

Enstitüsü : **Lisansüstü Eğitim**
Anabilim Dalı : **İç Mimarlık Çevre Tasarımı**
Programı : **İç Mimarlık**
Tez Danışmanı : **Dr. Derya ADIGÜZEL ÖZBEK**
Tez Türü ve Tarihi : **Yüksek Lisans – Haziran 2020**

ÖZET

KENTSEL İÇ MEKAN OLARAK ALIŞVERİŞ MERKEZİ ORTAK ALANLARININ KULLANIMI

Büşra Özkul

Günümüz kentlerinde birey ve topluma yönelik yaşamsal faaliyetlerin hız kazanması ile bu faaliyetleri karşılayabilecek mekanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Aynı zamanda kentlileri bir araya getirerek, toplumsal paylaşımına imkan tanıyacak tesadüfi karşılaşma alanlarının da önemi artmaktadır. Bu doğrultuda kentlerde, kısa süreli işlevlere alan tanımlayacak kentsel iç mekan (urban interior) düzenlemeleri oluşturulmaktadır. Kentsel iç mekan, kentlerde toplumsal ilişkiler odağında kurgulanan yeni bir tasarım anlayışını karşılamaktadır.

Kentsel iç mekan üzerine devam eden yaklaşım ve uygulamalar, bir çok tasarım disiplininin etkilenmektedir. Multidisipliner yapı ile şekillenen kentsel iç mekan kavramı, farklı mekan özellikleri ile açıklanmaktadır. Bu nedenle kentsel iç mekan özellikleri ve bu özelliklerin uygulama da nasıl karşılık bulduğunun sorgulanması, önemli görülmektedir. Ayrıca, kentsel iç mekan olarak tanımlanabilecek alanların varlığı ile bu alanların keşfi ve niteliklerinin saptanmasının gerekli kılındığı düşünülmektedir. Tez çalışmasında; kentsel iç mekan konu alınarak, tasarım ve araştırmalarda nasıl bir yol izlendiği ve tasarıma yön verecek hangi etkenlerden yararlandırıldığı incelenmektedir. Bu doğrultu da araştırma gelecekte yapılacak kentsel iç mekan tasarımları için bir stratejiler ağı ve kentsel iç mekan özelliklerinin analizi adına geliştirilecek, araştırma yöntem önerisi üzerine kurulmuştur.

Araştırmada, kentsel iç mekana ait yaklaşım ve uygulamalar; kent mekanı-iç mekan, kamusal-özel, birey-toplum bağlamında değerlendirilmektedir. Literatür araştırmaları ile kentsel iç mekanı nitelendiren, geçici, deneyime dayalı, işlev kazandıran, bağlama özgü, ulaşılabilir, bireysel ve toplu kullanım olmak üzere altı farklı mekan özelliğine ulaşılmıştır. Araştırmanın bu yönde derinleştirilmesiyle kentsel iç mekanı niteleyen mekan özelliklerini destekleyerek, birbiriyle ilişkilendiren ara kavramlar tespit edilmiştir. Ara kavramlar ile kentsel iç mekanlar; dinamik, süreli kullanım, çoklu işlev, sosyal ulaşılabilirlik, fiziksel ulaşılabilirlik, bireysel deneyim, toplu deneyim, aidiyet, esnek planlama ve ihtiyaca yönelik çözüm nitelikleri ile tanımlanabilir. Kentsel iç mekan özelliklerinin saptanması ile varılan bir diğer sonuç ise kentsel iç mekanların geleneksel kamusal alanlarda, yarı kamusal alanlarda veya herhangi bir yere ait olmadan, kente eklenerek üç farklı şekilde bağlamın kurulduğudur. Günümüz kentlerinde yarı kamusal alanların önemi her geçen gün arttığı göz önünde bulundurularak, tez çalışmasında, bu bağlamdaki kentsel iç mekan düzenlemeleri üzerinden ilerlemektedir. Kentsel iç mekan tanımladığı öngörülen ve toplumsal paylaşımına imkan sağlayan, alışveriş merkezi ortak alan düzenlemeleri araştırma kapsamında incelenmektedir.

Alışveriş merkezi ortak alanlarında, geçici oluşumlar ile deneyime dayalı işlevleri karşılayan etkinlik mekan düzenlemeleri, önemli görülerek, araştırma bu yönde sürdürülmüştür. Hedefler doğrultusunda, AVM etkinlik mekanları, kentsel iç mekan özellikleri üzerinden analiz edilmiştir. Araştırma, İstanbul'un en yoğun bölgesi olan, birbirinden farklı sosyal ve ekonomik sınıfın bir arada bulunduğu, Büyükdere-Maslak aksında yer alan Kanyon Alışveriş Merkezi, Özdilek Park İstanbul Alışveriş Merkezi ve Metrocity Alışveriş Merkezi ile sınırlandırılmaktadır. İncelemeye dahil edilen alışveriş merkezleri, günlük rutin yaşantıda kentlilerin sıkça uğradığı ortak alanlara, ana ulaşım aksına ve toplu taşımaya yakınlık nedenleri ile belirlenmiştir. Bahsi geçen AVM'lerin etkinlik düzenlemelerinin kentsel iç mekan özellikleri ve ara kavramlarına dayalı analiz ve potansiyel çözümlenmeleri yapılmaktadır. Araştırma sonucunda; alışveriş merkezlerinde düzenlenen etkinlik mekanlarının; konumu, yer alma süresi, çevre ve kullanıcı bağlamının kentsel iç mekan potansiyeli ile doğrudan ilişkili olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmada, alışveriş merkezi ortak alan düzenlemeleri gibi potansiyel kentsel iç mekanların tespiti ile mekansal niteliklerinin artırılmasına yönelik; düzenleme, tasarım ve uygulamalar için analiz yaklaşımı önerilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Kentsel İç Mekan, Alışveriş Merkezi, Kanyon AVM, Özdilek Park İstanbul AVM, Metrocity AVM.

University : **Istanbul Kültür University**
Institute : **Institute of Graduate Studies**
Department : **Interior Architecture and Environmental Design**
Programme : **Interior Architecture**
Literature Supervisor : **Dr. Derya ADIGÜZEL ÖZBEK**
Degree Awarded and Date : **MA - June 2020**

ABSTRACT

USE OF COMMON AREAS OF SHOPPING CENTERS AS URBAN INTERIORS

Büşra Özkul

In today's cities, there is a need for places that can supply activities with the acceleration of vital activities for individuals and society. At the same time, by bringing together the city dwellers, the importance of the incidental encounters that will enable social sharing are also increasing. Accordingly, urban interior arrangements are created in cities that will define places for short-term functions. Urban interiors supply a new design concept built in the focus of social relations in the cities.

Ongoing approaches and practices on urban interiors are influenced by many design disciplines. The concept of urban interiors which are shaped by a multidisciplinary structure, is explained with different space features. For this reason, it is considered important to question the urban interior features and how these features correspond in practice. In addition, it is thought that the existence of areas that can be defined as urban interiors and the discovery and qualifications of these areas are required. In the thesis study, it is examined how the urban interior is followed and what factors are used in design and research and what factors are used to direct the design. In this respect, the research is based on a research network, which will be developed for the analysis of urban interior features and a network of strategies for urban interior design in the future.

In the research, approaches and applications of urban interiors are evaluated within the context of urban space-interior space, public-private, individual-society. With the literature researches, six different space features have been reached which characterize the urban interior; temporary, experience-based, functional, context-specific, accessible, individual and collective use. By deepening the research in this direction, supporting the space features characterizing the urban interior space, interconnecting secondary concepts were identified. Urban interiors with secondary concepts; it can be defined by dynamic, timed use, multi-function, social accessibility, physical accessibility, individual experience, collective experience, belonging, flexible planning and need-oriented solution. Another conclusion reached by the determination of urban interior features is that urban interiors are connected to the city in traditional public spaces, semi-public spaces or anywhere and the context is established in three different ways. Considering that the importance of semi-public spaces is increasing day by day in today's cities, the thesis is progressing through urban interior arrangements in this context. Shopping center common area arrangements, which are predicted to define urban interiors and enable social sharing, are examined within the scope of the research.

In the common areas of the shopping center, the activity space arrangements, which meet the functions based on temporary formations and experience, were considered important and the research was continued in this direction. In line with the objectives, shopping mall event space were analyzed based on urban interior features. The research is limited to Kanyon Shopping Center, Özdilek Park Istanbul Shopping Center and Metrocity Shopping Center, located on Büyükdere-Maslak axis, where different social and economic classes are located together, which is the busiest region of Istanbul. The shopping centers included in the study were determined due to the proximity to the common areas, which are frequented by the citizens in the daily routine life, to the main transportation axis and to public transportation. Aforementioned potential analysis of event arrangements based on urban interior features and secondary concepts are made. As a result of the research, it is seen that the location of the event spaces organized in the shopping centers, the duration of partaking, the environmental and the user context are directly related to the urban interior potential. Accordingly, in order to identify potential urban interiors such as shopping mall event spaces, and to increase their spatial qualities; analysis approach is recommended for editing, design and applications.

Key Words: Urban Interior, Shopping Center, Kanyon Shopping Center, Özdilek Park Istanbul Shopping Center, Metrocity Shopping Center.