumlanmasını sağlamıştır. Bu pop-up doğrudan kamusal alanda yaya yoğunluğunun fazla olduğu noktalara konumlandırılması ile kentle doğrudan ilişki kurar. Bu yönüyle yapı kentsel akış içerisinde kısa süreli bir müdahaledir.

Geçici ve bağımsız bir hacim olan kübik yapı, kent dokusunda ani bir kesinti üretir. Sabit cephelerden farklı rubik küp benzeri karakteri, mobil ve süreli varlığı, yapıyı hem dikkat çekici hem de geçici bir kentsel işaret hâline getirir.

Geceleri küpler karanlıkta parladığında varlıkları belirginleşir. Uniqlo'nun marka varlığı, parlayan formların güçlü sadeliğinde, yüksek malzeme kalitesinde ve detaylar da belirginleşmiştir (Divisare, t.y.).



Resim 7. Uniqlo Cube Pop-Up yapı görselleri (Divisare, t.y.)

Her küpün bir bölümü, kayarak açılıp bir giriş yaratır. Plan kompakt ve rasyoneldir. Duvar yüzeyleri teşhir için kullanılmıştır. Merkezde oldukça sınırlı ama belirgin bir sirkülasyon alanı bırakılmıştır. Amaç küçük alanda maksimum kullanım alanı üretmektir. Dolaşım kısa ve doğrudan ürünlere erişecek biçimdedir. Net ve işlevsel bir alışveriş deneyimi sunar. Mağaza plan şeması, kabuk tasarımı, yapı formu, renk ve malzemeler bazında Cube bütünüyle markanın sade ve erişilebilir kimliğini mekâna yansıtmıştır. Nötr renk paleti, temiz yüzeyler ve sade grafik dil, markanın fonksiyonel ve zamansız tasarım anlayışını yansıtır.



Resim 8. Uniqlo Cube Pop-Up iç mekan görselleri (Divisare, t.y.)

Bu mağazada deneyim mağaza içinde tiyatral vurgularla değil kentsel karşılaşma ve mekânsal yoğunlaşma üzerinden üretilir. Kent içinde beklenmedik biçimde beliren kompakt hacim, kullanıcının dikkatini çeker ve gündelik dolaşımı kısa süreli olarak kesintiye uğratar. Bu kesinti, deneyimin başlangıç anıdır.

İç mekânda kullanıcı, yoğunlaştırılmış bir marka ortamı ile karşılaşır. Küçük ölçekteki mekân, markanın ürünlerini ve kimliğini filtrelenmiş ve sade bir biçimde sunar. Böylece deneyim, görsel dramatizasyondan ziyade mekânsal yoğunluk ve doğrudan temas üzerinden şekillenir.

Uniqlo Cube, Uniqlo estetiğinin küçük bir parçasını şehrin farklı bölgelerine taşımanın bir yolu olarak nitelendirilmiş ve küplerin mobil olması sayesinde şehrin önemli noktalarına ulaşılmasını sağladığı belirtilmiştir. Küplerin kurulduğu yerler arasında Hester Street Fuarı, Columbia Üniversitesi'ne Hoş Geldiniz Festivali, Grand Central Sonbahar Festivali ve New York Şehri Şarap ve Yemek Festivali bulunmaktadır (J. Shi, 2011) Uniqlo Cube Pop-Up'ın temel özelliği de bu mobil yapısıdır. Modüler kübik sistem, kısa sürede kurulup sökülebilir ve farklı kent noktalarına taşınabilir. Bu sayede zamansal geçiciliğe fiziksel mekânsal hareketlilik de eklenir. Yapı, belirli süre sonunda ortadan kalkar ve başka bir kent noktasında yeniden ortaya çıkar. Bu dolaşım potansiyeli, markanın farklı kentsel bağlamlarla ilişki kurmasına olanak tanır.

Esneklik ise yapısal sadelik ve modüler organizasyonla açığa çıkar. Kübik sistem farklı bağlamlara uyarlanabilir; iç mekân düzeni yeniden organize edilebilir. Böylece yapı hem kurulum sürecinde hem kullanım sürecinde uyarlanabilir bir model sunar.

5. Değerlendirme ve Sonuç

Çalışma kapsamında Huda Beauty Pop-Up, French Fling @ Nordstrom ve Uniqlo Cube örnekleri; mimari bağlam ve kentsel ilişki, iç mekân organizasyonu ve deneyim kurgusu, geçicilik ve esneklik stratejileri üzerinden incelenmiştir.

Kentsel bağlam açısından Pop-up mağazaların kentte konumlanma biçimi ve kamusal görünürlükleri incelendiğinde kentle farklı düzeylerde ilişki kurdukları görülmüştür. Huda Beauty Pop-Up ve Uniqlo Cube Pop-up kent içinde kalıcı mimariye eklemlenmekten ziyade, belirli bir süre için kamusal alanda görünürlük ve yoğunluk üreten yapıdadır. Huda Beauty örneği iç mekân odaklı bir kurguya sahip olan ve kabuk tasarımıyla iç mekanına referans vererek kullanıcıyı asıl deneyim merkezi olan iç mekâna davet eden bir karakter gösterirken, Uniqlo Cube modüler, minimalist küp formu ve bağımsız yerleşimi ile bir kentsel enstalasyon gibi konumlanmaktadır. Kentte beliren ve kaybolan yapısı ile kamusal alanda beklenmedik anda karşılaşma deneyimi kullanıcıyı gündelik hayatından aniden koparma vaadi taşır. Buna karşın French Fling @ Nordstrom ise bambaşka bir karakter gösterir. Mev-

cut yapı içerisinde yer almaktadır ve konumlanmak için kente doğrudan bir müdahalesi yoktur. Sadece kentte zaten var olan boşluğu doldurur ve geçici bir süreliğine o boşlukta kendi anlatısını yaratır. Bu bağlamda pop-up mağazaların kentle kurduğu ilişki bakımından farklı düzeylerde olabileceği görülmektedir.

Mimari ve iç mimari bağlam açısından incelendiğinde, öncelikle marka kimliğinin tasarıma yansıdığı ve bu kimliğin seçilen temalarla bir arada, deneyim ön planda tutularak kurgulandığı gözlemlenmiştir. Huda Beauty güçlü tematik kurgusu ve yoğun görsel atmosferi ile sürükleyici bir deneyim üretmiştir. Mekânsal kurgusu lineer bir şekilde olmakla birlikte rota boyunca temayı ön plana çıkaran fotoğraf zonları ve deneyim alanları ekleyerek mekânı keşfetmeye yönelik bir dolaşım oluşturmuştur. French Fling @ Nordstrom örneği ise daha kültürel ve küratöryel bir tema oluşturmuş ve müze benzeri bir dolaşım kurgusu inşa etmiştir. Yarı labirent formu dolaşım ağı kullanıcıyı bir adadan diğerine götürürken Fransız kültürü içerisinde bir gezintiye çıkarır. Adeta kültürel bir sunum yapar. Uniqlo Cube ise yalın mekânsal kurguya ve minimal çizgilere sahiptir. Markanın kurumsal kimliği ön plandadır. İç mekânda oldukça sade ve işlevsel bir düzen sunar. İç mekândan çok yapının mimari formunu bir enstalasyon olarak sunar. Bu üç vaka mekânsal deneyimin farklı temalar ve tasarım anlayışları ile üretilebildiğini göstermiştir.

Mekânsal deneyim ve kullanıcı etkileşimi açısından incelendiğinde, pop-up mağazaların ziyaretçiyi yalnızca bir tüketici olarak değil, deneyimin aktif bir parçası olarak değerlendirdiği görülmektedir. Huda Beauty güçlü tematik kurgusu, kabuk formu, iç mekânda sürükleyici deneyimler üretmesi açısından yoğun kullanıcı etkileşimini önceliklemiştir. French Fling @ Nordstrom örneğinde ise tematik atmosfer ve mekânsal anlatı ile kullanıcıya mekânı keşfettirmeyi amaçlanmıştır. Kullanıcı bir kültürün içerisinde bir müzeyi geziyormuşçasına mağazayı keşfeder. Daha sakin ve küratöryel bir mekânsal deneyim üretir. Kullanıcı mağazaya girdiği andan itibaren akışını yavaşlatır. Labirentimsi dolaşım aksında bir adadan diğerine kullanıcıyı dolaştırır. Kültüre dair izler içerisinde adete Fransız bahçelerinde kullanıcıyı gezdirir. Uniqlo Cube ise çok daha minimaldir ve grafik etkisi yüksektir. Deneyimi iç mekanla değil kentte aniden karşılaşma ve merak duygusu üzerinden kurgular. Üç örnekten anlaşıldığı üzere pop-up mağazalarda deneyim ve kullanıcı etkileşimi önemli faktörlerdir. Ancak bu özellikler farklı elemanlarla ve farklı düzeylerde üretilebilir.

Pop-up mağazaların en belirgin özelliği ise kısa süreli oluşlarıdır. Bu da bu mağazaların tasarımında geçicilik ve esneklik stratejilerinin uygulanmasını gerekli kılar. Bu bağlamda incelendiğinde Huda Beauty örneğinde mağaza kullanıcıya kısa süreli tematik bir deneyim sunar. Deneyimin geçiciliği, atmosferin yoğunlaşması ile kendini belli eder. French Fling @ Nordstrom örneğinde ise mağaza içerisinde kurulan geçici bir düzenleme söz konusudur. Her mağaza dört-altı haftada bir yerini yenisine bırakır. Bu da geçiciliği çok net ortaya çıkarır. Geçicilik dış kabuk üzerinden görünür. Oradan geçen kul-

lanıcı belli bir süre sonra o mağazanın artık orada olmayacağını bilir. Esneklik bağlamı ele alındığında ise üç örnekte kentte kısa süreli var olup daha sonra kaybolacak bir yapıda olduğundan başından itibaren yapı sistemleri kolay kurulabilen ve sökülebilen nitelikte geçici elemanlarla tasarlanmıştır. Ancak Uniqló Cube örneği esneklik bakımından fiziksel ve yapısal sistem üzerinden en net okunan örnektir. Modüler küp formu başka bir yerde üretilir. Mevcut yerine taşınır. Taşınabilir ve yeniden konumlandırılabilir yapıda ve oldukça minimaldir. Bu sayede kent içinde farklı noktalarda kurulması mümkün olmuştur. Geçicilik burada zaman sınırının yanında mekânsal hareketlilik üzerinden de kendini gösterir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, incelenen üç örnek pop-up mağazaların kentsel mekân, mimari tasarım ve iç mimari deneyim üretimi açısından farklı stratejiler geliştirebildiğini ortaya koymaktadır. Bu çeşitlilik, pop-up mağazaların geçici bir ticari model olmanın ötesinde, mekânsal deneyim ve marka iletişimi açısından önemli bir tasarım alanı oluşturduğunu göstermektedir.

Kriter	Huda Beauty Pop-Up	French Fling @ Nordstrom	Uniqló Cube
Kentsel bağlam	Kent içerisinde bağımsız kentsel müdahale	Mevcut mağaza içine konulanma	Kent içinde bağımsız nesne / enstalasyon
Yerleşim şeması ve sirkülasyon	Lineer, deneyim odaklı	Labirentimsi keşif, ada düzeni	Lineer, kompakt ve işlevsel
Mekânsal deneyim	Sürükleyici, görsel ve yoğun atmosferik deneyim	Tematik atmosfer, küratöryel sunum	Kentsel karşılaşma
Kullanıcı etkileşimi	Fotoğraf ve deneyim odaklı	Keşif ve dolaşım	Merak uyandıran karşılaşma
Geçicilik ve esneklik	Tematik / atmosferik geçicilik	Program esnekliği	Fiziksel / modüler esneklik

Tablo 4. İncelenen pop-up mağaza örneklerinin karşılaştırmalı analizi

Sonuç olarak; Pop-up mağazalar perakendecilik sektöründe etkili bir satış stratejisi olarak değerlendirilmekle birlikte, aynı zamanda marka kimliğini ve deneyimini mekânsal özellikler üzerinden aktaran geçici tasarım stratejileridir. İncelenen örneklerde farklı tasarım yaklaşımlarının benimsendiği görülmüştür. Huda Beauty örneği deneyim ve atmosfere odaklanırken, French Fling @ Nordstrom tematik ve küratöryel bir anlatı üremektedir. Uniqló Cube ise modüler yapısı ve kentle kurduğu ilişki bakımından mağazayı kent içinde görünür hale getirmektedir.

Ayrıca pop-up mağazaların karakteristik geçiciliklerini bir satış stratejisi olarak kullanmalarının yanında, bu özellikleri mimari bağlamda atmosferik, programatik ve fiziksel esneklik üretme kapasitesini dönüştür. Ek olarak iç mimarlık pratiğinde deneyim üretimi, marka kimliğini yansıtmaya ve geçici mekân tasarımları açısından önemli bir araştırma alanı oluşturur. Tüm bu özellikleri ile pop-up mağazalar kent, mimari ve kullanıcı deneyimi ara kesitinde yeni bir ilişki kumaktadır.

KAYNAKÇA

- Alexander, B., Nobbs, K., & Varley, R. (2018). The growing permanence of pop-up outlets within the international location strategies of fashion retailers. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(5), 487-506. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-09-2017-0217>
- Architizer. (2013). *Nordstrom Pop-In French Fling*. <https://architizer.com/projects/nordstrom-pop-in-french-fling/>.
- Atef, E., Megahed, N., Elgheznawy, D., & Nashaat, B. (2024). ‘Adaptive office buildings: improving functional flexibility in response to shifting needs using kinetic technology’. *Architectural Engineering and Design Management*, 20(4), 946-971. <https://doi.org/10.1080/17452007.2024.2328119>
- Bertino, G., Fischer, T., Puhr, G., Langergraber, G., & Österreicher, D. (2019). Framework Conditions and Strategies for Pop-Up Environments in Urban Planning. *Sustainability*, 11(24), 7204. <https://doi.org/10.3390/su11247204>
- Bird, A. (2013). *Rafael de Cárdenas Designs the French Fling Pop-Up Shop for Nordstrom*. <https://www.architecturaldigest.com/story/rafael-de-cardenas-nordstrom-pop-up-shop>.
- Business of Fashion. (t.y.). *Pop-In@Nordstrom*. <https://www.businessoffashion.com/organisations/nordstrom-1/projects/pop-in-nordstrom/>.
- CH Studio. (2011). *Uniqlo Cubes*. <https://coolhunting.com/style/uniqlo-cubes/>.
- Chen, C., & Okken, G. (2020). The Rise of Pop-Up Retail: Investigating the Success of Experiential Design within Pop-Up Stores. *UF Journal of Undergraduate Research*, 22. <https://doi.org/10.32473/ufjur.v22i0.121827>
- Crowther, T. (2019). *Hello, Hi — the Huda Beauty Pop-Up Is Officially Open in London For Business*. <https://www.popsugar.co.uk/beauty/huda-beauty-london-pop-up-store-46882500>.
- Cuff, S. (t.y.). *Creating a stir in Covent Garden, Huda Beauty’s first pop up*. <https://www.thestorefront.com/mag/huda-beauty-pop-up-covent-garden/>.
- Davidson Branding. (2020). *Huda Beauty’s pop-up store: An intergalactic experience unlike any other*. <https://davidsonbranding.com.au/huda-beauty-pop-up-store-an-intergalactic-experience-unlike-any-other/>.
- de Lassus, C., & Anido Freire, N. (2014). Access to the luxury brand myth in pop-up stores: A netnographic and semiotic analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(1), 61-68. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2013.08.005>
- Deng, Z. (2023). Research on Pop-up Stores from the Perspective of Visual Marketing. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 7(1), 238-243. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/7/20230239>
- Divisare. (t.y.). *HWKN UNIQLO CUBES*. <https://divisare.com/projects/233053-hwkn-uniqlo-cubes>.

- Groat, L. N., & Wang, D. (2013). *Architectural Research Methods*. John Wiley & Sons. <https://www.wiley.com/en-us/Architectural+Research+Methods%2C+2nd+Edition-p-9780470908556>
- Haas, S., & Schmidt, L. (2016). What Drives the Success of Pop-Up Stores? *Wissenschaftliche Beiträge / Technische Hochschule Wildau*. https://doi.org/10.15771/0949-8214_2016_1_12
- Harris, E. (2015). Navigating Pop-up Geographies: Urban Space–Times of Flexibility, Interstitiality and Immersion. *Geography Compass*, 9(11), 592-603. <https://doi.org/10.1111/gec3.12248>
- Henkel, L., & Toporowski, W. (2021). Hurry up! The effect of pop-up stores' ephemerality on consumers' intention to visit. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58(3), 102278. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102278>
- Henkel, L., & Toporowski, W. (2023). Once they've been there, they like to share: capitalizing on ephemerality and need for uniqueness to drive word of mouth for brands with pop-up stores. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 51(6), 1284-1304. <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00861-y>
- Huda Beauty. (2019). *Everything You Need To Know About Our First Ever Pop-Up (In London!!)*. <https://hudabeauty.com/en-us/blogs/hudabeauty/everything-you-need-to-know-about-our-first-ever-pop-up-in-london>.
- HWKN. (2011). *Uniqlo Cubes When Uniqlo Moved to America*. <https://hwkn.com/projects/uniqlo-cubes/>.
- Jiang, Y., Hoque, Md. M., & Park, B.-J. (2023). Exploring the Influence of Pop-Up Store Experiences on Consumer Word-of-Mouth Intentions: The Mediating Role of Brand Charisma. *International Journal of Advanced Smart Convergence*, 12(4), 246-259. <https://doi.org/10.7236/IJASC.2023.12.4.246>
- Klein, J. F., Falk, T., Esch, F. R., & Gloukhovtsev, A. (2016). Linking pop-up brand stores to brand experience and word of mouth: The case of luxury retail. *Journal of Business Research*, 69(12), 5761-5767. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.172>
- Kotler, P. (1973). Atmospheric as a Marketing Tool. *Journal of Retailing*, 49(4), 48-64.
- Kumar, A. (2022). The unmatched brightness of doing: Experiential consumption facilitates greater satisfaction than spending on material possessions. *Current Opinion in Psychology*, 46, 101343. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101343>
- Lehmann, N. (2010). Gib' der Marke ein Zuhause. *handelsjournal*, 12-14.
- Long, H. (2025). Exploring Consumer Behavior in Luxury Pop-up Stores Based on the SOR Theory: A Study of Interactive Experiences. *Proceedings of the 3rd International Conference on Financial Technology and Business Analysis*.
- Ma, J. (2013). *First Look: Olivia Kim's 'French Fling' Pop-In Shops at Nordstrom*. <https://www.thecut.com/2013/10/first-look-olivia-kims-french-fling-pop-in.html>.
- Morales-Beltran, M., & Łątka, J. (2024). Pop-ups can be ugly: temporary architecture built with emotions. *The Journal of Architecture*, 29(4), 630-653. <https://doi.org/10.1080/13602365.2024.2406325>

- Overdiek, A. (2018, Haziran 25). *Exploring the Pop-up Shop for Co-design Research*. <https://doi.org/10.21606/drs.2018.457>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business School Press.
- Robertson, T. S., Gatignon, H., & Cesareo, L. (2018). Pop-ups, Ephemerality, and Consumer Experience: The Centrality of Buzz. *Journal of the Association for Consumer Research*, 3(3), 425-439. <https://doi.org/10.1086/698434>
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1-3), 53-67. <https://doi.org/10.1362/026725799784870496>
- Shepard, R. (2019). *In pictures: Huda Beauty opens space-age London pop-up*. <https://www.retail-week.com/health-and-beauty/in-pictures-huda-beauty-opens-space-age-london-pop-up/7033699.article?adredir=1>.
- Shi, C., Warnaby, G., & Quinn, L. (2021). Territorialising brand experience and consumption: Negotiating a role for pop-up retailing. *Journal of Consumer Culture*, 21(2), 359-380. <https://doi.org/10.1177/1469540519889996>
- Shi, J. (2011). *Uniqlo Opens Flagship Store With Splashy Event, Multifaceted Marketing Campaign*. <https://www.bizbash.com/event-venues/uniqlo-opens-flagship-store-with-splashy-event-multifaceted-marketing-campaign>.
- Spitzkat, A., & Fuentes, C. (2019). Here today, gone tomorrow: The organization of temporary retailscapes and the creation of frenzy shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 198-207. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.010>
- Stephens, D. (2012). *The Future is Temporary: Retailing in A Pop-Up World*. <https://www.retailprophet.com/2012/02/21/the-future-is-temporary/>.
- Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). Atmospheric Effects on Shopping Behavior: A Review of the Experimental Evidence. *Journal of Business Research*, 49(2), 193-211. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00010-7](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00010-7)
- Vanity Owl. (t.y.). *The Huda Beauty Pop Up Event experience*. <https://vanityowl.com/huda-beauty-london-pop-up-event-london>.
- Vilnai-Yavetz, I., Gilboa, S., & Mitchell, V. (2021). Experiencing atmospherics: The moderating effect of mall experiences on the impact of individual store atmospherics on spending behavior and mall loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63(4), 102704. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102704>
- Wang, X., Matta, A., Geng, N., Zhou, L., & Jiang, Z. (2025). Simulation-based emergency department staffing and scheduling optimization considering part-time work shifts. *European Journal of Operational Research*, 321(2), 631-643. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2024.09.020>
- Warnaby, G., & Shi, C. (2018). *Introducing the Pop-up Concept* (ss. 1-9). https://doi.org/10.1007/978-3-319-71374-8_1
- Ye, Y., Yang, Y., & Huang, Q. (2023). Identifying and examining the role of pop-up store design: A mixed-methods study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75(5), 103503. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103503>

