



**TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA  
ANKARA YÜKSEK HIZLI TREN GARI DEĞERLENDİRMESİ**

**Tuğba ÖZDEMİR**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ  
MİMARLIK ANA BİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**HAZİRAN 2019**

Tuğba ÖZDEMİR tarafından hazırlanan “TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA ANKARA YÜKSEK HIZLI TREN GARI DEĞERLENDİRMESİ” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Gazi Üniversitesi Mimarlık Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

**Danışman:** Prof. Dr. Pınar DİNÇ KALAYCI

Mimarlık Ana Bilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.

.....

**Başkan:** Prof. Dr. Nazan KIRCI

Mimarlık Ana Bilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.

.....

**Üye:** Doç. Dr. Gülsu ULUKAVAK HARPUTLUGİL

Mimarlık Ana Bilim Dalı, Çankaya Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.

.....

Tez Savunma Tarihi: 19/06/2019

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

.....

Prof. Dr. Sena YAŞYERLİ

Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürü

## ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Tuğba ÖZDEMİR

19/06/2019



TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA  
ANKARA YÜKSEK HIZLI TREN GARI DEĞERLENDİRMESİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Tuğba ÖZDEMİR

GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Haziran 2019

ÖZET

Bu tez çalışması, tüketim ve tüketim toplumu kavramları üzerinden demiryolu terminal yapılarının, bir tüketim nesnesi olma, tüketim kültürünün parçası olma ve ikon yapı olma bağlamlarında nasıl bir gerçeklik ifade ettiğini ve demiryolu terminal yapılarının bu kavramlardan nasıl ve ne derece etkilendiğini Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı örneği üzerinden açıklamayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, ilgili kavramların tanım ve içeriklerine yönelik literatür çalışılmış, tüketim ve tüketim toplumu kavramının, Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı mekânlarına olan etkileri kuramsal- kavramsal ve mekânsal kriterler olmak üzere iki ana başlıkta irdelenmiştir. Kuramsal- kavramsal kriter ikonik değer olarak, mekânsal kriterler ise ulaşım fonksiyonu, ticari fonksiyon, kültürel fonksiyon ve estetik değerler olarak tanımlanmıştır. İrdelemeler sonucunda, küreselleşmenin tüm dünya üzerinde etkisini artırması ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı yapısının, demiryolu terminal binasının ana fonksiyonu olan ulaşım ağının bağlantı noktası olma ve ağ oluşturma fonksiyonunun sönük kaldığı görülmektedir. Tasarıma çağ gereksinimleri ile birlikte katılan ek işlevler, tüketim odaklı olmakta ve demiryolu terminal yapısını bir tüketim mekânına dönüştürmektedir. Yapılan bu çalışma ile ülkemizde yapımları yeni başlayan ve devam eden yüksek hızlı tren garları ve terminal binalarının tasarım ve kullanımlarına yönelik değerlerin belirlenmesine katkı sağlamayı amaçlanmaktadır.

Bilim Kodu : 80112

Anahtar Kelimeler : Tüketim, tüketim nesnesi, görsel tüketim, ikon yapı, terminal mimarisi

Sayfa Adedi : 107

Danışman : Prof. Dr. Pınar DİNÇ KALAYCI

EVALUATION OF ANKARA HIGH SPEED TRAIN STATION  
IN THE CONTEXT OF CONSUMPTION CULTURE

(M. Sc. Thesis)

Tuğba ÖZDEMİR

GAZİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF NATURAL AND APPLIED SCIENCES

June 2019

ABSTRACT

In this thesis, the concepts of consumption and consumption society and the fact that railway terminal structures represent a reality in the context of being an object of consumption, being a part of consumer culture and icon structure. With Ankara High Speed Train Station is aimed to explain how and how railway terminal structures are affected by consumption and consumption society. In this context, the literature on the definitions and contents of related concepts has been studied, and the effects of the consumption and consumption society concept on Ankara High Speed Train Station locations are examined under two main headings. The theoretical-conceptual criterion is defined as the iconic value, the spatial criteria are defined as transportation function, commercial function, cultural function and aesthetic values. As a result of reviews, it is seen that the structure of Ankara High Speed Train Station, which emerged with the increase of globalization all over the world and the development of technology, is the connection point of the transportation network which is the main function of the railway terminal building at the networking function is dimmed. The additional functions involved in the requirements of the design are consumption-oriented and transform the railway terminal structure into a consumption space. This study aims to contribute to the determination of values for design and usage of high-speed train stations and terminal buildings whose productions start and continue in our country.

Science Code : 80112

Key Words : Consumption, consumption object, visual consumption, icon building, terminal architecture

Page Number : 107

Supervisor : Prof. Dr. Pınar DİNÇ KALAYCI

## TEŞEKKÜR

Akademik hayata adım attığım bu tez çalışmasında, bilgileri ve değerli katkılarıyla bana destek ve yol gösterici olan değerli danışmanım Prof. Dr. Pınar DİNÇ KALAYCI'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

3 yıl süren yüksek lisans sürecimde sabır, sevgi ve ilgileriyle her koşulda yanımda olan annem Süleyha ÖZDEMİR'e, babam Vedat Özdemir'e ve kardeşim Mert ÖZDEMİR'e; mesafe tanımaksızın desteğini esirgemeyen nişanlım Alperen ERDOĞAN'a ve her zaman yanımda olduklarını bildiğim geniş ailem, sevdiklerim ve dostlarıma tüm katkı ve destekleri için teşekkürü borç bilirim.

Tuğba ÖZDEMİR

## İÇİNDEKİLER

|                                                                                       | Sayfa |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| ÖZET .....                                                                            | iv    |
| ABSTRACT.....                                                                         | v     |
| TEŞEKKÜR.....                                                                         | vi    |
| İÇİNDEKİLER .....                                                                     | vii   |
| ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....                                                             | ix    |
| RESİMLERİN LİSTESİ .....                                                              | x     |
| SİMGELER VE KISALTMALAR.....                                                          | xiv   |
| 1. GİRİŞ.....                                                                         | 1     |
| 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....                                                             | 3     |
| 2.1. Tüketim ve Popüler Kültür.....                                                   | 3     |
| 2.2. Tüketim Toplumu.....                                                             | 13    |
| 2.3. Tüketime Kent ve Bireylere Üzerindeki Etkisi .....                               | 14    |
| 2.4. Mekân ve Yer .....                                                               | 19    |
| 2.5. Yersizleşme.....                                                                 | 22    |
| 2.6. Tüketilen Mekân Kavramı .....                                                    | 22    |
| 2.6.1. Tüketime mekâna olan etkisi .....                                              | 23    |
| 2.6.2. Mekânın tüketilmesi, değiştirilmesi ve mekânın değeri .....                    | 24    |
| 2.7. Tüketim Çağı Mimari Yapıları .....                                               | 28    |
| 2.8. Tüketim Çağı Terminal Yapıları.....                                              | 30    |
| 2.9. Literatür Bölüm Değerlendirmesi .....                                            | 43    |
| 3. ALAN ÇALIŞMASI .....                                                               | 47    |
| 3.1. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı İçin Değerlendirme Çerçevesinin Belirlenmesi ..... | 47    |

|                                                                                | <b>Sayfa</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 3.1.1. Yöntem.....                                                             | 51           |
| 3.1.2. İkon yapı kriterlerinin belirlenmesi.....                               | 52           |
| 3.2. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı İkonik Değer Analizi .....                  | 53           |
| 3.3. Mekânsal Kriterler Bağlamında Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı Analizi ..... | 62           |
| 3.3.1. Dolaşım.....                                                            | 62           |
| 3.3.2. Ticari Fonksiyon.....                                                   | 69           |
| 3.3.3. Kültürel Fonksiyon .....                                                | 80           |
| 3.3.4. Estetik Kriterler .....                                                 | 83           |
| 4. TARTIŞMA VE SONUÇ .....                                                     | 93           |
| KAYNAKLAR .....                                                                | 97           |
| ÖZGEÇMİŞ .....                                                                 | 107          |

## ÇİZELGELERİN LİSTESİ

| Çizelge                                                                                                       | Sayfa |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Çizelge 2.1. Tüketim türleri .....                                                                            | 7     |
| Çizelge 2.2. Algılanan değer ölçekleri.....                                                                   | 26    |
| Çizelge 3.1. Tez araştırma modeli.....                                                                        | 49    |
| Çizelge 3.2. İkon yapı ölçütlerinin karşılaştırılması .....                                                   | 52    |
| Çizelge 3.3. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı kullanılabilir alan ve ticari alan<br>kullanımları çizelgesi ..... | 78    |
| Çizelge 3.4. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı ve dünya örnekleri yapı tasarım<br>bilgileri.....                  | 92    |

## RESİMLERİN LİSTESİ

| Resim                                                                              | Sayfa |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Resim 2.1. İlk vagonlar .....                                                      | 30    |
| Resim 2.2. Liverpool-Manchester arası ilk demiryolları.....                        | 31    |
| Resim 2.3. Dünya'nın ilk demiryolu istasyonu (Crown Street İstasyonu).....         | 32    |
| Resim 2.4. Birmingham New Street İstasyonu.....                                    | 36    |
| Resim 2.5. Birmingham New Street İstasyonu eski hali .....                         | 37    |
| Resim 2.6. Birmingham New Street İstasyonu yeni hali .....                         | 37    |
| Resim 2.7. Berlin Merkez Tren İstasyonu dış görünüş .....                          | 38    |
| Resim 2.8. Berlin Merkez Tren İstasyonu iç görünüş .....                           | 39    |
| Resim 2.9. Hong Kong West Kowloon İstasyonu dış görünüş .....                      | 39    |
| Resim 2.10. Hong Kong West Kowloon İstasyonu yeşil alan üst kotu .....             | 40    |
| Resim 2.11. Hong Kong West Kowloon İstasyonu iç görünüş.....                       | 40    |
| Resim 2.12. Astana Tren İstasyonu dış görünüş .....                                | 41    |
| Resim 2.13. Astana Tren İstasyonu iç görünüş .....                                 | 41    |
| Resim 2.14. Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu dış görünüş .....                 | 42    |
| Resim 2.15. Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu iç görünüş .....                  | 42    |
| Resim 3.1. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı .....                                     | 53    |
| Resim 3.2. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı konumu .....                              | 53    |
| Resim 3.3. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı karayolu yaklaşım aksları .....           | 54    |
| Resim 3.4. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı yaya yaklaşım aksları.....                | 55    |
| Resim 3.5. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı demiryolu yaklaşım aksları .....          | 56    |
| Resim 3.6. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı ulaşım akslarının kesişimi .....          | 56    |
| Resim 3.7. Yeni gar ile eski gar arasındaki kamusal bağlantı.....                  | 57    |
| Resim 3.8. Yeni gar ile eski gar arasındaki kamusal bağlantıyı gösterir plan ..... | 57    |

| <b>Resim</b>                                                                                                                                                    | <b>Sayfa</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Resim 3.9. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı çatı ve bina strüktür detayları .....                                                                                  | 58           |
| Resim 3.10. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı cephe detayları.....                                                                                                  | 59           |
| Resim 3.11. Berlin Merkez Tren İstasyonu çatı strüktür detayları.....                                                                                           | 59           |
| Resim 3.12. Birmingham New Street İstasyonu çatı strüktür detayları .....                                                                                       | 60           |
| Resim 3.13. Astana Tren İstasyonu çatı-bina strüktür detayları .....                                                                                            | 60           |
| Resim 3.14. Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu çatı-bina strüktür detayları .....                                                                             | 60           |
| Resim 3.15. Hong Kong West Kowloon İstasyonu cephe detayları .....                                                                                              | 61           |
| Resim 3.16. Birmingham New Street İstasyonu cephe detayları .....                                                                                               | 61           |
| Resim 3.17. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı sirkülasyon elemanı örnekleri .....                                                                                   | 62           |
| Resim 3.18. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı bilgi işaretler (göstergeler) ve görme engelliler için tasarlanmış hissedilebilir yüzey elemanlarından örnekler ..... | 63           |
| Resim 3.19. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı bilet holü ve bekleme alanı.....                                                                                      | 63           |
| Resim 3.20. Berlin Merkez Tren İstasyonu sirkülasyon elemanı merdiven ve yürüyen merdiven örnekleri.....                                                        | 64           |
| Resim 3.21. Berlin Merkez Tren İstasyonu bilgi işaretler (göstergeler) ve görme engelliler için tasarlanmış hissedilebilir yüzey elemanlarından örnekler .....  | 64           |
| Resim 3.22. Astana Tren İstasyonu bina içi ve peron kotu görme engelliler için tasarlanmış hissedilebilir yüzey elemanlarından örnekler .....                   | 64           |
| Resim 3.23. Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu bilet holü ve bekleme alanı.....                                                                               | 65           |
| Resim 3.24. Hong Kong West Kowloon İstasyonu bilet holü ve bekleme alanı.....                                                                                   | 65           |
| Resim 3.25. Birmingham New Street İstasyonu bilet holü ve bekleme alanı.....                                                                                    | 65           |
| Resim 3.26. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı ana kent girişi .....                                                                                                 | 66           |
| Resim 3.27. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı ana kent giriş holü .....                                                                                             | 66           |
| Resim 3.28. Astana Tren İstasyonu ana giriş holü .....                                                                                                          | 67           |
| Resim 3.29. Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu holü.....                                                                                                      | 67           |
| Resim 3.30. Hong Kong West Kowloon İstasyonu girişi ve holü .....                                                                                               | 68           |



| <b>Resim</b>                                                                                       | <b>Sayfa</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Resim 3.31. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı peron kotu görselleri .....                              | 68           |
| Resim 3.32. Hong Kong West Kowloon İstasyonu peron kotu görselleri.....                            | 69           |
| Resim 3.33. Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu peron kotu görselleri .....                       | 69           |
| Resim 3.34. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı -3. Bodrum kat planı .....                               | 70           |
| Resim 3.35. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı -2. Bodrum kat planı.....                                | 70           |
| Resim 3.36. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı -2. Bodrum kat planı ticari ve diğer alanlar .....       | 71           |
| Resim 3.37. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı -1. Bodrum kat planı .....                               | 71           |
| Resim 3.38. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı -1. Bodrum kat planı ticari ve diğer alanlar .....       | 72           |
| Resim 3.39. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı bulvar kotu planı.....                                   | 72           |
| Resim 3.40. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı bulvar kotu planı ticari ve diğer alanlar..              | 73           |
| Resim 3.41. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı bilet katı planı .....                                   | 73           |
| Resim 3.42. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı bilet katı planı ticari ve diğer alanlar .....           | 74           |
| Resim 3.43. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +10,25 kotu planı.....                                   | 74           |
| Resim 3.44. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +10,25 kotu planı ticari ve diğer alanlar..              | 75           |
| Resim 3.45. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı teras alanlarından örnekler .....                        | 75           |
| Resim 3.46. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +16,25 kotu planı.....                                   | 75           |
| Resim 3.47. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +16,25 kotu planı ticari ve diğer alanlar..              | 76           |
| Resim 3.48. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +21,05 ve +22,25 kotu planı .....                        | 76           |
| Resim 3.49. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +21,05 ve +22,25 kotu planı ticari ve diğer alanlar..... | 77           |
| Resim 3.50. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +25,85 kotu planı.....                                   | 77           |
| Resim 3.51. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +25,85 kotu planı ticari ve diğer alanlar..              | 78           |
| Resim 3.52. Berlin Merkez Tren İstasyonu planlarında ticari ve diğer alan gösterimleri .           | 79           |

| <b>Resim</b>                                                                                                                                            | <b>Sayfa</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Resim 3.53. Birmingham New Street İstasyonu planında ticari ve diğer alan gösterimleri .....                                                            | 80           |
| Resim 3.54. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı kültür-sanat- eğlence etkinlikleri.....                                                                       | 81           |
| Resim 3.55. Berlin Merkez Tren İstasyonu kültür-sanat- eğlence etkinlikleri .....                                                                       | 82           |
| Resim 3.56. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı-eski gar en-boy oranı .....                                                                                   | 83           |
| Resim 3.57. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı boy-yükseklik oranı .....                                                                                     | 84           |
| Resim 3.58. Berlin Merkez Tren İstasyonu en-boy oranı .....                                                                                             | 84           |
| Resim 3.59. Berlin Merkez Tren İstasyonu boy-yükseklik oranı.....                                                                                       | 84           |
| Resim 3.60. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın Hipodrom Caddesi ve Celal Bayar Bulvarı ana caddeleri ve Ulus ve Maltepe semtleri arasındaki konumu ..... | 85           |
| Resim 3.61. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı formu .....                                                                                                   | 85           |
| Resim 3.62. Hong Kong West Kowloon İstasyonu .....                                                                                                      | 86           |
| Resim 3.63. Birmingham New Street İstasyonu .....                                                                                                       | 86           |
| Resim 3.64. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı yatay ölçeği ve giriş saçağı.....                                                                             | 87           |
| Resim 3.65. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı yapay aydınlatma elemanları .....                                                                             | 87           |
| Resim 3.66. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı yapay aydınlatma elemanları-2 .....                                                                           | 88           |
| Resim 3.67. Hong Kong West Kowloon İstasyonu yapay aydınlatma elemanları .....                                                                          | 88           |
| Resim 3.68. Birmingham New Street İstasyonu yapay aydınlatma elemanları.....                                                                            | 88           |
| Resim 3.69. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı-eski Ankara Garı kesitleri .....                                                                              | 89           |
| Resim 3.70. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı-eski Ankara Garı kesitleri-2.....                                                                             | 89           |

## SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

### **Simgeler**

### **Açıklamalar**

**km**

Kilometre

**yy**

Yüzyıl

**m<sup>2</sup>**

Metrekare

### **Kısaltmalar**

### **Açıklamalar**

**TCDD**

Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları

**TDK**

Türk Dil Kurumu

**YHT**

Yüksek Hızlı Tren

## 1. GİRİŞ

Bilinen tarihin başlangıcından günümüz çağına kadar varlığını ortaya koymuş her toplum ve birey ihtiyaçlarını karşılamak, barınmak, korunmak, sorunlarının çözümünü gerçekleştirmek kısaca hayatta kalabilmek için nesneleri, metaları, zamanı ya da mekânları tüketme girişiminde bulunmuştur. Bu süreçte gerçekleşen sosyal, kültürel, ekonomik, psikolojik, tarihi vb. pek çok değişim ve gelişme toplumların, bireylerin ve kentlerin sosyo-kültürel olarak şekillenmesinde rol sahibi olmaktadır.

Küreselleşmenin ortaya çıkışı ve teknolojinin gelişimi ile birlikte yaşam stillerinde, alışkanlıklarda ve önceliklerde değişimler meydana gelmiştir. Toplum bireyleri artık sadece ihtiyaçlarını gidermek, korunmak ya da barınmak için değil toplum tarafından benimsenmek, moda uymak, sosyal çevre edinmek vb. sebeplerden dolayı nesneleri, olguları, zamanı ya da mekânları tüketir duruma gelmiştir. Böylelikle her şeyin tüketim halini aldığı günümüz dünyasında toplum ve bireyler gibi mekânlar ve dolayısıyla mimarlık anlayışı da değişmektedir. Mekânlar, mimarlığın temel ürünleridir ve toplumun fiziksel, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını gidermek için tasarlanmaktadır.

Mimarlık alanı; toplumdan, bireylerden, kentlerden ya da bulunduğu zamandan bağımsız kalınarak devam ettirilecek bir alan olmamakla birlikte, bulunduğu çağın ekonomik, sosyal, kültürel, tarihi yapısını bünyesinde bulundurarak dönem özelliklerini yansıtan ve devamlılığını sürdüren sosyal bir alan olarak ele alınmaktadır.

Tüketim, tüketim kültürü ve tüketim toplumu hakkında yapılan çalışmalar ağırlıklı olarak işletme, sosyoloji, iktisat, reklamcılık dallarında yapılmıştır ancak, insanın etken olduğu, tüketim ve tüketim toplumunun sebep olduğu değişimlerden en çok etkilenen alanlardan biri olan mimarlıkta bu konu üzerine yapılmış az sayıda çalışma bulunmaktadır. Yapılan çalışmalarda daha çok kentler ve alışveriş merkezleri üzerine çalışmalara rastlanmaktadır. Bu sebepten ötürü mimarlık alanında sayıları gün geçtikçe artan yüksek hızlı tren terminal yapıları çalışma konusu seçilerek özelde Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı örneği irdelenerek, literatüre katkı sağlamak amaç edinilmektedir.

Çalışma 4 bölümden oluşmaktadır;

Çalışmanın ikinci bölümünde; kavramsal literatür çalışması yapılmış ve kavramlar 8 alt başlıkta incelenmiştir. Bu bölümde tüketim, popüler kültür, tüketim toplumu kavramlarının tanımlarına ve bu kavramların bireyler, toplum ve kent üzerindeki etkilerine değinilmektedir. Tüketim toplumunun etkilerinin irdelendiği araştırmalardan sonra mekân, yer, yok-yer, yersizleşme ve tüketilen mekân kavramları ifade edilmektedir. Tüm bağlamlarda tüketim çağı mimari yapıları ve terminal yapılarının özellikleri açıklandıktan sonra literatür taramasının değerlendirilmesi yapılmaktadır. Tüketim ve tüketim toplumu kavramlarının günümüz çağına yansımaları, bireyleri, toplumu, mekânları ve kenti nasıl ve ne derece etkilediğine dair düşünceler ifade edilmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde; tüketim çağı terminallerinden olan Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın kuramsal-kavramsal ve mekânsal kriterler bağlamındaki analizleri dünya örnekleri ile karşılaştırılarak değerlendirilmektedir.

Bu tez çalışması, mimari yapıların tüketimin bir nesnesi olma, tüketim kültürünün parçası olma ve ikon yapı olma bağlamlarında nasıl bir gerçeklik ifade ettiğini açıklayıp, özelde Ankara YHT Garı'nı bu bağlamlarda irdelemek ve bu bağlamlarda hizmet ettiği durumları saptamak amacı taşımaktadır. Bu çalışma ile yapımları gün geçtikçe artan yüksek hızlı tren garları ve terminal yapıları için günümüz mimari tasarım kriterlerine ek olarak gerekli ipuçları sağlayıp, Ankara YHT Garı'nın toplumun yeni mimarlık göstergesi olarak ne anlam ifade ettiğini açıklamayı hedeflenmektedir.

Tez çalışmasının konusu, günümüz tüketim çağı yapılarından olan ve yapımı 2016 yılında tamamlanan Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı olarak belirlenmiştir. Nitel araştırma yöntemi benimsenen çalışmada, tüketimin ve tüketim toplumunun Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'na olan etkilerin yerinde gözlem ve deneyimleme, bilgi toplama, fotoğraf- mekân ve mimari plan okumaları ile kuramsal-kavramsal ve mekânsal kriterler bağlamındaki analizler ile açıklanması amaçlanmaktadır. Kuramsal- kavramsal kriter, tüketim ve tüketim toplumunun bireylere, mekânlara, metalara ve kentlere olan etkileri üzerine çeşitli alanlarda yapılan detaylı literatür araştırması sonucunda tüketim çağı toplumunun, mekân ve mimarlık ürünleri üzerindeki etkisinin ikonik değer kriteri ile tespit edilmiştir. Mekânsal kriterler ise; dolaşım, ticari fonksiyon, kültürel fonksiyon ve estetik kriterler olarak belirlenmiştir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Tüketim Kavramı ve Popüler Kültür

Tüketim günümüzde insanlığın vazgeçemediği, tüketmediği her an kendini ya da bir parçasını eksik hissettiği bir durum halini almaktadır. Tüketim dünyada her geçen gün daha da yaygınlaşan, insanların ihtiyacı olsa da olmasa da yaptıkları bir bağımlılık haline gelmektedir. Günümüzde bireyler artık sadece alışveriş yapmak için değil, boş vakitlerini değerlendirmek, toplantılarını gerçekleştirmek için dahi tüketim gerçekleştirecekleri mekânları tercih eder hale gelmektedir.

Tüketim geleneksel manada hayatın devamı için gerekli bir ihtiyaç olarak üretimi hareketlendiren bir kuvvet olarak tanımlanırken, modern manada yapılan tüketim bireyin ihtiyaçlarını karşılamalarından öte, günümüz küresel ekonomi unsurları ile ilişkili, kişilerin belirli hedefler doğrultusunda yönlendirildiği, psikolojik ve toplumsal boyutları olan bu bunları etkisi altına alarak ortaya çıkan bir sonuçtur (Uzun, 2008).

“Tüketim herhangi bir ürün veya hizmetin seçimini, satın alınmasını, kullanılmasını, tamirini ve atılmasını içeren bir eylem olarak düşünülebilir” (Campbell, 1995).

Bayazıt’a (2017) göre eski zamanlardan bu zamana kadar tüketim, insanların tüm hayatlarını sararak ayrıcalıklı ve devamlı hale gelen bir yere sahip olmaktadır. Modern ve postmodern yaşamın temeli halini alan tüketim ve yansımaları kişilerde duygusal olarak kapılmaları oluşturmaktadır. Bu duygusal kapılmalar tükettikten sonra haz alma, mutlu olma vb. olarak adlandırılmaktadır.

Yırtıcı’ ya (2005) göre ise tüketim, sadece birtakım ihtiyaç ve isteklerin giderilmesine dayanmamakla birlikte eğlence kavramı ile kullanılmaktadır. Asıl olarak tüketim insanların boş zamanlarını değerlendirdikleri bir eğlenceye dönüşmüştür. Bu dönüşümün en büyük sebeplerinden biri tüketim araçları ve bünyelerinde bulundukları tüketim merkezleridir. Tüketim merkezleri asla kendilerini sadece ihtiyaçların karşılandığı mekânlar olarak piyasaya sunmamakla birlikte birçok eğlence mekânını da bünyelerinde barındırırlar. Bu şekilde tüketim ile eğlence eylemi birbiri ile karışmakta ve bu iki eyleminin birbirine

karişması ile modern kapitalist toplumda tüketim bir boş vakit geçirme fiili olarak algılanmaktadır.

Tüketim, etkinlik ve gündelik hayatın bir parçası olarak, sosyal, ekonomik ve kültürel birçok amacı yönlendirmektedir. Buna dayanarak üretim aşamasındaki görevler yerini, zamanla çeşitli aile içi şekillerini, yaşam tarzlarına, boş zamanları değerlendirme çabalarına, kısaca anlatmak gerekirse insanın hayatının ve kimlik duygusunun odağı olduğu bir yaşam tarzından çıkıp tüketim olgusu içinde üstlenilen rollere bırakarak daha fazla önem kazanmıştır (Bocock, 1997).

Warde tüketimi şu şekilde tanımlar: “İnsanların kendi kimliklerini göstermesi, sosyal gruplara katılmayı gösterme, kaynakları biriktirme, sosyal farkları gösterme, sosyal etkinliklere katılma ve bunlar gibi pek çok şeyi sağlayan bir dizi uygulamayı kapsar” (Warde, 1991).

Tüketim ve tüketim toplumu kavramlarına yönelik kuramsal çalışmaların başyapıtçılarından olan Jean Baudrillard “Tüketim Toplumu” isimli kitabında, yeni toplumsal yapının tüketim şeklini, insanın doğal gereksinimlerinin mal ve hizmet vasıtasıyla sağlanması ile değil, belirli kodlar ve kurallar ile oluşturulmuş küresel ve tutarlı göstergeler sistemi olarak adlandırmaktadır. Bu sistemde ihtiyaç ve arzular dünyanın yerini, toplumsal değerler ve sınıflandırmalar almıştır. “Tüketim düzeni göstergelerle beslenir, göstergelere sığınarak yaşar” (Baudrillard, 2004).

Thorns’a göre tüketim kavramı, sembolik ve kültürel sermayelerin beğenilmesi, bireylerin çeşitli sosyal sınıf ve gruplarda varlığını göstermesi ve sürdürmesi durumunda bir kimlik temsilcisi olarak kullanılmaktadır (Thorns, 2004).

Bireyler metropol yaşamlarda, sosyal ilişkilerinin kopuk olması sebebi ile bulundukları ortamlarda kendilerini diğerlerinden ayıracak, dikkatleri üzerine çekebilecek olgulara, metalara ihtiyaç duymaktadır. Şehirdeki yaşamlar, bir tarza sahip olma, belirli bir gruba mensup olma, bireysel seçimlerini yansıtmaya gibi sebeplerden dolayı tüketim gereksinimlerini arttırmaktadır.

Yırtıcı tüketim eyleminin zaman içinde uğradığı değişim için, yapılan tüketimin veya tüketim düşüncelerinin, bunların ortaya çıkardığı arzunun, toplumsal ve kültürel bir bağlam çerçevesinde gerçekleştiğini ve tüketim kavramının artık Marx'ın kendi zamanı için ileri sürdüğü gibi sadece insanın en önemli ihtiyaçlarından olan beslenme ve üremeden ibaret olmadığını açıklamaktadır (Yırtıcı, 2005).

Tüketim günümüzde başlı başına bir yaşayış biçimi haline gelmektedir. Kendi kuralları ve yönlendirmeleri ile bütün insanlığı sömürgesi haline getirmektedir. Argın tüketim dünyasının bu durumunu “insanların bir şeyi istediklerini sandıkları ve onu elde ettikten sonra endişelenerek, aslında bunu sandıkları kadar istemediklerinin ya da hiç istemediklerinin farkına vardıkları, başka bir şeyin gerçekten istedikleri şey olduğunu düşünmeye başladıkları bir dünya” olarak açıklamaktadır (Argın, 1992).

Debord'un da dediği gibi tüketim bir gösteri şeklini almaktadır. Artık insanlar modernizmin esir aldığı dünyada sadece tüketerek daha çok hatta daha da çok tüketerek mutlu olabileceklerini düşünmektedirler. Tüketimin bu kadar çok artmasının nedenini tüketimin özellikleri dahi açıklayamamaktadır (Debord, 1996).

Odabaşı'na göre günlük deneyimlerimiz ve yapılan çalışmalar bize tek bir tüketim yapısının olmadığını göstermektedir. İhtiyaçlar çerçevesinde bulunulan konuma göre yapılan tüketimler farklı olacaktır (Odabaşı, 2006).

Holt (1995) tüketim kavramını 2 başlıkta ele almaktadır. İlkinde ürünler nitelikli birikimler olarak ele alınıp, ne kadar verimli oldukları kazandırdıkları yararlar ile değerlendirmektedir. Bu kategori ekonomik anlam kategorisi olarak isimlendirilmektedir. İkinci kategoride ise, ürünler tüketenler tarafından yüklenen benzer anlamlar olarak değerlendirilmektedir. Bu kategori sembolik anlam kategorisi olarak adlandırılmaktadır.

Odabaşı ve Barış (2002) tüketimi 4 belirgin türde incelemektedir. Kısaca açıklamak gerekirse bunlar; ilki deneyim amaçlı tüketim, bu tüketim çeşidinde tüketim nesnesine karşı duygusal veya estetik reaksiyon göstermektir. İkincisi bütünleşme amaçlı tüketim, bireyin kendisinin veya toplumun duruşunu göstermek için tüketim nesnesini öğrenmek ve işlemektir. Üçüncüsü sınıflandırma amaçlı tüketim, tüketim nesnesi ile birey, sosyal çevresi ile etkileşim gerçekleştirerek hem kendi hem de diğer bireyler için ürünün kendisi ile kurulan



bağın gücünü göstermektedir. Son olarak dördüncü tüketim şekli ise, oyun amaçlı tüketim, bireyler tüketim nesnesini karşılıklı deneyim ve grup içinde kimliklerini birleştirmek amaçlı paylaşmaktadır. Toplumsallaşma, sosyalleşme gibi kavramlar bu tüketim şeklinin biçimini göstermektedir.

Celia Lury'nin (2011) "Consumer Culture" adlı kitabında bahsettiği tüketimin en belirgin özellikleri şu şekilde özetlenmektedir:

- Tüketim ürünleri ya da başka bir tabir ile metaları miktar ve çeşit olarak artış göstermektedir.
- İnsanlar arasındaki ilişkilerin ve değerlerin tüketim etkinlik koşullarına uygun bir şekilde sunulmasıdır.
- Alışveriş, boş vakit değerlendirme uğraşı olarak görülmektedir ve alışverişin farklı şekillerinde artma gözlemlenmektedir.
- Boş vakit etkinliklerinde, spor tüketiminde ve eğlence odaklı tüketimde artış görülmektedir.
- Tüketim mekânlarındaki artış sürmektedir ve bununla beraber mekânların daha geniş yer alanlar kaplamaları, yapısal farklılıklar gösterdikleri gözlemlenmektedir.
- Tüketici toplumun belirli bir payı tarafından kurulmuş olan çeşitli derneklerin sayısı ve bilinirliği artmaktadır.
- Borç para alma konusundaki kısıtlılıkların ortadan kaldırılmıştır ve iflas kavramının manasında değişiklik görülmektedir. Kredilerin ve kredi kartlarının yayılımı artmaktadır.
- Tüketim ürünlerinin paketlemeleri, promosyonları ve gösterilen ürünlerin satış aşamasındaki önemin ve etkisinin artış görülmektedir.
- Tüketim ürünlerinin biçimlerine, şekillerine verilen önem artması ile birlikte, reklam bireylerin yaşamlarında etkisini artırmaktadır.
- Tüketim ürünlerinde özendirme politikası olarak yer ve zaman kavramlarında farklılıklar yapılmaktadır. 90'lar, 80'ler dönemi kazak ve kot pantolonların tekrar satışa çıkarılması örnek olarak gösterilebilir.
- Tüketici toplum bireylerinde gittikçe artan bir suç eğilimi görülmektedir.
- Bireylerde tüketim ürünlerini tercih etme aşamasında hiçbirine karşı koyamamak gibi ruhsal bozukluk durumları meydana gelmektedir.
- Bireysel ve kolektif koleksiyonlara olan ilginin artması devam etmektedir.

Tüketim, sadece bir fayda yaratma süreci olarak değil, göstergelerin ve simgelerin de içinde olduğu, sosyal ve kültürel bir değer süreci olarak tanımlanmaktadır. Tüketim aynı zamanda kişinin kimlik duygusunun gelişimini çevreleyen, ekonomik, sosyal, psikolojik ve kültürel bir olgu olmayı sürdürmektedir (Bocock, 1997). Tüm bunlara dayanarak, tüketim eylemi, bireysel, toplumsal, teknolojik, ekonomik, kültürel gelişmeler ile araç ve amaç olma, sosyal alanda statü sahibi olma gibi davranışlarla tüketiciliği özendirilmektedir. Ransome, yapılan farklı tüketimler için varsayımlara ve düşüncelere dayanarak tüketim türlerini Çizelge 2.1'deki gibi açıklamaktadır (Ransome, 2005).

Çizelge 2.1. Tüketim türleri (Ransome, 2005)

|                  |                    |
|------------------|--------------------|
| Basit Tüketim    | Zorunlu Tüketim    |
|                  | Özenli Tüketim     |
|                  | Tutkulu Tüketim    |
|                  | Refah Tüketimi     |
| Karmaşık Tüketim | Gösterişçi Tüketim |
|                  | Sembolik Tüketim   |

Ransome'a göre zorunlu tüketim, bireyin yaşamının devamını sağlamak için yapması gereken yemek yeme, su içme, barınma, giyinme için yapılan tüketimdir. Özenli tüketim, tüketim nesnesinin verimlilik kapasitesinin ve tatmin düzeylerinin bir üst seviyeye geçmesiyle eklemlendirilmiş tüketimdir. Örnekle açıklamak gerekirse, A1 modeli çıkan dizüstü bilgisayara sahip olan bir bireyin ertesi yıl daha iyi özelliklere sahip A2 modeline sahip olmak istemesi gibi açıklanmaktadır. Tutkulu tüketim, genel ihtiyaçlar çerçevesinin dışında yapılan tüketim türüdür. Yemek sonrası lüks bir restoranda tatlı yemek bu tüketime örnek verilebilir. Refah tüketimi, tutkulu tüketimde yapılan tüketimlerin nadiren yapılmasını tolere edebilmenin ötesinde bir anlam taşır. Devamlılık esastır (lüks eşyalar, alkol ve tütün kullanımı). Bunlar basit tüketim yöntemleri olarak açıklanmaktadır. Karmaşık tüketim

yöntemleri ise temel ihtiyaçların giderilmesinin dışında çok daha üst ihtiyaçların giderilmesine yönelik tüketim çeşididir. Gösterişçi tüketimde kişiler kendilerini diğerleriyle karşılaştırır. Giydiklerinden içtiklerine kadar yapılan harcamalar bireyin kimliğini anlatan birer yansıma olarak açıklanmaktadır. Sembolik tüketim ise, tüketimin kimlik oluşturma boyutuyla günümüzde en çok konuşulan tüketim çeşididir. Postmodern kültürün tüketim biçimi olarak açıklanmaktadır. Bu tüketim de sembolik yararlar için yapılan harcamalar belirgin olarak ortaya çıkmaktadır (Ransome, 2005).

Tüketim mallarına simgesel anlamlar yüklenmesi söz konusu olmaktadır. Tüketim malları ihtiyacımızı karşılamaya yönelik faydalılığının yanı sıra sosyal hiyerarşileri belli ederken birbirimizle etkileşim kurmada gösterge işlevi de görür (Ceylan, 2010).

Bir nesnenin tüketimi ile bu nesneyi araç olarak kullanan gösterge, işaret ve tasarımlar bir bütündür. Tüketim somut bir eylem olduğu kadar soyut bir eylemdir de. Somut ve soyut eylem arasında belirli bir sınır yoktur. En iyi şartlarda devingen ve devamlı aşılın sınırları vardır. Sadece yapılan tahliller ile ayırım gerçekleştirilebilir. Göstergeler tüketim mallarının etrafını çevirmekte olup, tüketim malları göstergelerin etkisi ile sadece “mal” olmak anlamında bulunmazlar. Bu bağlamda yapılan en büyük tüketim ise “mallar”ın göstergelerinin tüketimidir (Lefebvre, 2016).

Fırat ve Dholakia (2003) postmodern tüketimi, genellikle reklam gibi kültürel bağlantılar eşliğinde oluşturduğu sembolik manalar ile kişilere/ tüketicilere kimlik ve sosyal anlamlar yükleyerek etkileşim içinde kalmalarını ve yapılaşmalarını sağlayan bir olgu olarak açıklamaktadır.

Tüketimi sadece para harcanılan bir olay olarak düşünmemek gerekir. Genellikle tüketim ekonomide kelime anlamı olarak “yok etmek” anlamına gelmektedir, bu somut olarak anlamını karşılarsa da tüketim soyut anlam da günümüz toplumlarının en büyük sorunlarından bir tanesi haline gelmektedir. Douglas ve Isherwood’a (1999) göre, günümüz tüketim süreci, psikolojik ve duygusal değerlerden oluşmaktadır. Modern pazar ortamlarının oluşması ile mağaza vitrinlerinde çeşitli biçimlerde, tüketicuyu etkileyici, tüketme ihtiyacını arttırıcı uyarıcıları ve işaretlerin kullanımı artmaktadır.

Tüketimin günümüzde bu kadar çok artmasının ve değişime uğramasının sebebi olarak, tarihi arka plandaki sürecin yanı sıra ekonomik yapıdaki değişiklikler, teknolojik gelişmeler, sosyal statü ve kimlik oluşturma çabası, reklamlar ve medya faktörü ve ayrıca gündelik hayatta meydana gelen değişiklikler gibi birçok girdinin bugün bu sürece eklenmesi gösterilmektedir (Ersan, 2006).

Bayazıt tüketim olgusunun değişim sürecinde moda kavramını, postmodern toplumda tüketim kavramının ortaya çıkışına ve hükmünü sürdürüşüne etki eden bir olgu olarak tanımlar ayrıca modayı, belirli gruplarca kabul edilmek, değişimi öngörmek ve diğer sosyal güçler ile iletişim kurabilmek için de bir etken olarak ifade etmektedir (Bayazıt, 2017).

Craik'e (1984) göre moda, ekonomik boyutta bir bilinen olmanın dışında günümüz dünyasına ayak uydurma davranışı ile tüketimi dolaysız yollardan etkileyen bir faktör olarak tanımlanmaktadır. Tüketimi dolaysız etkileyen diğer faktörler ise kişinin istekleri, arzuları ve farklı olma çabası ile çağdaş ekonominin olduğu toplumlarda uygar olma bilincinin arayışı olarak açıklanmaktadır.

Moda unsuru, tüketici toplumunun bir aracı olarak kullanılmaktadır. Bununla birlikte bireylerin rutin hayatlarında sergilediği davranışlarda toplumsal unsurların varlığını en açık, doğrudan gösteren bir kitle hadisesi olarak ifade edilmektedir (Yılmaz, 1998).

Bayazıt'a (2017) göre, moda günlük hayatın içinde bulunmaktadır ve ekonomiyi doğrudan etkileyen önemli güçlerden biri haline gelmektedir. Daha geniş perspektiften bakıldığında; moda, bireylerin satın alma kararlarını belirleyip, davranışı tetikleyici iletişim yollarını kullanarak satın almalarını sağlayan bir araç olarak kullanılmaktadır. Globalleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan değişim, moda ile birlikte var olan ve yeni ürünlerin oluşumunu destekleyerek sürekli ilerlemeyi hedeflemektedir.

Moda kavramı bireylerin kendilerini ifade etme şekli iken aynı zamanda tüketme fiiline de neden olan bir etkidir. Bu bağlamda moda bireylerin kıyafet seçimlerini, müzik zevklerindeki farklılaşmayı, evlerinin biçimleniş şeklini etkileyen bir faktör olarak tanımlanmaktadır (Blumer, 1969).

Evans’a (1989) göre moda, günümüzde tüketim fiilinin şeklini ifade etmektedir. Solomon ve Rabolt’a (2004) göre ise moda, kişilerin kendi benliklerini anlatırken, kendilerini ifade etme biçimlerini oluştururken tüketme eylemi içindedirler. Bu sebeple moda tüketicilerin dolaplarındaki değişimlerini, müzik türlerindeki çeşitlenmeyi, dekorasyondaki farklılaşmayı vb. birçok zevkin oluşumunu ve değişimini etkilemektedir.

Moda, kendisini oluşturan toplumun belleğinde biçimlenen, zenginleşen, dolaşan ve kamusal alanda ortaya çıkan kültürel bir öge olarak tanımlanmaktadır (Yağlı, 2013).

Moda toplum bireyleri arasında kullanılan ortak bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Kişilerin modaya uyması, kendilerini sosyal gruplara ve topluma kabul ettirmesine sebep olmaktadır. Bireylerde bu yol ile gruplara, topluma aidiyet oluşmaktadır (Güner, 2011).

Tüketim kavramının toplum hayatının her alanına bu kadar hakim olmasının nedenleri arasında, tarih boyunca yaşananlar olaylar, olgular, süreçler ve bunula birlikte birçok kültürel, ekonomik, sosyal ve psikolojik sebebin birbirleriyle olan ilişkisi bulunmaktadır.

Günümüzde tüketme arzusu toplumların en büyük gayesi haline gelmiş, tüm toplum bireyleri üretmekten çok tüketmek için yaşamını sürdürür hale gelmiştir. Her birey istediği, gördüğü, dileklerini süsleyen nesnelere ya da olgulara ulaşmak için dişini tırnağına takıp çalışmakta, nesneyi ya da olguyu elde ettiğinde haz duymaktadır. Coşgun (2012) nesneleri ya da olguları elde etmenin verdiği hazzın, insanların hayatlarında ciddi yönlendirici bir unsur ve yaşamlarını sadece tüketim ile anlamlandırma girişiminde bulunan gücü popüler kültür olarak tanımlamaktadır.

Popüler kültür yaşamımızın her alanında bizimle bulunmaktadır. Müzikte, sanatta, mekân tasarımlarında ve tercihlerinde, içecek seçimlerinde dahi her şekilde gündelik yaşamın bir ögesi konumundadır.

Coşgun, popüler kültürün bireyleri aslında ihtiyaçları olmamasına rağmen harcama yapma eylemine zorunlu hissettiren ve harcama yapmadığında kendilerini kötü hissettiren etkisinden bahsetmektedir. Bu davranış biçimini popüler kültürün gerçek hayata olan etkileri ve oluşturduğu eserler olarak tariflemektedir. Popüler kültürün bireyler üzerinde bilinç

kazandırma iddiası var ise bu tüketim bilinci oluşturmaktır. Asıl amaç, bilinçsizlik oluşturmaktır (Coşgun, 2012).

Erdoğan'a (2004) göre popüler kültür kapitalizmin etkin olduğu düzende, malların üretimine, tüketimine, pazarlanmalarına, satışlarına ve lojistik biçimlerine dayandırılan, tüketim için tüm biçimlerin hazır hale getirildiği bir kültür olarak tanımlanmaktadır.

Popüler kültür günlük yaşamın bizzat var olmaktadır. Buna bağlı olarak bireyler hayatlarını ihtiyaçları ve isteklerine göre anlamlandırmaktadır. 20. yüzyıldan sonra modernizmin etkisi ile toplumda yayılan sosyo-kültürel gelişmeleri içinde bulunduran bir kavram olarak açıklanmaktadır. Kısaca popüler kültür kavramı bir metanın, malın ya da mekânın kullanımını ya da tüketiminin kültürü olarak ifade edilmektedir (Erdoğan & Alemdar, 2005).

Popüler kültür toplumların hayat tecrübelerini ve kültürel- sosyal birikimlerini kaynak olarak kullanan, gündelik hayatın devamlılığı ile güncel kalan, üretim ve tüketim bağlamında toplumun her kesimindeki bireyleri farklı seviyelerde temsil eden bir kültür olarak açıklanmaktadır. Popüler kültür yönetici kesimin, kültürel değerleri, adetleri, süregelen fikirleri yeni biçimsel özellikler olarak ortaya çıkararak, tüketim yapmadan yaşayamayan bireylere sunulan bir kültür olarak ifade edilmektedir (Coşgun, 2012).

Sevim'e göre popüler kültür Amerika'da burjuva ve elit sınıfın kültürüne karşı halkın kültürünü ifade etmek için kitle kültürü olarak ortaya çıkmıştır. Popüler kültür, kitle iletişim araçları kullanılarak, kitlesel üretim için kullanılmış olup, standartlaşan ürünlerin hepsini açıklamakta kullanılmaktadır. 19. yüzyılda sanayi devriminden sonra endüstri sektörünün gelişmesi ile kapitalizm büyük oranda artış göstererek, kitle iletişim araçlarını bünyesine almaya başlamıştır. En hızlı kapitalizm değişimi yaşayan ülkelerin başında Amerika gelmektedir ve kapitalizm kendine her alanda bir sektör yaratmasına bağlı olarak popüler kültür kavramının ortaya ilk çıkışı Amerika'da gerçekleşmiştir (Sevim, 2009)(URL-39).

'Popüler' "halka ait olan" anlamı taşımakta iken "pek çok kimse tarafından tanınmış, kabul görmüş olan" anlamında kullanılmaya başlanmıştır. Örneğin popüler sanatçı, popüler müzik, popüler dizi vb. (Coşgun, 2012).

Modernleşme kişilere, kültürel ve manevi değerlerinden kopmuş, değerlerin yerini gösterişin aldığı bir yaşam tarzı sunmaktadır. Kişilerin hayatlarını devam ettirmek için giderdiği ihtiyaçlar yerini, popüler kültürün dayatmasına dayalı olarak modern isteklere bırakmıştır. Berman modern dünyayı şu şekilde açıklamıştır:

“Modern olmak, kendimizi serüven, güç, coşku, gelişme, dünyayı ve kendimizi dönüştürme olanakları vaat eden bir ortamda bulmaktır... modern ortamlar ve deneyimler coğrafi ve etnik, sınıfsal ve ulusal, dinsel ve ideolojik tüm sınırları aşar... bizleri parçalanma ve yenilenmenin girdabına sürükler” (Urry, 1999).

Herbert Marcuse, tüketim toplumu ve kültürünün, bireyleri tüketmeye dayandırılmış hayat tarzlarını ‘satın almaya’ zorlayan ‘yanlış ve sahte ihtiyaçlar’ ortaya çıkardığını ileri sürmüştür. Marcuse modern bireyin mutluluk düzeyi ile sistem iktidarına teslimiyetinin doğru orantılı olduğunu açıklamaktadır (Coşgun, 2012).

Arnould ve Thompson’ın tüketim kültürü ile yaptığı çalışmalarını, tüketimin üretici yönünü öne çıkararak, tüketicilerin kendi bireysel ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamak ve amaçlarına ulaşmak için reklamlar, markalar ve maddi nesnelerde kodlanmış sembolik anlamlar üzerinde aktif olarak çalışma ve bunları dönüştürmeleri üzerine devam ettirmektedir (Çınar & Çubukcu, 2009).

Tüketim kültürü, tüketici ihtiyaç ve isteklerinin hiç bitmeyeceği düşüncesine bağlı olarak var olur. Aslında tüketim mallarına olan talep ve isteğin hiç bitmeyeceğini varsaymak, herhangi bir kanıt ya da açıklamaya ihtiyaç duymamak, modern tüketim kültürünün bir ana özelliğinin kabullenildiği anlamına gelmektedir. Birçok kültürde ihtiyaçların hiç bitmeyeceği düşüncesi bile, sosyal veya ahlaki rahatsızlığa ışık tutarken, tüketim kültüründe hiç bitmeyeceği düşüncesi, bu kültür içinde hayatını devam ettirenler için sıradan olarak kabul görmektedir. Tüketim kültürünün hakimiyeti ele geçirdiği bir toplumda, meta üretimi devamlı olarak biçim değiştiren malların satış miktarının artışına ve daha fazla kaynak sağlandığında bireylerin bu kaynakları daha fazla tüketim malına sahip olmak için satın almaya meyilli olmalarına sebebiyet vermektedir (Yanıklar, 2006).

Tüketim dünyası, kendi yönlendirmeleri, kuralları, dayatmaları ve heveslendirmeleri ile bireyleri etkisi altına alarak kendi toplumunu oluşturmuştur. Bu toplum tüketim toplumu olarak açıklanmaktadır.

## 2.2. Tüketim Toplumu

Toplum, ortak bir paydada yaşayan ve aktivitede bulunan bireyler grubu olarak tanımlanırken, genel anlamıyla toplum “belli bir zaman ve mekânda, insanların ortak bir kültür ve yaşayış etrafında oluşturdukları bir birliktelik” olarak da ifade edilmektedir (Günay, 2003).

Baudrillard’a (2004) göre, tüketim toplumu varlığını sürdürmek için objelere ihtiyaç duymaktadır, daha doğru şekilde açıklamak gerekirse ‘tüketmeye’ ihtiyaç duymaktadır. Tüketim daha kapsamlı şu şekilde ifade edilmektedir:

“Tüketim toplumu aynı zamanda tüketimin öğrenilmesi toplumu, tüketime toplumsal bir biçimde alıştırılma toplumdur; yani yeni üretim güçlerinin ortaya çıkmasıyla ve yüksek verimlilik taşıyan ekonomik bir sistemin tekeli yeniden yapılanmasıyla orantılı yeni ve özgür bir toplumsallaşma tarzıdır” (Baudrillard, 2004).

Aydoğan (2009) tüketim toplumunu, aynı üretim aşamalarında olduğu gibi tüketim yapılan alanlarda da mekânikleşmenin gerçekleştiği toplum olarak ifade etmektedir. İnsanoğlu varoluşundan bu yana yaşamını sürdürebilmek, ihtiyaç ve isteklerini gidermek için tüketir durumdadır. Aslan’ göre, tüketim toplumunun en belirgin özelliği, bireylerde sadece ihtiyaçları gidermek yerine, tüketim eylemini gerçekleştirmenin başlı başına bir gaye, bir ihtiyaç haline getirilmesidir. Bireyler boş vakitlerini değerlendirme de tüketim merkezlerini tercih eder durumdadır. Tüketim merkezleri bireyleri, ihtiyacı aklında olmayan nesneleri satın almaya yönelmektedir. Özellikle zamanın çoğunu çalışarak geçiren bireyler, çoğunlukla ihtiyaçlarını gidermek sebebiyle değil, streslerini azaltmak için tüketim yapmaktadırlar (Çınar & Çubukcu, 2009).

Tüketim toplumunda bireyler, tüketici kavramıyla nitelendirilmektedir. Tüketici, en kolay şekliyle tüketim eylemini yapan şahıs olarak tanımlanırken; aynı zamanda ihtiyaç, istek gidermek ve heveslerine ulaşmak için tüketim mekânlarında tüketen ya da tüketme durumu



olan kişi olarak da ifade edilmektedir. Tüketici, tüketim alanlarında bir nesnenin satın almasını yaparken veya bir hizmetin karşılığını verirken nesne ile ilgili olan her türlü detayın bedelin ödemiş bulunmaktadır. Nesnenin kutusundan renginden marka değerine kadar bu detaylar bedele dahil olmaktadır. Tüketim çağı toplumlarında, nesnelerin, olguların ya da mekânların işlevlerinden ziyade; markası, imajı, güzelliğı gibi görsel değerlere önem verilmektedir.

### 2.3. Tüketime Kent ve Bireyler Üzerindeki Etkisi

Tüketim kavramı ile oluşan kültür ve reklamlar, kitlesel iletişim araçları aracılığıyla tüm dünyaya ilgi çekici ve merak uyandırıcı görüntüleri sunarak, farklı kültürel değerlere sahip toplum bireylerini etkilemektedir. Günbegün ortaya hareketleri, tarzları birbirine daha çok benzeyen bireyler ortaya çıkmaktadır. Ulusal ve evrensel kültürler arasında sıkışan birey, diğer bireyler ile aynı şeylere sahip olup aynı şeyleri yapma psikolojisi ile kendi hayatını özgün bir şekilde yaşama psikolojisi arasında kalmaktadır. Modernizm ile ortaya çıkan demokratik olarak görülen ve herkesin aynı şeylere sahip olmasına dayanan eşitlikçi yaklaşım önceki devirlerde bireyleri mutlu ederken, son dönemlerde bu yaklaşım yerini mutsuzluğa ve şüpheyne bırakmıştır (Dede, 2014).

Satın alma ya da hizmet bedeli verme durumu olanlarla, tüketim için yeterli özelliklere sahip olmayanlar arasında ciddi farklar yaratılarak, toplum ikiye ayrılmıştır. Bunlar; yönlendirilmiş mutlu bireyler ve küçük görülen mutsuz bireyler olarak tanımlanmaktadır. Birinci kategoride bulunan bireyler, ikinci kategorideki yoksulların bulunduğu duruma katılım sağlamadıkları için onurlandırılmakta ve haklı olduklarına inandırılmaktadırlar (Bauman, 2003). Baudrillard ise, kent ve toplum üzerindeki değişimlere şu şekilde değinmektedir: “18. yüzyıldan itibaren sanayi kapitalizminin gelişmesi, yalnızca üretim-tüketim ilişkilerini düzenlemekle kalmamış; bunlara ek olarak kent yaşamındaki kamusal ilişki formlarını ve kamusal mekânları da etkilemiştir” (Baudrillard, 2004).

Ritzer’e (2016) göre, bireyler istedikleri şeyleri almak için veya satın alma durumları olduğu sebebiyle değil, sistem veya ekonomik iktidar öyle istediğı için harcayıp, tüketmek durumundadır. Bu sebepten dolayı bireyin kendi tercihinin, isteğinin ya da parasının olup olmamasının bir önemi yoktur. Bireyler yönlendirildikleri biçimde tüketmek hatta daha fazla tüketmek durumunda bırakılmaktadır. Bireyin bunları yapabilmesi için kredi kart

düzenekleri hazır konumda bulunmaktadır. Modern tüketici böylelikle kredi kartı ile yaptığı harcamalar üzerinden hem denetlenip hem sömürülmektedir.

Bayhan tüketimin toplum üzerindeki etkilerini anlattığı çalışmasında, tüketimin en fazla gençler üzerinde etkili olduğunu ve gelişen dünyanın kent merkezlerinin hemen hemen her yerinde evrensel gençlik kültürünün belirtilerinin görüldüğünü açıklamaktadır. Bahsi geçen yaşam stilinin oluşumundaki gücün kaynağı tüketicidir. Naisbitt-Aburdene tüketiciyi, Cappuccino ve mocha içen, sushi yiyen, Benetton'dan giyinen, Hyundai marka arabası ile McDonald's'a doğru yol alırken Amerikan-İngiliz rock müziği dinleyen bir birey olarak tanımlarken, Bayhan ise internette "Chat" (sohbet) yapan, bunalıma girdiğinde anti-depresan ilaç kullanan 'küresel insan' olarak ifade etmektedir. Küreselleşme veya modernleşme etkilerinin benzer yaşam stilleri oluşturduğundan bahsetmektedir (Bayhan, 2011).

Kapitalizm modernleşme sürecinde asıl coğrafya üzerinde yeni bir yer~kent belirlemektedir. Kumar'a göre, yeni yer~kentin mekân anlayışı soyut ve döngüseldir, çünkü aynı eylem devamlı olarak tekrara uğramaktadır. Toplum bireylerinde, kentlerde buna bağlı olarak gündelik yaşamda değişimler meydana gelmektedir. Kent hayatı yaşayan bir bireyin gündelik yaşamında meydana gelen değişimler, hayatlarını sürdürdüğü mekânlarda da farklı kullanımlar ve yeni mekânlar oluşturmaktadır. Kentin gündelik döngüsü, milyon sayıdaki bireyin gündelik yaşamına mekân sağlayan sonu olmayan çeşitlilik ve üretim içermektedir (Kumar, 1999).

Yırtıcı'ya (2002) günlük hayatın göz önüne alındığında, pek çok bireyin kentle sadece tüketim vasıtasıyla iletişim kurduğu ifade etmektedir. Tüketim kültürünün çağımızdaki mekânsal boyutta yansıması olarak; gelir seviyesi yüksek kesimin hayat stillerine hitap eden ve ana fonksiyonları alışveriş merkezleri gibi tüketim olmayan, barınma, sağlık, eğitim, kültür, çalışma vb. mekânların, tüketime dayandırılıp yeniden kurgulanması gösterilmektedir. Lüks konut siteleri, sağlık ve spor tesisleri, eğlence ve oyun merkezleri, tatil köyleri, müzeler, kültür merkezleri sadece malların değil hizmet tüketiminin de yapıldığı mekânlardır. Bu mekânlar, kendi kurguladıkları zamanı yaşatmaktadır. Fonksiyon ve gayelerine göre bahsi geçen kurgular çeşitli biçimlerde ortaya çıkmaktadır.

Bayhan (2011), Kellner’ın tüketim davranışlarıyla ilgili deyişini şu şekilde aktarmaktadır:

Hayatımızı belirleyen ihtiyaçlarımızı, değerlerimizi ve günlük davranış kalıplarımızı üretmede, reklam, moda ve tüketim olgusunun hayati önemi vardır. Dolayısıyla, tüketim talebini en yüksek düzeylerde tutabilmek için reklam ve moda endüstrileri, tüketicileri, artık kökleşmiş bulunan alışkanlıklarını değiştirmeye, eski eşyalarını kaldırıp atarak bunların yerine yenilerini almaya ikna etmek zorundadır. Bireyler sürekli olarak tüketmekte ve bireyselliklerini gerçekleştirebilmek amacıyla modayı izlemektedirler. Bunları, toplumsal olarak kabul edilebilmek yani iyi giyindiklerini kanıtlamak ve daha popüler olmak için yapmaktadırlar. Bununla birlikte, yığmsal olarak üretilen tüketim eşyaları ve moda, yapay-sahte bir bireysellik, artık “tüketim eşyası haline getirilen bir özne-insan” ve bir “imaj” yaratmakta kullanılmaktadır (Bayhan, 2011).

### İmaj ve ikon

‘İmaj’ kelimesi herkes için farklı manalar ifade etmektedir. Bazıları bu konuya olumlu yaklaşırken, bazıları imaj kavramının, sahte, gerçeklikten uzak, yapay özellikler ya da davranış kalıpları içerisine girerek oluşturulduğu düşünceleri savunmaktadır. İster olumlu ister olumsuz bakış açısı ile yaklaşılsın, imaj kavramı günümüzde hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde imaj kavramını en iyi açıklayan cümlelerden biri, bir reklam filminde ifade edildiği gibi “Susuzluk hiçbir şey, imaj her şey”. Bu bağlamda, iş hayatı içinde yer alan kuruluşlar ister “insan” (otel, spor, güvenlik, insan kaynakları yönetimi) ister “süreç” (mali müşavirlik, hukuk, kamu kuruluşları) isterse de “fikir” (reklamcılık, halkla ilişkiler, müzik) temelli olsun, sonuçta var olan durumlarını korumak ya da daha iyi yerlerde olabilmek için devamlı olarak imaj oluşturma çabası içinde bulunmaktadır (Asiltürk, 2010).

“Bir iletişim sürecinde bir araya gelen gösteren ile gösterilen, göstergeyi belirler. İmaj ise, üç belirleyenin -gösteren, gösterilen, gösterge- bileşkesinden oluşup “tek” e ulaşmış bir anlamsal boyutun ifadesidir” (Yazıcı, 1997).

‘İkon’ kelimesi, temsil edici bir sembol ya da hürmet değeri olan kişi ya da nesne anlamlarında kullanılmaktadır. Sklair (2010), sözcük manasının ötesinde, mimarlıkta ikon kavramının, mana ve güç mücadelelerinde bir kaynak olarak ortaya çıktığını savunmaktadır. Sklair’e göre ikonik mimarlığın imajları, bireylerin yapıları, hayat stillerini ve bazen de temsil ettikleri mimarları satın almalarını teşvik eden konumunda bulunmaktadır. Küresel

dünyada mimarlığın ikonik olma durumu, yapıların, mekânların ve mimarların, tüketimin kültürel ideolojisine hizmet etme potansiyellerini temsil ettikleri ölçüdeki halleri olarak açıklanmaktadır (Sklair, 2010).

İkon kavramı, Hasol (2010) tarafından “Ortodoks Hristiyanlığında hem tapınmak hem de dini halka öğretmek amacıyla yapılan kutsal tasvirler” biçiminde açıklanmaktadır.

Modern popüler kültürde ikon kavramı, dini anlamının yanında, ‘sembol’ ve ‘işaret eden’ anlamlarında da kullanılmaktadır. İkon kavramı günümüzde artık din dışındaki kavramların da ifadesinde yani örneklemek gerekirse; Sidney Opera Binası gibi kent ikonları, kentleri temsil eden mimari öğeler olarak kullanılmaktadır (Maralcan, 2006).

Mimarlık ikonları çoğunlukla; yenilikçi bir deneme ürünü olma, ilk örnek olma, döneminin ruhunu ve mimarisini yansıtarak temsil etme, etkileyici olma, simgesel olma, bir akımın başarılı bir örneği olma gibi özelliklere sahiptir. İkonik yapılar, ulusların simge arayışlarında kullanılmaktadır. Tüm ikon yapılar, çevreleriyle olan uyumuna, işlevselliğine, mimari bir bütünlük yaratıp yaratmadığına bakılmaksızın görsel olarak etkileyici mimari ürünlerdir. Toplumsal belleğe kazınan bu yapılar geçmişten yıllardan günümüze kadar insanlığın ilgisini çekmektedir (Ekenyazıcı, 2005).

“Bir yapının, ikon olabilmesi için yeni ve yoğun bir imaja, simgesel ifadesi yüksek bir biçime sahip olması ve mevcut dokudan ayırt edilmesi şarttır. Diğer bir yandan, güçlü olabilmesi adına, önemli tapılacak simgeler, çağrışımlar içererek insanlar için anımsanır olabilmeli, topluma konu oluşturabilmelidir. Tüm bu çeşitli anlamlar yardımıyla, mimari ikon ortaya çıkmaktadır” (Yargıç, 2009).

İkon yapılar, bulundukları kentleri farklı şekilde yansıtarak, kendi benzersiz biçimlerinin sembolizmini önermektedir. Bu yapılar kentte “landmark” ve “ikon” olarak, zamanda ve mekânda varlığını sürdürürken, kent ile olan hayat bağlantılarında kavramsal gerginlikler meydana gelmektedir. Bu gerilimin sebebi, yapıların tek ve özgün birer eser olarak sahip oldukları mekân kodlarıdır. Kurgu aşamalarındaki özgünlük, bu yapıları, düşünceler ve gerçekler arasındaki düzlemde taşımaktadır. Bu düzlemde yenilikçi ve kendi hareket dinamiğini ortaya çıkaran bir mekânsallık meydana gelmektedir (Lökçe, 2003).

Jencks (2006) ikonik yapıları, “belirsiz göstergeler” olarak tanımlarken, bu yapıların gücün egemenliğini ve diğer odakların gerilemesini yansıttığını belirtmektedir. Oluşumuyla birlikte paradoks metaforlar ortaya çıkaran ikonik yapılar küresel dünyada çok çeşitli anlamları ifade ederken, aynı zamanda hem anlamı hem anlamsızlığı karşılar durumda bulunmaktadır.

Gerçek bir mimari ikon, herkes tarafından doğru şekilde anlaşılan, cezbedici ve gayelerinin ötesinde kültürel birtakım işaretler taşımaktadır. Modern dönem ikonların tamamı önceki zamanlarda yadırganmıştır fakat şimdilerde kendiliğinden fonksiyonlarını ve kamusal anlamdaki önemlerini yansıtmaktadır. Mimari ikonlar, ortaya çıkarıldıkları dönemin ruhunu yansıtır, belleklerde yer edinerek anılmaktadır (Morrison, 2004).

Uzunkaya ve Erkartal'ın (2017) aktarımıyla; Proto'ya (2003) göre, kentlerin ön plana çıkarılmasında ikonik yapıların kullanılmasının en bilinen örneği Guggenheim Müzesi'dir. Bilbao kent ekonomisinin düzeltilmesi gaye edilerek sahil şeridinde yapılan yenileme çalışmaları bünyesinde, 1997 yılında Frank Gehry tarafından tasarlanan Guggenheim müzesi, ikonik ve aşılmamış biçimiyle kenti dünya gündemine taşımıştır. Bu bağlamda kentin ekonomik durumu düze çıkarken, mimarlık literatüründe yeni bir tanım ortaya çıkmıştır: Bilbao Etkisi. Sonraki dönemlerde; ekonomik durumların bir sonucu olarak ortaya çıkan, bulunduğu yeri ve kenti ön plana çıkarma hedefi olan yapılar Bilbao Etkisi ile ifade edilmeye başlamıştır. Bu bağlamda Guggenheim'dan önce gösterilebilecek en başarılı ikonik mimari ürün, Pompidou Centre olarak görülmektedir. Bir yarışma sonucunda inşa edilen ve zamanında büyük şok yaratan Pompidou Center sahip olduğu işlevler olan müze, kütüphane ya da deneysel müzik enstitüsü olmaktan çok bir fikir olarak varlığını sürdürmektedir. Proto (2003) için Pompidou Centre anıt yapılara karşı bir imaj ve önemli bir mimari pano olarak görülmektedir. Pompidou'yu toplumsal mimarinin sonu olarak gören ve merkezin tüketim mimarlığına doğru atılmış önemli bir adım olduğunu savunan Proto'ya (2003) göre, ikon yapının önemi yalnız simgesel oluşuyla değil, günümüzde sanat ve nesne arasında fark oluşmasına imkan vermeyen; sanat, moda, reklam ve hayat arasında bulunan sınırları bulanık yapan bir döneme giriş yapmasıyla da ortaya çıkmaktadır.

Özetlemek gerekirse yeni tüketim alanları, genel anlamıyla tüketimi yalnızca eğlenceli hale getirmekle kalmadan tüketimi, toplumun tüm bireyelerine yayarak onlara pratiklik kazandırmaktadır. Toplumda birey, kendi gelir ve durumuna bağlı olarak yeni tüketim

alanlarını kullanarak, ihtiyacını karşılamakta, boş vakitlerini değerlendirmekte ve sistemin kendine yüklediği sorumluluğu yerine getirmektedir.

## 2.4. Mekân ve Yer

Boşlukların sınırlandırılması, birkaç ağaç ile yapılabilirken, duvarlar ile kapatılarak da yapılabilir. Kuban'a (2010) göre mekân, Lao Tzu'nun "bir yapının gerçeği döşeme ve duvarlarında değil, içindeki boşluklardadır" açıklamasından esinlenerek, içinde yaşamın devam ettirildiği ve koruma sağlayan bir boşluk olarak tanımlanmaktadır. Bir mekân; onu sınırlandıran boşluklardan, sınırlayan öğelerden, içinde barındırdığı hareketlerden ve ışığın varlığından oluşmaktadır. Sınırı olmayan boşluklar bireyde sonsuzluk hissi yaratarak, algısal anlamda korkuya sebebiyet vermektedir. Bireyler bu korkularından mekân üretimi gerçekleştirerek kurtulmaya çalışmaktadır. Mekân, Gür (1996) tarafından ise, bireylerin kendileriyle, nesnelerle ve nesnelerin de nesnelerle olan mesafelerinin, bağlarının, kısaca bireyi ya da nesneyi saran boşluğun üç boyutlu bir biçimde anlatımı olarak açıklanmaktadır. Yırtıcı'ya (2005) göre mekân "kuşkusuz fiziksel bir üretim nesnesidir; somut olarak üretilen, kullanılan ve tüketilen bir nesne" olarak tanımlanmaktadır. İnsanlığın varoluşundan günümüze kadar mekân, tüm toplumlar tarafından çeşitli malzemeler ve uygun yapım teknikleri kullanılarak üretimi sağlanan bir nesne olarak ortaya çıkmaktadır. Mekânın üretimi, barınma ve korunma içgüdüğü ile yapılan toplumların ana uğraşlarından birisi olarak sürdürülmektedir. Mekân bağlamda yapma ve bilgisine dâhil olarak devam etmektedir. Ancak mekânı sadece yapı yapma eyleminin bir ürünü değil, toplumların içinde hayatlarını sürdürdüğü bir olgu olarak ifade edilmektedir.

Yırtıcı, Scott'un mimari ve mekânın ilişkisi hakkındaki fikirlerini şu şekilde aktarmaktadır:

Mimari içinde yaşadığımız üç boyutlu mekânı veriyor. İşte bu mimarlık sanatının gerçeğidir. Sanatların işlevleri bazen üst üste gelir: Mimarlığın heykelle ve özellikle müzikle ortak nitelikleri var. Fakat onun sadece kendine özgü ve zevk veren bir yanı var. Mimarlığın mekân üzerinde monopolü var. Sanatlar içinde sadece o mekâna gerçek değerini verir. Bizim çevremizi saran mekândan aldığımız bu zevk mimarlığın işidir. Resim mekânı görüntüler; şiir Shelly'inki gibi, o imgeyi anlatabilir; musiki onun bir benzeridir. Fakat mimari mekânla doğrudan ilgilidir. Mekânı malzeme olarak kullanır ve bizi ortasına yerleştirir (Yırtıcı, 2005).

Norberg-Schulz (1971) de yayımladığı çalışmasında, mekânı, barındırdığı fiziksel niteliklere göre iç ve dış olarak ikiye ayırmaktadır. Fonksiyonlarıyla ilişkili olan açık

mekânların, kentsel/toplumsal mekânların dış olduğunu ve iç mekânların da yarı özel ve özel mekânlar olduğunu açıklamaktadır.

Açık mekânların yani kamusal mekânların, yaş, ırk, cinsiyet, dil, din vb. ayrımlar gözetilmeksizin, kamunun kullanımına sunulmuş mekânlar olduğu ifade edilmektedir. Özel ve yarı özel mekânların ise, belli bir kişi, bir topluluk ya da grupların kullanımına sunulmuş mekânlar olduğunu açıklamaktadır (Gemici, 2007).

Ötkünç'e göre, yerin anlamı sadece arazinin oluşum özelliklerini ve niteliklerini değil çok fazlasını ifade etmektedir. Mekânın yer özelliği kazanabilmesi için tarihi ve toplum verilerini üzerinde barındırması gerekmektedir. Yer kavramı, yerleşiklik, ikamet, süreklilik, paylaşım gibi kavramlarla ilişkilendirilmektedir. Bu özellikler geleneksel toplumlarda devam ettirilirken, modernleşen toplumlarda küreselleşme, teknoloji, hız gibi kavramların günlük yaşamın merkezinde olması ile toplumsal bağlarda zayıflamalar meydana gelmektedir. Bu sebeple yer kavramıyla ilgili olan fikirlerde değişimler ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda tanımlanabilen her boşluk mekân olarak adlandırılmadığı gibi her toprak parçası da yer değildir (Ötkünç, 2016).

Heidegger yer kavramına varsaydığı bir köprü örneği üzerinden açıklık getirmektedir. Köprü, ona göre yalnızca bir taraftan karşı tarafa geçmek için kullanılan bir yapı olarak nitelendirilemez. Çünkü köprü, yapımı tamamlandıktan sonra kazanacağı fonksiyonun ötesinde bir anlam kazanıp bir sembole dönüşebilmektedir. Köprü yapılmadan önce tabi ki nehir etrafında seçilebilecek pek çok nokta vardır. Bunlardan biri, köprü sayesinde bir yer olup çıkmaktadır. Bu bağlamda köprü orada varlığını sürdürmek için yer tutmaz, aksine bir yer sadece köprü sayesinde meydana gelmektedir. Norberg-Schulz'a göre Heidegger, köprüünün varolduğu alandaki mevcut pek çok anlamı birleştirerek, bulunduğu alanı yer haline dönüştürdüğünü açıklamaktadır (Norberg-Schulz, 1979).

Norberg-Schulz yer kavramının çözümsel ve bilimsel kavramlar ile açıklanamayacağını savunmaktadır. O fenomenolojik yöntemle 'yerin ruhu' kavramını ortaya koymayı amaç edinmektedir. Norberg-Schulz mimarlığı "yerin ruhunun görünür hale getirilmesi", mimarın görevini de "anamlı yerler yaratmak" ve yerin niteliklerini insan eliyle yapılan yapılar aracılığıyla göstermek olarak açıklamaktadır. "Genius Loci" isimli kitabında yerin ruhunun anlaşılması için 3 olgudan bahsetmektedir. Bunlar: "anlam, kimlik ve tarih" olarak

açıklanmaktadır. Augé'ye göre ise yer üç ana özelliğe sahiptir: “Kimlikleyicilik, ilişkisellik ve tarihsellik” (Augé, 2016).

Augé (2016)'ye göre bir alanın yer kavramını karşılayabilmesi için, orada yaşayan bireyler arasından tekerrür eden karşılaşmaların yaşanması ve o alanın karmaşık birçok bağlantı yardımıyla zihnimizde kurulması gerektiğini belirtmektedir. Yer deneyimi zamana ve hafızaya bağlı olarak anlam bulmaktadır. Yer kavramına farklı bir bakış açısı ile bakan De Certeau, diğer kuramcılar gibi yer ve mekânın arasındaki ayrımı vurgular fakat yer kavramını konum ile bağdaştırır, mekân kavramını ise tecrübe ile bağlantı kurarak açıklamaktadır.

Koçyiğit'e göre, mimari varlıkları diğer insan yapımı varlıklardan farklı kılan özellik onların hareketli olmama durumlarıdır. Bu özellikleri, mimari varlıktan bahsederken aslında belirli bir yerden bahsetmek, mimari varlığı tasarlarken de aslında belirli bir yeri tasarlamak anlamına gelmektedir (Koçyiğit, 2012).

Mekânların ortaya çıkarıldıklarında gerekli fiziksel özellikleri bünyelerinde bulundursalar da bazı durumlarda o yere ait olma hissini uyandıramadıklarını ifade etmektedir. İhtiyaçlarımızı karşılayabildiklerini fakat “neredeyiz?” sorusuna cevap veremediklerini açıklamıştır. Bunun sebeplerini ise mekânın bulunduğu yer ve bağlamdan kopması; tüketimi temel hedef haline getiren anlayışa bağlı olarak ölçülebilir değerlerin ön planda tutulması; hızlı kullanım sonucunda mekânın tanımında bulunan eylemlerin sürdürülememesi ve aidiyet duygusunun geliştirilmemesi olarak açıklamaktadır. Bu gelişim için çeşitli kavramlar kullanılmaktadır bunların başlıcaları şunlardır: Transit mekânlar, geçiş mekânları, geçici olarak kullanılan mekânlar, kısa süreli olarak kullanılan mekânlar, hiç-mekân, kimseye ait olmayan mekânlar...(Ötkünç, 2016).

Augé (2016) bu kavramları, yok-yerler olarak tanımlar ve şu şekilde açıklar: “Yok-yerler, insanların ve malların(metaların) hızlandırılmış dolaşımı için zorunlu mekânlardır; ‘ekspres yollar, köprülülük kavşaklar, hava alanları olabildikleri kadar taşıma araçlarının kendileridir... ya da büyük alışveriş merkezleridir.”



## 2.5. Yersizleşme

Tüketim mekânlarının, ait olma duygusu yerine ait olmama/yersizlik duygusu vermesi onları diğer mekânlardan ayıran ana özelliklerden birisidir. Küresel dünya ortamında bu mekânlar, yöresel özelliklerinden arınmış, bir coğrafyaya ya da bir şehre, bir kültüre ait olmadan her yere, herkese ait olma her yerde olduğunu hissettirebilme özelliği göstermektedirler. Bu durum en fazla yüzey görünümlerinde ortaya çıkmaktadır. Tüketim tapınakları olarak da ifade edilen tüketim mekânların dış yüzeyleri için kullanılan yansıtıcı cam yüzeyler ya da farklı kaplamalar zaman ve yer kavramından bağımsız olarak kullanılmaktadır. Kısaca herhangi bir mekân ve zaman aidiyetleri yoktur. Yüzeyler, binayı bulunduğu yerden ve zamandan ayırarak, mekânın kendisini tüketim objesi durumuna getirmektedir. Bu mekânlar, dış dünyaya yalnızca oldukça görkemli ve tek açıklığı olan girişi ile açılmaktadırlar (Sayar & Süer, 2001).

Koçyiğit'e göre yersizleşme olgusu, gerçekliği algılama, anlama ve üzerine fikir yürütme gayesiyle oluşturulmuş düşünsel bir aygıt ya da bir kavram olarak açıklanmaktadır. Bu özelliği ile yersizleşme dilsel bir ürün olarak ifade edilmektedir. Bir kavram olarak yersizleşmenin mana kazanma şekli, başka deyişle içinin nasıl doldurulduğu ve kullanıma sunulduğu biçim, nasıl bir fikre dayalı düzen içinde iş gördüğüyle ilişkilendirilmektedir (Koçyiğit, 2012).

## 2.6. Tüketilen Mekân Kavramı

Toplumların ilk çağdan günümüze kadar olan süreçteki teknolojik, politik, ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda yaşanan gelişmeler ve değişimler, kentin fiziksel, sosyal ve kültürel olarak şekillenmesinde rol üstlenmektedir. Yaşanan gelişmeler ve değişimler ile ortaya çıkan mimari ürünler değişmektedir. Şüphesiz ki bu değişimler, her toplumun kendi özelliklerine ve değerlerine göre de biçimlenebilmektedir. Geçmişte yaptırım gücüne sahip hükümdarlar mimari ürünleri, ihtişamlı yapılar yapmak, gösteriş nesneleri oluşturmak ve gelecek nesillere miras bırakmak amacıyla yorumlamış ya da yorumlatmışlardır. Günümüzde de küresel dünya rekabetinde yer edinebilmek için kentlerde ilgi çekici, büyük ölçeklerde mimari ürünler kullanılmaktadır.

### 2.6.1. Tüketimin mekâna olan etkisi

Yırtıcı'ya (2005) göre, mimarlık kavramı varlığını insan ile sağlamaktadır. Mekânlar mimarlık kavramının bir ürünü olarak ifade edilmektedir. Bireylerin kullanması, ihtiyaçlarını gidermesi için mekânlar tasarlanıp üretilmektedir. Ancak her şeyin tüketim haline geldiği günümüz dünyasında, mekânın hizmet sunduğu kullanıcı kitlesi ya da bireylerin niteliği değişmiş durumdadır. Özünde değişen, mekânı oluşturan güç ile mekânın kullanıcısı olan birey arasındaki ilişki olarak belirtilmektedir.

Mimari ürünler, gün geçtikçe artan sayıları ile birlikte statükonun gölgesi haline gelmektedir. Günümüz tüketim çağına kadar ki tüm dönemlerde bütün alanlarla ilişkini sürdüren mimarlık alanı, bireyler ve toplum için gerekli fonksiyonları sağlamak ve estetik-görsel değerlerin yansıtıldığı bir eser olmak özelliğinin yanında istek ve arzuların giderileceği, heveslerin geçirileceği, boş vakitlerin değerlendirileceği bir tüketim aracına dönüştürülmektedir.

Doğan Kuban'a (2010) göre, mimarlık bir yapı eylemidir ve mimarlığın insanoğlunun bir ihtiyacı olan korunma içgüdüsünden ortaya çıktığını düşünmektedir. Korunma eylemi bütün canlıları, doğal çevrenin etkilerinden dolayı bir yapı yapma eylemine zorlamaktadır.

Uzunkaya ve Erkartal'a (2017) göre, barınma ile eşleştirilen ve mimarlık alanının ana unsuru kabul edilen konut; bireyler ve ailelerin, güç ve statülerini göstermek ve bu bağlamda kendilerini toplum tarafından kabul ettirmek için kullanılan bir obje iken, günümüzde şehirler de küresel dünya rekabetinde ön plana çıkmak için mimari ürünleri kullanmaktadır. Kentlerin küresel rekabete katılım sağlayabilmesi için, günümüzde çok sık kullanılan bir tabir olan "marka kent" durumuna gelmeleri zorunlu hale gelmiş durumdadır. Bu sebeple kentin yönetim kesimi, kentin gündemde kalması ve ekonomik değerinin oluşması için bazen yerel değerlerin ön planda tutulduğu, bazen ilgi çeken formları ikon haline gelen ve bazen de yapıların fiziksel özellikleri ile öne çıkarak nitelik kazandırılmaya çalışıldığı proje oluşumlarına destek olmaktadır.

"Mekân, toplumsal üretim pratiği içinde üretilen ve tüketilen bir nesne olmasının yanı sıra, toplumsal göstergeler sisteminin ve tüketim kalıplarının bir parçasıdır. Tüketim nesnesi

olarak edilgen bir olgu olmanın ötesinde, tüketim ilişkilerini etkileyen ve örgütleyen bir işlevi de vardır” (Yırtıcı, 2002).

Günümüz tüketim toplumunda mekân kavramı, tüketme eyleminin organize edildiği bir düzenleme olarak görülse de sadece tüketim bağlantılarının belirlendiği bir oluşum değildir. Mekân, yerel, evrensel ve kültürel değerleri içinde bulunduran, toplum belleğinde yer edinmiş bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Tüketim toplumu diğer tüm olgularda da olduğu gibi mekân oluşumunda da ekonomik faktörleri esas almaktadır (Ersan, 2006).

Üretim süreçlerinde ve örgütlenme şekillerinde meydana gelen değişiklikler, bulunduğu mekân ve zamandan bağımsız, soyut bir karakter kazanması ile tüketim kavramının da karakterinde değişiklik meydana getirmektedir. Günümüzde tüm dünyadaki bireylerin hemen hemen aynı şeyleri giyiyor, kullanıyor, seyreliyor ve yiyor olmaları bu değişikliğin en önemli örneği olarak gösterilmektedir. Tüketim alışkanlıklarında benzer biçimlerin oluşması mekânsal benzerlikleri de beraberinde getirmektedir (Yırtıcı, 2005).

Mekânın “yer” ile olan bağlantısının sekteye uğraması onun özelliklerinde belirgin değişikliklerin meydana gelmesine sebep olmaktadır. Mekân bulunduğu coğrafyanın ve kültürün izlerini belleğinde taşıyan bir yapı olarak varlığını sürdürürken tüketimi organize eden ve birbirleri ile bütünleşmiş yapılardan oluşan bir sistemin ögesi konuma gelmiştir (Ersan, 2006).

### **2.6.2. Mekânın tüketilmesi, değiştirilmesi ve mekânın değeri**

Bireyler çağımızda sadece ihtiyaçlarını karşılamak, korunmak ya da barınmak için değil, boş vakitlerini geçirmek, modayı takip etmek, sosyalleşmek, modernleşmek gibi kavramlar çerçevesinde, tüketim araçlarının ya da mekânlarının kendilerini yönlendirdiği biçimde kullanmaktadır. Tüketim insanlığın vazgeçemediği, tüketmediği her an kendini eksik hissettiği bir paranoya haline gelmiştir. Ayrıca her geçen gün daha da yaygınlaşan, insanların ihtiyacı olsa da olmasa da yaptıkları bir bağımlılık haline gelmiştir. İnsanlar sadece alışveriş yapmak için değil, boş vakitlerini değerlendirmek, toplantılarını gerçekleştirmek için dahi tüketim yapacakları mekânları tercih eder hale gelmiştir.

Uzunkaya ve Erkartal (2017), tüm kültürel olguların, tüketim çerçevesinde şekilleniyor olması sebebiyle çağımızın baskın belirleyici unsurunun tüketim olduğunu açıklayarak, Urry'nin (1999) “Mekânları Tüketmek” adlı kitabında bahsettiği dört boyutu olan yer-tüketim ilişkisini mimarlık-tüketim ilişkisi göre şu şekilde yorumlamaktadır:

- Mimarlık, malların ve hizmetlerin karşılaştırıldığı, satın alındığı ve kullanıldığı tüketim merkezleri olarak yeniden yapılandırılarak sayısını artırmaktadır.
- Mimarlığın kendisi bilhassa görsel açıdan tüketilmektedir.
- Mimarlık, kelimenin gerçek manasını karşılar durumda bulunmaktadır. Bireylerin anlamlandırdığı şey zamanla kullanılarak azaltılmakta, yok edilmekte yahut tüketilmektedir.
- Yerel değerlerin bazı kimlikleri tüketme ihtimali bulunmaktadır; sonuç olarak mekânlar, gerçekten de hemen her şeyin tüketildiği mekânlara dönüşümelerini gerçekleştirmektedirler.

Debord'un da dediği gibi tüketim bir gösteri şeklini almaktadır. Artık insanlar modernizmin esir aldığı dünyada sadece tüketerek daha çok hatta daha da çok tüketerek mutlu olabileceklerini düşünmektedirler. Tüketimin bu kadar çok artmasının nedenini tüketimin özellikleri dahi açıklayamamaktadır (Debord, 1996).

Miller, tüketim ve narsizim kavramını birlikte alarak gösterişçi tüketimi, bireylerin diğer bireylere kendi başarılarını kanıtlamalarını, ünlerini, şöhretlerini sergilemeleri olarak tanımlamaktadır. Bu bireylerin üstünlük, hayranlık, zevk düşkünlüğü ve saplantılı olma hali gibi özelliklere sahip olduğunu ayrıca gösterişçi tüketim yapan bireylerin kibirli, hırslı ve tevazu yoksunu olduklarını açıklamaktadır (Miller, 2012). Debord gösteri kavramının, bir imajlar toplamı olmaktan ziyade, bireyler arasında varlığını sürdüren ve imajlar arasındaki bağların kurulmasıyla gerçekleşen toplumsal bir ilişki olarak tanımlanmaktadır (Debord, 1996).

Günümüzde mekânın sınırlarının görünmez kılınması ve geniş mekân duygusu yaratmak önemli bir gayedir. Tasarım aşamasında mekânsal kurgu ile elde edilen geniş mekân duygusu, malzeme detayları ile desteklenmelidir. Bu amaçla kullanılan atriyumların merkezi ve doğrusal kullanımları, hacimsel boşluklar meydana getirerek geniş mekân duygusu oluşturulmasında etkindir. Ayrıca atriyumlar, farklı kotlar arasında görsel ilişki kurarak mekânsal bütünlük sağlamaya çalışır, böylelikle gösteri ve animasyonların da yer

alabileceği kamusal alan olarak algılanabilecek mekânlar yaratılmaktadır (Sayar & Süer, 2001). Bu çalışmalar bağlamında günümüz tüketim çağı toplumunun oluşturmuş olduğu tüketim kültürü ile bağlantılı olarak mimaride değişen ve dönüşen mekân kavramı ve mekân kavramın değeri ıncıelecektir. Mekânı kullanarak tüketen bireyler ve mekânı görsel olarak tüketen bireyler ile bina arasındaki değeri kavramı irdelenecektir. Değeri kavramı felsefe, sosyal bilimler ve diğeri alanlarda birçok araştırmanın konusu olmaktadır. TDK (2018) tarafından “bir şeyin önemini belirlemeye yarayan soyut ölçü, bir şeyin değdiği karşılık, kıymet” olarak tanımlanan değeri kavramı, felsefe sözlüğünde “bir şeyin önem ölçüsünü gösteren, onu anlamlı, istenir, faydalı veya ilgi konusu haline getiren özellik ya da nitelik” şeklinde tanımlanmaktadır (Cevizci, 2012). Değeri kavramına ilişkin yapılan çalışmalar incelendiğinde çoğunlukla kavramın kullanım değeri üzerine çıkarımlarda bulunduğru görülmektedir. Fakat ürün/nesne ve ürünü satın alan/tüketici birey arasındaki değeri kavramı incelendiğinde çeşitli tanımlamalar bahsetmek mümkün olmaktadır (Cürgül, 2018). Tüketim toplumu bireylerinin ürünleri kullanması ile ve deneyimlemesi ile ortaya çıkan değeri “algılanan değeri” olarak tanımlanmaktadır (Oliver, 1999).

Çizelge 2.2. Algılanan değeri ölçekleri (Cürgül, 2018)

| Sheth vd.                                                                                     | Sweney ve Soutar                                                                                                      | Sanchez vd.                                                            | Petrick ve Backman                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Sosyal değeri<br>Duygusal değeri<br>Fonksiyonel değeri<br>Epistemik değeri<br>Durumsal değeri | Duygusal değeri<br>Sosyal değeri<br>Fonksiyonel değeri<br>(fiyat/değeri)<br>Fonksiyonel değeri<br>(performans/kalite) | Fonksiyonel değeri<br>Duygusal değeri<br>Sosyal değeri                 | Kalite<br>Parasal fiyat<br>Parasal olmayan fiyat<br>Ün<br>Duygusal cevaplar |
| Kwun ve Oh                                                                                    | Babin                                                                                                                 | Groth                                                                  | Katamneni ve Coulson                                                        |
| Marka değeri<br>Fiyat değeri<br>Risk değeri                                                   | Hazcı değeri<br>Faydacı değeri                                                                                        | Algılanan fayda<br>Psikolojik değeri<br>İçsel değeri<br>Dışsal değeri  | Toplumsal değeri<br>Deneyisel değeri<br>İşlevsel değeri<br>Piyasa değeri    |
| DeRuyter                                                                                      | Grewal                                                                                                                | Parasuraman ve Grewal                                                  | Smith ve Colgate                                                            |
| Duygusal boyut<br>Mantıksal boyut<br>İşlevsel boyut                                           | Kazanç değeri<br>Değişim değeri                                                                                       | Kazanım değeri<br>Değişim değeri<br>Kullanım değeri<br>Yıpranma değeri | Fonksiyonel değeri<br>Deneyimsel değeri<br>Sembolik değeri Fiyat değeri     |

Mimarlık tarihinde ilk defa Vitruvius (1993) tarafından “sağlamlık, kullanışlılık ve güzellik” değerleri ileri sürülmüştür. Çağımıza kadar değişen toplum ve sosyal yaşam, kültürler, teknolojik gelişmeler, estetik nicelikler de değişim ve dönüşüm geçirerek tasarımcılar tarafından farklı şekilde yorumlanarak devamlılığını sürdürmektedir.

Esen Onat (2013) tasarım sürecinde düşünülmesi gereken değerlerini beş başlıkta şu şekilde açıklamaktadır:

- Konudan kaynaklanan değerler
- Mimari programdan kaynaklanan değerler
- Yerden/çevreden kaynaklanan değerler
- Yatırımcıdan ve kaynaklanan değerler
- Tasarımcıdan kaynaklanan değerler

Tolga Cürgül’ün (2018) de yayınlanmış olan “Mekân ve Tüketim Kültürü Arakesitinde Değer Kavramı” adlı tez Çalışması kapsamında mekânın değerini belirlemeye ve ölçmeye yönelik hazırlanan değer modeli ile mimari mekân ve küreselleşme süreçleri çerçevesinde belirlediği değer kriterlerini şu şekilde sıralamaktadır:

- |                                   |                                                 |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------|
| - İşlevsel Değer                  | - Ekonomik Değer                                |
| - Hizmet (İşletme) Değeri         | - Yer/ Çevre/ Bağlam Değeri                     |
| - Sosyal Değer                    | - İmaj Değeri                                   |
| - Toplumsal Değer                 | - İçsel/ Dışsal Değer                           |
| - Psikolojik Değer                | - Anlamsal Değer                                |
| - Anlam Değeri (Simgesel Estetik) | - Plastik Değeri (Biçimsel Estetik )            |
| - Haz Değeri                      | - Özgünlük Değeri                               |
| - Sanatsal Değer                  | - Entelektüel Değer                             |
| - Tarihi Değer                    | - Kimlik Değeri                                 |
| - Anı Değeri                      | - Sembolik- Simgesel Değer                      |
| - Küresellik/ Yerellik Değeri     | - Kullanım ve Değişim Değeri                    |
| - Kalıcılık Değeri                | - Tasarımdan/ Tasarımcıdan Kaynaklanan Değerler |
| - Marka/ Ün Değeri                |                                                 |

## 2.7. Tüketim Çağı Mimari Yapıları

Akbalık günümüz kentleri ile ilgili çalışmasında, küreselleşme faktörünün günümüzde kentleri biçimlendiren en önemli koşullardan biri olduğunu ifade etmektedir. Küreselleşmenin etkisi ile tüketim kültürünün yaygınlaşması, değişmeye başlayan kent ve kentsel yaşam biçimleri ve bu değişimdeki başlıca araç olan mimarlık ürünlerinin şekillendirdiği yeni kentler dikkat çekmektedir. Mimarlık ürünleri hem tüketim kültürünün teşvik edildiği bir dekor olarak hem de başlı başına tüketim objesi olarak sistemde yer almakta olduğu Harvey, Featherstone, Zukin, Cooke gibi pek çok kuramcı tarafından açıklamaktadır (Akbalık, 2004). Oskay çalışmasında, küreselleşme ile gelen kentleşme olgusunun olumlu ve olumsuz taraflarının olduğunu ifade etmektedir. Bilimin ve teknolojinin, ekonomideki sıçrayışlardan destek alarak gerçekleştirdiği gelişmelerin kentleşmeye olan olumlu etkilerinden bahseder. Olumsuz tarafların ise, “kentlerin yapısal değişiminde ve bu yapısal değişimlere uğramış kentlere gelerek kentlileşen insanların hayatında daha önceki yüzyılların kentlilerinin ve kentlileşme biçiminin yol açmadığı nitelikte ahlak, hayat üslubu ve yabancılaşma sorunlarının ortaya çıkmasından” kaynaklanmakta olduğunu ifade etmektedir (Aydoğan, 2009).

Friedman’ın (1986) “dünya kenti”, Sassen’in ise (2001) “küresel kent” olarak tanımladığı “tüketim çağı kentleri” küresel ekonominin hem merkezleri hem de mekânsal tanımları olarak ortaya çıkmaktadır. Taşkın (2016) Küresel Kent Söyleminin Kentsel Mekâna Ve Mimarlığa Etkisi adlı tez çalışmasında tüketim çağı kentlerini 3 farklı yorumlama ile şu şekilde örnelemektedir:

Kentlerin, ulusaldan küresele dönüşen ekonomilerdeki değişen rolünü ilk fark edenlerden birisi Peter Hall’dür. 1966 yılında ortaya koyduğu “Dünya Kentleri” çalışmasında Hall, bazı kentlerin bulundukları coğrafi konum, sahip olduğu insan gücü, sermaye potansiyeli ile çevresindeki kentlerden ayrıştığını ve sadece bulunduğu ülke için değil, bütün dünya için önemli bir merkez olduğunu savunmaktadır. Taşkın’a göre, dünya kenti ile küreselleşme arasında ilk ilişkiyi kuranlardan birisi Friedmann’dır. Friedmann dünya kentlerinin, tarihsel arka planları, küresel sermaye ile kurdukları güncel ilişkileri, büyüklükleri, potansiyelleri vb. sebeplerle diğer kentlerin önüne geçtiklerini ve artık bulundukları ülkenin sınırlarını da aşan ekonomik ve kültürel bir öneme haiz olduklarını açıklamaktadır. Sassen’in küresel kentinin temel özellikleri ise şunlardır: Küresel kentleri homojen bir sistemin parçası olarak görmez, küresel ekonomi kendi içinde alt üretim ağlarını barındıran karmaşık bir ağlar sistemidir. Bu ağların içinde birbirleriyle ilişkili bütün üretim, satış, pazarlama, finans ve diğer ilgili hizmet sektörleri bir arada faaliyet gösterirler (Taşkın, 2016).

Kiper (2004)'e göre, küreselleşme kavramı ekonomiden, siyasete, sosyal politikadan kültüre, çevre sorunlarından toplumsal yaşama, hayatın her alanında değişimleri anlatmak için kullanılmaktadır. Küreselleşmenin en belirgin etkileri, gözle görülür derece, kentler ve kentliler üzerinde olmaktadır. Kentin yönetilme sisteminden başlayan, kent ve kentlinin fiziksel mekânlarına, yaşam şekillerine, tüketme alışkanlıkları gibi ekonomi toplumsal hayatın üzerinde küreselleşmenin etkilerinden bahsedilmektedir. Bu yeni küresel sistem ile kent ekonomileri ve insanların yaşam şekilleri tek bir kalıp içine dökülmeye çalışılmaktadır. Bir başka deyiş ile çağımızda tüketim kültürü kavramının etkilerinden kentsel mekânlar, barınma, dinlenme, eğlenme ve çalışma mekânları da üstlerine düşen payı almaktadır.

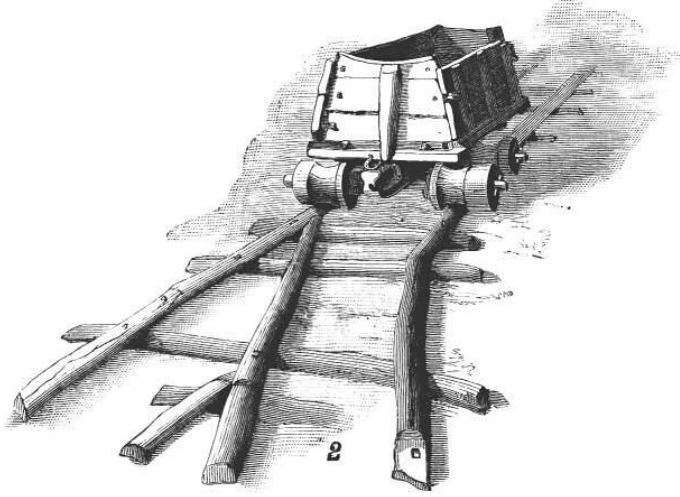
Bülbül'e (2010) göre, günümüzde herşey tüketim bağları ile belirlenir, mimarlık da bir tüketim nesnesi olmaya başlamıştır. Mimarlık, modern tüketim standartları içinde ortaya çıkarılan, toplumsal düşünceler içinde kullanılan ve tüketilen bir nesne olarak kabul edilebilir. Mimarlıktaki "izm" lerin çokluğu bunun bir kanıtı olarak gösterilebilir. Biçimler, sözde gerekçelerinden bağımsız, herhangi bir neden barındırmadan birbirini oluşturarak ortaya çıkar, tüketilir ve yok olurlar. Bülbül bu konu ile ilgili Hakkı Yırtıcı'nın "Kendisini tarih boyunca topluma hizmet etmekle, işlevsel ve estetiği harmanlayarak faydalı olmak zorunda hisseden, iyi güzel ve doğru olanı temsil etmeye çalışan mimarlık, tüketim toplumu içinde basit bir moda takibine mi dönüşmektedir?" sorusunu sormaktadır (Yırtıcı, 2004). Mimarlıkla ilgili anlatılmak istenen konuyu özetlemek gerekirse, mimarlığın basit bir modaya anlayışını dönüşmesinden daha kötü bir şey varsa o da mimarlığın toplumsal tüketim standartlarının oluşturulması ve tüketimin mekânlar ile şekillendirilmesinde, tek girdi olarak sermayenin karını en yüksek seviyeye getirecek bir araca dönüştürülmesidir. Artık bu konu mimarlığın bütün alanlarında görülmeye ve tartışılmaya başlanmıştır (Bülbül, 2010). Demir'e göre bu çağın mekânları, çağdaş kültürün değer yargıları olan özgürlük ve güç istemi ile birlikte hız ve haz eğilimlerini somutlaştırmaktadır (Demir, 2017).

Küreselleşme sürecinde ranta yönelik her türlü tesis "anıt" sallaştırılmaya çalışılmaktadır. Bu eğilim kent mekânına, dev otopark alanları ile gökdelenler, çok katlı-çok mallı alış-veriş merkezleri, plazalar, çok yıldızlı oteller biçiminde yansımaktadır. Bu süreçte, bundan 20-30 yıl kadar önce kentin en önemli simgeleri olarak bilinen tarihi yapılar yerlerini, bu değerleri de ezercesine yükselen dev otellere, çok katlı alış-veriş merkezlerine ve gökdelenlere bırakabilmektedir... Bu tür yeni yapılar kentlere kimlik kazandırmaktan çok onları bir örnekletmektedir (Kiper, 2004).



## 2.8. Tüketim Çağı Terminal Yapıları

1550 yılında, Avrupa’da ilk olarak vagonlar kullanılmaya başlandı. Bu vagonların yolları genellikle maden ocaklarında, madenler ve eriticiler arasında kullanılmıştır. Kullanılan bu ilk vagonlar kereste ya da taştan yapıлып, at veya insan gücü ile kullanılırdı (Connor & Schmid, 2012).



Resim 2.1. İlk vagonlar (URL-10)

Demiryolları kullanımı başlamadan önce ulaşım başlıca üç yolla sağlanırdı bunlar: denizyolu taşımacılığı, kanal taşımacılığı ve karayolu taşımacılığı. Demiryollarının oluşumu destekleyen bazı problemler vardı bu problemler şu şekilde açıklanmaktadır (Connor & Schmid, 2012):

- Denizyolu ulaşımı: yavaş, pahalı ve deniz korsanları ile birlikte riskliydi.
- Kanal taşımacılığı: Büyük Britanya için küçük ve düşük bir hacime sahip olup pahalıydı.
- Karayolu taşımacılığı: yavaş ve at sürülerinin değişimini gerektirirdi.

Denizyolu, kanal ve karayolu taşımacılığı problemleri, mallar açısından hız, güvenilirlik, güvenlik ve yüksek taşıma kapasitesi sağlayabilecek yeni bir ulaşım yolu gerektiriyordu (Connor & Schmid, 2012).

18. yüzyılda meydana gelen Fransız ihtilali sonrasında gerçekleşen Sanayi Devrimi ilk olarak Avrupa’yı daha sonra tüm Dünya’yı etkisi altına almıştır. Mekanik araç-gereçlerle

üretim sağlayan tesisler, Sanayi Devrimi ile makine ile tanışmışlardır. Himaye altında bulunan devletlerden sağlanan hammaddeler ile çok az bir zaman içinde ürünler elde edilerek, pazar arayışına geçilmiştir. Ancak o dönemde su yolu taşımacılığını kullanan Avrupa, bu taşıma sisteminin üretim aşamasında getirdiği maliyet ve sürenin uzun olması sebebinden ötürü endüstrileşmenin hızına yetişme konusunda zorluklar ile karşılaşmıştır (Başar & Erdoğan, 2009).



Resim 2.2. Liverpool-Manchester arası ilk demiryolları (URL-11)

Bugünkü anlamıyla ilk demiryolu sistemi, 19. Yüzyılın ilk çeyreğinde Richard Trevithick tarafından, Büyük Britanya’da tanıtıldı (Başar & Erdoğan, 2009). Demiryolu teknolojisi Britanya’dan diğer ülkelere hızlıca yayıldı (Burman & Stratton, 1997). İlk yük demiryolu hattı 1825'te Stockton ve Darlington arasında açıldı. Bu demiryolu hattı George Stephenson tarafından dökme demir raylar ile inşa edilerek sadece yük taşımacılığı için, at veya lokomotiflerle kullanıma sunuldu. İlk yolcu demiryolu hattı 1830 yılında Liverpool-Manchester arasında açıldı ve bu hat da yük taşımacılığı için kullanıldı (Thorne, 2001).

19.yüzyılda demiryolu istasyonları inşa edildiklerinde iki önemli parametreden oluşuyordu. Bunlar, tren hangarı ve ekli bina, yani tren istasyonu; her biri kendi mimari özelliklerini gerektiriyordu. Tren hangarı, ilk önce işçileri koruyan endüstriyel bir alan yaratmak için inşa edildi. Bu hangar ayrıca yolcuları korumak içinde kullanıldı (Thorne, 2001). İstasyon binası olarak da adlandırılan eklenmiş bina, yolcular için tasarlanarak, demiryolu hatları ile şehir arasında bir geçit oldu (Ferrarini, 2005). İstasyon binasının içinde bilet gişeleri, demiryolu yönetim ofisleri, çalışan ofisleri, bekleme salonları ve yolcular için bazı alanlar bulunuyordu. İstasyon binası, ray tipine bağlı olarak demiryolu hattının bir tarafında veya her iki tarafında bulunabiliyordu (Thorne, 2001). İstasyon binası, şehir ve demiryolu hattı arasında bir sınır olarak ifade bulabilmektedir (Ferrarini, 2005).



Resim 2.3. Dünya'nın ilk demiryolu istasyonu (Crown Street İstasyonu) (URL-12)

Matthias Dingjan (2014) "A Railway Station As A Public Space- The Case of Tokyo" adlı çalışmasında istasyonların fonksiyonlarını ve kamusal alan olma özelliklerini şu şekilde incelemektedir: Tren istasyonları demiryolu gelişimi başlangıcında malları ve yolcuların aktarımını ve yakıt ikmalinin yapıldığı mekânlar olarak işlevlendirilirken, demiryollarının gelişimi ile birlikte bir yerden bir yere gitmenin ve yakıt ikmal yeri olmanın ötesinde geliştiler ve farklı amaçlar için de kullanılmaya başlandılar. Bu gelişme ile birlikte tren istasyonlarının temel fonksiyonlarının ne olduğunu tanımlamak mümkün olmaktadır. İstasyonların işlevleri; ilk işlevi bir bağlanma alanı ve ulaşım ağı olmak, ikinci işlevi aktarım noktası olmak, üçüncü işlevi ticari kullanım mekânı olmak, dördüncü işlevi kamusal alan olmak, beşinci ve son işlevi ise kente ve çevreye kimlik kazandırmak olarak sıralanmaktadır.

Demiryolları genel olarak kentin temelini oluşturma özelliğine sahiptir. Demiryollarının gelişimi ile ülkelerin gelişmeleri doğru orantılı olarak ilerlemektedir. 19.yüzyılda ve 20. yüzyıl başlarında trenler buhar motorları ile sadece bir yerden bir yere belirli mesafelerde gidebilmekteydi (200 mil/ yaklaşık 320 km). Bu sebeple tren istasyonları yakıt ikmali için çoğaldı. Bu istasyonların bakım ve onarımı için insan gücüne ihtiyacı vardı ve bu sebepler dahilinde kasabalar da kurulmaya başlamıştır. Yolcular trenlerin gelişimi ile yeni yerler keşfetmek için yolculuk etmeye başladı ve istasyonlar dışarıya açılan bir kapı görmeye başladı. Tren yolları sadece küçük kasaba ve şehirler arasında değil dünya ile bağlantı görevini üstlenmiş bulunmaktadır. Dolaşıma katılan yolcu sayısının teknolojinin ve ihtiyaçların gelişmesi ile artmasıyla trenlerin gelişimi de hızlandı bu da hızlanma ile birlikte istasyonların gelişimi ve fonksiyonlarının artırılmasında etken de olmaktadır. İstasyonlar bu

gelişmeler ile birlikte tasarımlarına otelleri, mağazaları, eğlence mekânlarını, kamusal alanları ve parkları da eklemiş olmaktadır. Demiryolu istasyonları bu gelişimleri birlikte sosyal etkileşimin sağlandığı merkezler durumunda bulunmaktadır. Yolcu bekleyen, uğurlayan aileler, arkadaşlar, mağazaları ziyaret edenler, alışveriş yapan kişiler gibi... Dünyanın pek çok yerinde istasyonların büyüklükleri gelişmelerin ve teknolojinin ilerlemesi ile birlikte içine çeşitli fonksiyonları ekleyerek artış göstermektedir. İstasyonlar artık sadece seyahat etmek için değil aynı zamanda sosyal etkileşim ile kullanılmaya başlanmaktadır (Dingjan, 2014).

Ewa Maria Kido (2014) “Stations for People – Recent Developments in Railway Station Design” adlı çalışmasında tren yolu istasyonlarının 1980’lerden bu yana olan gelişimini ve istasyon, gar, terminal tasarımındaki son trendleri, estetik, fonksiyon, form gibi başlıca özellikleri şu şekilde incelemektedir: Ulaşım fonksiyonu (erişebilirlik, bilgi işaretleri, ana terminal bileşenlerinin kalitesi (yapı yapım kalitesi, giriş kalitesi, bekleme salonları kalitesi, platform kalitesi)), ticari fonksiyon (dükkanlar, reklamlar), kültürel fonksiyon (kamu, sanat) ve estetik ile ilgili olarak çeşitli kriterleri (boyut, ölçek, oran, form, alan, görsel yoğunluk, ışık, renk, doku, hareketi ritim gibi) terminal mimarisi bağlamında tartışmaktadır. Son yirmi yılda şehirlerin yeniden şekillenmesinde ve YHT ağının geliştirilmesine cevap vermesi için inşa edilmiş etkileyici büyük boyutlardaki terminallerin gelişimi görülmektedir. Genellikle hava terminallerine benzeyen mevcut çok fonksiyonlu demiryolu terminalleri önceki dönemlerden farklı olarak çeşitli fonksiyonlara cevap verecek şekilde tasarlanmalıdır. Yeni çağın demiryolu terminalleri havaalanı terminallerine, diğer raylı sistemlere, otobüslere, metro vb. ulaşım ağlarına erişim sağlayarak, otellere, alışveriş merkezlerine, işletmelere ev sahipliği yapmaktadır. Bu bağlamda kentin yeni kentsel mekânı ve ticari merkezi haline gelmektedir. Günümüz tüketim çağında terminaller, son yıllarda gerçekleştirilen tamamen modern tesisleri ve ayrıca yenilenmiş ya da tarihi istasyonları da içermektedir. Çağımızda şehrin büyük çoğunluğundan görünür halde bulunan bu mimari-mühendislik yapıları estetik kaygılar içinde bulunmalıdır. Bu nedenle yapılar genellikle yapısal gerekliliklerinin yanı sıra estetik gereklilikleri de yerine getirmektedir. Demiryolu terminalleri ayrıca insanlar için tasarlanmış ve terminallerde kendilerini rahat hissetmeleri sağlanan yapılar olarak ifade edilmektedir. Demiryollarının estetiği, planlaması, düzeni, detayları ve kapsamı bağlamında terminalin iç ve dış çevresi, yapı mimarisi, mühendislik çözümü ve ulaşım fonksiyonu arasındaki denge demiryolu mimarisi estetik kriteri olarak tanımlamaktadır (Kido, 2014).

Dünyada mimarlar tarafından “yeni kentsel çekirdek olarak tasarlanan” yeni ve iyileştirilmiş büyük şehir terminalleri bulunmaktadır. İnsanlar için terminaller hem modern binalar hem de geliştirilmiş ya da korunmuş tarihi binalar olarak zengin estetik ve kültürel değerlere sahip önemli peyzaj öğeleridir (Kido, 2014).

Edwards (1997) terminal tasarımıındaki ana kriterlerini şu şekilde açıklamaktadır:

- Dış Sirkülasyon: Terminale ana yaklaşım, hareketlerin ayrılması, bilet holü, bekleme alanları, peronlar arasındaki sirkülasyon devamlılığı sağlanmalıdır. Bu terminal yapısının kalitesini yansıtır.
- Bilet holleri: Geniş, konforlu, kolay ve rahat kullanılabilir olmalıdır.
- Ticari Mekânlar: İyi dengelenmiş, uygun alanlarda düzenlenmiş, toplanma alanlarında hareketlerin devamlılığını sekteye uğratmayan bir tasarıma sahip olmalıdır.
- Bekleme Alanları: Seyahat öncesinde ve sırasında rahatlamak için kullanılan, donanımlı koltuklara, tren kalkış-varış saatlerini içeren monitörlere, saat, çöp kutuları, telefonlar, seslendirme sistemlerine ve diğer donanımlara sahip olmalıdır.
- Platform üst örtüsü: Su ve dış etkenlerden koruma sağlayan camlı çatılar, terminale ayırt edici görüntü sağlayabilmektedir.
- Tuvaletler: Doğal aydınlatma ve havalandırma ile kullanılabilir olmaktadır.
- Engellilere uygun erişim: Asansörler, uygun döşemeye sahip rampalar, yön işaret ve işaretçileri, merdivenler için ilave tırabzanlar, özel biletler, masalar, telefonlar ve tuvaletler tasarıma dahil edilmelidir.
- Bilgi Levhaları: Sesli duyurularla, tren hareketlerini gösteren monitör ve posterler ile bilgi paylaşımı yapılmalıdır. Bu paylaşımlar istasyon girişine yakın, toplanma alanlarında ve platformlarda bulunmalıdır.

Farklı zamanlarda farklı alanlardaki birçok insan bir demiryolu terminalinin nasıl olması gerektiğini tartışmıştır. İnsanların görüş ve bakış açılarına bağlı olarak, demiryolu terminalinin nasıl görüldüğü ülke ve yapıldığı tarihe göre çeşitli değişiklikler göstermektedir. Bir terminalde temel olarak bilet holü, bekleme alanı, sirkülasyon alanları ve peronlar, geçiş alanları yer alır. Ek diğer unsurlar ise tuvaletler, mağazalar, restoranlar, işaretler, yolcu yönlendirme ekipmanları, ofisler sinyal kutuları gibi tesisler yer alır. İstasyonlardaki ek tesisler için iki eğilim vardır. Birincisi kentsel terminal binaları giderek bir terminal kompleksi haline gelirken, ikinci eğilimde ise terminallerin yerel kamu ile tesisleri ile birlikte inşa edilmesidir. Ek tesisler: restoranlar, barlar, oteller, gazete-dergi

standları, posta ve telefon hizmetleri, döviz büroları, hediyelik eşya dükkanları, eczaneler gibidir (Takashi, 1995).

Ulaşım ve kentlerin sürdürülebilir gelişimi, ulaşım ağlarının birbiri ile olan entegrasyonu, demiryolu trafiğinin rönesansı son on yılda çok sayıda tren istasyonu/ terminali inşa edilmesine yol açmıştır. Önemli demiryolu terminallerinin inşasında son zamanlarda yaşanan olumlu deneyim kentsel gelişim açısından gelişim göstermektedir. Terminaller, kent sokusunda önemli yerlerdedir, şehirlerin mega yapıları ve geniş insan akını sağlayan trafik düğümleridir. Tüm şehrin karakterini ve gelişimini belirleyen çeşitli hizmetler ve tesisler içinde bolca bulunmaktadır. Şehir terminallerinin en büyük avantajı merkezi konumları, yolcular için kolay erişimi, ulaşım ağlarının hızlı değişmesi ve görünümüleri bakımından şehrin kendine özgü görsel bir kimlik oluşturmalarıdır (Stevanović & Stevanović, 2014).

Terminaller temel olarak ulaşım ağının düğüm noktası durumundadır. Gelecekte terminaller, yeni toplum ve kültürü için mekânlar üretecek alanlar olarak beklenmektedir. Sanayileşmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, her ülkenin farklı gelişim ve koşullarını anlayarak daha esnek terminaller oluşturmak bu bağlamda önemlidir. Gelecekteki terminaller için çok işlevli, insan dostu, eğlenceli, topluluk ve bilgi merkezi gibi anahtar kelimeler kullanılmaktadır. Bu alanda uzman kişiler ve eleştirmenler terminallerin artık terminale benzemediğinden şikayet etmektedir. Bu nedenle şimdi karşımıza çıkan yeni görev her toplum için en uygun olan “istasyon-benzeri” yapıların özelliklerini başarmanın yollarını bulmaktır (Takashi, 1995). Terminal yapıların tasarlamak, terminal binasının mimari şeklini tasarlamaktan daha öte, terminalin mevcut kentsel yapıya ve şehrin mevcut kentsel alanlarına nasıl entegre edildiğine dikkat etmek gerekmektedir (Kusumo, 2007).

Teknik anlamda terminaller, ziyaretçilerin yolculuğa ilişkin fiziksel ve rutin ihtiyaçlarının giderdiği alanlardır. İletişimsel bağlamda ise terminaller, genellikle o ülkeye ya da şehre gelen yolcunun söz konusu destinasyon ile ilk karşılaşma noktası ya da son izlenim yeri olarak ifade edilmektedir (Kazda, 2000).

Elgün ve arkadaşlarına (2013) göre, şehir ya da ülkelerin yerel kültürlerine özgü mekânlar terminalleridir. Yolcuların seyahatlerinden önce vakit geçirdikleri, ihtiyaçlarını karşıladıkları ve diğer ulaşım araçları ile bağlantılarını kurdukları terminal yapıları artık

sadece mekânîk bir anlam ifade etmekten öte sosyal bir alana dönüşmüşlerdir. Özellikle 80’li yıllardan sonra terminaller tüketim tutkusunun da etkisi ile ticarileşmektedir.

Günümüzde uluslararası terminaller “yaratılmış birer mekân” (Urry), “görsel tüketimin düş peyzajları” (Zukin) olarak günümüz dünyasında yerini almaktadır (Elgün et al., 2013). Tüketim çağı terminal yapılarına bakıldığında, mekânların sadece ulaşım ağının odağını oluşturmak amacı sönük konuma gelmektedir. Bu mekânlar artık birer tüketim mekânıdır, insanlar bu mekânlara gelerek vakit değerlendirip, mutlu olmaktadır. Terminaller gerçek işlevinin dışında bünyesinde marketleri, kafeleri, ofisleri bekleme salonlarını, ibadet yerlerini, restoranları bulundurur konuma gelmektedir. Dünya’nın farklı yerlerinde son on beş yıl içinde yapımı gerçekleştirilmiş 21. Yüzyıl tüketim çağı terminallerine pek çok örnek terminal bulunmaktadır. Bunlardan bazıları; Birmingham New Street İstasyonu, Berlin Merkez Tren İstasyonu, Hong Kong West Kowloon İstasyonu, Astana Tren İstasyonu, Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu vb. örnekler, bulundukları bölgenin en yoğun tren istasyonlarından biri olmalarından, son 15 yıl içinde yenilenmiş ya da yapımlarının tamamlanmış olmasından, hızlı trenlere hizmet verebilmelerinden, büyüklükleri ve formları bakımından ilgi çekici, merak uyandırıcı olmalarına dikkat edilerek diğer örnekler arasından seçilmiştir.

#### Birmingham New Street İstasyonu



Resim 2.4. Birmingham New Street İstasyonu (URL-13)



Birmingham New Street İstasyonu, Eijo, Fernandez-Abascal, Valla, Trenner, Franzolini, Fernandez, Kim, Sagredo, Sato, Sperbund, Paegle, Jewson, Sato, Távora'dan oluşan tasarım ekibi tarafından 2015 senesinde Birmingham, İngiltere'de projelendirilmiştir (URL-13).

91 500 metrekare alana sahip olan Birmingham New Street İstasyonu, bir izlenim yaratmak yerine, binanın işlevini ve Birmingham şehrinin tam merkezindeki konumunun karakterini halka aktarabilecek ikonik bir mimari sunmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla binada demiryolu temasının hareketli doğasına atıfta bulunulmuştur. Hareketin oluşturduğu geometriler ve ortaya çıkan alginın çarpıtılması, projenin mimari dili için ilham olmuştur. Tasarımda aynı zamanda istasyonun kentsel peyzajında belirli alanlar özel olarak yansıtılarak, istasyonun çevresindeki kentsel alanların algılanmasının tetiklenmesi de amaçlanmaktadır (URL-13).



Resim 2.5. Birmingham New Street İstasyonu eski hali (URL-14)



Resim 2.6. Birmingham New Street İstasyonu yeni hali (URL-13)



İstasyon günlük 170 000 yolcu kapasitesi ve daha büyük, daha iyi, daha parlak sloganı ile şehirde ekonomik büyümenin yanında yenilenmeyi de teşvik ederek büyük bir alışveriş ve ulaşım merkezine dönüştürülmüştür. Yeni istasyonun ilk yarısı 2013'te tamamlanırken, tam iyileştirme 2015 yılında tamamlanmıştır. (URL-14).

### Berlin Merkez Tren İstasyonu



Resim 2.7. Berlin Merkez Tren İstasyonu dış görünüş (URL-15)

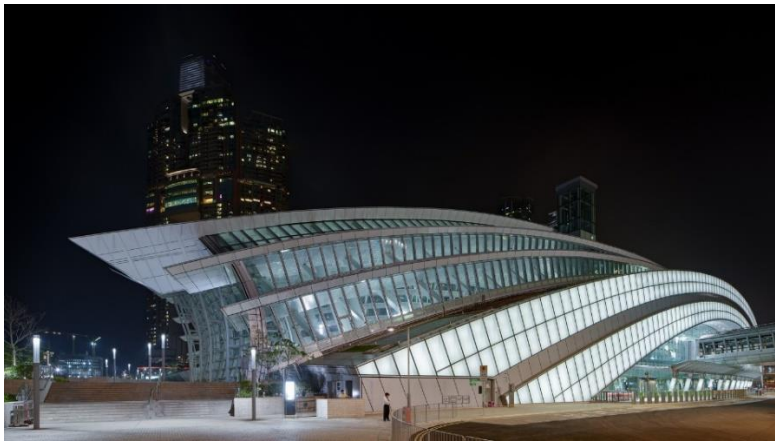
Berlin Merkez Tren Garı, ilk olarak 1871 yılında inşa edildi. İkinci Dünya Savaşı'na kadar önemli bir yere sahip olan istasyon Almanya'nın ikiye bölünmesiyle işlevini kaybederek 1952 yılında yıkılarak ortadan kaldırıldı. Ülkenin birleşmesiyle merkez garı ihtiyacı doğunca yeniden yapımına başlanan istasyon von Gerkan, Marg ve ekibi tarafından 2006 yılında projelendirilmiştir (URL-16).

Toplam 175 000 metrekare alana, 100 000 metre kare yerleşme alanına sahip olan istasyon, şehir çevresinde bulunan demiryolu hattını vurgulama ana prensibi ile tasarlanmıştır. Mimari açıdan iki ters L biçiminde oluşturulmuş ofis binası ve filigran cam çatı yorumlanmıştır (URL-15). İstasyon günlük yaklaşık 300 000 yolcu kapasitesiyle Avrupa'nın en büyük ve en modern istasyonu olma sloganıyla hizmet vermektedir (URL-17).



Resim 2.8. Berlin Merkez Tren İstasyonu iç görünüş (URL-15)

### Hong Kong West Kowloon İstasyonu



Resim 2.9. Hong Kong West Kowloon İstasyonu dış görünüş (URL-18)

Aedas tarafından tasarlanan istasyon binası 2018 yılında Hong Kong’da projelendirilmiştir. Toplam 400 000 metrekare alana sahip istasyon, 58 797 metrekare yerleşme sahiptir. Tamamen faaliyete geçtiğinde dünyanın en büyük ve en yoğun istasyonlarından biri olması hedeflenmektedir (URL-18).

Günlük 80 100 yolcuya hizmet verebilecek kapasitede olan istasyonun mimarisi (URL-19), açıklığı ve insan odaklı kapsayıcı tasarımı ile kente parlak, heyecan verici bir gelecek sunmayı hedeflemektedir. Ayrıca 3 hektar yeşil alanıyla ‘yeşil plaza’ olarak da tanıtılmaktadır. Dış çatı düzlemi girişe doğru yönelim sağlarken, çatı kısmı gökyüzüne doğru hareket eder (URL-18).



Resim 2.10. Hong Kong West Kowloon İstasyonu yeşil alan üst kotu (URL-18)

Çin yetkilileri, istasyonun Hong Kong ve diğer kentler arasındaki ticari ve kültürel değişimleri teşvik edeceğini ve Hong Kong'un ulaşım merkezi olarak statüsünü artıracığını ifade etmektedir (URL-19).



Resim 2.11. Hong Kong West Kowloon İstasyonu iç görünüş (URL-19)

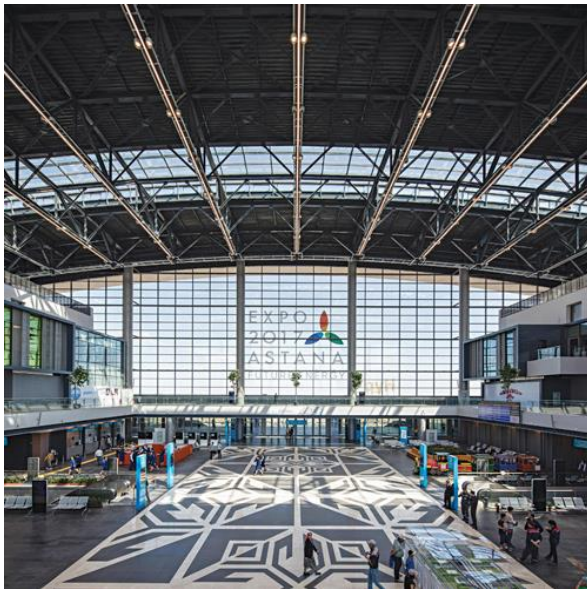
### Astana Tren İstasyonu

Tabanlıoğlu Mimarlık tarafından tasarlanan proje 2017 de Astana'da projelendirilmiştir. Toplam 110 000 metrekare alana sahip olan istasyon, Astana kentinin uyumlu gelişmesine entegre olacak şekilde tasarlanmıştır. Proje tasarımı, kentsel tasarım konseptiyle tüm kent sakinleri için güvenli, konforlu ve kolay erişilebilir olmasının yanında kentlinin mutluluğunu hedef edinen bir tasarım olarak karşımıza çıkmaktadır (URL-21).



Resim 2.12. Astana Tren İstasyonu dış görünüş (URL-22)

Günde 35 000 yolcu kapasiteli tren istasyonu ilk aşamada 18 000 yolcuya hizmet verecek şekilde kullanıma açılmıştır. Yaya sirkülasyonun ön plana çıkarıldığı projede, dışardan bakıldığında yalnızca bir istasyon yapısı olmaktan çok buluşma merkezi, kentliyi çağırıcı ve toplayıcı bir mekan olması hedeflenmektedir. Aynı zamanda tasarımında bulunan ticari alanları ile her türlü yeme-içme, alışveriş ve ticari etkinliklere hizmet vermektedir. Bu bağlamda tren istasyonu, yalnızca bir ulaşım ve transfer alanı olmaktan ziyade kentlinin günlük hayatında yer almayı hedeflemektedir (URL-22).



Resim 2.13. Astana Tren İstasyonu iç görünüş (URL-22)

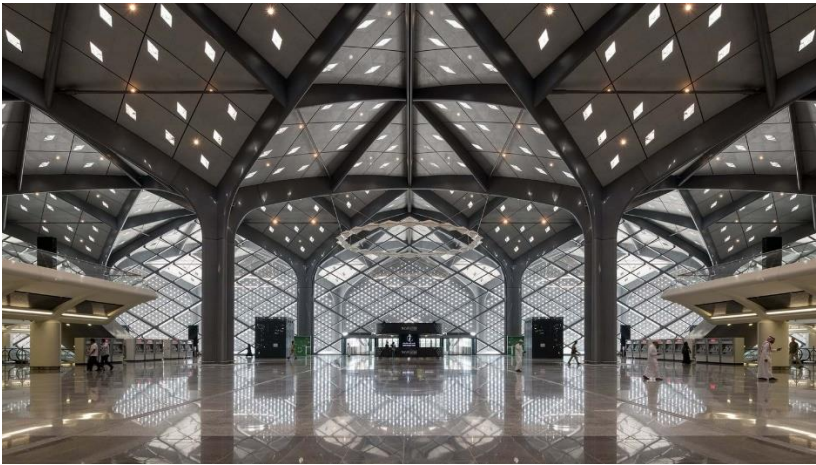


### Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu



Resim 2.14. Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu dış görünüş (URL-23)

Foster ve ekibi tarafından tasarlanan istasyon 2019 yılında kapılarına kullanıma açmıştır. Yaklaşık 460 000 metrekare alana sahip olan istasyon Suudi Arabistan'da hizmet vermektedir. Saatte 20 000 yolcuya hizmet verebilecek şekilde tasarlanan istasyon, sürdürülebilirlik teması ile gündüz ısıcağından korunmalı şekilde özel teknolojiler kullanılarak projelendirilmiştir. İstasyon içinde hava sıcaklığı kademeli şekilde derecelendirilmektedir. İstasyon cephesini saran özel cam levhalar ile ısı dengesi korunurken aynı zamanda gün ışığında da fayda sağlanmaktadır (URL-23).



Resim 2.15. Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu iç görünüş (URL-23)

Tasarımı daha verimli hale getirebilmek için modüler çatı detayı çift işlevli kullanılmaktadır. İslam mimarisine atıf yapan çatı detayı aynı zamanda bina hizmetleri ve yağmur suyu drenajı için hayati önem taşımaktadır (URL-24).

## 2.9. Literatür Bölüm Değerlendirmesi

Tüketim, insanlığın doğumunda ölümüne kadar yaşamında vazgeçemeyeceği bir eylemdir. Tüketim hayatın her alanında bulunmaktadır ve tüketim toplumunun bir bireyi olma yetisi kişilere doğrudan yüklenmektedir. Tüketici bireyler, ihtiyaçlarını karşılamak, isteklerini ve arzularını yerine getirmek için metaları satın alan ya da alma durumunda olan kişi olarak açıklanmaktadır.

18.yüzyıldan itibaren sanayide yaşanan gelişmeler, üretim- tüketim birlikteliğinin biçiminde değişikliğe sebep olmaktadır. Toplumun tarımdan sanayiye yönelmesiyle birlikte yaşanan gelişmeler ve değişimler ekonomik, kültürel yapıyı ve toplum yapısını etkilemektedir. Gündelik hayatın işleyiş biçimi, koşulları, değer yargıları yaşanan değişimlerden, gelişmelerden ve dönüşümlerden etkilenmektedir. Yaşanan değişimlerin oluşturduğu toplum yapısı tüketim toplumu olarak ele alınmaktadır. Tüketim toplumunda bireyler sadece ihtiyaçlarını gidermek için değil, statü edinme, eğlenme, sosyal sınıflarda yer alma, boş vakitlerini değerlendirme, kendini diğer fertlere ifade etme, tatmin duygusu yaşamak ve toplum tarafından kabul görebilmek için tüketmektedir. Tüketim, toplumda gerekli işlevinden uzaklaşarak birtakım göstergelerin, simgelerin, sembollerin, mekânların, konumların, metaların tüketilmesi anlamını taşır vaziyette bulunmaktadır. Toplumsal alanları etkileyen bütün değişimler ile birlikte gündelik yaşam çerçevesinin estetik, sosyal, kültürel değerler ile birleştirilmesi sonucunda görsel tüketim kavramı ortaya çıkmaktadır.

Toplumun gösterge değerlerinin tüketilmesi ile yaygınlaşan görsel tüketim kavramındaki artışın sebebi olarak; günümüz toplumunda alışveriş merkezlerinin, kafelerin, restoranların yani ürün ya da hizmet satın alınabilen mekânların bu derece fazla olması gösterilmektedir. Hem görsel tüketimin yapıldığı mekânlar hem de görsel olarak tüketilen mekânlar daha tasarlanırken, kullanıcıların yani tüketici bireylerin yönlendirilmeleri gerçekleştirilmektedir. Tüketim toplumunda ihtiyaçların karşılanması ana amaç olmaktan çıkmış ve göstergeler, reklamlar, simgeler vb. yönlendirmeler ile devamlı olarak bireylerde tüketme güdüsü uyandırılmaktadır.

Sanayi devriminden önce kamu hayatı üretim odaklı işlerken, sanayi devriminden sonra gelişen kapitalizmin etkisi çerçevesinde tüketim odaklı şekillenen yaşam tarzlarının, toplumsal hayatı eğlence sektörü ile bütünleştirdiği görülmektedir. Değişen yaşam tarzları ile birlikte kamu hayatının devamlılığını sağlayan mekânların da değişimi söz konusu olmaktadır. Kapitalizmin gelişimiyle birlikte ortaya çıkan kitlesel üretim ve tüketim, toplumun ekonomik, kültürel ve sosyal etkilerin yanında mekânları da etkilemektedir. Tüketim toplumunda kullanılan mekânlar tüketim nesnesi haline getirilmektedir.

Kapitalizmin yaygınlaşması ve küreselleşme ile benimsenen yeni hayat tarzları daha görkemli, ilgi çekici ve çok fonksiyonlu mekânlara olan ilginin ve talebin artmasına sebep olmaktadır. Tercih edilen mekân biçimleri yeni bir mekânsallaşma biçimi ortaya çıkarmaktadır. Bu görkemli ve ilgi çekici olmak üzerine tasarlanmış mekânlar, kent ile kurulan ilişki ağlarını yeniden düzenlemektedir. Tarihte kentlerin kurulması ile birlikte başlayan süreç içinde, kenti oluşturan kent parçaları da yaşanan değişim ve dönüşümden etkilenmektedir. Ekonomik, sosyal, kültürel etkileşimler dönemsel karakterlerine göre mekânlar ve bireyler arasındaki ilişkiyi tamamlayarak toplumsal yapının oluşmasını sağlamaktadır. Günümüzde tüketim nesnesi haline gelmiş mekânlar, dönemin gerektirdiği durumlara göre şekillenip, kentin birey ve toplumun dönemsel süreç ilişkisinin oluşmasında etkili olmaktadır.

Yaşanan değişimlerin diğer tüm alanlar birlikte mekânlara yansımaları ile birlikte mimarlık alanı da bütün bu değişimlerden etkilenmektedir. Mimarlık alanı toplumdan, dönemden, insanlardan bağımsız olarak uygulanabilecek bir alan değildir. Çağının kültürel, sosyal, ekonomik, tarihi yapısını içinde barındırarak çağının özelliklerini yansıtmaktadır.

Küreselleşmenin etkisinin artması ile kent anıtları olarak kullanılan yapıların toplumların kültürleri, tarihleri ve sosyal hayatları üzerinde etkisi yadsınamaz hale gelmektedir. Günümüz tüketim çağında ikonik yapılar olarak isim bulan bu yapılar mimari dünya literatüründe oldukça ilgi çekmektedir. Son zamanlarda teknolojinin gelişmesiyle birlikte artan bu görkemli ve ilgi çekici ikonik yapılar kent ve kent parçaları üzerindeki etkisini göstermektedir. İkonik yapılar günümüzde opera binası olarak karşımıza çıkabilirken bazen bir alışveriş merkezi ya da bir havalimanı terminali olarak karşımıza çıkmaktadır.

21 yüzyılda teknolojinin ilerlemesiyle birlikte insanlar artık dünyanın bir ucundan diğer ucuna daha kolay ve daha ekonomik ulaşabilmektedir. Bu durumun sonucunda ulaşım yapılarının kullanıcı sayısı günden güne artış göstermektedir. Buna bağlı olarak ulaşım yapılarının ihtiyaç programları ve büyüklüklerinde değişimler meydana gelmektedir. Havalimanları, garlar, terminal yapıları tüketim çağının gerektirdiği şekilde tüketim toplumu memnuniyeti üzerine sadece yolcu gidiş-geliş işlevinin dışında birer alışveriş merkezine dönüştürülmektedir. Bu yaşanan dönüşüm ile birlikte ulaşım yapıları sadece yolcuya hizmet yerine yolcular, terminal çalışanları, yolcu yakınları ve diğer toplum bireyleri için de bir tüketim merkezi haline gelmektedir.

Çalışma kapsamında yapılan geniş çaplı literatür taraması sonucunda; tüketim kavramının ortaya çıkış ve değişim süreci, popüler kültür ve modernizm kavramlarının tüketim kavramını üzerindeki etkisi, tüketimin kente ve bireylere olan etkileri, imaj ve ikon kavramlarının tanımları, mekân-yer-yersizleşme kavramlarına, tüketim mekânlarının ortaya çıkış süreci ve mekânın tüketilmesi, değiştirilmesi ve değerlerinin neler olduğu, tüketim çağı mimari yapıları ve terminal yapılarının özellikleri açıklanmaktadır.

Dünya'nın farklı yerlerinde son on beş yıl içinde yapımı gerçekleştirilmiş 21. yüzyıl tüketim çağı terminallerine örnek verilen Birmingham New Street İstasyonu, Berlin Merkez Tren İstasyonu, Hong Kong West Kowloon İstasyonu, Astana Tren İstasyonu, Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu bulundukları bölgenin en yoğun tren istasyonlarından biri olarak, ilgi çekici ve merak uyandırıcı formları ile dikkat çekmektedir. Bu demiryolu terminallerinin genellikle insan ve kent odaklı tasarımları, günümüz 21. yüzyıl son teknolojileri kullanılarak projelendirilmiştir. Yapılarda kullanılan yoğun cam ve çelik detayları göze çarpmaktadır. Çevresel sürdürülebilirlik prensipleri dikkate alınarak, gün ışığı kullanımı ve ısı korunumuna dikkat edilmektedir.





### 3. ALAN ÇALIŞMASI

#### 3.1. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı İçin Değerlendirme Çerçevesinin Belirlenmesi

Debord'a (1996) göre, tüketim çağımızda bir yaşam tarzı haline gelerek, kendi koyduğu kuralları ve yönlendirme şekilleri ile bireyleri ve toplumları etkisi altına alarak tüketim gün geçtikçe bir gösteri haline gelmektedir.

Tüketim kültürünün küreselleşme ile tüm dünyaya yayılması ile kent ve kent parçalarında değişimler meydana gelmektedir. Bu değişimlerin başlıca etkilediği mimarlık ürünleri ise, yeni kent biçimlerinin oluşmasında etkili olmaktadır. Mimarlık ürünleri tüketimin heveslendirildiği birer dekor ve tüketim nesnesi olarak yeni sistemde yerini almaktadır (Akbalık, 2004).

Küreselleşme, tüm diğer alanlarda olduğu gibi mimarlık alanında da değişmelere ve gelişmelere neden olmaktadır. Kent ve kent mekânların ön planda çıkarılmasıyla birlikte mimarlık ürünlerinden beklenen özellikler ve mimari tasarım stratejileri değişmektedir. Kent aktörlerinin, kentlerin küresel dünya ortamındaki rekabetleri için mimari ürünleri kullanarak fayda sağlamayı amaç edindiği görülmektedir. Özellikle son yıllarda anıtsal yapıların toplum ve kültür üzerindeki gücü ve etkisi tekrar kullanılmaya başlanmaktadır. Günbegün sayısı ve popülaritesi artan ikonik yapılar, birbirinden farklı ilgi çekici ve merak uyandırıcı formlarıyla, küresel kentlerin rekabet ortamındaki kimlik arayışında en çok tercih edilen mimari ürünlere dönüşmektedir (Yargıç, 2009). Kent aktörleri, mimar/ tasarım ekibi, işveren ve yüklenici, kullanıcı olmak üzere üç grupta incelenmektedir. Yaratan, üreten ve kullanan durumunda olan aktörler olmadan hiçbir nesnenin bir varoluş kazanamayacağı, varoluşunun devamlılığını sağlayamayacağı ve varoluşunu dönüştüremeyeceği ifade edilmektedir. Her bir aktör farklı aşamalarda önemli paylara ve rollere sahiptir. Bu roller bilinmeden eleştirilen nesne tam anlamıyla anlaşılmamanın yanı sıra nesnede gözlemlenen öğeler doğru sebep ve kişilere bağlanamamaktadır (Dinç Kalaycı, 2015).

Küreselleşme ile birlikte yaşanan değişim ve gelişmelerin mimarlık alanında ki ve ürünlerindeki etkilerini Gürel şu şekilde ifade etmektedir:

Gösteri ve etkileme değeri yüksek, heykelsi formlar ve yeni mekân anlayışı ile ikonik özellikli yapıların kentte, toplumda ve medyatik bellekte yer edinme yarışında oldukları gözlenmektedir. Kent imajının baskın öğeleri olmaya başlayan ikonik yapılar; kentlerin yeni çekim alanları oluşturma sürecinde de birer araç olarak ortaya çıkmaktadırlar (Gürel, 2008).

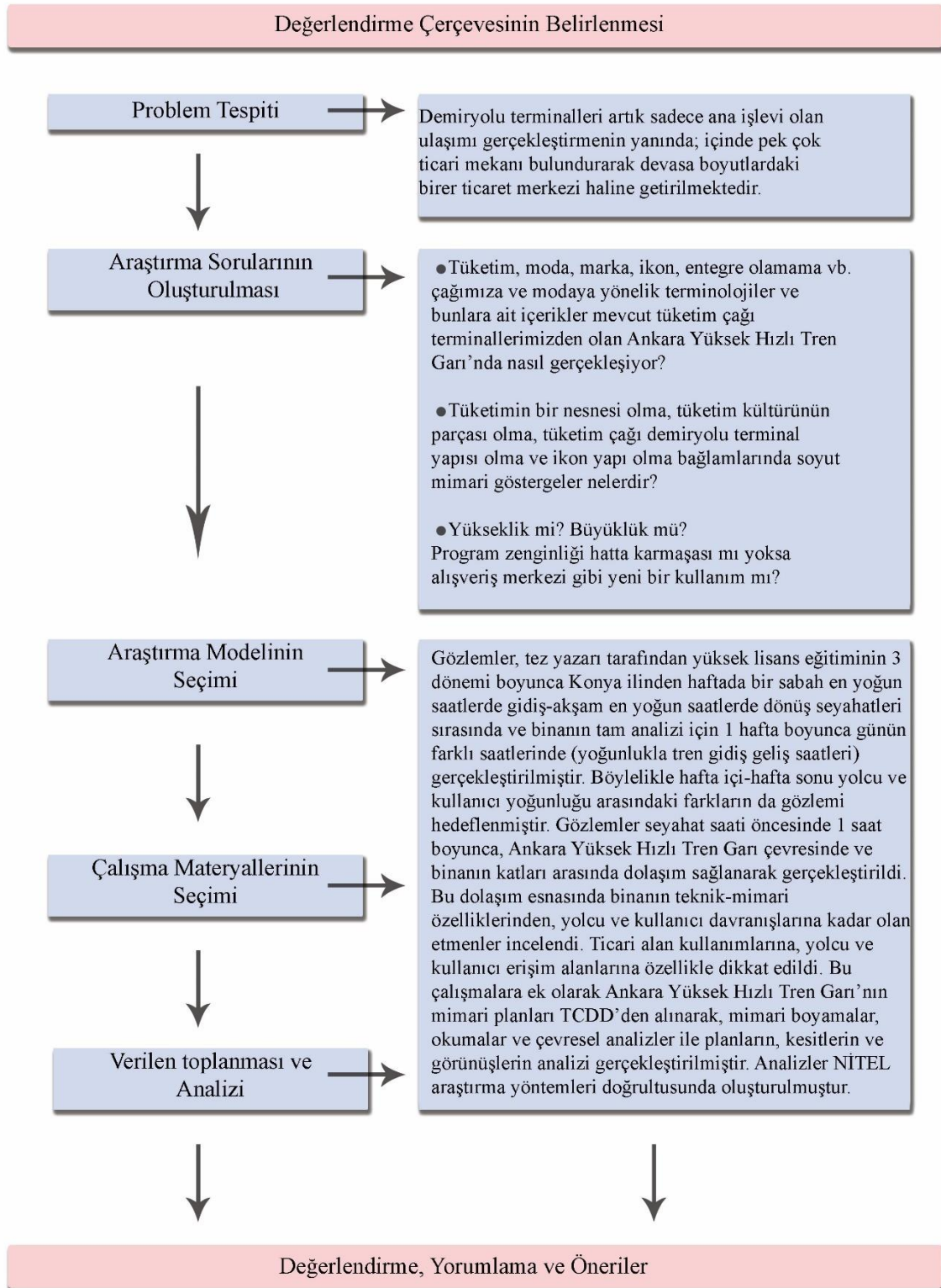
Çağımız tüketim toplumu, her zaman belirli bir manaya sahip olan ve manaya bağlı olarak değişim geçiren ürün ve hizmetlere yönelmektedir. Toplum, ürünleri etkilediği kadar kentleri de etkileyerek, diğer kentlerden farklı bir imaj ve kimlik edinmeye, “marka kent” olmaya zorlamaktadır. Kısacası kentler, küresel rekabete dahil olabilmek için markalaşma yarışı içerisindeyler (Birol Özerk & Akgün Yüksekli, 2011).

Son yirmi yılda yaşanan değişime ve gelişmeler ile kentlerde meydana gelen yeni şekillenmeler ve demiryolu ağının bir rönesans dönemi geçirmesiyle, devasa boyutlarda, çoğunlukla havalimanı terminallerini andıran, pek çok farklı işlevi tasarımında bulunduran terminal yapıları ortaya çıkmaktadır. Tüketim çağı demiryolu terminalleri, diğer ulaşım ağlarına erişim sağlar nitelikte olup, tasarımında otelleri, işletmeleri, alışveriş merkezlerini, kamusal alanları ve ayrıca tarihi ya da yenilenmiş gar yapılarını bulundurabilmektedir. Bu bağlamda yeni tüketim çağı terminal yapıları kent için yeni kamusal alan olurken aynı zamanda bir ticaret merkezi haline getirilmektedir (Kido, 2014).

Tüketim ve toplumunun ekonomik, sosyal, kültürel etkilerinin yanında bireylere, topluma dolayısıyla mekanlara ve kentlere olan etkilerinden söz edilmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda “artık mekanın kendisi de üretilen ve tüketilen diğer tüketim nesneleri gibi ticari bir ‘meta’ ya dönüşmüştür” (Vural, 2005).

Bu durum özellikle ülkemizde yapımları yeni başlayan ve devam eden demiryolu terminalleri üzerinde etkisini göstermektedir. Demiryolu terminalleri artık sadece ana işlevi olan ulaşımı gerçekleştirmenin yanında; içinde pek çok ticari mekanı bulundurarak devasa boyutlardaki birer ticaret merkezi haline getirilmişlerdir. Bu bağlamlarda üzerlerine yüklenen ticaret işlevleri ve tüketim toplumunun yönlendirmeleriyle kurgulanan demiryolu terminal yapıları, tüketim çağı mimari ürünlerinin en iyi mekansal örneklerinden biri olarak ortaya çıkmaktadırlar.

Çizelge 3.1. Tez araştırma modeli



Literatür çalışmaları bağlamında tüketim, moda, marka, ikon, entegre olamama vb. çağımıza ve modaya yönelik terminolojiler ve bunlara ait içerikler mevcut tüketim çağı terminallerimizden olan Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nda nasıl gerçekleşiyor? Tüketicinin bir nesnesi olma, tüketim kültürünün parçası olma, tüketim çağı demiryolu terminal yapısı olma ve ikon yapı olma bağlamlarında soyut mimari göstergeler nelerdir? Yükseklik mi? Büyüklük mü? Program zenginliği hatta karmaşası mı yoksa alışveriş merkezi gibi yeni bir kullanım mı? Tezde bu sorular üzerinden yola çıkılıp, nitel araştırma yöntemlerinden içerik analiz türü benimsenmektedir. Nitel araştırma yöntemleri arasında bulunan içerik analizi türü, çoğunlukla yazılı ve görsel verilerin analiz edilmesine dayanan bir yöntem olarak kullanılmaktadır (Silverman, 2001).

Bu tez çalışması, mimari yapı ve mimari ürün olarak ortaya konulan, demiryolu terminal yapılarından olan Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın; bir tüketim nesnesi olma, tüketim kültürünün parçası olma ve ikon yapı olma bağlamlarında nasıl bir gerçeklik ifade ettiğini açıklayıp; yapıyı yeniden değerlendirerek, mevcut durumu sorgulayarak ve önerilerde bulunarak yüksek hızlı tren garları ve demiryolu terminal binalarının tasarım ve kullanımlarına yönelik değerlerin belirlenmesine yönelik katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Bir önceki bölümde tüketim, tüketim toplumu kavramlarının tanım ve içeriklerine yönelik literatür çalışılmış olup; bireylere, topluma, mekanlara, mimari ürünlere ve kentlere olan etkileri açıklanarak özelde demiryolu terminal yapılarının değişimi aktarılmıştır. Mimarlık, pek çok kuram, kavram, tasarım, uygulama gibi alanların birlikteliğiyle oluşan bir 'çalışma alanı' olarak ifade edilmektedir (Aslaner Gegeoğlu, 2014). Bu bölümde; teknolojinin ilerlemesi ve küreselleşmenin bireyler, nesneler, mekânlar ve kentler üzerindeki etkisi ile son yıllarda seyahat turizminin gelişimi ile birlikte sayıları gün geçtikçe artış gösteren tüketim çağı demiryolu terminal yapıları, Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı üzerinden kuramsal- kavramsal ve mekânsal kriterler bağlamında irdelenerek, kavramsal çerçeve ve mimari pratik arasında ilişki kurulmaya çalışılacaktır. Tezde incelenecek örnek; günümüz tüketim çağı demiryolu terminal yapılarından olan, yapımı 2016 yılında tamamlanan, görsel etkileme değeri yüksek formu, kent belleğindeki konumu ve içinde pek çok farklı fonksiyonu bulunduran kompleks yeni mekan anlayışı ile Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı seçilmiştir. Bu tez çalışması, tüketicinin ve tüketim toplumunun Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'na olan etkilerini, yapılan literatür çalışmalarının ışığında; tez sahibinin yerinde gözlem, deneyimleme, bilgi toplama, fotoğraf-mekân ve mimari plan okumaları ile

kuramsal-kavramsal ve mekânsal kriterler bağlamındaki analizleri ile açıklamayı hedeflemektedir.

### 3.1.1. Yöntem

Gözlemler, tez yazarı tarafından yüksek lisans eğitiminin 3 dönemi boyunca Konya ilinden haftada bir sabah en yoğun saatlerde gidiş-akşam en yoğun saatlerde dönüş seyahatleri sırasında ve binanın tam analizi için 1 hafta boyunca günün farklı saatlerinde (yoğunlukla tren gidiş geliş saatleri) gerçekleştirilmiştir. Böylelikle hafta içi-hafta sonu yolcu ve kullanıcı yoğunluğu arasındaki farkların da gözlemi hedeflenmiştir. Gözlemler seyahat saati öncesinde 1 saat boyunca, Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı çevresinde ve binanın katları arasında dolaşım sağlanarak gerçekleştirildi. Bu dolaşım esnasında binanın teknik-mimari özelliklerinden, yolcu ve kullanıcı davranışlarına kadar olan etmenler incelendi. Ticari alan kullanımlarına, yolcu ve kullanıcı erişim alanlarına özellikle dikkat edildi. Bu çalışmalara ek olarak Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın mimari planları TCDD'den alınarak, mimari boyamalar, okumalar ve çevresel analizler ile planların, kesitlerin ve görünüşlerin analizi gerçekleştirilmiştir.

Tüketim ve tüketim toplumunun bireylere, mekânlara, metalara ve kentlere olan etkilerinin araştırılmasındaki bu tez çalışmasında, Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın kuramsal-kavramsal kriter analizi; kent imajının, kimliğinin, marka değerinin ön plana çıkarılarak kentin gündemde kalması için kullanılan ve kentler için yeni çekim alanları oluşturma sürecinde de birer araç olarak yapının ikonik değeri üzerinden bir değerlendirme yapılacaktır. Mimari ürünün mekânsal kriterler bağlamındaki analizleri ise, daha önce detaylı açıklaması bu tez çalışmasının tüketim çağı terminal yapıları bölümünde yapılan Ewa Maria Kido'nun (2014) demiryolu ulaşım yapılarının mekânsal kriterler bağlamında çözülmesi gereken faktörler olarak açıkladığı ulaşım fonksiyonu (erişebilirlik, bilgi işaretleri, yapı yapım kalitesi, giriş kalitesi, bekleme salonları kalitesi, platform kalitesi), ticari fonksiyon (dükkanlar, reklamlar), kültürel fonksiyon (kamu, sanat) ve estetik kriterleri (boyut, ölçek, oran, form, alan, görsel yoğunluk, ışık, renk, doku, hareket, ritim gibi) üzerinden irdelenecektir. Ayrıca yukarıda belirtilen çıkarımlar doğrultusunda, mekan üzerinde meydana gelen değişim ve dönüşümlerin, son yıllarda tüketim nesnesi haline gelen terminal yapılarına olan yansımalarının değerlendirilerek, literatüre ve kent aktörlerine bu konuyla ilgili ışık tutmak hedeflenmektedir.

### 3.1.2. İkon yapı kriterlerinin belirlenmesi

Bir yapının ikon yapı olarak nitelendirilebilmesi için o yapının yoğun bir imaja ve görsel değere sahip olup, yeni ortaya çıkarılmış olması gerekmektedir. Ayrıca topluma konu olacak simgelere, sembolere ve gerekli çağrışımlara da sahip olması gerekmektedir. Tüm bu gereklilikler sağlandığında mimari ikon ortaya çıkmaktadır (Jencks, 2005). İkon yapılar kompleks tasarım stratejileri ile ortaya konulan mimari ürünlerdir. Henüz tasarımları için kesinleşmiş belli kuralları olmasa da ikonik mimarlık üzerine çalışmaları bulunan birçok araştırmacı ve uzmanın ikonik yapı tasarımı hakkında benzer temel ilke tanımları bulunmaktadır. Buna Broda (2006) ve Jencks'in (2005) ikon yapı ölçütleri olarak benzer kriterler belirlemeleri gösterilebilir. Her iki araştırmacı ikon yapı ölçütlerini şu şekilde açıklamaktadır:

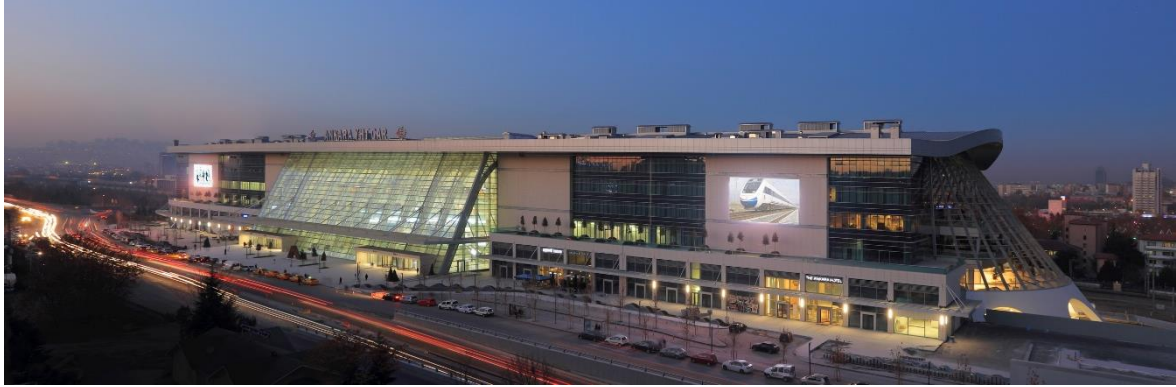
Çizelge 3.2. İkon yapı ölçütlerinin karşılaştırılması

| Cleo BRODA                                                                      | Charles JENCKS                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| Büyük ölçekte, şaşırtıcı, yenilikçi tasarımlara sahip olmak.                    | Şaşırtıcı formlara sahip olmak.<br>Büyük ölçekte olmak.<br>Yeni olan herşeyi kutsamak. |
| Toplum tarafından tanınırlık, bilinirlik.                                       | Şan-şöhret faktörleri.                                                                 |
| Tanınmış mimarlar tarafından tasarlanmak.                                       |                                                                                        |
| Genellikle büyük firmaların ve şirketlerin yönetim binaları olarak tasarlanmak. |                                                                                        |
| Belirli bir stratejiyi temsil etmek için tasarlanmak.                           | Belirsiz anlam ve kodlamalara sahip olmak.                                             |

Bu bilgiler doğrultusunda Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın ikonik değer analizi incelenecektir. Fakat Bugüne kadar yapılan çalışmalar göstermiştir ki bir yapının ikonik değerinin anlaşılabilmesi için öncelikle yapının kimliğinin bilinmesi gerekmektedir. Yapı kimliği, binanın tamamlandığı yıl, binanın mimarı/ mimarları, binanın konumu, binanın işlevi ve son olarak binanın ikonik değerini belirleyen kütle karakteri şeklinde tanımlanmaktadır ayrıca ikonik yapılar formları, strüktürleri, girişleri, kent ile birleşimleri ile diğer yapılardan ayrılmaktadırlar. Her mimari öge gibi ikonik yapıların biçimlenişini etkileyen ögeler; çatı strüktürü, bina strüktürü, cephe elemanları, kütsel ögeler, planlama yaklaşımları, malzeme ve renk seçimi olarak açıklanmaktadır (Yargıç, 2009).

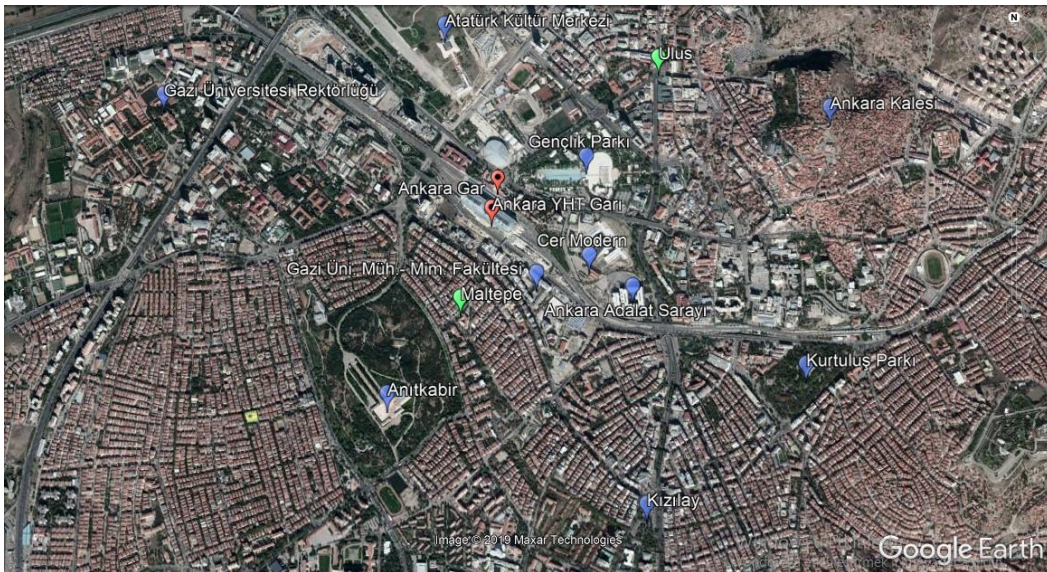


### 3.2. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı İkonik Değer Analizi



Resim 3.1. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı (URL-5)

Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı 2014 senesinde yapımına başlanıp 2016 senesinde tamamlanan bir demiryolu ulaşım yapısıdır. Gar, A Tasarım Mimarlık tarafından tasarlanan yapı Cengiz Holding, Limak Holding ve Kolin İnşaat ortaklığında, yap-işlet-devret modeli ile hayata geçirilmiştir. Garın tasarımını üstlenen A Tasarım Mimarlık ekibi, son yıllarda kullanımları teknoloji ve alt yapı çalışmalarının gelişmesiyle birlikte artan hızlı trenler, yeni bir gar yapısının gereksinimini oluştuğunu belirtir. İlk etapta günlük 20 000 yolcu, yakın gelecekte 50 000 yolcuya hizmet vermesi öngörülen yeni gar yapısı, toplam 70 000 metrekare alana sahip olup 35 000 metrekare oturma alanına sahip şekilde projelendirilmiştir.



Resim 3.2. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı konumu (URL-2)



Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı, Ankara ilinin en işlek caddelerinden olan Hipodrom Caddesi ile Talat Paşa Bulvarı'nın kesişiminde ve Cumhuriyet Caddesi ile Celal Bayar Bulvarı'nın arasında bir demiryolu ulaşım yapısı olarak varlığını sürdürmektedir.

#### Araç-Taksi ve Karayolu Toplu Taşıma Yaklaşımı



Resim 3.3. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı karayolu yaklaşım aksları (URL-2)

Resim 3.3'te Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın karayolu ana yaklaşım aksları gösterilmektedir. Tren garına araçla ulaşım iki ana karayolu aksı olarak Celal Bayar Bulvarı ve Hipodrom Caddesi üzerinden sağlanmaktadır. Celal Bayar Bulvarı üzerinde tren garına özel araç ve taksilerle ulaşım ana giriş kapısının hemen önünde bulunan toplanma alanının cadde sınırında gerçekleştirilmektedir. Herhangi bir otoyol cebi ya da bölünmüş bir alan bulunmadığından dolayı özel araç ve taksiler tek bir şeride sıralanarak yolcu indirme bindirme işlemi yapmaktadır. Celal Bayar Bulvarı üzerinde tren garının ulaşım kalitesi için hizmete açılan, Cer Modern'in hizasından başlayan, Gazi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi önünden devam ve tren garının önünde sona eren bir alt geçit bulunmaktadır. Bu araç alt geçiti transit geçiş trafiğini hızlandırmış olsa da tren garı önünde bekleyen taksiler ve alt geçit üstünde devam eden araç trafiğinde çakışmalar meydana gelmektedir. Çoğu zaman taksi, özel araç veya toplu taşıma araçlarının yolcu indirme bindirme durumunda akan trafiğe engel olup, yolcu/kullanıcı can güvenliğini de tehlikeye soktuğu görülmektedir. Hipodrom Caddesi üzerinden tren garına özel araç ya da taksi ile ulaşım ise ana cadde üzerinden garın ön kısmına ayrılan bir cep ile sağlanmakta olup, yolcu/kullanıcı can güvenliğini ana giriş

kapısına göre nispeten daha az tehlikeye sokmaktadır. Toplu taşıma araç trafiği Hipodrom Caddesi üzerinden sağlanmaktadır. Tren garı açık otoparkı Gazi Mühendislik-Mimarlık Fakültesinin karşısında konumlandırılırken, giriş-çıkışlar ana cadde üzerinden güvenlikle sağlanmaktadır. Kapalı otopark giriş-çıkışı açık otoparkın olduğu alandan sağlanmaktadır.

### Yaya Yaklaşımı



Resim 3.4. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı yaya yaklaşım aksları (URL-2)

Resim 3.4'te Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın ana yaya yaklaşım aksları gösterilmektedir. Tren garının ana giriş kapısından Maltepe semtine geçiş, Celal Bayar Bulvarı üzerinden üst geçitlerin yardımı ile gerçekleştirilmektedir. Ayrıca Celal Bayar Bulvarı, gar giriş kapısının yakınından verilen bir alt geçit ile de yer altından geçilerek Maltepe'ye ulaşım sağlanmaktadır. Eski gara yaya ulaşımı Ulus, Sıhhiye ve Atatürk Kültür Merkezi Bölgesinden de sağlanmaktadır. Eski gar önünde bulunan ışık sistemi ile araç ve yaya trafiği kontrol altına alınarak, yolcu/kullanıcı can güvenliği sağlanmaktadır. Garın iki ana cadde üzerinde konumlanıyor olması ulaşılabilirliğini artırsa da yeni gar binası ana giriş kısmında özel araç, taksi ve toplu taşıma kullanarak gelen yolcu/kullanıcı can güvenliğinin tehlikeye girdiği görülmektedir.

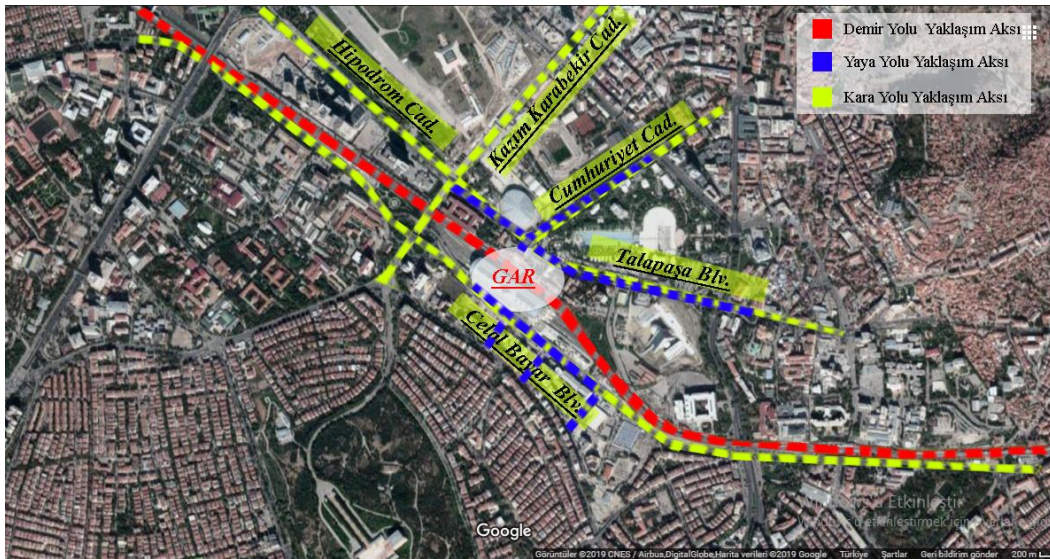


### Raylı Sistem Toplu Taşıma Yaklaşımı



Resim 3.5. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı demiryolu yaklaşım aksları (URL-2)

Resim 3.5'te Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın demiryolu yaklaşım aksı gösterilmektedir. Ankaray bağlantı akslarının kurulduğu, metroya bağlantı akslarının kurulmasının hedeflendiği, banliyö hatlarının aktif olarak kullanıldığı, konvansiyonel trenlerin hizmete devam ettiği gar yapısının ulaşımında esneklik sağlaması dikkat çekmektedir. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı ulaşım akslarının birbiri ile kesiştiği bölgede konumlandırılmıştır. Kesişim bölgesinde bulunuyor olması ulaşım yapısını hem kent silüetinde görünür kılmakta hem de eski gar yapısının kent belleğindeki yerini korumaktadır.

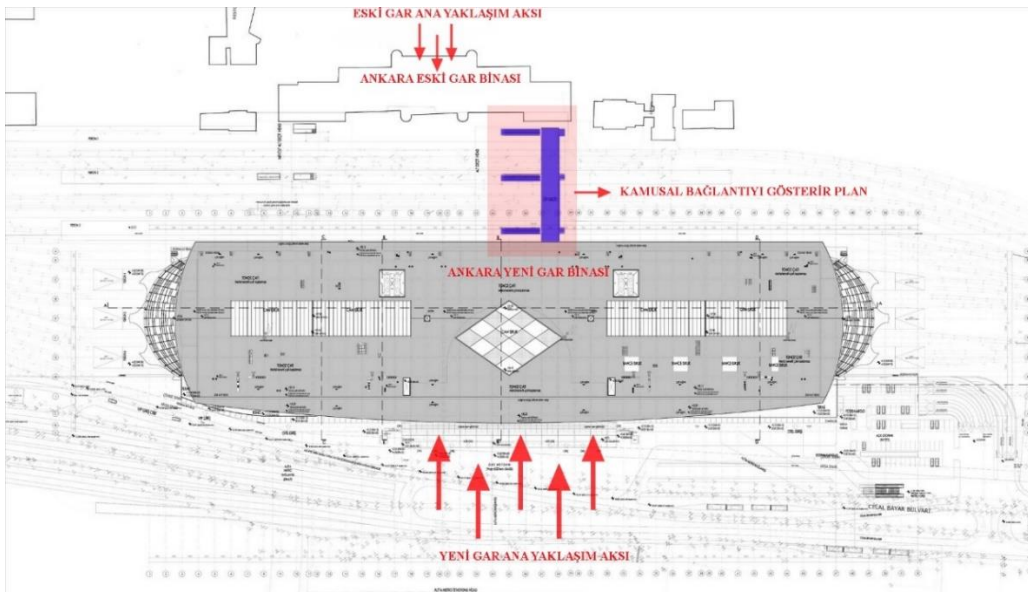


Resim 3.6. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı ulaşım akslarının kesişimleri (URL-2)

Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın tasarımı yapılırken Cumhuriyet dönemi mimarlık anlayışı benimsenerek, yapının kent kültüründeki yeri ve önemi dikkate alınarak, kentsel ve mimari değerlerin korunup, değerlere özen göstererek bir mimari ürün ortaya konulması amaçlanmıştır. Tasarı projede eski gar binası ile yeni gar binasının birbirine eklemlendirilmesi amaç edililmiştir, eski gar binasının kent ölçeğinde bağımsız bir biçimde işlevini yerine getirerek değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Bu tasarı projenin en büyük problemi iki ana cadde olarak ulaşım hizmet eden Hipodrom Caddesi ve Celal Bayar Bulvarı arasında bir duvar etkisi yaratabilecek olması öngörülmüştür. Bu problemin çözümü için Ankaray Maltepe durağından başlayan ve eski gar meydanında son bulan bir kamusal bağlantı aksı kurularak, hem Ulus ve Maltepe semtlerinin ilişkisinin sekteye uğramaması hem de garın bir kent parçası haline gelerek kent ve kentli ile güçlü bağlar kurması amaç edinilmiştir (URL-3).



Resim 3.7. Yeni gar ile eski gar arasındaki kamusal bağlantı (URL-4)

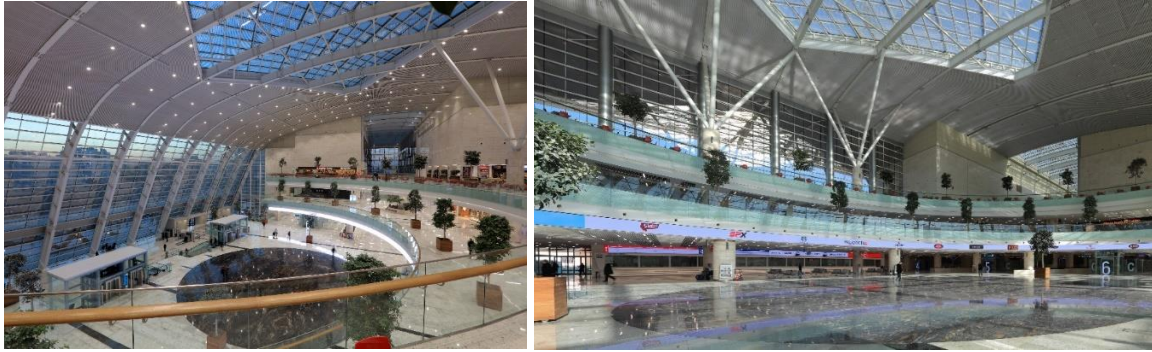


Resim 3.8. Yeni gar ile eski gar arasındaki kamusal bağlantıyı gösterir plan (TCDD, 2019)



Resim 3.7 ve Resim 3.8’de görüldüğü üzere tarihi eski gar ile yeni yapılan yüksek hızlı tren garı arasında oluşturulan, iki ana aksın birbirine bağlaması amaçlanan kamusal bağlantı, iki yapı arasında bir köprü olarak varlığını devam ettirmektedir. İki ana hat arasından geçiş yapmak isteyen bireylerin eski gar giriş ve peron kotundan, yeni gar ticari alan ve bilet satış-kontrol kotuna ulaşmaları, yeni gar binasında bulvar kotuna ulaşmak için tekrar kot farkının olması olumsuz olarak değerlendirilmektedir. Tarihi eski gar binasından giriş yapan kullanıcının yeni gar binasına böyle bir kamusal bağlantı köprüsüyle ulaşıyor olması, yeni gar binasının simgesel-ikonik değerini girişleri ve kentle olan ilişkileri bağlamında zedelediği düşünülmektedir.

Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı’nın ikonik yapı değerlendirmesinde biçimlenişi etkileyen ögeler incelendiğinde; çatı strüktürü, teknolojinin, küreselleşmenin ve kent aktörleri arasındaki rekabet ortamının gerektirdiği biçimde güçlü çelik taşıyıcıların cam ve yer yer kompozit panellerin birbiri ile bütünleştirilmesi oluşturulmuştur. Çatı strüktüründe kullanılan cam paneller ile gün ışığı kullanımı artırılarak, yeni kabuk sistem detayları göze çarpmaktadır (Resim 3.9).



Resim 3.9. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı çatı ve bina strüktür detayları (URL-5)

Binanın çatı strüktürünü oluşturan kabuk sistem ile binanın ana taşıyıcılığını üstlenen yüksek çelik donatılı kolonlar arasında kullanılan çelik bağlantı elemanları çatı strüktürünü destekler niteliktedir. Sanayi devriminden sonra küreselleşme ve teknolojinin de etkisiyle seri üretime geçilmesi, cam ve çelik malzemenin kullanımını artırmıştır.

Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı bina strüktüründe, teknolojik sistemler olarak da nitelendirilen konvansiyonel, çelik ve prefabrik sistemler kullanılarak çağın gereklilikleri esas alınmıştır.



Resim 3.10. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı cephe detayları (URL-25)

Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı cephesinde kullanılan cam ve çelik malzemeden oluşturulan panellerin birbirleri ile olan entegrasyonun sonucunda, bina üç boyutlu olarak bir hızlı trenin soyutlanmış halini andırmaktadır. Cephe karakteri, yüksekliği ve boyutu ile kentin birçok noktasından algılanan Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı, Jencks (2005) ve Broda'nın (2006) ikon yapı ölçütleri olarak belirlediği büyük ölçeğe ve şaşırtıcı formlara sahip olma özelliklerini taşımaktadır. Açık, yarı açık teras alanları, bina girişleri gibi belirli alanlarda saydamlaşan organik dış kabuk karakteri dikkat çekmektedir.

#### Dünya örneklerinin ikonik değer analizi

Bu bölümde daha önce bu tez çalışmasının tüketim çağı terminalleri bölümünde yapı kimlikleri hakkında bilgi verilen dünya örneklerinin ikonik değerlerinin analizi gerçekleştirilmektedir.



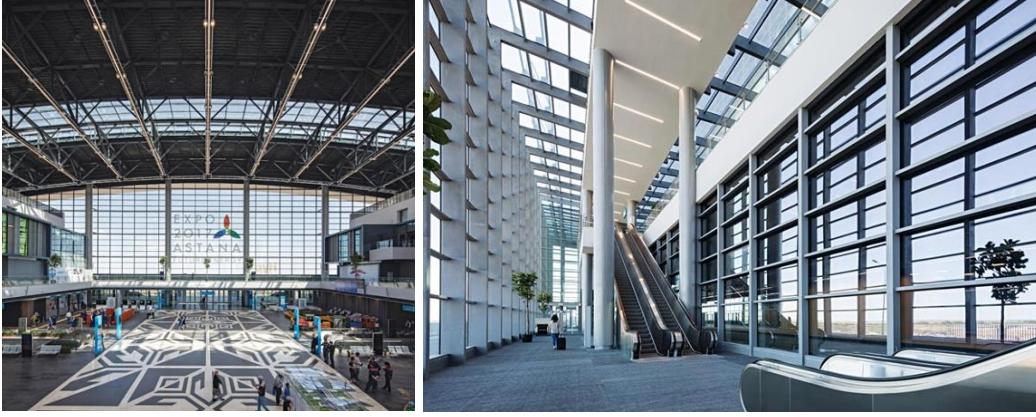
Resim 3.11. Berlin Merkez Tren İstasyonu çatı strüktür detayları (URL-15)



Dünya tüketim çağı terminallerine baktığımız zaman hemen hepsinde sanayi devrimi sonrası bina ve strüktür detaylarında kullanımı artan cam ve çelik birlikteliği göze çarpmaktadır.

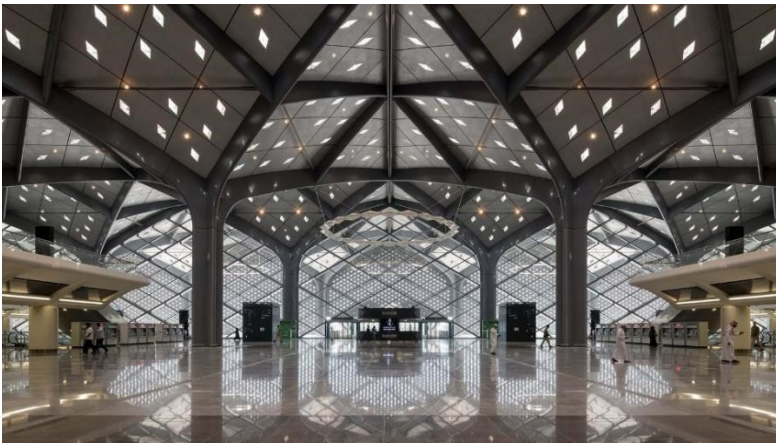


Resim 3.12. Birmingham New Street İstasyonu çatı strüktür detayları (URL-13)



Resim 3.13. Astana Tren İstasyonu çatı-bina strüktür detayları (URL-22)

Yoğun çelik donatılı kolonlar ile bina strüktürleri desteklenerek binanın ana iskeleti oluşturulmuştur.



Resim 3.14. Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu çatı-bina strüktür detayları (URL-23)



Resim 3.15. Hong Kong West Kowloon İstasyonu cephe detayları (URL-26)

Hong Kong West Kowloon İstasyonu, çevreci ve insan odaklı bir tasarıma sahip olmasının yanında cephesinde yer yer saydamlaşan çarpıcı ikonik dış kabuk karakteri bir ucunda yerin altına gömülen bir ucunda gökyüzüne doğru yükselen formuyla ön plana çıkarak, bir yer altı istasyonu olduğunu vurgulamaktadır.



Resim 3.16. Birmingham New Street İstasyonu cephe detayları (URL-13)

Birmingham New Street İstasyonunun cephesindeki ayna ve cam kaplamalardan meydana gelmektedir. Şehri ve kentliyi yansıtan cephesi, dinamik mimarisi ile istasyon, ikon terminal yapıları arasında bulunmaktadır. Cephede bulunan ekranlar cephe karakterinin yanında binayı daha da dikkat çekici duruma getirmektedir.



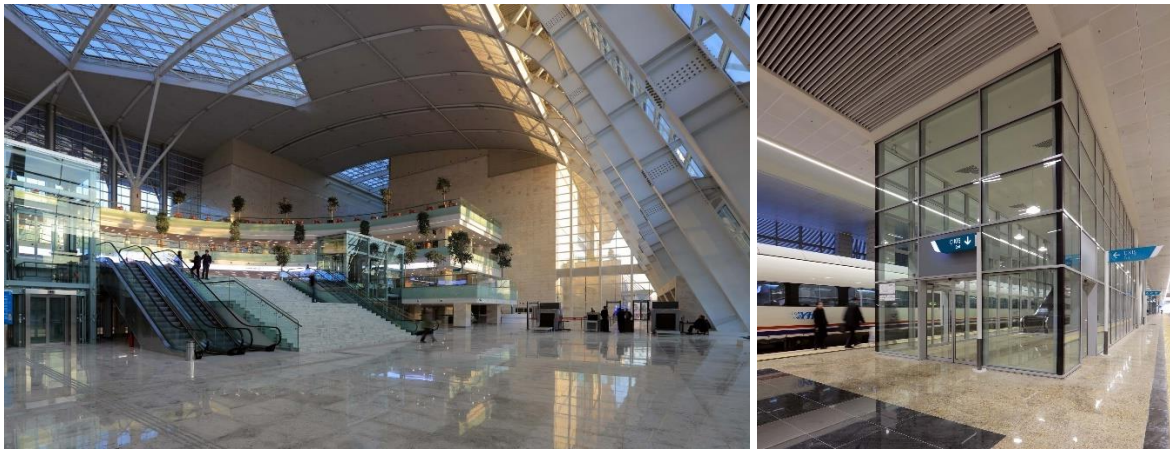
### 3.3. Mekânsal Kriterler Bağlamında Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı Analizi

Tüketim çağı terminal mimarilerinin tasarımında ulaşım fonksiyonu, ticari fonksiyon, kültürel fonksiyon ve estetik kriterler dikkat edilmesi ve çözülmesi gereken faktörler olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım doğrultusunda Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın mekânsal kriter analizi yapılırken bu faktörler göz önünde bulundurulacaktır.

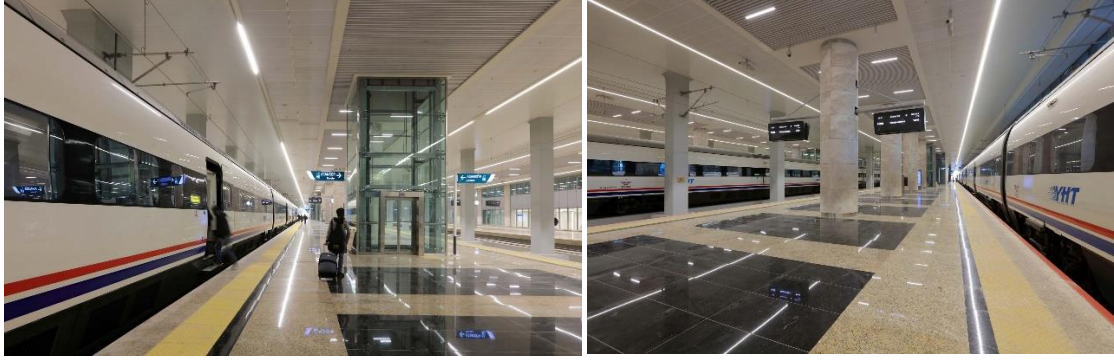
#### 3.3.1. Dolaşım

Dolaşım kriteri; binanın erişilebilirliği, bilgi işaretleri (göstergeler) ve ana terminal bileşenleri olarak tanımladığı terminal binasının, terminal girişinin, terminal bekleme salonun, terminal platformunun vb. kalitesi üzerinden değerlendirilmektedir.

Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı bu kriterler bağlamında irdelendiğinde, binanın kullanılabilen alanları tüm kullanıcılar için erişilebilir durumdadır. Bina yürüyen merdivenler, asansörler, engelli işaret ve işaretçileri, sözlü duyuru sistemleri ile engelsiz erişime olanak sağlayan araçlar ile donatılmış durumdadır (Resim 3.17 ve Resim 3.18). Tren kalkış saatleri için yapılan anonslar işitme engelli bireyler için kullanılırken, aynı zamanda terminal içinde dolaşım sağlayan kullanıcılar için hatırlatma niteliği taşımaktadır. Peron kotunda tasarlanan hissedilebilir yüzey alanları görme engelli bireyler için rehberlik sağlarken aynı zamanda uyarı niteliği taşıyarak, istenmeyen kazaların önüne geçmek için kullanılmaktadır. Fakat peron kotu dışında çok fazla rastlanmayan hissedilebilir yüzeyler, görme engelli bireylerin gar içindeki dolaşımını sekteye uğratmaktadır.

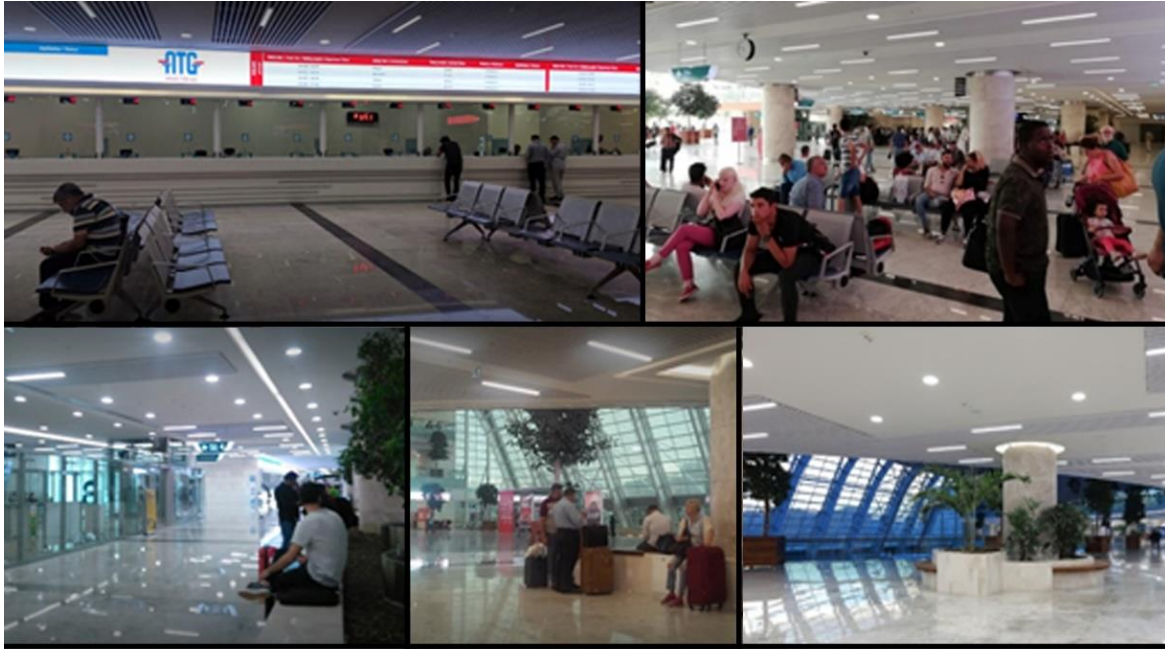


Resim 3.17. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı sirkülasyon elemanı örnekleri (URL-6)



Resim 3.18. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı bilgi işaretleri (göstergeler) ve görme engelliler için tasarlanmış hissedilebilir yüzey elemanlarından örnekler (URL-6)

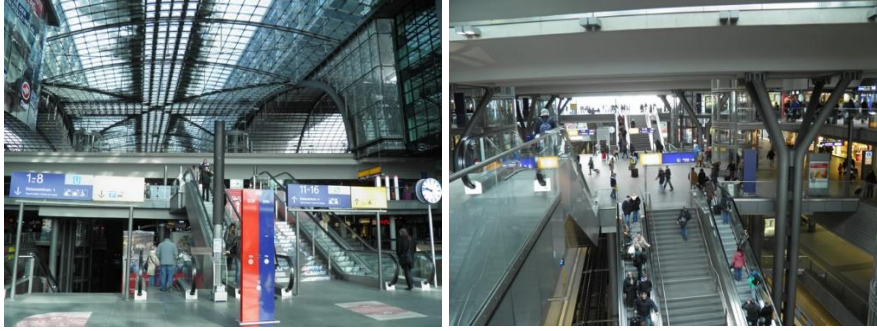
Terminal ana bileşenlerinden olarak ifade edilen terminal bekleme salonu, bilet holünün de içinde bulunduğu bir mekân olarak tasarıma katılmaktadır. Bekleme salonu, kamusal alan mobilyaları kullanılarak yolcular, beklemesi ve dinlenmesi gereken kullanıcılar için konforlu bir alan olarak tasarlanmıştır. Ayrıca bekleme salonu dışında ana sirkülasyon koridorlarında da yeşil doku ile birlikte ve ana bina taşıyıcılarının etrafına konumlandırılmış yolcuların oturup dinlenebileceği alanlar yaratılmaktadır (Resim 3.19).



Resim 3.19. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı bilet holü ve bekleme alanı (URL-7/5)



### Dünya örneklerinin dolaşım kriteri analizi

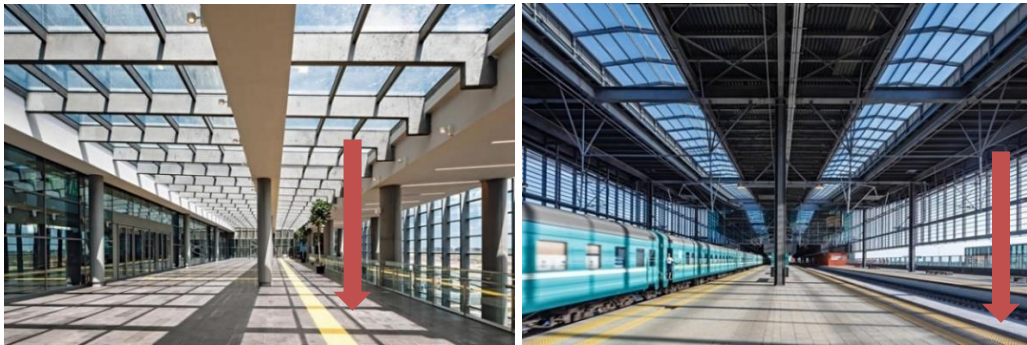


Resim 3.20. Berlin Merkez Tren İstasyonu sirkülasyon elemanı merdiven ve yürüyen merdiven örnekleri (URL-17)

Berlin Merkez Tren İstasyonu, asansörleri, merdivenleri ve yürüyen merdivenleri ile istasyon içinde engelsiz erişim imkanı sunmaktadır. Bilgi işaret ve işaretçileri, sözlü duyuru sistemleri ile gerekli yönlendirmelerin gerçekleştirildiği görülmektedir. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'ndan farklı olarak görme engelliler için kullanılan hissedilebilir yüzey alanların sadece peron kotunda kalmayıp, bina içinde de kullanımı göze çarpmaktadır.



Resim 3.21. Berlin Merkez Tren İstasyonu bilgi işaretleri (göstergeler) ve görme engelliler için tasarlanmış hissedilebilir yüzey elemanlarından örnekler (URL-36)



Resim 3.22. Astana Tren İstasyonu bina içi ve peron kotu görme engelliler için tasarlanmış hissedilebilir yüzey elemanlarından örnekler (URL-22)

Aynı zamanda Astana Tren İstasyonu'nda da aynı şekilde görme engelliler için kullanılan hissedilebilir yüzey alanların sadece peron kotunda kalmayıp, bina içinde de kullanımı görülmektedir.



Resim 3.23. Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu bilet holü ve bekleme alanı (URL-24/30)



Resim 3.24. Hong Kong West Kowloon İstasyonu bilet holü ve bekleme alanı (URL-18)

Hong Kong West Kowloon İstasyonunda bekleme alanında yolcu konforu için çok sayıda oturma alanı düşünülmüşken, Birmingham New Street İstasyonunda bilet holünde ve bekleme alanında az sayıda oturma alanları göze çarpmaktadır. Bunlara ek olarak ticari alanlara ait oturma alanları düşünülmüştür.



Resim 3.25. Birmingham New Street İstasyonu bilet holü ve bekleme alanı (URL-27/28)



Dünya’da son 15 yıl içinde yapılan demiryolu terminallerini incelediğimizde, ana giriş hollerinin galeri boşluğu şeklinde tasarıma dahil edildiği görülmektedir. Ayrıca istasyon mekanlarının bu holler çevresinde tasarıma dahil edildiği de fotoğraflar üzerinden okunmaktadır.

#### Ana kent girişi



Resim 3.26. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı ana kent girişi (URL-7)

Celal Bayar bulvarından asıl kent girişi olarak tasarlanan ana cephede kullanılan saçak detayı ve saçak üstündeki cam cephe çıkması ile giriş okunaklı ve kullanıcılar için çağırıcı niteliktedir (Resim 3.26). Binaya bu ana cepheden giriş yapan kullanıcılar, yüksek galeri boşluğu ile oluşturulmuş, tasarımcıları tarafından yapının kalbi olarak adlandırılan giriş holüne ulaşmaktadır. Giriş holünün, binanın tasarım ekibi tarafından tüm kat işlevlerinin izlenebileceği ve mekânsal örgütlenmelerinin kavranabileceği şekilde tasarlanması hedeflenmiştir. Giriş holü yüksekliği hem kat aralarının algılamasına hem de mekanın ferah olmasına olanak sağlarken, giriş holünden mekânsal olarak okunabilmesi amaçlanan katlardaki mekânların örgütlenmesinde; bekleme holünün, gidiş-geliş peronlarının holleri ve son kat yeme içme alanının dışındaki ticari mekânların, otelin, ofislerin, ıslak hacim mekânlarının mekânsal olarak okunamaması dikkat çekmektedir (Resim 3.27).



Resim 3.27. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı ana kent giriş holü (URL-6)

### Dünya örneklerinin ana kent girişleri

Astana Tren İstasyonu'nun ana kent girişi bireyleri çağırıcı nitelikte, çam ve çelik malzeme kullanılarak öne çıkarılmıştır. Yüksek kent girişi ile binanın içerisine alınan yolcu/kullanıcıları yine yüksek, ferah bir giriş holü karşılamaktadır.



Resim 3.28. Astana Tren İstasyonu ana giriş holü (URL-22)

Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu ana kent girişi, çelik kolon sütunlarının üzerine yerleştirilmiş kabuk çatı saçağından oluşmaktadır.



Resim 3.29. Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu holü (URL-23)

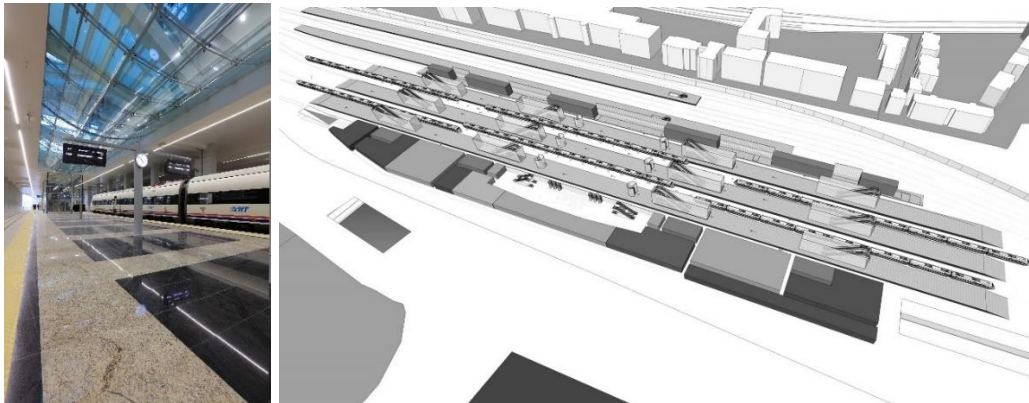
Hong Kong West Kowloon İstasyonu, bir ucu toprağa diğer ucu gökyüzüne uzanan girişleri ile dikkat çekmektedir. Bu formuyla bir yeraltı istasyonunu simgeler nitelikte bulunmaktadır. Gökyüzüne uzanan giriş kısmı yüksek cam panellerden oluşmasının yanında çatı saçağının giriş kısmına uzamasıyla yolcular/kullanıcılar için çağırıcı ve toplayıcı tasarım özelliğine sahiptir.



Resim 3.30. Hong Kong West Kowloon İstasyonu girişı ve holü (URL-18/32)

### Peron platformu

Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı peron kotu bilet ve bekleme holünün bulunduğu kotun bir alt kotunda tasarıma dahil edilmektedir. Her biri 400 metre uzunluğunda 3 perona sahip olan gar yapısı, aynı anda 12 hızlı trene hizmet verebilecek kapasiteye sahip olarak tasarıma katılmaktadır. Kullanıcıların peron platformlarına ulaşmaları yürüyen merdiven, merdiven ve asansörler aracılığıyla sağlanmaktadır. Peron platform genişlikleri yolcu yoğunluğunu kaldırabilecek biçimde tasarıma dahil edilmektedir. Platformlarda seramik malzeme yüzey kaplaması tercih edilerek modern bir görüntü elde edilmektedir (Resim 3.31).



Resim 3.31. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı peron kotu görselleri (URL-6)

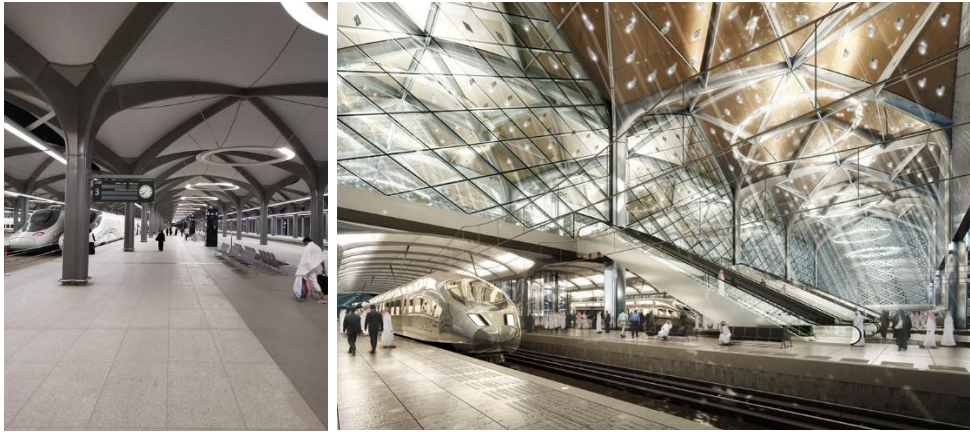
Peron kotu ana binanın galeri boşluğundan ve binanın iki uç boşluğundan alınan gün ışığı ve yapay aydınlatma elemanları ile aydınlatılmaktadır. Peron kotunda herhangi bir dinlenme alanının bulunmaması dikkat çekmektedir.



### Dünya örneklerinin peron platformları



Resim 3.32. Hong Kong West Kowloon İstasyonu peron kotu (URL-32)



Resim 3.33. Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu peron kotu (URL-33/24)

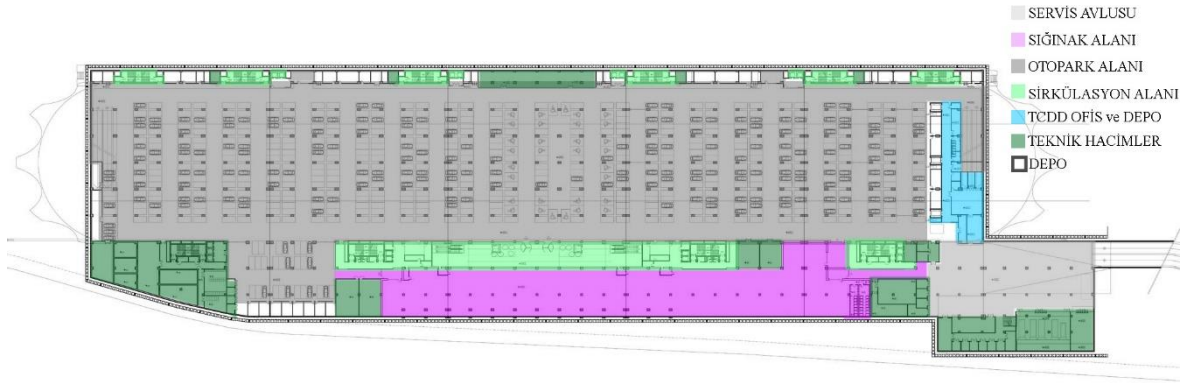
Dünya'dan örnekleri incelediğimizde peron kotunun, genellikle bilet ve bekleme holünün bir alt kotunda tasarıma dahil edildiği görülmektedir. Peronlar yoğunluğu kaldırabilecek standartlarda ölçülere sahip görünmektedir. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'ndan farklı olarak peron kotunda oturma alanlarının bulunduğu görülmektedir. Bu durum hasta ve ayakta bekleyemeyen yolcu/kullanıcı için olumlu bir etki olarak düşünülmektedir.

### **3.3.2. Ticari fonksiyon**

Terminal tasarımının ticari fonksiyon kriterini; mağazalar, oteller, restoranlar ve eğlence mekânları gibi işlevler oluşturmaktadır. Demiryolu terminallerinin ana fonksiyonu her ne kadar ulaşım olsa da günümüz tüketim çağında ticari fonksiyonlar da ulaşım fonksiyonu kadar demiryolu terminallerinde önemli bir yere sahip olmaktadır. Ticari fonksiyonların ve



diğer işlevlerin, terminal alanı ve peronlara erişilebilirlik bakımından tasarıma homojen şekilde dağıtılması gerekmektedir. Terminal yapısında ulaştırma ve ticari işlevlerin birbirinden ayrılması, aynı zamanda ticari mekânların kolay erişilebilir olması problemi, modern ve yenilenmiş tüketim çağı terminal yapılarında çözülmesi gereken sorunlar arasında yer almaktadır. Günümüz demiryolu terminallerinde bu sorun, işlevleri farklı kotlarda konumlandırılarak çözüme ulaştırılmaktadır. Bu çalışmada, Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın toplam dokuz farklı kot planının mimari plan okuması gerçekleştirilerek, garın mekansal örgütlenmesinin aktarımı hedeflenmektedir.



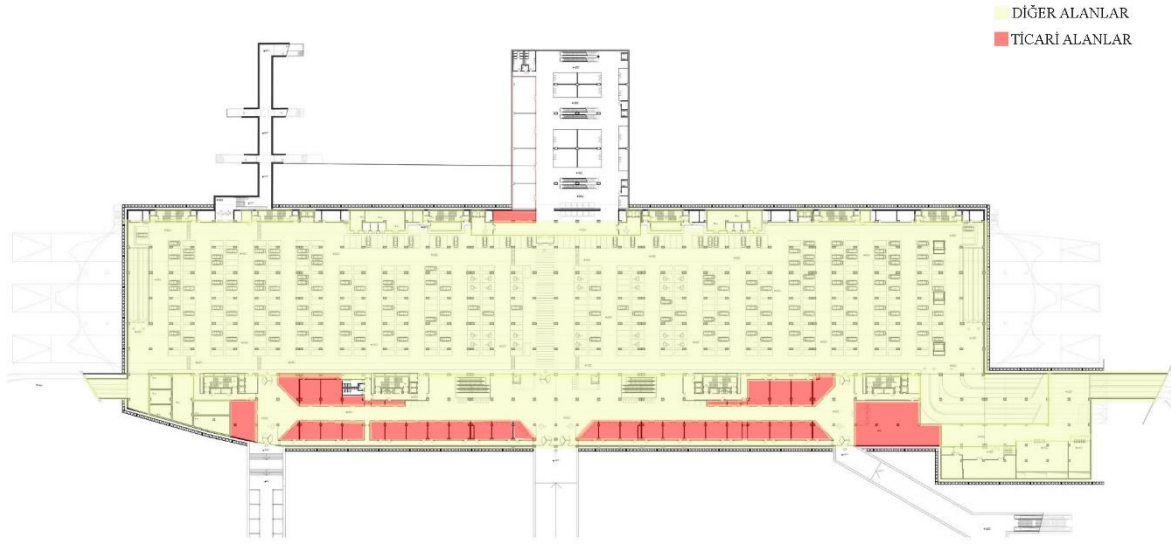
Resim 3.34. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı -3. Bodrum kat planı (TCDD, 2019)

Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı -3. Bodrum katında teknik hacimler, sığınak, depolar, sirkülasyona alanları, servis avlusu ve otopark alanı bulunmaktadır. Ticari mekânlar üst katlarda konumlanmıştır (Resim 3.34).



Resim 3.35. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı -2. Bodrum kat planı (TCDD, 2019)

-2. Bodrum kat planında teknik hacimler, ıslak hacimler, otopark ve ticari mekânlar birarada çözümlenmiştir. Ticari mekânlar, otopark ve metro geçişlerinden kopartılmadan ana sirkülasyon koridoru çeperlerine eklemlendirilmiştir. Bu bağlamda ticari mekânlar, karayolu ve raylı sistem kullanarak gelen kullanıcıların geçiş yolları üzerinde bulunarak ilgi çekici hale getirilmektedir (Resim 3.35). Bu kat planında planlanan metro bağlantısı ile garın diğer ulaşım araçlarına erişilebilirliğini artırarak, kullanıcılar için tercih edilir durumda bulunmaktadır.



Resim 3.36. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı -2. Bodrum kat planı ticari ve diğer alanlar (TCDD, 2019)

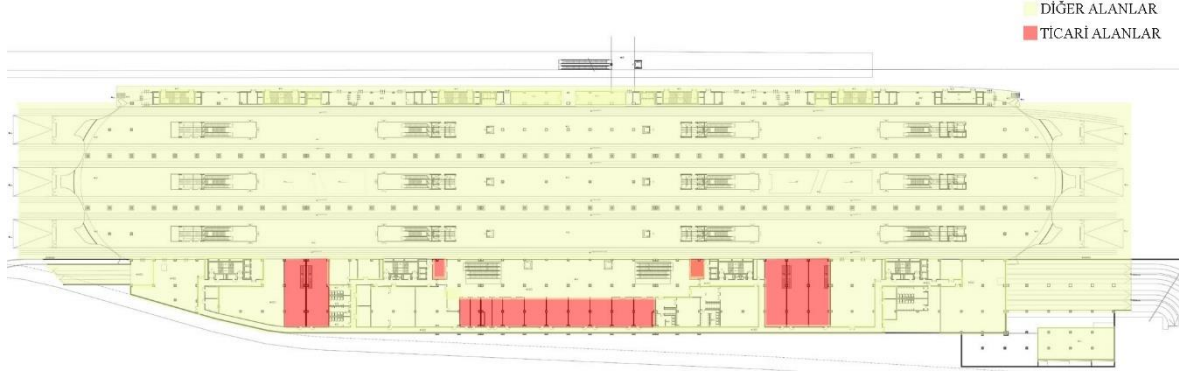
Yeni tren garı -2. Bodrum kat planında, ticari alanlar tüm kat planının yaklaşık 1/10'u kadar bir alanı oluşturmaktadır.



Resim 3.37. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı -1. Bodrum kat planı (TCDD, 2019)

-1. Bodrum kat planında teknik hacimler, ıslak hacimler, peron platformları, personel odaları ve ticari mekânlar birarada çözümlenmiştir. Ticari mekânların 5 tanesine bulvar kotundan

bir sirkülasyon merdiveni ile ulaşılmaktadır. Diğer ticari mekânlar -1. Bodrum katın ana sirkülasyon koridoruna komşu olarak düzenlenmiştir (Resim 3.37).



Resim 3.38. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı -1. Bodrum kat planı ticari ve diğer alanlar (TCDD, 2019)

Yeni tren garı -1. Bodrum kat planında, ticari alanlar peronlar dahil tüm kat planının yaklaşık 1/15'i kadar bir alanı oluşturmaktadır.



Resim 3.39. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı bulvar kotu planı (TCDD, 2019)

Bulvar kotu planında teknik hacimler, ıslak hacimler, peron ana bina çeperine yerleştirilmiş paralel girişleri olan ticari mekânlar, otel lobisi, TCDD kargo hizmeti, VIP lounge, Ankara Tren Garı Ofisi, ana terminal binası giriş holü ve sirkülasyon alanları birarada çözümlenmiştir. Ticari mekânların 5 tanesinden bulvar kotundan bir sirkülasyon merdiveni ile -1. Bodrum kata ulaşılmaktadır (Resim 3.39).



Resim 3.40. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı bulvar kotu planı ticari ve diğer alanlar (TCDD, 2019)

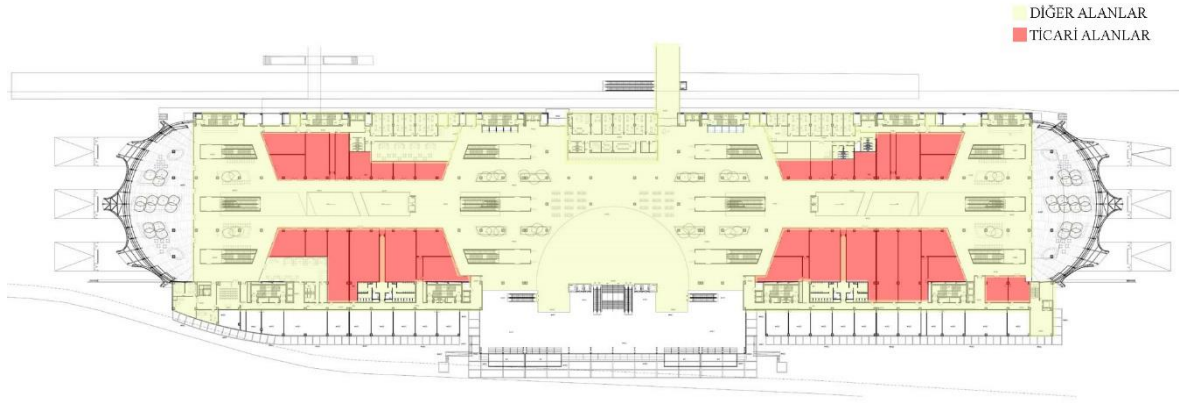
Yeni tren garı bulvar kotu planında, ticari alanlar peronlar dahil tüm kat planının yaklaşık 1/13'ü kadar bir alanı oluşturmaktadır.



Resim 3.41. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı bilet katı planı (TCDD, 2019)

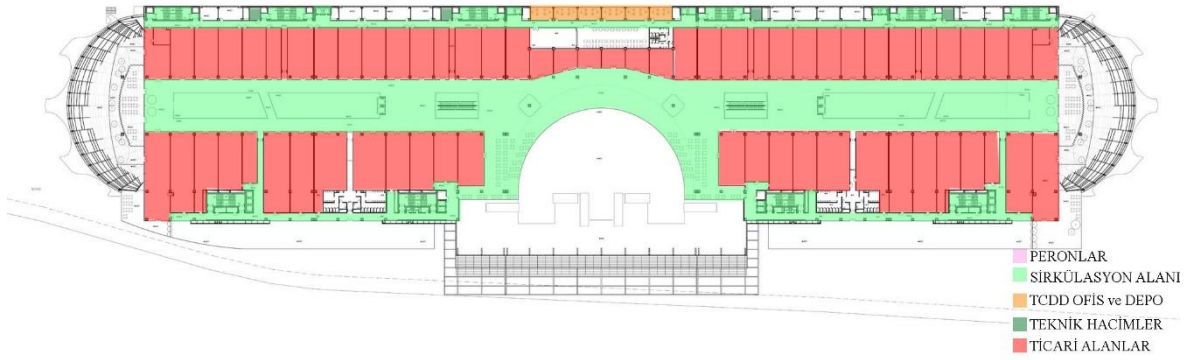
Bilet katı planında teknik hacimler, ıslak hacimler, yapının iki ucuna yaşayan mekânlar oluşturmak için konumlandırılan teraslar, peron ana bina çeperine yerleştirilmiş paralel girişleri olan ticari mekânların galeri boşlukları, TCDD kargo hizmeti, VIP lounge, Ankara Tren Garı Ofisleri, ana terminal binası giriş holü galeri boşlukları, TCDD ofisleri, bilet holü, bekleme- oturma alanları ve sirkülasyon alanları tasarıma katılmaktadır. Ticari mekânlar bilet holü ve ana bekleme alanının sol ve sağ tarafına sirkülasyon koridoru çeperlerine konumlanmış biçimde bulunmaktadır. Ticari mekânlar toplanma alanlarındaki hareketi ve sirkülasyonu sekteye uğratmayacak biçimde konumlandırılmıştır. Yerinde deneyimleme ile bilet katı uç ticari mekân fonksiyonlarının, peronlara geçiş ve ana sirkülasyon alanlarına olan mesafelerinin uzun olduğu tespit edilmiştir. Bu kullanıcı bilinirliği açısından olumsuz görülmektedir (Resim 3.41).





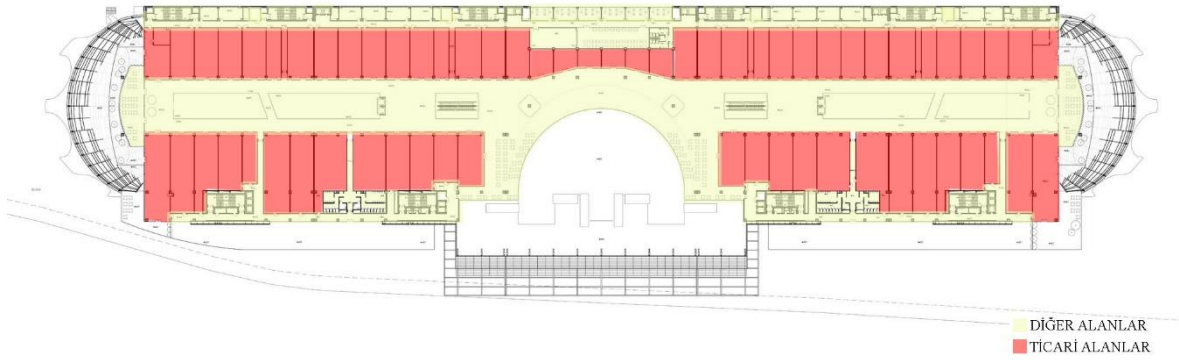
Resim 3.42. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı bilet katı planı ticari ve diğer alanlar (TCDD, 2019)

Yeni tren garı bilet katı planında, ticari alanlar tüm kat planının yaklaşık 1/6'sı kadar bir alanı oluşturmaktadır.



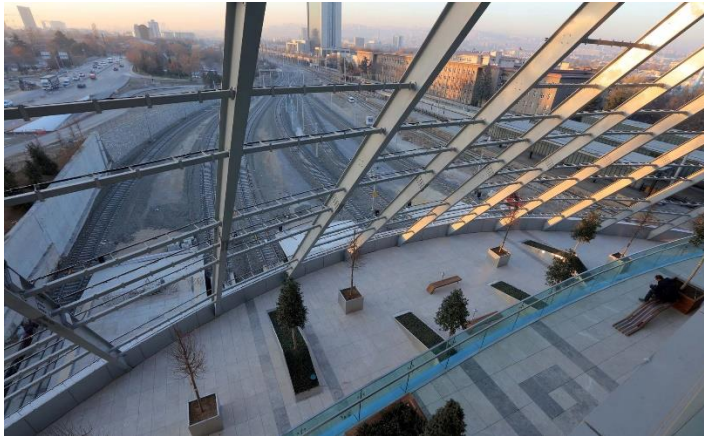
Resim 3.43. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +10,25 kotu planı (TCDD, 2019)

+10,25 Kotu planında teknik hacimler, ıslak hacimler, yapının iki ucuna yaşayan mekânlar oluşturmak için oluşturulan yarı açık teraslar (Resim 3.45), ana terminal binası giriş holü galeri boşlukları, bekleme- oturma alanları galeri boşluğu ve sirkülasyon alanları bulunmaktadır. Ticari mekânlar bilet holü ve ana bekleme alanının galeri boşluğu hizasında ana sirkülasyon koridoru çeperine boylu boyunca konumlanmış biçimde bulunmaktadır. Yerinde deneyimleme ile bu kotta bulunan ticari mekânların ana bekleme holünden ve girişlerden uzak kalması sebebiyle kullanıcılar tarafından yoğun olarak kullanılmadığı ve bulunan ticari mekânların işletme giderlerinin karşılanamamasından ötürü kapandığı tespit edilmiştir (Resim 3.43).

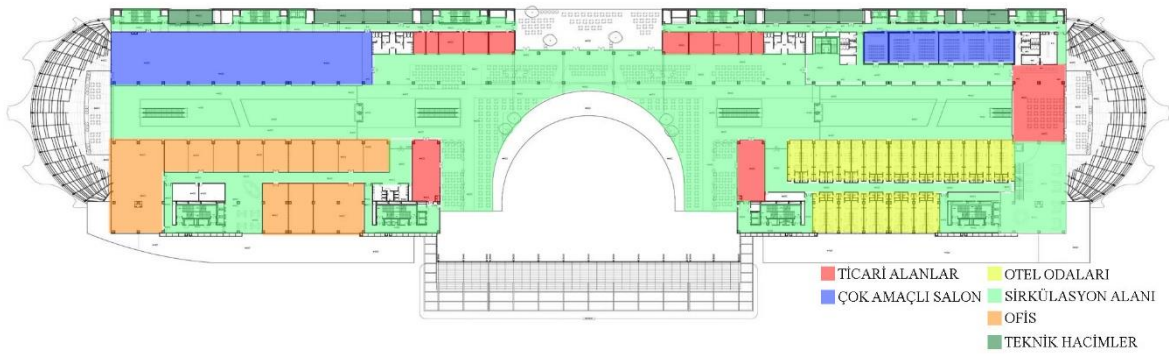


Resim 3.44. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +10,25 kotu planı ticari ve diğer alanlar (TCDD, 2019)

Yeni tren garı +10,25 kotu planında, ticari alanlar tüm kat planının yaklaşık 1/3'ü kadar bir alanı oluşturmaktadır.

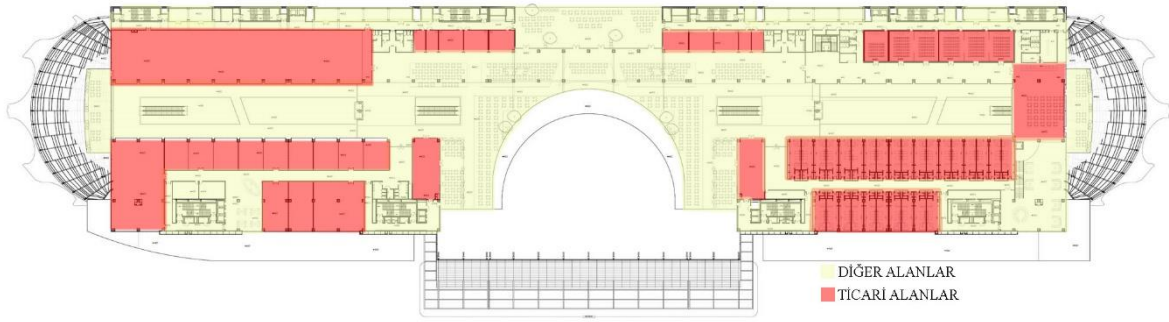


Resim 3.45. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı teras alanlarından örnekler (URL-6)



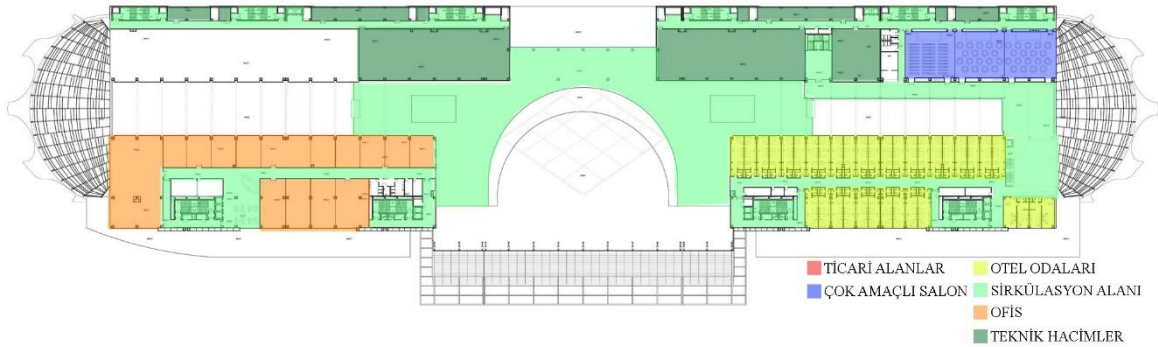
Resim 3.46. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +16,25 kotu planı (TCDD, 2019)

+16,25 kotu planını; yeme- içme mekânları, ofisler, otel mekânları, çok amaçlı eğlence salonu, çok amaçlı toplantı salonları ve binanın çevresinde konumlandırılan teraslar oluşturmaktadır. Resim 3.46'da +16,25 kotu planının sol üst köşesinde mavi renk ile ifade edilen alan çok amaçlı salon/ eğlence/ müze mekânı olarak tasarlanmıştır. Mavi renk ile ifade edilen alanın ana sirkülasyon koridorunun diğer çeperinde ofislerin konumlandırıldığı görülmektedir. Yeme- içme alanları, genellikle yolcular, gar görevlileri ve öğün saatlerinde gar dışında çalışan bireyler tarafından yoğun olarak kullanılmaktadır. Yeme içme alanının bekleme holü, bilet katı ve giriş holü galeri boşluğuna hakim olması, gar kullanıcıları açısından, mekânların organizasyonun okunabilirliğini artırmaktadır. Planın sağ kısmında sarı ile ifade edilen alanlar otelin mekânlarıdır. Ana sirkülasyonu çok amaçlı salon, ticari mekânlar, ofisler, otel mekânları, toplantı odaları, teras ve bar paylaşmaktadır.



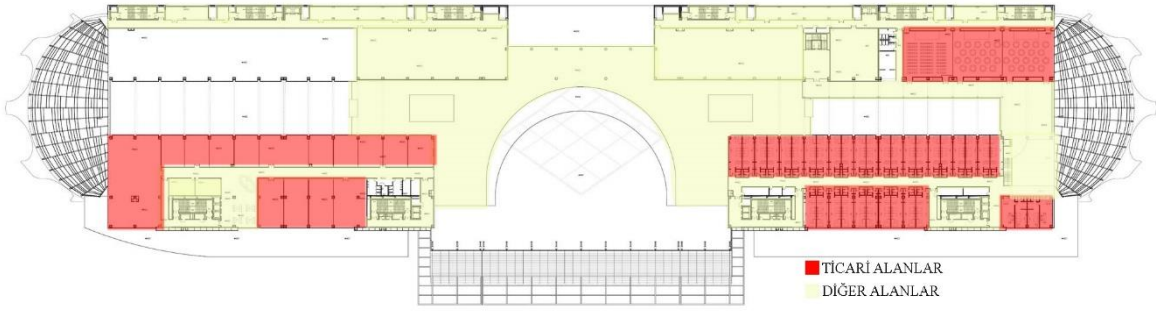
Resim 3.47. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +16,25 kotu planı ticari ve diğer alanlar (TCDD, 2019)

Yeni tren garı +16,25 kotu planında, ticari alanlar tüm kat planının yaklaşık 1/4'ü kadar bir alanı oluşturmaktadır.



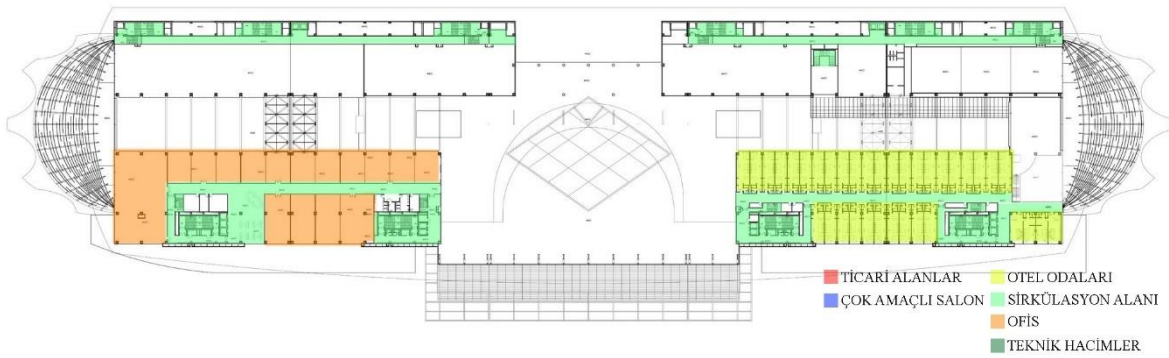
Resim 3.48. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +21,05 ve +22,25 kotu planı (TCDD, 2019)





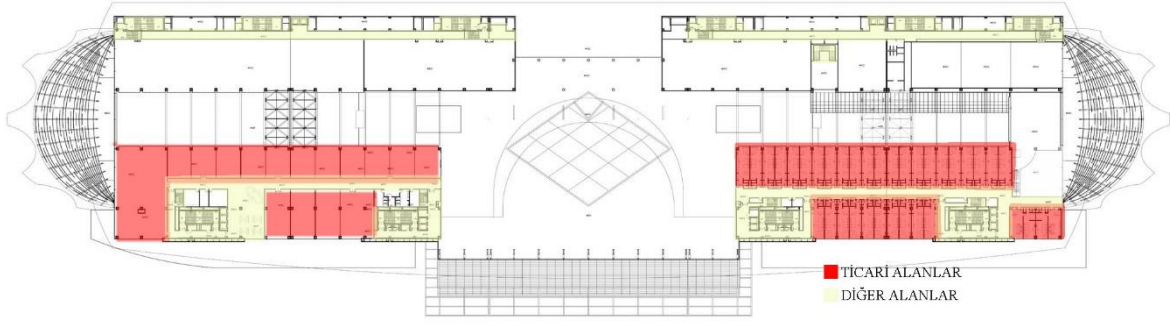
Resim 3.49. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +21,05 ve 22,25 kotu planı ticari ve diğer alanlar (TCDD, 2019)

Yeni tren garı +21,05 ve 22,25 kotu planında, ticari alanlar tüm kat planının yaklaşık 1/6'sı kadar bir alanı oluşturmaktadır.



Resim 3.50. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +25,85 kotu planı (TCDD, 2019)

+21,05; +22,25 ve +25,85 kot planları incelendiğinde bu katlarda yoğun olarak ofislerin, otel mekânlarının ve galeri boşluklarının olduğu görülmektedir. Bu kat planlarının büyük bir oranının otel mekânları olarak tasarıma katıldığı planlar üzerinden okunmaktadır. Ayrıca toplantı odaları ve çok amaçlı salonlar da bu kat planlarında tasarıma katılmaktadır. Bütün katlardaki dolaşım sistemleri çok yönlü kullanımlar için esnek tasarımlara sahiptir.



Resim 3.51. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı +25,85 kotu planı ticari ve diğer alanlar (TCDD, 2019)

Yeni tren garı +25,85 kotu planında, ticari alanlar tüm kat planının yaklaşık 1/7'si kadar bir alanı oluşturmaktadır.

Çizelge 3.3. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı kullanılabilir alan ve ticari alan kullanımları çizelgesi

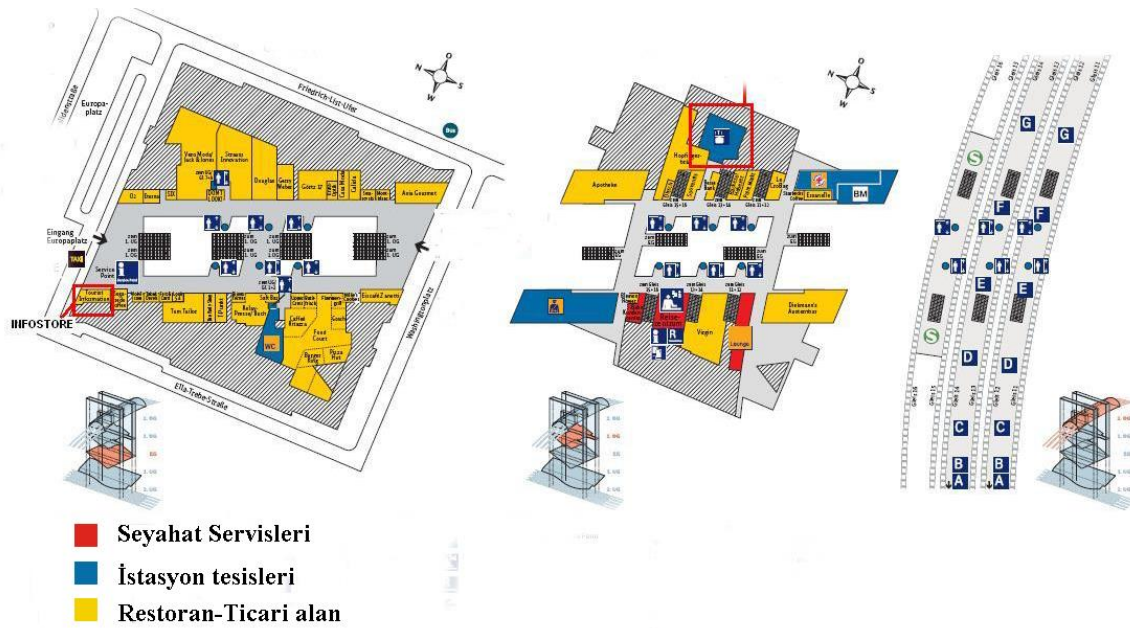
|                                     | <b>Toplam Kat Alanı</b>  | <b>Ticari Alan</b>       |
|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <b>-3.Bodrum Kat Planı</b>          | 31.000,00 m <sup>2</sup> | Yok                      |
| <b>-2.Bodrum Kat Planı</b>          | 31.000,00 m <sup>2</sup> | 2.666,00 m <sup>2</sup>  |
| <b>-1.Bodrum Kat Planı</b>          | 31.000,00 m <sup>2</sup> | 1.950,00 m <sup>2</sup>  |
| <b>Bulvar Kotu Planı</b>            | 29.388,00 m <sup>2</sup> | 2.250,00 m <sup>2</sup>  |
| <b>Bilet Katı Planı</b>             | 25.967,00 m <sup>2</sup> | 4.435,00 m <sup>2</sup>  |
| <b>+10.25 Kotu Planı</b>            | 23.854,00 m <sup>2</sup> | 10.184,00 m <sup>2</sup> |
| <b>+16.25 Kotu Planı</b>            | 21.181,00 m <sup>2</sup> | 6.729,00 m <sup>2</sup>  |
| <b>+21.05 ve + 22.25 Kotu Planı</b> | 13.162,00 m <sup>2</sup> | 4.800,00 m <sup>2</sup>  |
| <b>+25.85 Kotu Planı</b>            | 6.562,00 m <sup>2</sup>  | 4.000,00 m <sup>2</sup>  |

İncelenen planlar doğrultusunda Ankara Yüksek Hızlı Garı ticari alan ve kullanılabilir alan metrekaireleri Çizelge 3.3'te yaklaşık değerler olarak verilmiştir. Plan ve sayısal okumalar sonucunda da görülmektedir ki Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı, -2. Bodrum katından +25,85 kot planına kadar tasarımında ticari alanları bulundurmaktadır. Bu ticari alanların büyük çoğunluğunu mağazalar ve otelden meydana gelmektedir. +16,25 kot planında bulunan 6 729 metrekairelik ticari alanın, 1 894 m<sup>2</sup>'si ofisler, 842 m<sup>2</sup>'si mağaza ve restoranlar, 1 500 m<sup>2</sup>'si otel odaları, 950 m<sup>2</sup>'si otelin çok amaçlı salonları ve 1 540 m<sup>2</sup>'si çok amaçlı salon/eğlence/müze alanı olarak tasarıma katılmaktadır. +21,05 ve +22,25 kot planında bulunan 4 800 metrekairelik ticari alanın, 2 100 m<sup>2</sup>'si ofisler, 1 888 m<sup>2</sup>'si otel odaları ve 802 m<sup>2</sup>'si otelin çok amaçlı salonu olarak tasarlanmıştır. +25,85 kot planında bulunan 4 000 m<sup>2</sup>'lik

ticari alan ise 1 888 m<sup>2</sup>'lik otel odalarından ve 2 110 m<sup>2</sup>'lik ofis alanlarından oluşmaktadır. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı toplam kat alanlarının yaklaşık %17 lik kısmını ticari alanlar oluşturmaktadır.

### Dünya örneklerinin ticari fonksiyonları

Berlin Merkez İstasyonu zemin ve birinci kat planları incelendiğinde, ticari alanların, seyahat servis alanlarının ve istasyon tesislerinin yoğunluğu göze çarpmaktadır. Zemin kat planında fonksiyonlar geniş bir sirkülasyon kolunun çeperlerine yerleşmiştir. Birinci kat planında ise, ticari alanlar ile birlikte seyahat servisleri ve istasyon tesisleri de bulunmaktadır. Bu kattaki ticari alanların yoğunluğu zemin kat planının ticari alan yoğunluğundan azdır. En üst kat planında tren peronları görülmektedir.



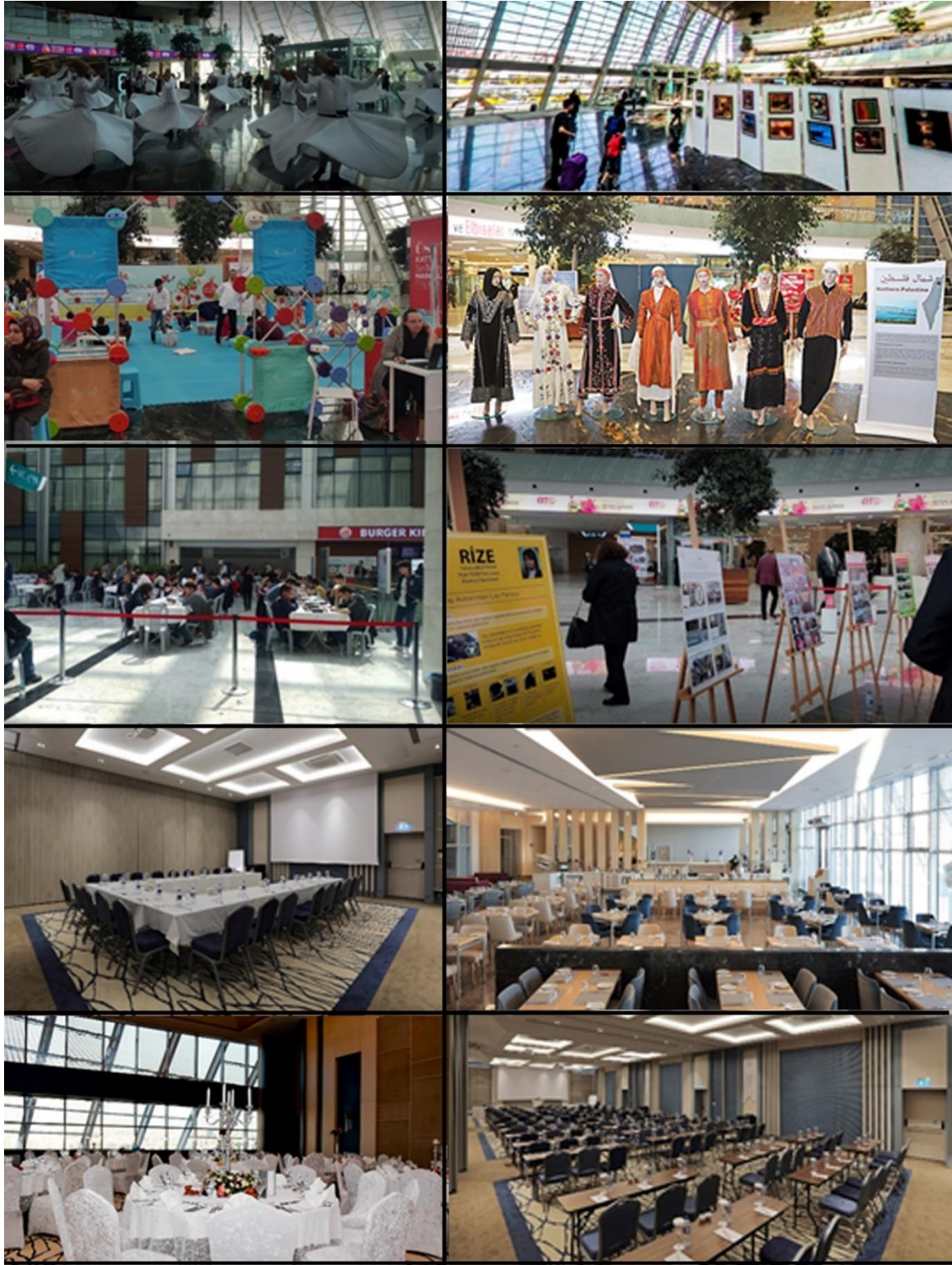
Resim 3.52. Berlin Merkez İstasyonu planlarında ticari ve diğer alan gösterimleri (URL-34)

Birmingham New Street İstasyonu da Berlin Merkez İstasyonu'nda olduğu gibi kat planların da ticari alan yoğunluğuna sahiptir. Ticari alanlar sadece ana sirkülasyon koridoru çeperlerinde olmak yerine plana dağılmış vaziyette bulunmaktadır. Bu özelliği ile yolcuları/kullanıcıların terminal içersindeki dolaşımını destekler niteliktedir.





çıkarılmaktadır. Etkinliklerle birlikte yapının bir yaşam merkezi haline getirilmesi desteklenmektedir. Bireylerin de katılımının sağlandığı aktiviteler yapı ve kentli arasında güçlü bağlar kurulmasını sağlamaktadır.



Resim 3.54. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı kültür-sanat-eğlence etkinlikleri (URL-1/7/9)

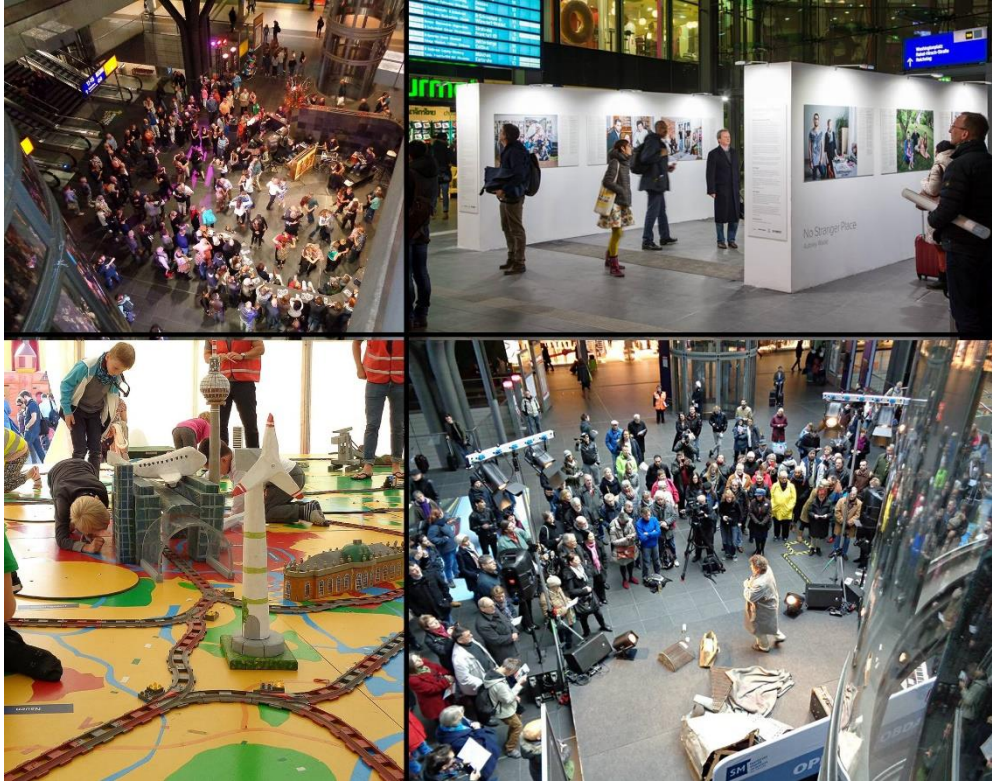


Yapı bünyesinde barındırdığı otel ve restoran ile birçok toplantı, düğün ve organizasyona da ev sahipliği yapmaktadır. Ulaşım yapısının içerisinde bir otelin bulunuyor olması, turistler ve günlük misafirler için büyük kolaylık sağlamaktadır.

### Dünya örneklerinin kültürel fonksiyonları

Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nda olduğu gibi Dünya'dan örnek olarak gösterilen Berlin Merkez Tren İstasyonu da bünyesinde çeşitli kültür, sanat etkinlikleri düzenleyerek yolcu/kullanıcı ya da kentli için bir çekim merkezi haline getirilerek, ulusal ve uluslararası rekabette kendini ön plana çıkarmaktadır. Bünyesinde pek çok ticari alanı bulundurmasıyla birlikte aynı zamanda büyük bir alışveriş merkezi durumundadır.

Etkinliklere sağlanan katılımlar ile pek çok kişinin etkileşimi sağlanarak istasyon ve kentin küresel rekabetteki yerinin korunumu sağlanmaktadır. Yapılan konserler, dans günleri, tiyatro seyirleri, sergiler, çocuk oyun alanları gibi pek çok aktivite vasıtasıyla yolcu/kullanıcı ile güçlü bağlar kurulmaktadır.



Resim 3.55. Berlin Merkez İstasyonu kültür-sanat-eğlence etkinlikleri (URL-37)

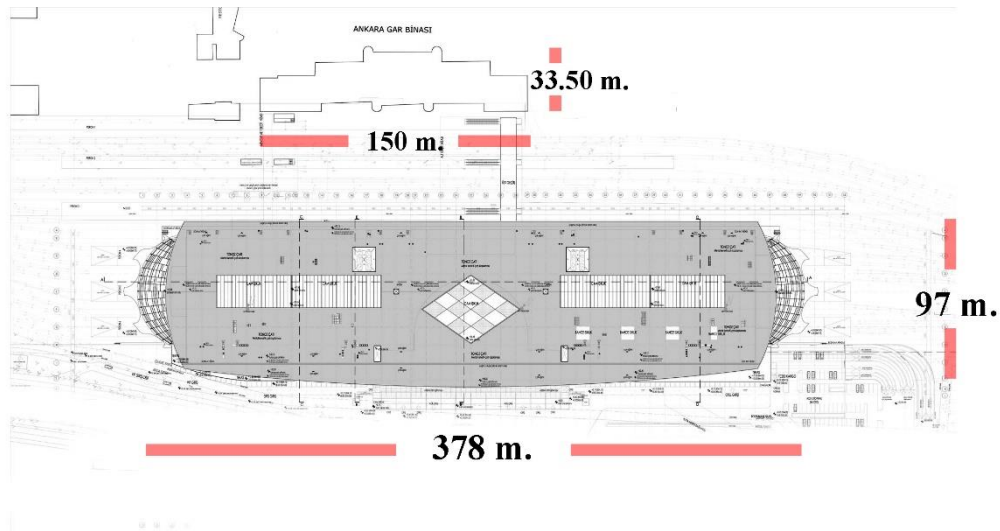


### 3.3.4. Estetik Kriterler

Boyut ve ölçek, oran, biçim, şekil, yer, görsel yoğunluk, ışık, doku, renk, kompozisyon, hareket, ritim gibi öğeler estetik kriterler olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca demiryolu ulaşım yapılarının estetiği, planlaması, düzeni, detayları ve kapsamı, terminalin iç ve dış çevresi, yapı mimarisi, mühendislik çözümü ve ulaşım fonksiyonu arasında bulunan denge demiryolu mimarisinin estetik kriteri olarak da tanımlanmaktadır.

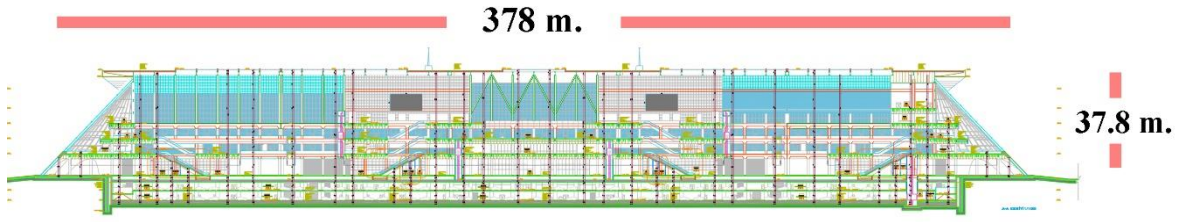
#### Oran-Orantı-Ölçek kriteri

Oran-orantı kriteri, binanın en-boy ve yükseklik ölçümlerinin birbiri ile olan ilişkisine dayandırılmaktadır. Bu kriterlerin birbirleriyle olan ilişkisinde ise ölçek kavramı devreye girmektedir. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı en-boy-yükseklik ölçümlerinin, yanında bulunan eski Ankara Gar ile karşılaştırıldığında eski gar ile yeni gar arasında ciddi derece ölçek farkı olduğu görülmektedir. Bu durumla birlikte yeni gar kendini kent silüetinde görünür kılarken, eski gar nerden bakılırsa bakılsın yeni garın görüntüsüyle bir olmaktadır.



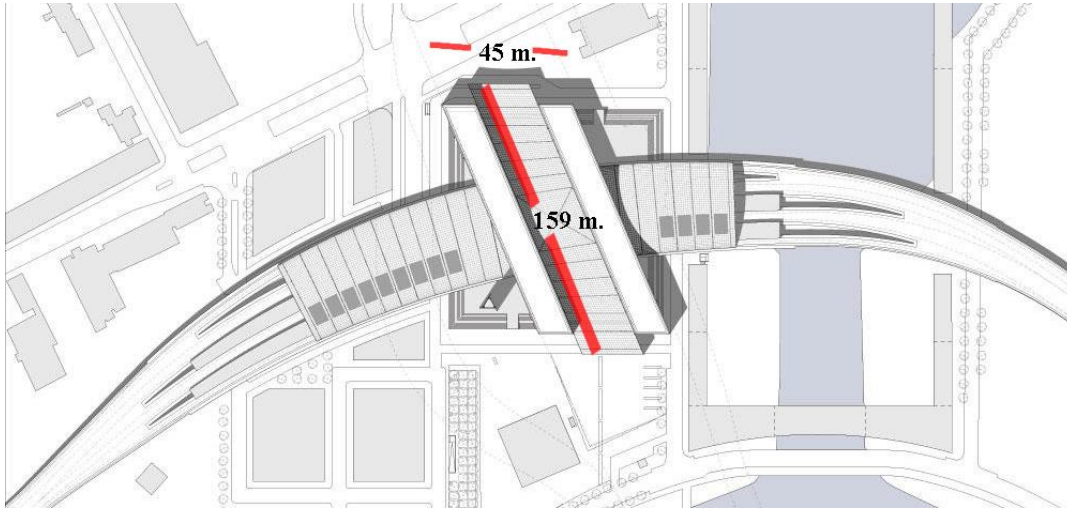
Resim 3.56. Ankara Yüksek Hızlı Tren Gar-eski gar en-boy oranı (TCDD, 2019)

33,50 metreye 150 metre boyutlarına sahip olan eski Ankara Garı, 97 metreye 378 metre boyutlarında olan Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın heybetinin yanında ezilmektedir. Eski garın kent kimliğine ve tarihine olan etkileri düşünüldüğünde öne çıkarılması gerekirken yeni, modern ve devasa boyutlardaki bir terminal tarafından gölgelenmektedir.



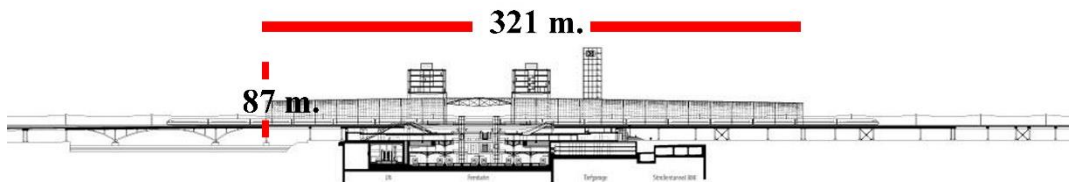
Resim 3.57. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı boy-yükseklik oranı (TCDD, 2019)

Ayrıca yeni tren garının kendi en-boy-yükseklikleri incelendiğinde de binanın uzunluğu ile en-yükseklik ölçüleri arasında bir orantısızlık olduğu görülmektedir.



Resim 3.58. Berlin Merkez İstasyonu en-boy oranı (URL-15)

Kuzey-güney istasyonu, 159 metre uzunluğunda 45 metre en ölçüsüne sahiptir. 321 metre uzunluğunda peronların üstünü örten cam kubbeyi iki bölen istasyon binası, binanın plan bazında oranlarını dengeler nitelikte görülmektedir.



Resim 3.59. Berlin Merkez İstasyonu boy-yükseklik oranı (URL-15)

Doğu-batı yönünde uzanan peron üst cam kubbe örtüsü 46 metre yüksekliğe kadar ana istasyon binası ile bütünleşerek yükselirken, binalar 87 metreye uzanmaktadır.

Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın, Celal Bayar Bulvarı ve Hipodrom caddeleri arasındaki silüeti iki ana cadde için duvar etkisi yaratmakta olup, kullanıcıların ve kentlilerin çevresel algılarında etkin rol oynarken, Ulus ve Maltepe semtleri arasındaki görsel algıyı sekteye



Resim 3.60. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı Hipodrom Caddesi-Celal Bayar Bulvarı ana caddeleri ve Ulus-Maltepe semtleri arasındaki konumu (URL-8/5)

### Form

Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı binası üç boyut olarak soyutlanmış bir hızlı treni andıran uzun yapısıyla, yataydaki ölçek büyüklüğünden dolayı çevre yapıların arasından sıyrılarak dikkat çekmektedir. İki uç kısmında bulunan teras alanları ile trenin ön kısmı soyutlanmaktadır. Peron kotunda açılmış cephede açılmış yırtıklar peronların olduğu düzeni ortaya çıkarmaktadır.

Bina formunun ana caddeler dışında, kentsel alanlar ile bağlanmış herhangi bir noktası bulunmamaktadır.



Resim 3.61. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı formu (URL-38)

Diğer tüketim çağı terminallerine bakıldığında şehirle bütünleşerek yaya odaklı bir yerleşim karakteri sergilenmektedir. Giriş-çıkış alanlarında toplanma mekanlarının, yeşil alanların bulunduğu istasyonlar kamusal mekan olarak kentin silüetinde etkili olmaktadır.



Resim 3.62. Hong Kong West Kowloon İstasyonu (URL-19)



Resim 3.63. Birmingham New Street İstasyonu (URL-13)

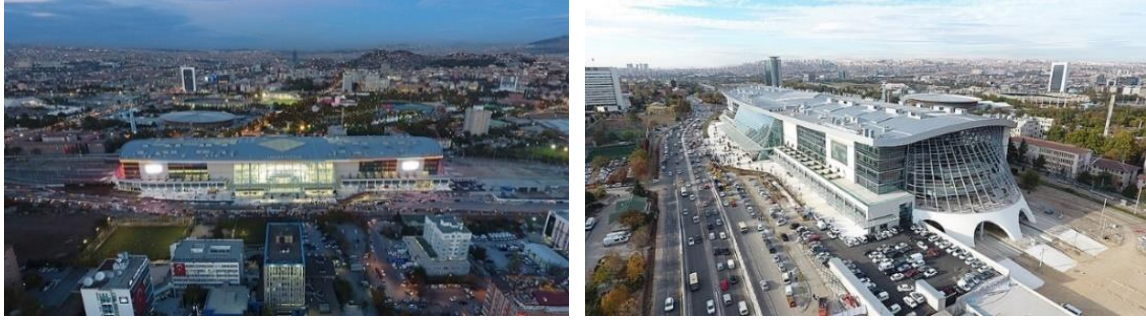
### Görsel ağırlık

Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı binasının, cephe yüzeyleri ağırlıklı olarak cam ve kompozit panellerden oluşmaktadır. Kalan yüzeyler binanın çatı ve ana strüktürünü oluşturan çelik taşıyıcı sistemden meydana gelmektedir (Resim 3.61).

- Bina cephesinin dört tarafında tasarıma katılan açık ve yarı açık teraslar ile, binanın doluluk- boşluk ilişkisi orantılamaya çalışılsa da yapının yataydaki uzun ve ham görüntüsü dengelenmiş görünmemektedir. Ana kent girişi, yapının orta bölümünden cam yüzeyler ve saçak detayı öne çıkarılmaktadır (Resim 3.64). Hong Kong West Kowloon İstasyonu (Resim 3.62) yeşil bir plaza olarak, kentsel bir alan ve aynı zamanda bir istasyon olarak kent silüetine katılmaktadır. Uzun görüntüsünün yanında kentle ve yeşil alanlarla bütünleşen

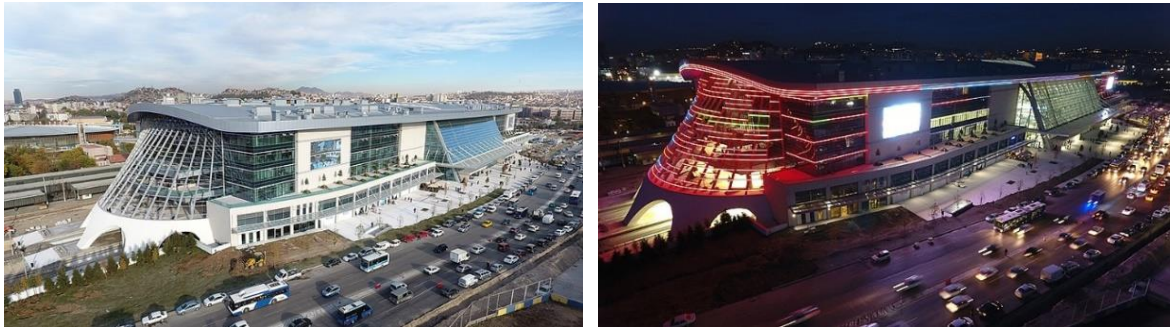


gezilebilir çatısı ile dikkat çekmektedir. Birmingham New Street İstasyonu ise cephesi ise aynalardan oluşturularak kenti ve kullanıcıyı yansıtır (Resim 3.63). Hareketli cephesi ile ulaşım yapısı dinamikliğini hissettirmektedir.



Resim 3.64. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı yatay ölçeği ve giriş saçağı (URL-8)

- Yapının yoğun cam cephelerde ve çatı strüktüründe açıklıklara sahip olması gün ışığı kullanımını destekler niteliktedir. Binanın formunun ifadesi; doğal ışık, yapay ışık ve gölge ile kuvvetlendirilmektedir. Yapay aydınlatma elemanlarının ışık almayan karanlık koridorlarda, akşam saatlerinde, bodrum katlarda ve öne çıkarılması gereken mekân ve kütle elemanlarında işlevsel olarak kullanımı sürdürülmektedir (Resim 3.64).



Resim 3.65. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı yapay aydınlatma elemanları (URL-8)

- Akşam saatlerinde kullanılan yapay ışıklar terminalin görsel ifadesini artırırken, bina demiryolu terminali olma durumundan çok bireylerde bir alışveriş ve eğlence merkezi olma algısı yaratmaktadır.



Resim 3.66. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı yapay aydınlatma elemanları-2 (URL-8)

Çağımız tüketim terminallerinde cam paneller ile gün ışığı alımı desteklenerek sürdürülebilirlik ilkesine bağlı kalınmaktadır. Kullanılan yapay aydınlatma elemanları ile istasyonların ifadeleri güçlendirilerek istasyonlar dikkat çekici yapılara dönüştürülmektedir.



Resim 3.67. Hong Kong West Kowloon İstasyonu yapay aydınlatma elemanları (URL-8)

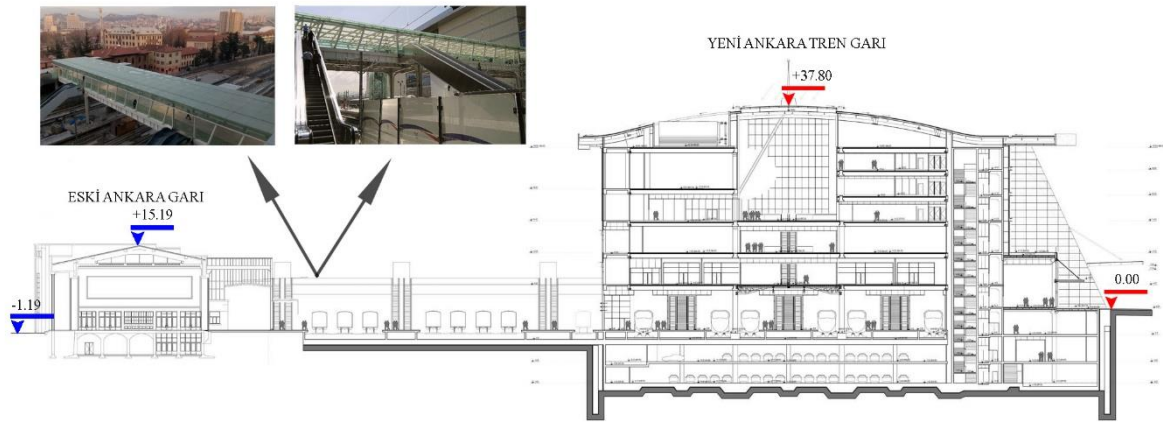


Resim 3.68. Birmingham New Street İstasyonu yapay aydınlatma elemanları (URL-13)

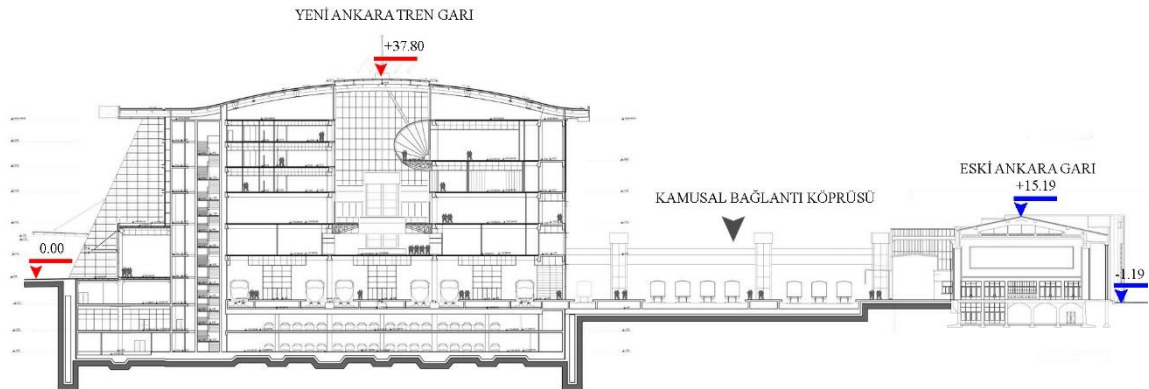


### Eski-yeni ilişkisi

Mimar Şekip Akalın tarafından tasarlanan ve 1937 yılında yapımı tamamlanan eski Ankara Garı'nın en yüksek noktası 15,19 metre yüksekliğinde olup, 2016 yılında yapımı tamamlanan yeni Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın en yüksek noktası 37,80 metre yüksekliğindedir. Yeni garın yüksekliği, uzunluğu, malzeme seçimleri kısaca heybetinin yanında eski gar yapısı itibarını kaybetme durumunda bulunmaktadır. Oysaki eski Ankara Garı bir Cumhuriyet Dönemi yapısı olarak meydana getirilmiştir. Cephe yapımında Ankara taşı kullanıp, kütlelerin net geometrileri ön plana çıkarılmaktadır. Eski gar ve yeni gar arasında geçiş için tasarlanan kamusal alan köprüsünün zayıf bir hat şeklinde kullanımı sürdürülmektedir.



Resim 3.69. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı-eski Ankara Garı kesitleri (URL-20)(TCDD, 2019)



Resim 3.70. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı-eski Ankara Garı kesitleri-2 (URL-20)(TCDD, 2019)

Tüm bu yapılan analizler sonucunda;

Garın ulaşım ağlarının kesişim noktasında ve şehir merkezine yakın konumda bulunuyor olması garın bilinirliği ve erişebilirliği açısından önemli bir yere sahiptir. Fakat garın, iki ana cadde olan Hipodrom Caddesi ve Celal Bayar Bulvarı'nın arasında konumlanması iki ana hat üzerinde duvar etkisi yaratarak, kullanıcıların ve kentlilerin görsel algılarını ve bağlantılarını sekteye uğratmaktadır. Ulus ve Maltepe semtleri arasında bulunan garın öneri tasarımları geliştirilirken bu problem öngörülerek bir kamusal bağlantı aksı önerisi getirilmiştir. Geçitlerle ve köprülerle gerçekleştirilen bu kamusal bağlantının, giriş çıkışlarda binanın ikonik değerini zedelediği görülmektedir. Çünkü kentlerde ikon haline gelen hatta kenti bir ikon haline getiren yapılar, kent alanlarıyla ve kentliyle olan bağlantı noktalarıyla diğer yapılardan ayrılarak öne çıkmaktadır. Mevcut durumda Ankaray Maltepe durağından eski gar meydanına ulaşmak isteyen bir kullanıcı birinci durumda Tandoğan alt geçitini kullanarak YHT Garı girişine ulaşmaktadır. Binaya giriş yapan kullanıcı sirkülasyon elemanları ile bir kat yukarı çıkarak bekleme ve bilet holüne ulaştıktan sonra, eski gar ve yeni gar arasında yapılmış olan kamusal bağlantı köprüsüyle demiryolu üzerinden geçip tekrar sirkülasyon elemanı kullanarak eski gar peron kotunu ulaşmaktadır. Daha sonra eski gara giriş yapan kullanıcı garın içinden geçerek gar meydanına ulaşmaktadır. İkinci durumda ise kullanıcı Tandoğan altgeçitini kullanmak yerine gar girişinin paraleline konumlandırılmış üst geçiti kullanıp daha sonra aynı adımları izleyerek eski gar meydanına ulaşmaktadır. Bu bağlamda sadece iki semt arasında geçiş yapacak kullanıcılar için tek bir aksın oluşturulup garın simgesel değerinin korunması önerilmektedir. Bu kullanımı şekli ile gar binası bir geçiş merkezi olarak kullanılmaktadır.

Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı kentte yüksekliği, boyutları ve formu ile görünür kılınırken, ondan önce varlığını sürdüren tarihi eski gar binası bu devasa büyüklüğün yanında ezilmektedir. Tarihte ve kent belleğinde yer etmiş eski gar yapısının, küresel dünya rekabet yarışı uğruna değerini kaybediyor olması tüketim çağının kente ve aktörlere olan dayatmalarının bir kanıtı olarak gösterilebilir.

Sanayi devriminden sonra küreselleşmenin etkisi ve teknolojinin ilerlemesinin sonucu olarak seri üretime geçilmesi cam ve çelik malzemenin kullanımı artmıştır. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nda da çelik ve cam malzemenin teknolojik sistemlerle kullanımı, çağımız demiryolu terminal yapılarının gerekliliklerini karşılar niteliktedir.

Ankara YHT Garı genel anlamıyla engelsiz erişim olanakları sağlarken, görme engelliler için tasarlanan hissedilebilir yüzey alanlarının peron kotu dışında bina içinde ya da çevresinde kullanılmaması dikkat çekmektedir. Bu sebeple bina içinde ve bina çevresinde görme engelliler için hissedilebilir yüzey alanlarının oluşturulması önerilmektedir. Böylelikle görme engelli kullanıcılar için güvenli alan oluşumu desteklenecektir.

Bekleme alanları ve bilet holü, tıkanmalara, sıkışmalara ve karmaşaya izin vermeden bilet kontrolünün gerçekleşmesine ve yolcuların yolculuk öncesi konforlu şekilde beklemesine olanak sağlamaktadır. Ayrıca bekleme alanı ve bilet holü garın merkezi konumunda bulunarak her yere ulaşılabilir durumdadır.

Binanın teraslarında ve iç mekanlarında kullanılan yeşil doku, çelik ve cam kabuğun sınırları çerçevesinde binayı yaşar hale getirmeye çalışmaktadır. Binanın kalbi olarak tasarıma dahil edilen giriş holünün yüksekliği insan boyutlarını aşarak kullanıcılarda kaygılandırıcı bir etkiye sahip olmaktadır. Tasarlanırken giriş holünden mekanın örgütlenmesinin okunabilmesi amaçlanan yapının yerinde gözlemlenen durumunda, giriş holünden bekleme ve bilet holü, yeme-içme alanları mekansal olarak okunurken, ticari alanların ve ıslak hacimlerin okunamıyor olması olumsuz olarak değerlendirilmektedir.

Hemen her kat planında bulunan ticari alanların gereken talebi görmemesi sebebiyle birçok ticari mekanın kira ve giderlerini karşılayamayıp kepenklerini kapattığı görülmektedir. Ayrıca garın yataydaki uzun planı ve uç kısımda planlanan ticari alanların geçiş alanına, bilet ve bekleme alanına olan uzaklığı bilinirliklerini etkilemektedir.

Ankara YHT Garı'nda bulunan otel ve çok amaçlı salonlar turist ve kullanıcılar için fonksiyonel bir mekan anlayışı sunmaktadır. Fakat çok amaçlı salon/ eğlence/ müze alanı olarak ve oldukça büyük hacimlerde tasarlanan mekanın kullanıcılar tarafından bilinmediği ve yoğun olarak kullanılmadığı görülmektedir.

Gar içinde gerçekleştirilen oyun standları, turnuvalar, resim sergileri, özel gün ve haftalar için kurulan standlar garı bir çekim merkezi haline getirerek kentin küresel rekabetteki duruşuna destek olmaktadır.

Son olarak binanın doluluk-boşluk ilişkisine değinmek gerekirse, Ankara YHT Garı'nın dört bir yanında kullanılan teraslar ile denge yaratılmaya çalışılsa da, garın uzun ham görüntüsünün önüne geçilememektedir.

Dünya'dan son 15 yıl içinde yapılmış demiryolu terminallerini incelediğimizde, ise yapı cephelerinin kent silüetinde görünürlüğü dikkat edilen kriterlerden biridir. Bununla birlikte terminal yapılarının kent ve kentli ile bütünleşmesi esas alınmıştır. Kentsel alanlar olarak kent tasarımına katılan terminaller, ilgi çekici formları ve cephe karakterleri ile dikkat çekmektedir. Tasarımlarında aynı Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nda olduğu gibi ticari alanları bulunduran terminaller, aynı yoğunlukta ticari alanlara sahip değildir.

Çizelge 3.4. Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı ve dünya örnekleri yapı tasarım bilgileri

| İstasyon                         | Ülke            | Şehir      | Tasarımcı                 | Yapım Yılı | Toplam Alan               | Günlük Yolcu Kapasitesi (Kişi) | Yoğunluk (Günlük Yolcu/Toplam Alan) |
|----------------------------------|-----------------|------------|---------------------------|------------|---------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|
| Ankara YHT Garı                  | Türkiye         | Ankara     | A Mimarlık                | 2016       | 175.000,00 m <sup>2</sup> | 50.000                         | 0,29                                |
| Birmingham New Street İstasyonu  | İngiltere       | Birmingham | Eijo ve Ekibi             | 2015       | 91.500,00 m <sup>2</sup>  | 170.000                        | 1,86                                |
| Berlin Merkez İstasyonu          | Almanya         | Berlin     | von Gerkan, Mark ve ekibi | 2006       | 175.000,00 m <sup>2</sup> | 300.000                        | 1,71                                |
| Hong Kong West Kowloon İstasyonu | Çin             | Hong Kong  | Aedas                     | 2018       | 400.000,00 m <sup>2</sup> | 80.100                         | 0,20                                |
| Astana Tren İstasyonu            | Kazakistan      | Astana     | Tabanlıoğlu Mimarlık      | 2017       | 110.000,00 m <sup>2</sup> | 35.000                         | 0,32                                |
| Haramain YHT İstasyonu           | Suudi Arabistan | Medine     | Foster ve ekibi           | 2019       | 460.000,00 m <sup>2</sup> | 480.000                        | 1,04                                |

İncelenen terminal yapılarının yolcu yoğunlukları ve toplam alanlarına göre, yoğun sirkülasyon ve ticari alan içerdikleri görülmektedir. Bu durum terminallerin bir ulaşım yapısı olmasının yanında daha çok alışveriş merkezi gibi kullanılmasını destekler niteliktedir.

#### 4. TARTIŞMA ve SONUÇ

İnsanlığın varoluşundan günümüze kadar ki süreçte, toplumlar ihtiyaçlarının ve isteklerinin giderilmesinde, barınma ve korunma gereksinimlerinin tamamlanmasında nesneleri, olguları, zamanı ya da mekânları tüketmek durumunda kalmıştır. Bu süreçte toplumlara, bireylere, kentlere etki eden tüm ekonomik, sosyal, teknolojik ve kültürel değişimler ve gelişmeler; çalışma alanı birey, toplum ve mekân olan mimarlık alanını da etkilemektedir. Küreselleşmenin ortaya çıkışı, kapitalizmin dünya üzerindeki etkilerini artırması ve teknolojinin de gelişmesiyle birlikte birey ve toplumların yaşama dair alışkanlıkları, istekleri, hevesleri de değişmektedir. Bireyler artık sadece yaşamına devamını sağlamak için değil, toplumca benimsenmek, belirli bir statüde olabilmek, modayı takip edebilmek, boş vakitlerini geçirebilmek vb. sebeplerden ötürü nesneler, olguları, zamanı ya da mekânları tüketir durumda bulunmaktadır.

Tüketimin bu denli yaygınlaştığı günümüz çağında, mekânlar tüketimin heveslendirildiği, bireyin ve toplumun çeşitli göstergeler, semboller ve simgelerle tüketime itildiği alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Mekânlar bünyelerinde bu göstergeleri, sembolleri ve simgeleri bulundurarak, tüketim ve yarattığı tüketim toplumuna uygun alanlar yaratmaktadır. Mekânlar tüketim ve toplumuna uygun alanlar yaratırken kendileri de tüketilir konumda bulunmaktadır. Tüketim kavramı ana fonksiyonun uzaklaşarak göstergeler ve semboller sisteminin tüketimi manasını taşıy duruma gelmektedir. Bu gösterge ve semboller sistemi, toplum ve bireyler tüketme isteğinin ortaya çıkarılması için kurulmuş bir sistem olarak varlığını sürdürmektedir.

Yapılan çalışmalar kapsamında; kent aktörlerinin kentlerin marka değerini yükseltmek ve küresel dünya rekabetine yarışabilmek için turist yoğunluluğunun bir hayli fazla olduğu alanlar olan terminalleri, kimlik arayışlarında kentler için çekim ve odak noktası olarak kullanmayı tercih etmektedirler. Uluslararası platformda kent kimliğinin en düzgün şekilde ifade edileceği alanlar olan terminaller, kent kültürünün yansıtılmasında önemli bir yere sahiptir.

Bu tez çalışmasında, son 10 yılda ülkemizde yapımlarına başlanmış ve yapımları gün geçtikçe artarak devam eden ve gelişimini sürdüren yüksek hızlı tren terminallerinden olan

ve Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın günümüz tüketim çağı toplumunda, bir tüketimin nesnesi olma, tüketim kültürünün parçası olma ve ikon yapı olma bağlamlarında nasıl bir gerçeklik ifade ettiği sorusunun cevabı kuramsal-kavrsamsal ve mekânsal kriterler olarak iki ana başlık altında aranmıştır.

Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı, yerinde deneyim, gözlem, inceleme ve mekânsal analizler ile fotoğraf ve mimari plan okumaları üzerinden değerlendirilmiştir. Gözlem, inceleme ve analizler sonucunda elde edilen bilgiler eleştirel bir bakış açısı ile irdelenerek belirli çıkarımlarda bulunmaktadır.

Ülkemizde yapımlarına son yıllarda başlanan ve devam eden yüksek hızlı tren garları ve terminal binalarının tasarım ve kullanımlarına yönelik değerlerin belirlenmesine katkı sağlamayı amaçlayan bu çalışmada, küreselleşmenin tüm dünya üzerinde etkisini artırması ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan Ankara YHT Garı yapısında, demiryolu terminal binasının ana fonksiyonu olan ulaşım ağının bağlantı noktası olma ve ağ oluşturma fonksiyonun şimdilik sönük kaldığı görülmektedir. Yakın gelecekte bu bölgede yapılacak değişiklikler ile bu sönüklüğü aşma yolunda gelişmeler olması gerekmektedir. Tasarıma çağ gereksinimleri ile birlikte katılan ek işlevlerin, tüketim odaklı olduğu ve demiryolu terminal yapısını bir tüketim mekânına dönüştürdüğü görülmektedir.

Terminallerin, tüketim mekânına dönüşmelerinin bir sebebi olarak bünyelerinde asıl fonksiyonları olan ulaşım mekânları dışında, mağazaları, kafeleri, otelleri, alışveriş ve eğlence mekânlarını da bulundurmaları gösterilmektedir. Tüm dünya ülkeleri tarafından dikkatleri üzerlerine çekmek ve rekabet ortamına girmek için tasarlanan bu yapı örneğinde görüldüğü üzere tüketim çağı terminalleri birer tüketim objesine dönüşmenin yanında, devasa boyutlarda ve çarpıcı şekilde tasarlanan formları ile kent içinde görsel olarak da tüketilmektedir.

Yurt içi kullanımı hızlıca yaygınlaşan hızlı trenlerin yeni alt yapı gereksinimleri sebebiyle ve eski garın kullanıcı yoğunluğunu kaldıramaması sebebiyle tasarımı oluşturulan Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı, kent için yeni bir prestij noktası olurken eski Ankara Garı kent belleğindeki ve tarihindeki yerine yitirir durumdadır. Tarihi bir yapının bu denli modern ve devasa bir yapıyla sönümlenmesi yerine onunla bir bütün olarak, bir olarak varlığını devam etmesi kent silüetinde ve belleğinde yapıyı daha varlıklı hale getirecektir.



Bu bağlamda kent aktörlerine ve bu yapıları finanse eden kurum ve kuruluşlara, küresel dünya rekabetinde kentin marka değerinin, itibarının ve prestijinin yükselmesi amacıyla teknolojik yeni yapım teknikleri kullanılarak oluşturulan bu devasa boyutlardaki yapılar için gereksinim duyulan fonksiyonların biraradalığının sağlandığı; işlevsellik, güzellik ve ekonomiklik unsurlarının yerine getirildiği, kent tarihi ve toplum belleğine saygı duyan, optimum boyutlardaki tasarımlar önerilmektedir. Aksi takdirde kullanılmayan mekanları ile şehir silüetinde etkin rol oynayan tasarımların ortaya çıkması öngörülmektedir.



## KAYNAKLAR

- Akbalık, E. (2004). *Tüketim Kültürünün Etkisinde Değişen Kentsel Yaşam Biçimleri ve Küresel Kentler*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 20-39.
- Argın, Ş. (1992). Boş Zamanın Toplumsal Anlamı Üzerine Notlar. *Birikim Dergisi*(43), 37.
- Asiltürk, Ö. (2010). *Alışveriş Merkezleri (AVM) İmajı ve Ankara'daki Alışveriş Merkezlerinde Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 36.
- Aslaner Gegeoğlu, F. (2014). *Tüketim Toplumunda Mekan Üretim Süreçlerinin Uzantısı Olarak Mimarlık Üretimi*, Doktora tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 21-55.
- Augé, M. (2016). *Yok-yerler* (On ikinci Baskı). İstanbul: Daimon Yayınları, 11-98.
- Aydoğan, F. (2009). Tüketim Kültürü Gölgesinde Kentler. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, XXVII(II), 203-215.
- Başar, M. E., & Erdoğan, H. A. (2009). Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Türkiye'de Tren Garları. *Selçuk Üniversitesi Mühendislik- Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 24(3), 29-44.
- Baudrillard, J. (2004). *Tüketim toplumu* (İkinci Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 47-223.
- Bauman, Z. (2003). *Modernlik ve müphemlik*. (Çev. İ. Türkmen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 31-346.
- Bayazıt, D. Z. (2017). *Postmodern tüketim ve moda satın alma davranışı: türk moda tüketicilerine yönelik bir araştırma*. Ankara: Detay Yayıncılık, 3-93.
- Bayhan, V. (2011). Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: "Tüketiyorum Öyleyse Varım". *Sosyoloji Konferansları Dergisi*(43), 222-248.
- Birol Özerk, G., & Akgün Yüksekli, B. (2011). Küresel Kent, Kentsel Markalaşma ve Yok-Mekan İlişkileri. *İdealkent Kent Araştırmaları Dergisi*, 3, 82-93.
- Blumer, H. (1969). Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection. *The Sociological Quarterly*, 10, 275-291.
- Bocock, R. (1997). *Tüketim*. (Çev. İ. Kutluk). Ankara: Dost Kitapevi Yayınları, 11-113.
- Broda, C. (2006). An Axamination of A Series of Small Structures Against The Criteria for Defining Iconic Architecture. *City*, 10(1), 101-106.
- Burman, P., & Stratton, M. (1997). *Conserving the railway heritage*. London: E&FN Spon, 3-165.

- Bülbül, A. (2010). *Farklılaşan Tüketim Toplumu ve Kültürü Kapsamında Mimarlıkta Tüketim Olgusu ve Alışveriş Merkezleri*, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta, 11-22.
- Campbell, C. (1995). *The sociology of consumption*. London: Routledge: In Acknowledging Consumption: A Review of New Studies, 128.
- Cevizci, A. (2012). *Felsefe sözlüğü*: Say Yayınları.
- Ceylan, M. N. (2010). *Tüketim Toplunun Yeni Kentsel Mekanı: Alışveriş Merkezleri*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 3-38.
- Connor, P., & Schmid, F. (2012). *A Brief History of Mainline Railways and Metros with a Focus on Britain*, MSc Thesis, University of Birmingham, Birmingham.
- Coşgun, M. (2012). Popüler kültür ve tüketim toplumu. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), 838-849.
- Craik, J. (1984). Fashion, Clothes, Sexuality. *Australian Journal of Cultural Studies*, 2(1), 67-83.
- Cürgül, T. (2018). *Mekan ve Tüketim Kültürü Arakesitinde Değer Kavramı*, Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon, 3-24.
- Çınar, R., & Çubukcu, İ. (2009). Tüketim Toplunun Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 277-300.
- Debord, G. (1996). *Gösteri toplumu*. (Çev. A. Ekmekçi, O. Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 13-112.
- Dede, E. (2014). 1960 Sonrası Tüketim Kültürünün Sanata Yansımaları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 3(4), 17-45.
- Demir, S. T. (2017). Günümüz Kültüründe Farklı Temsil Mekanları Üzerine Bir İrdeleme. *Mavi Atlas*, 5(2), 322-336.
- Dinç Kalaycı, P. (2015). *Mimarlığı eleştirmek: bir yaklaşım önermesi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 54-62.
- Dingjan, M. (2014). *A Railway Station As a Public Space: The Case of Tokyo*, Master Thesis, Leiden University, 1-25.
- Douglas, M., & Isherwood, B. (1999). *Tüketimin antropolojisi*. Ankara: Dost Kitapevi, 33-198.
- Edwards, B. (1997). The modern stations: new approaches to station architecture. *E&FN Spoon, London*, 3-182.
- Ekenyazıcı, E. (2005). *İkon Yapıların Turizm Eğilimlerine Etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Elgün, A., Babacan, E., Kozak, M., & Babat, D. (2013). Yeni Tüketim Mekânları Olarak Havalimanı Terminalleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 70-82.
- Erdoğan, İ. (2004). Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine. *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, 57, 7-19.
- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2005). *Popüler kültür ve iletişim*. Ankara: Erk Yayınları, 11-243.
- Ersan, O. (2006). *Tüketim Toplumunda Mekansal Örgütlenme, Alışveriş Merkezleri Üzerine Bir İnceleme*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 5-27.
- Evans, M. (1989). Consumer Behaviour Toward Fashion. *European Journal of Marketing*, 23(7), 7-16.
- Ferrarini, A. (2005). *Railway stations: from the gare de l'est to penn station*. London: Electa Architecture, 3-219.
- Fırat, A. F., & Dholakia, N. (2003). *Consuming people: from political economy to theaters of consumption*. Newyork: Routledge .
- Gemici, F. E. (2007). *Gündelik Hayatın, Mekan Pratikleri ile İlişkinde Yeni Kamusal Alanların Yorumlanması: Alışveriş Merkezleri*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 3-25.
- Günay, Ü. (2003). XV. Yüzyıl Osmanlı Toplumunda Sosyo-Kültürel Yapı, Din ve Değişme. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(14), 21-47.
- Güner, P. (2011). *Gösterişçi Tüketim Üzerine Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma: Pamukkale Üniversitesi Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 11-83.
- Gür, Ş. Ö. (1996). *Mekan örgütlenmesi*. Trabzon: Gür Yayıncılık.
- Gürel, N. (2008). *Çağdaş ikon yapıların kentsel yenilenme süreçlerindeki yeri: İspanya örneği Bilbao ve Valencia kentleri*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2-18.
- Hasol, D. (Ed.) (2010) *Ansiklopedik mimarlık sözlüğü* (On Birinci Baskı). İstanbul: YEM Yayınları, 324.
- Holt, D. B. (1995). How Consumers Consume: A Typology of Consumption Practices. *Journal of Consumer Research*, 22(1), 1-16.
- İnternet: Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı. URL-1:  
<http://www.webcitation.org/query?url=https%3A%2F%2Fwww.theankarahotel.com%2F&date=2019-05-17>, Son Erişim Tarihi: 17.05.2019.

İnternet: Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı Konumu. URL-2:

<http://www.webcitation.org/query?url=https%3A%2F%2Fwww.google.com.tr%2Fmaps%2Fplace%2FAnkara%2BYHT%2BGar%25C4%25B1%2F%4039.9363463%2C32.8479403%2C14z%2Fdata%3D%214m5%213m4%211s0x14d34ef01d406c31%3A0x5669332ebe02ad84%218m2%213d39.9348529%214d32.8435392%3Fhl%3Dtr&date=2019-05-06>, Son Erişim Tarihi: 06.05.2019.

İnternet: Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı. URL-3:

[http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.mimarizm.com%2Fmimari-projeler%2Fulasim%2Fankara-hizli-tren-gari\\_128027&date=2019-05-06](http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.mimarizm.com%2Fmimari-projeler%2Fulasim%2Fankara-hizli-tren-gari_128027&date=2019-05-06), Son Erişim Tarihi: 06.05.2019.

İnternet: Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı. URL-4:

<http://www.webcitation.org/query?url=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2Fmaps%2F%4039.9358267%2C32.8435817%2C3a%2C75y%2C110.17h%2C90t%2Fdata%3D%213m8%211e1%213m6%211sAF1QipNDQ9oVrxmgxSdcO5yClerYb5qzZ-ki3ECLysWC%212e10%213e11%216shttps%3A%252F%252Flh5.googleusercontent.com%252Fp%252FAF1QipNDQ9oVrxmgxSdcO5yClerYb5qzZ-ki3ECLysWC%253Dw203-h100-k-no-pi-&date=2019-05-06>, Son Erişim Tarihi: 06.05.2019.

İnternet: Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı. URL-5:

<http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.atararim.com.tr%2Ftr%2Fproje%2Fyukse-hizli-tren-gari&date=2019-05-07>, Son Erişim Tarihi: 07.05.2019.

İnternet: Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı. URL-6:

<http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.arkiv.com.tr%2Fprojeler%2Ftcdd-ankara-hizli-tren-gari%2F7255&date=2019-05-07>, Son Erişim Tarihi: 07.05.2019.

İnternet: Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı. URL-7:

<http://www.webcitation.org/query?url=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2Fmaps%2Fplace%2FAnkara%2BYHT%2BGar%25C4%25B1%2F%4039.9348529%2C32.8413505%2C17z%2Fdata%3D%213m1%214b1%214m5%213m4%211s0x14d34ef01d406c31%3A0x5669332ebe02ad84%218m2%213d39.9348529%214d32.8435392&date=2019-05-07>, Son Erişim Tarihi: 07.05.2019.

İnternet: Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı. URL-8:

<http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.kolin.com.tr%2Fprojeler%2Fbiten-projeler%2Fulastirma-ve-altyapi%2Fankara-hizli-tren-garinin-yapi-i775slet-devret-modeli-ile-gerceklestirilmesi.html&date=2019-05-08>, Son Erişim Tarihi: 08.05.2019.

İnternet: Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı. URL-9:

<http://www.webcitation.org/query?url=https%3A%2F%2Fwww.yeniakit.com.tr%2Fhaber%2Ffilistin-elbiseleri-sanatseverlerle-ankarada-bulustu-572532.html&date=2019-05-17>, Son Erişim Tarihi: 17.05.2019.



İnternet: İlk vagonlar. URL-10:

<http://www.catskillarchive.com/rrextra/tksa02.Html>, Son Erişim Tarihi: 10.07.2019.

İnternet: Liverpool-Manchester Railways. URL-11:

<https://www.collectgbstamps.co.uk/explore/issues/?issue=168>, Son Erişim Tarihi: 10.07.2019.

İnternet: Dünya'nın ilk demiryolu istasyonu (Crown Street İstasyonu). URL-12:

<https://www.telegraph.co.uk/books/what-to-read/historic-english-railways-200-years-of-history/>, Son Erişim Tarihi: 10.07.2019.

İnternet: Birmingham New Street İstasyonu. URL-13:

<https://www.archdaily.com/780568/birmingham-new-street-station-azpml>, Son Erişim Tarihi: 10.07.2019.

İnternet: Birmingham New Street İstasyonu. URL-14:

<https://www.networkrail.co.uk/communities/passengers/our-stations/birmingham-new-street/>, Son Erişim Tarihi: 10.07.2019.

İnternet: Berlin Merkez Tren İstasyonu. URL-15:

<http://v3.arkitera.com/p221-berlin-merkez-tren-istasyonu.html?year=&aID=1703>, Son Erişim Tarihi: 10.07.2019.

İnternet: Berlin Merkez Tren İstasyonu. URL-16:

<http://www.boyutpedia.com/1620/65611/berlin-merkez-gari-lehrter-bahnhof>, Son Erişim Tarihi: 11.07.2019.

İnternet: Berlin Merkez Tren İstasyonu. URL-17:

[http://berliner-hbf.de/bahnhof\\_berlin\\_hbf\\_daten\\_und\\_fakten.html](http://berliner-hbf.de/bahnhof_berlin_hbf_daten_und_fakten.html), Son Erişim Tarihi: 11.07.2019.

İnternet: Hong Kong West Kowloon İstasyonu. URL-18:

<https://www.archdaily.com/911930/hong-kong-west-kowloon-station-aedas>, Son Erişim Tarihi: 11.07.2019.

İnternet: Hong Kong West Kowloon İstasyonu. URL-19:

<https://edition.cnn.com/style/article/hong-kong-high-speed-rail-west-kowloon-station-intl/index.html>, Son Erişim Tarihi: 11.07.2019.

İnternet: Eski Ankara Garı ve yeni Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı'nın kesitleri. URL-20:

<https://google.com/maps>, Son Erişim Tarihi: 12.07.2019.

İnternet: Astana Tren Garı. URL-21:

<https://www.icmimarlikdergisi.com/2016/04/14/tabanlioioiglundan-astanaya-tren-gari/>, Son Erişim Tarihi: 12.07.2019.

İnternet: Astana Tren Garı. URL-22:

[http://www.mimarizm.com/mimari-projeler/ulasim/astana-tren-istasyonu\\_128885](http://www.mimarizm.com/mimari-projeler/ulasim/astana-tren-istasyonu_128885), Son Erişim Tarihi: 12.07.2019.

İnternet: Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu. URL-23:

<https://www.archdaily.com/919039/haramain-high-speed-rail-foster-plus-partners>,  
Son Erişim Tarihi: 12.07.2019.

İnternet: Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu. URL-24:

<https://www.burohappold.com/projects/haramain-high-speed-rail/>, Son Erişim Tarihi:  
12.07.2019.

İnternet: Ankara Yüksek Hızlı Garı. URL-25:

<https://tr.railturkey.org/2016/03/19/yeni-ankara-gari-yazin-aciliyor/>, Son Erişim  
Tarihi: 13.07.2019.

İnternet: Hong Kong West Kowloon İstasyonu. URL-26:

<https://www.highspeed.mtr.com.hk/en/about/wek.html>, Son Erişim Tarihi:  
13.07.2019.

İnternet: Birmingham New Street İstasyonu. URL-27:

[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:2015-09-26\\_Birmingham\\_New\\_Street.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:2015-09-26_Birmingham_New_Street.jpg),  
Son Erişim Tarihi: 13.07.2019.

İnternet: Birmingham New Street İstasyonu. URL-28:

[https://www.tripadvisor.com/LocationPhotoDirectLink-g186402-d7364173-i198931310-Birmingham\\_New\\_Street\\_Railway\\_Station-Birmingham\\_West\\_Midlands\\_England.html](https://www.tripadvisor.com/LocationPhotoDirectLink-g186402-d7364173-i198931310-Birmingham_New_Street_Railway_Station-Birmingham_West_Midlands_England.html), Son Erişim Tarihi: 13.07.2019.

İnternet: Hong Kong West Kowloon İstasyonu. URL-29:

[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Southwest\\_side\\_of\\_West\\_Kowloon\\_Station\\_at\\_night\\_\(2\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Southwest_side_of_West_Kowloon_Station_at_night_(2).jpg), Son Erişim Tarihi: 13.07.2019.

İnternet: Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu. URL-30:

<http://www.hhr-retail.com/>, Son Erişim Tarihi: 16.07.2019.

İnternet: Hong Kong West Kowloon İstasyonu. URL-31:

<https://www.designboom.com/architecture/hong-kong-west-kowloon-station-andrew-bromberg-aedas-12-20-18/>, Son Erişim Tarihi: 16.07.2019.

İnternet: Hong Kong West Kowloon İstasyonu. URL-32:

[https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction\\_Review-g294217-d15210251-Reviews-Hong\\_Kong\\_West\\_Kowloon\\_Station-Hong\\_Kong.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=368955142](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g294217-d15210251-Reviews-Hong_Kong_West_Kowloon_Station-Hong_Kong.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=368955142), Son Erişim Tarihi: 16.07.2019.

İnternet: Haramain Yüksek Hızlı Tren İstasyonu. URL-33:

[https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction\\_Review-g293993-d15829319-Reviews-Haramain\\_High\\_Speed\\_Railway-Mecca\\_Makkah\\_Province.html](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293993-d15829319-Reviews-Haramain_High_Speed_Railway-Mecca_Makkah_Province.html), Son Erişim Tarihi:  
16.07.2019.

İnternet: Berlin Merkez Tren İstasyonu. URL-34:

<https://tr.maps-berlin.com/berlin-tren-istasyonu-haritas%C4%B1>, Son Erişim Tarihi:  
17.07.2019.

- İnternet: Birmingham New Street İstasyonu. URL-35:  
<https://www.nationalrail.co.uk/stations-and-destinations/stations-made-easy/birmingham-new-street-accessible-routes>, Son Erişim Tarihi: 17.07.2019.
- İnternet: Berlin Merkez Tren İstasyonu. URL-36:  
<https://sbahn.berlin/fahren/bahnhofsuebersicht/ausstattung/>, Son Erişim Tarihi: 18.07.2019.
- İnternet: Berlin Merkez Tren İstasyonu. URL-37:  
[https://www.facebook.com/pg/berlinhauptbahnhof/photos/?tab=album&album\\_id=277750235638266&ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/berlinhauptbahnhof/photos/?tab=album&album_id=277750235638266&ref=page_internal), Son Erişim Tarihi: 18.07.2019.
- İnternet: Berlin Merkez Tren İstasyonu. URL-38:  
<https://www.ekoyapidergisi.org/3619-ankara-hizli-tren-gari-cephe-tasarim-stratejileri.html>, Son Erişim Tarihi: 18.07.2019.
- İnternet: Popüler Kültür. URL-39:  
[http://www.ozgurder.org/news\\_print.php?id=839](http://www.ozgurder.org/news_print.php?id=839), Son Erişim Tarihi: 18.07.2019.
- Jencks, C. (2005). *The iconic building: the power of enigma*. New York: Rizzoli, 1-220.
- Jencks, C. (2006). The Iconic Building is Here to Stay. *City*, 10(1), 3-20.
- Kazda, A. (2000). Airport Design and Operation. İçinde Kazda, A. ve Caves, R.E.( editörler) *Passenger Terminals. Pergamon Elsevier Science*, 245-263.
- Kido, E. M. (2014). *Stations for people–Important factors in station design*. Paper presented at the IABSE Symposium Report, International Association for Bridge and Structural Engineering, 102(4), 3158-3165.
- Kiper, P. (2004). Küreselleşme Süresinde Kentlerimize Giren Yeni Tüketim Mekanları ve Yitirilen Kent Kimlikleri. *Planlama Dergisi*, 4, 14-18.
- Koçyiğit, R. G. (2012). Mimarlıkta Yersizleşme ve Yerin- Yeniden Üretimi. *Tasarım+Kuram Dergisi*, 8(13), 95-113.
- Kuban, D. (2010). *Mimarlık kavramları* (Dokuzuncu Baskı). İstanbul: YEM Yayınları, 68.
- Kumar, K. (1999). *Çağdaş dünyanın yeni kuramları*. İstanbul: Dost Kitapevi Yayınları, 3-219.
- Kusumo, C. (2007). *Railway station, centres and markets change and stability in patterns of urban centrality*. Netherlands, 25-175.
- Lefebvre, H. (2016). *Modern dünyada gündelik hayat*. (Çev. I. Gürbüz). İstanbul: Metis Yayınları, 82-209.
- Lökçe, S. (2003). İki Şehir İkonu: Sagrada Familia ve Sydney Opera Binası. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 18(1), 89-100.
- Lury, C. (2011). *Consumer culture*. Cambridge: Polity Press, 29-36.

- Maralcan, M. (2006). İkonik Tasarımlar. *Tasarım Dergisi*, 159.
- Miller, G. (2012). *Tüketimin evrimi, cinsiyet, statü ve tüketim*. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım, 69-70.
- Morrison, G. (2004). Look at Me! *The Guardian*.
- Norberg-Schulz, C. (1971). *Existence space and architecture*. London: Studio Vista, 9-114.
- Norberg-Schulz, C. (1979). *Genius loci*. New York: Rizzoli Publications, 5-203.
- Odabaşı, Y. (2006). *Tüketim kültürü* (İkinci Baskı). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Odabaşı, Y., & Barış, G. (2002). *Tüketici davranışı* (İkinci Baskı). İstanbul: Kapital Medya.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *The Journal of Marketing*, 33-44.
- Onat, E. (2013). *Mimarlığa yolculuk*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Ötkünç, A. (2016). Antropolojiden Mimarlığa Melez Düşüncenin İmkanları: Yer ve Yok-yer Kavramları Üzerine. In *Yok-yerler* (ss. 11). İstanbul: Daimon Yayınları, 11.
- Proto, F. (2003). *Mass-identity-architecture: architectural writings of jean baudrillard* (First edition). West Sussex: Wiley-Academy.
- Ransome, P. (2005). *Work, consumption and culture: affluence and social change in the twenty-first century*, 65-69.
- Ritzer, G. (2016). *Büyüsü bozulmuş dünyayı büyülemek*. (Çev. F. Payzın). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 28-328.
- Sayar, Y., & Süer, D. (2001). Değişen Tüketim Örüntüleri: Alışveriş Mekanları. *Arredamento Mimarlık*, 11, 105-109.
- Silverman, D. (2001). *Interpreting qualitative data: methods for analysing talk, text and interaction*. London: SAGE Publication.
- Sklair, L. (2010). Iconic Architecture and the Culture-ideology of Consumerism. *Theory Culture and Society*, 0(0), 1-25.
- Solomon, M. R., & Nancy, R. J. (2004). *Consumer Behavior in Fashion*. New Jersey: Prentice Hall.
- Stevanović, K., & Stevanović, M. (2014). New directions in the design of railways stations. *Grđevinar*, 66(08.), 739-747.
- Takashi, S. (1995). A Vision of Future Railway Stations. *Railway& Transport Review*, 6, 5-14.

- Taşkın, V. (2016). *Küresel Kent Söyleminin Kentsel Mekana ve Mimarlığa Etkisi: İstanbul Örneği*, Yüksek Lisans, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 5-57.
- TCDD. (2019). *Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı Projesi*. Ankara
- Thorne, M. (2001). *Modern trains and splendid stations: architecture, design and rail travel for the twenty-first century* London: Merrel Publisher, 6-25.
- Thorns, D. (2004). *Kentlerin dönüşümü*. (Çev. E. Nal & H. Nal). İstanbul: Soyak Yayınları, 25.
- Urry, J. (1999). *Mekanları tüketmek* (Birinci Baskı). (Çev. R. G. Ögdül). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 11, 39, 96.
- Uzun, İ. (2008). *Kamusal Mekan- Tüketim Olgusu Etkileşiminin İzmir'deki Alışveriş Merkezleri Bağlamında Değerlendirilmesi*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 9-52.
- Uzunkaya, A., & Erkartal, P. (2017). Mimarlık Ürününün Gösterge Olma Durumu: Tüketilen Mekan. *Yakın Mimarlık Dergisi*, 1(1).
- Vitruvius, M. (1993). Mimarlık üzerine on kitap. *Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı yayınları*, İstanbul, 25.
- Vural, T. (2005). *Değişen Üretim-Tüketim İlişkileri Bağlamında Alışveriş Merkezlerinin Anlamsal ve Mekansal Dönüşümüne Eleştirel Bir Bakış*, Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 33-50.
- Warde, A. (1991). Gentrification as Consumption: Issues of Class and Gender. *Environment and Planning D. Society and Space*, 9(2), 304.
- Yağlı, S. (2013). Gündelik Hayatın Bir Alanı Olarak Moda Aracılığıyla Kültürün Yeniden İnşası. *Akdeniz Sanat Hakemli Dergi*, 4(7), 157-162.
- Yanıklar, C. (2006). *Tüketim sosyolojisi*. İstanbul: Birey Yayınları.
- Yargıç, S. (2009). *Küreselleşen Kentlerde İkonik Yapıların Kentsel Kimlik Oluşumuna Etkileri Üzerine İrdeleme*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 4-52.
- Yazıcı, İ. (1997). *Kitle iletişiminde imaj*. İstanbul: Bilim Yayınları, 17.
- Yılmaz, A. R. (1998). Tüketim Kültüründe İki Sunum Biçimi: Reklam ve Moda. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(8), 285-292.
- Yırtıcı, H. (2002). Tüketimin Mekansal Örgütlenmesinin İdeolojisi. *Tüketim ve Mimarlık*, 9.
- Yırtıcı, H. (2004). *Tüketim ve Mimarlık*. İstanbul: Boyut Yayınları.

Yırtıcı, H. (2005). *Çağdaş kapitalizmin mekansal örgütlenmesi* (Birinci Baskı). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.



## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : ÖZDEMİR, Tuğba  
 Uyuğu : T.C.  
 Doğum tarihi ve yeri : 22.04.1993, Konya  
 Medeni hali : Bekar  
 e-mail : zudetuuba@gmail.com



### Eğitim

| Derece        | Eğitim Birimi                               | Mezuniyet Tarihi |
|---------------|---------------------------------------------|------------------|
| Yüksek lisans | Gazi Üniversitesi / Mimarlık Ana Bilim Dalı | Devam ediyor     |
| Lisans        | Selçuk Üniversitesi / Mimarlık Bölümü       | 2016             |
| Lise          | Meram Konya Lisesi                          | 2011             |

### İş Deneyimi

| Yıl        | Yer                                    | Görev           |
|------------|----------------------------------------|-----------------|
| 2017- 2018 | Konya Okkalar İnşaat A.Ş.              | Mimar           |
| 2017       | Konya Yüksek Hızlı Tren Garı Şantiyesi | İnce İşler Şefi |

### Yabancı Dil

İngilizce

### Yayınlar

Özdemir T., Dinç Kalaycı P. (2019, 19-21 Nisan). *Tüketim Toplumu Bağlamında Terminal Mimarisi Ankara Yüksek Hızlı Tren Garı Örneği*, 3rd International Symposium on Innovative Approaches in Scientific Studies Section: Fine Arts, Design and Architecture, Ankara.

### Hobiler

Yan flüt, yüzme, pilates.



*GAZİ GELECEKTİR..*