

T.C.  
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



ALİŞVERİŞ MERKEZLERİNİN KONUT İŞLEVLİ DÖNÜŞÜM  
POTANSİYELİNİN İRDELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Asude ZARARSIZ

Mimarlık Anabilim Dalı

Mimarlık Tezli Yüksek Lisans Programı

ŞUBAT 2024  
İSTANBUL

T.C.  
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**ALİŞVERİŞ MERKEZLERİNİN KONUT İŞLEVLİ DÖNÜŞÜM  
POTANSİYELİNİN İRDELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Asude ZARARSIZ  
(210016005)  
0009-0008-3820-6588**

**Mimarlık Anabilim Dalı**

**Mimarlık Tezli Yüksek Lisans Programı**

**Tez Danışmanı: Doç. Dr. Özlem BELİR**

**İstanbul 2024**



**T.C.**  
**İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ**  
**Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü**

**Jüri Tez Onay Formu**

22.02.2024

**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ**

Bu çalışma 22.02.2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Mimarlık Anabilim Dalı, Mimarlık (Tezli Yüksek Lisans) Programı Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

**TEZ JÜRİSİ**

**Doç. Dr. Özlem BELİR**

Danışman

İstanbul Gedik Üniversitesi

**Prof. Dr. Mehmet Zafer AKDEMİR**

Üye (İmza)

İstanbul Gedik Üniversitesi

**Dr. Öğr. Üyesi Füsun ÇİZMECİ YÖREŞ**

Üye (İmza)

Yıldız Teknik Üniversitesi

## YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Alışveriş Merkezlerinin Konut İşlevli Dönüşüm Potansiyelinin İrdelenmesi” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını, patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranışımın olmadığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım (22/02/2024).

Asude ZARARSIZ

## ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim boyunca olduğu gibi tez çalışmamın her safhasında öneri ve yardımlarını esirgemeyen, alanındaki engin bilgi birikimi ve tecrübeleri ile çalışmama büyük katkı sağlayan danışman hocam Sayın Doç. Dr. Özlem Belir'e en içten teşekkürlerimi sunarım. Hayatımın her alanında hep arkamda duran, destekleyen, bugünlere gelmemde emeği büyük olan çok kıymetli aileme minnet ve teşekkürlerimi sunarım.

Şubat 2024

Asude ZARARSIZ

---

## İÇİNDEKİLER

### Sayfa

ÖNSÖZ.....	iv
İÇİNDEKİLER .....	v
KISALTMALAR .....	vii
ÇİZELGE LİSTESİ.....	viii
ŞEKİL LİSTESİ.....	ix
ÖZET.....	xii
ABSTRACT .....	xiv
<b>1. GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
1.1 Çalışmanın Amacı ve Kapsamı .....	5
1.2 Çalışmanın Yöntemi.....	6
1.3 Çalışmanın Hipotezi .....	7
<b>2. KENTSEL MEKÂNIN YENİDEN KULLANIMI.....</b>	<b>8</b>
2.1 Kentsel Dönüşüm .....	8
2.2 Kentsel Sürdürülebilirlik .....	12
2.3 Kullanım Dönüşümü Temel Tanım ve Kavramlar.....	13
2.3.1 Uyarlanabilir yeniden kullanım .....	14
2.3.2 Yeniden canlandırma .....	16
<b>3. ALIŞVERİŞ MERKEZİ TARİHSEL GELİŞİMİ VE DÖNÜŞÜMÜ .....</b>	<b>19</b>
3.1 Alışveriş Kavramı ve Eylemi .....	19
3.2 Alışveriş Mekânlarının Tarihsel Gelişimi .....	20
3.3 Dünyada ve Türkiye’de Alışveriş Merkezlerinin Gelişimi .....	26
3.3.1 Alışveriş merkezlerinin sınıflandırması .....	29
3.3.2 Alışveriş merkezlerinin plan şeması.....	38
3.3.3 Türkiye’deki alışveriş merkezlerinin durumu .....	44
3.4 Alışveriş Merkezlerinin Kullanım Ömürlerini Kaybetmelerinin Nedenleri ....	46
3.5 Alışveriş Merkezlerinin Kullanım Dönüşümü ve Önemi .....	59
3.6 Alışveriş Merkezlerinin Kullanım Dönüşümünün Amacı ve Stratejileri.....	61
3.7 Alışveriş Merkezlerinin Konut İşlevli Dönüşümü ve Dönüşüm Stratejileri ....	68
<b>4. KONUT İŞLEVLİ DÖNÜŞEN ALIŞVERİŞ MERKEZİ UYGULAMALARI .....</b>	<b>81</b>
4.1 Westminster Arcade (The Arcade Providence).....	82
4.1.1 Yapının gelişimi .....	82
4.1.2 Yapının plan şeması .....	87
4.1.3 Yapı kimlik kartı.....	90
4.2 Alderwood Mall (Avalon Alderwood Place) .....	92
4.2.1 Yapının gelişimi .....	92
4.2.2 Yapının plan şeması .....	95
4.2.3 Yapı kimlik kartı.....	98
4.3 Prospect Mall (Overlook on Prospect) .....	100
4.3.1 Yapının gelişimi .....	100

4.3.2 Yapının plan şeması .....	102
4.3.3 Yapı kimlik kartı.....	105
4.4 Stonestown Galleria (Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi).....	107
4.4.1 Yapının gelişimi .....	107
4.4.2 Yapının plan şeması .....	111
4.4.3 Yapı kimlik kartı.....	116
4.5 Irondequoit Mall (Skyview Park Apartments) .....	118
4.5.1 Yapının gelişimi .....	118
4.5.2 Yapının plan şeması .....	122
4.5.3 Yapı kimlik kartı.....	125
4.6 Değerlendirmeler.....	126
<b>5. SONUÇ.....</b>	<b>132</b>
<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>137</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>156</b>
<b>Ek-1: Konut İşlevli Dönüşen ve Dönüşümü Planlanan Alışveriş Merkezleri .....</b>	<b>157</b>
<b>Ek-2: Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi'nin Parsel Başına İzin Verilen Arazi Kullanımları.....</b>	<b>160</b>
<b>Ek-3: İstanbul'da Faliyette Olan Alışveriş Merkezleri.....</b>	<b>161</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>164</b>

## KISALTMALAR

<b>ABAG</b>	: Association of Bay Area Governments
<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>AVM</b>	: Alışveriş Merkezi
<b>AYD</b>	: Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği
<b>BTSO</b>	: Bursa Ticaret ve Sanayi Odası
<b>GYODER</b>	: Global Commercial Real Estate Services
<b>ICSC</b>	: International Council of Shopping Centers
<b>JLL</b>	: Jones Lang LaSalle Incorporated
<b>RIHS</b>	: The Rhode Island Historical Society
<b>SACSC</b>	: The South African Council of Shopping Centres
<b>SFSU</b>	: San Francisco State University
<b>TDK</b>	: Türk Dil Kurumu
<b>TESK</b>	: Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu
<b>TÜİK</b>	: Türkiye İstatistik Kurumu
<b>UNESCO</b>	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
<b>URW</b>	: Unibail Rodamco Westfield

## ÇİZELGE LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Çizelge 2.1: Kentsel Alanda Etkili Olan Faktörler .....	10
Çizelge 2.2: Kentsel Bozulmalara Yol Açan Eskime Boyutları .....	11
Çizelge 2.3: Kullanım Dönüşümü Kavramları ve Kapsamı .....	13
Çizelge 3.1: Birleşik Devletler’de Yer Alan Alışveriş Merkezlerinin ICSC (2004) Standartlarına Göre Sınıflandırılması .....	32
Çizelge 3.2: Konut Tipleri .....	69
Çizelge 4.1: Yapının Dönüşüm Öncesi ve Sonrası Kullanım Seçenekleri ve Birimleri .....	90
Çizelge 4.2: Westminster Arcade (The Arcade Providence) Yapı Kimlik Kartı .....	90
Çizelge 4.3: Alderwood Mall (Avalon Alderwood Place) Yapı Kimlik Kartı .....	99
Çizelge 4.4: Prospect Mall (Overlook on Prospect) Yapı Kimlik Kartı .....	106
Çizelge 4.5: Stonestown Galleria’nın Mevcut ve Planlanan Kullanım Seçenekleri ve Birimleri .....	112
Çizelge 4.6: Stonestown Galleria (Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi) Yapı Kimlik Kartı .....	116
Çizelge 4.7: Irondequoit Alışveriş Merkezi’nin Geçmiş Yıllara Göre Durumu .....	120
Çizelge 4.8: Irondequoit Mall (Skyview Park Apartments) Yapı Kimlik Kartı .....	125
Çizelge 4.9: Örneklerin Değerlendirilmesi .....	128
Çizelge 4.10: Konut İşlevli Dönüşüm Kapsamında Alışveriş Merkezi Alan Bütünlüğü İçerisinde Yapılan Müdahaleler .....	130

## ŞEKİL LİSTESİ

### Sayfa

Şekil 3.1: Mısır Döneminde Alışveriş Eylemi.....	20
Şekil 3.2: Piazza del Campo .....	21
Şekil 3.3: Assos Agorası.....	22
Şekil 3.4: Attalos Stoası ve Planı, Atina.....	22
Şekil 3.5: Forum, Roma.....	22
Şekil 3.6: Bon Marche, Paris, Fransa .....	23
Şekil 3.7: Sydney Opera Binası .....	24
Şekil 3.8: İstanbul Kapalı Çarşı, Hava Fotoğrafı.....	24
Şekil 3.9: Milano, İtalya, Vittorio Emanuele II.....	25
Şekil 3.10: Northland Alışveriş Merkezi .....	26
Şekil 3.11: Southdale Center, 1954 .....	27
Şekil 3.12: The Southdale Center'in İç Mekânı .....	28
Şekil 3.13: Galleria Alışveriş Merkezi ve The Galleria .....	28
Şekil 3.14: Stop Shop, Budapeşte.....	34
Şekil 3.15: WestEnd City Center, Budapest.....	34
Şekil 3.16: Alstertal, Hamburg .....	35
Şekil 3.17: Family Center, Győr.....	36
Şekil 3.18: Viaport Asya, İstanbul.....	36
Şekil 3.19: Market Central Ferihegy, Vecses .....	37
Şekil 3.20: Lens Yaşam Merkezi, İstanbul.....	37
Şekil 3.21: Parndorf, Avusturya .....	38
Şekil 3.22: 20.yy Ortalarında İnşa Edilen Alışveriş Merkezlerinin Plan Şemaları ...	41
Şekil 3.23: Alışveriş Merkezi Plan Tipleri: (a) Kartezyen; (b) Halter; (c) Dal/Ağaç; (d) Hibrid.....	41
Şekil 3.24: Kapalıçarşı, İstanbul.....	42
Şekil 3.25: Galeria Alışveriş Merkezi, İstanbul.....	42
Şekil 3.26: Metrocenter, Kanada .....	43
Şekil 3.27: Akmerkez, İstanbul .....	43
Şekil 3.28: Türkiye'de Yıllara Göre Hizmete Açık Alışveriş Merkezlerinin Sayısı ve Toplam Kiralanabilir Alan (TKA) .....	44
Şekil 3.29: Türkiye'de İllere Göre Faaliyette Olan Alışveriş Merkezi Sayısı ve Toplam Kiralanabilir Alan).....	45
Şekil 3.30: İstanbul'daki Alışveriş Merkezlerinin Açılış Yılları.....	45
Şekil 3.31: İstanbul'daki Alışveriş Merkezlerinin Plan Şeması .....	46
Şekil 3.32: Harcama Türlerine Göre Bireylerin Tüketim Harcamasının Dağılımı (%), 2022 .....	48
Şekil 3.33: Alışveriş Merkezlerinde Kiralanabilir Metrekare Alanı Başına Düşen Ciro, 2023 .....	51
Şekil 3.34: Alışveriş Merkezlerinin Ziyaret Sayısı, 2020-2023 .....	51
Şekil 3.35: Eskişehir'de Kullanılmayan Bir Alışveriş Merkezi .....	56

<b>Şekil 3.36:</b> İstanbul'da İnşa Edilen Kullanım Ömrünü Yitiren Alışveriş Merkezlerinin Yıllara Göre Sayısı ve Brüt Kiralanabilir Alanı .....	56
<b>Şekil 3.37:</b> Kullanım Ömrü Sonlanan Alışveriş Merkezlerinin Mekânsal Dağılımı.	57
<b>Şekil 3.38:</b> Town Center ve Yakın Çevre Haritası .....	58
<b>Şekil 3.39:</b> Dönüşüm İçin Satın Alınan Mağazaların Özgün ve Farklı Bir Kullanıma Dönüşüm Oranı .....	64
<b>Şekil 3.40:</b> 100 Oaks Alışveriş Merkezi'nin Dönüşüm Öncesi ve Sonrası İç Mekânı .....	65
<b>Şekil 3.41:</b> ABD'de Yer Alan 153 Alışveriş Merkezinin Karma Kullanımlı ve/veya Perakende Olarak Kullanım Dönüşümü.....	66
<b>Şekil 3.42:</b> ABD'de Yer Alan 153 Alışveriş Merkezinin Yeniden Farklı İşlevlerde Kullanım Oranları .....	67
<b>Şekil 3.43:</b> Büyük Mağazaların Yeniden Geliştirme Kullanımları .....	68
<b>Şekil 3.44:</b> Konut Oluşumunu Etkileyen Faktörler .....	69
<b>Şekil 3.45:</b> Brea Alışveriş Merkezi, 1977 ve Yeniden Canlandırma Projesinin Görsel Çalışması .....	72
<b>Şekil 3.46:</b> Kullanım Dönüşümü Öncesi ve Sonrası, Westminster Alışveriş Merkezi .....	73
<b>Şekil 3.47:</b> Mission Valley West .....	75
<b>Şekil 3.48:</b> Woburn Alışveriş Merkezi .....	76
<b>Şekil 3.49:</b> Woburn Village Vaziyet Planı ve Avalon Woburn'un Fotoğrafı.....	76
<b>Şekil 3.50:</b> Carpenter's Shelter Tarafından Düzenlenen Barınma Merkezinin Ortak Alanı ve Aileler İçin Tahsis Edilen Odası.....	77
<b>Şekil 3.51:</b> Carpenter's Shelter Tarafından Düzenlenen Barınma Merkezinin İç Mekânından Bir Görüntü .....	78
<b>Şekil 4.1:</b> Tespit Edilen Alışveriş Merkezlerinin Sınıflandırması.....	82
<b>Şekil 4.2:</b> Yapı Kimlik Kartının İçeriği .....	82
<b>Şekil 4.3:</b> Westminster Arcade, 1958 .....	83
<b>Şekil 4.4:</b> Westminster Arcade'in Russel Warren'a Ait Olan Plan Çizimleri, 1828.	83
<b>Şekil 4.5:</b> The Arcade Providence, 2016 .....	84
<b>Şekil 4.6:</b> The Arcade Providence .....	84
<b>Şekil 4.7:</b> The Arcade Providence'in Cadde Bağlantısı .....	85
<b>Şekil 4.8:</b> Yapının Konumu ve Yakın Çevresi .....	86
<b>Şekil 4.9:</b> İç Mekânda Yapılan Müdahaleler Sırasında Çekilen Fotoğraflar.....	87
<b>Şekil 4.10:</b> The Arcade Providence'in Kat Planları.....	88
<b>Şekil 4.11:</b> The Arcade Providence'in 3+1 ve Engelli Bireylere Uygun 1+0 Daire Planı.....	89
<b>Şekil 4.12:</b> The Arcade Providence'in Konut Görüntüleri .....	93
<b>Şekil 4.13:</b> Alderwood Alışveriş Merkezi, 1978 .....	93
<b>Şekil 4.14:</b> Alderwood Alışveriş Merkezi Ulaşım Ağı.....	93
<b>Şekil 4.15:</b> Alderwood Alışveriş Merkezi'nin Dönüşüm Öncesi Yerleşim Planı .....	94
<b>Şekil 4.16:</b> 2000'li Yılların Başında Yapılan Yeniden Geliştirme Projesi Öncesi ve Sonrası Alışveriş Merkezinin İç Mekân Planı.....	95
<b>Şekil 4.17:</b> Avolon Alderwood Place .....	95
<b>Şekil 4.18:</b> Avolon Alderwood Place'in Cephe Çizimleri.....	96
<b>Şekil 4.19:</b> Avalon Alderwood Place Vaziyet Planı .....	96
<b>Şekil 4.20:</b> Avalon Alderwood Place Zemin Kat Planı .....	97
<b>Şekil 4.21:</b> Avalon Alderwood Place'in Kesit Çizimi.....	97
<b>Şekil 4.22:</b> Alderwood Alışveriş Merkezi'nin Yeni Girişi.....	98

Şekil 4.23: Avalon Alderwood Place Kat Planları .....	98
Şekil 4.24: Avalon Alderwood Place'in Teras Alanı .....	99
Şekil 4.25: Prospect Alışveriş Merkezi, 1977 .....	100
Şekil 4.26: Prospect Alışveriş Merkezi, 2013 .....	101
Şekil 4.27: Overlook on Prospect Binası .....	101
Şekil 4.28: Overlook On Prospect'in İnşaatından Fotoğraflar, 2013 .....	102
Şekil 4.29: Overlook on Prospect'in Yakın Çevresi .....	102
Şekil 4.30: Overlook on Prospect'in Zemin Kat Planı .....	103
Şekil 4.31: Overlook on Prospect'in Girişi .....	103
Şekil 4.32: Overlook on Prospect'in Kat Planı .....	104
Şekil 4.33: Overlook on Prospect, Konut Planı .....	104
Şekil 4.34: Overlook on Prospect, Daire Görselleri .....	105
Şekil 4.35: Overlook on Prospect, Ortak Kullanım Mekânlarının Görselleri .....	105
Şekil 4.36: Stonestown'un Havadan Görünümü, 1957 .....	107
Şekil 4.37: Stonestown Galleria'nın Fotoğrafları .....	108
Şekil 4.38: Stonestown Galleria'nın Konumu .....	109
Şekil 4.39: Önerilen Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi .....	110
Şekil 4.40: Önerilen Proje Sahası .....	112
Şekil 4.41: Mevcut Deneyimlerin Kamusal Alana Yayılımı .....	114
Şekil 4.42: Proje Kapsamında Önerilen 20. Avenue Cadde Tasarımı .....	114
Şekil 4.43: Proje Kapsamında Önerilen Açık Alan Ağı .....	115
Şekil 4.44: Proje Kapsamında Önerilen Açık Alan Tasarımı .....	115
Şekil 4.45: Proje Kapsamında Önerilen Cadde ve Açık Alan Ağı .....	116
Şekil 4.46: Irondequoit Alışveriş Merkezi, 1990 .....	118
Şekil 4.47: Irondequoit Alışveriş Merkezi'nin Kat Planı .....	119
Şekil 4.48: Irondequoit Alışveriş Merkezi, 2014 .....	119
Şekil 4.49: Irondequoit Alışveriş Merkezi'nin Konumu .....	122
Şekil 4.50: Skyview Park Apartments .....	123
Şekil 4.51: Skyview Park Apartments, Konut Kat Planı .....	123
Şekil 4.52: Skyview Park Apartments, Rekreasyon Alanları .....	124
Şekil 4.53: Skyview Park Apartments, Engelli Bireylere Uygun 1+1 Konut .....	124

## ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİN KONUT İŞLEVLI DÖNÜŞÜM POTANSİYELİNİN İRDELENMESİ

### ÖZET

Bu çalışma kapalı durumda olan veya çoğunlukla köhneleşme sürecine girmiş boş mekânlardan oluşan alışveriş merkezlerinin kamu yararına ve kentin kimlik değerlerinin korunabilmesi için kullanım dönüşümüne uğraması gerektiği, kullanım dönüşümü stratejilerinin konut ihtiyacı sorununa bir çözüm üretilebilmesi bağlamında değerlendirilebileceği ve böylelikle kentsel çevrenin sürdürülebilir olmasında rol oynayabileceği düşüncesini temel almaktadır.

Özellikle son yıllarda çeşitli ülkelerde konut arzının karşılanamama sorununa bağlı olarak ortaya çıkan konut ihtiyacının tartışılan bir konu haline geldiği görülmektedir. Araştırma sırasında bu konuda bir çözüm üretilebilmesi için kapalı durumda veya köhneleşme sürecine girmiş birçok alışveriş merkezinin konut işlevli dönüştürüldüğü ve bu yeniden işlevlendirme uygulamalarında en yaygın olarak uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma yöntemlerinin tercih edildiği tespit edilmiştir. Kullanım dönüşümüne ihtiyaç duyan alışveriş merkezlerinin konut olarak yeniden işlevlendirilmesine yönelik uygulanan müdahale yaklaşımlarını ve bu dönüşümün yapının niteliklerine ve plan şemasına olan etkilerini ortaya çıkarmak çalışmanın amaçlarından biridir.

Çalışmada kentsel dönüşüm, kentsel sürdürülebilirlik ve kullanım dönüşüm kavramları irdelenmiş ve kullanım dönüşümü kapsamında yapı ölçeğine ve/veya alanına yapılabilecek müdahale yöntemleri kavramsal araştırma yöntemi ile araştırılarak mimariye olan yansımaları açıklanmıştır. Çalışmada alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşümünü anlamak önemli görülmektedir. Bu doğrultuda çalışmada alışveriş, alışveriş eylemi, uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma kavramları irdelenmiş, alışveriş merkezi yapı tipolojisinin ortaya çıkmasında etkili olan alışveriş mekânlarının tarihsel gelişimi, yapı tipolojisinin Dünya'daki ve Türkiye'deki gelişimi, bu yapıların plan şeması, sınıflandırması kullanım ömrünü kaybetmesinin nedenleri, kullanım dönüşümünün önemi, amacı ve stratejileri açıklanmıştır. Çalışmada Türkiye'de faaliyette olan alışveriş merkezi stoğu irdelenmiş ve bu yapı tiplerinin konut işlevli dönüşüm potansiyeli İstanbul'da tespit edilen faaliyette olan alışveriş merkezlerinin plan şemaları üzerinden irdelenmiştir.

Çalışmada tespit edilen uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma kapsamında konut işlevli dönüşüm veya dönüşümü planlanan farklı dönüşüm alanlarına ve müdahale yaklaşımlarına sahip beş alışveriş merkezi mekânsal analiz yöntemi ile incelenmiştir. Analiz sonucunda uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında iç mekânda müdahale, kütleye düşeyde müdahale, çatıya yapılan müdahale ve cepheye yapılan müdahale olmak üzere dört farklı müdahale yaklaşımı tespit edilmiştir. Yeniden canlandırma kapsamında ise kütleye ve alana yatayda müdahale, alana yatayda müdahale, erişilebilirliği artırmaya yönelik müdahale olmak üzere üç farklı müdahale yaklaşımı ortaya koyulmuştur. Alışveriş merkezi alan bütünlüğü içinde iç

mekân birimleri, büyük mağazanın arazisi, çatı yüzeyi, otopark alanı ve büyük mağaza binalarının dönüşüme uğradığı tespit edilmiştir. İncelenen örneklerde konut işlevli dönüşüm sonrası yapı tipolojisinin, yapının fiziksel yapılanmasının, sınıflandırmasının ve/veya plan şemasının değiştiği tespit edilmiştir.

Çalışma kapsamında alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşüm projelerinde uygun fiyatlı konut, çok aileli konut, yaşlı ve engelli bireylere uygun konut ve geçici konut üretimi stratejileri oluşturulduğu, bu projelerin öğrencilerin, kalabalık ailelerin, engelli, yaşlı, bekâr ve dar gelirli bireylerin kiralık ve satılık konutlara erişiminde rol oynadığı ve bu dönüşümün kentsel sürdürülebilirliğe faydalarından bahsedilmiştir. Ayrıca devletin kiralık sosyal konut politikası kapsamında önümüzdeki dönemlerde hayata geçirilmesi planlanan uygulamalarında atıl durumunda olan alışveriş merkezlerinin değerlendirilmesinin önemine değinilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** *Alışveriş Merkezi, Kentsel Sürdürülebilirlik, Konut, Kullanım Dönüşümü,*



## **INVESTIGATION OF THE POTENTIAL FOR THE CONVERSION OF SHOPPING CENTRES INTO HOUSING FUNCTIONS**

### **ABSTRACT**

This study is based on the idea that shopping centers, which are closed or are mostly empty spaces that have entered the process of obsolescence, should undergo a transformation of use for the public good and to preserve the identity values of the city, and that transformation of use strategies can be evaluated in the context of producing a solution to the housing need problem and thus play a role in the sustainability of the urban environment.

Especially in recent years, it is seen that the need for housing, which has emerged in various countries due to the problem of unmet housing supply, has become a debated issue. During the research, it was determined that in order to find a solution to this issue, many shopping centers that are closed or in the process of deterioration have been converted into housing, and adaptive reuse and revitalization methods are most commonly preferred in these re-functioning practices. One of the aims of the study is to reveal the intervention approaches applied for the re-functioning of shopping centers in need of transformation of use as housing and the effects of this transformation on the qualities and plan scheme of the building.

In the study, the concepts of urban transformation, urban sustainability and transformation of use are examined and the methods of intervention that can be made to the building scale and/or area within the scope of transformation of use are investigated by conceptual research method and their reflections on architecture are explained. In the study, it is considered important to understand the transformation of shopping centers with residential functions. In this direction, the concepts of shopping, shopping action, adaptive reuse and revitalization are examined, the historical development of shopping spaces that are effective in the emergence of the shopping center building typology, the development of the building typology in the world and in Turkey, the plan scheme, classification of these buildings, the reasons for the loss of service life, the importance, purpose and strategies of the transformation of use are explained. In the study, the stock of shopping malls in operation in Türkiye is examined and the potential for the transformation of these building types into residential functions is examined through the plan schemes of the shopping malls in operation in İstanbul.

Within the scope of adaptive reuse and revitalization identified in the study, five shopping centers with different transformation areas and intervention approaches that have been transformed or planned to be transformed into residential functions were examined by spatial analysis method. As a result of the analysis, four different intervention approaches were identified within the scope of adaptive reuse: intervention in the interior space, vertical intervention to the mass, intervention to the roof and intervention to the facade. Within the scope of revitalization, three different intervention approaches were identified: horizontal intervention in the mass and area, horizontal intervention in the area, and intervention to increase accessibility. Within

the shopping center area integrity, it was determined that the interior units, the land of the department store, the roof surface, the parking area and the department store buildings were transformed. In the analyzed examples, it was determined that the building typology, physical structuring, classification and/or plan scheme of the building changed after the transformation with residential function.

Within the scope of the study, it has been mentioned that in the transformation projects of shopping malls with residential functions, strategies for affordable housing, multi-family housing, housing suitable for elderly and disabled individuals and temporary housing production have been created, that these projects play a role in the access of students, crowded families, disabled, elderly, single and low-income individuals to rental and for-sale housing and the benefits of this transformation to urban sustainability. In addition, the importance of utilizing idle shopping malls in the upcoming implementations of the state's social housing for rent policy was mentioned.

**Keywords:** *Housing, Shopping Center, Urban Sustainability, Usage Conversion*



## 1.GİRİŞ

Kentsel mekânlar insanların çevrelerinde yer alan yapı bileşenleri ve tanımlı açık alanlar ile etkileşim içerisinde bulunmasına olanak sağlayan, toplumsal dinamiklerin geliştirildiği kültürel miras değerine sahip alanlardır (Kıral, 2020). Toplumsal ve kentsel çevrenin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için kentsel mekânların yaşam döngüsü sürecinde karşılaştığı sorunlara çözüm üretebilmek önemlidir. 19.yy.da gelişmekte olan ülkelerde görülen hızlı sanayileşme ve nüfus artışı düzensiz bir kentsel büyüme yaşanmasına sebebiyet vermiştir. Endüstriyellemenin etkisiyle kentsel planlama ve yapılanma sorunları ortaya çıkmış, İkinci Dünya Savaşı sırasında muharebe ortamında bulunan Batı ve Orta Avrupa ülkelerinin kentsel alanlarında bozulmalar meydana gelmiş, bu bozulmaları ortadan kaldırmak amacıyla kentler yeniden planlanma sürecine girmiştir. Bu dönemde aynı zamanda toplumun barınma gereksiniminin karşılanabilmesi için sosyal konut üretimi uygulanmaya başlanmıştır. 19.yy.da kentsel alanların toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel değişimlerine uyum sağlayamamasından ve buna bağlı olarak kentsel ölçekte atıl kalmış alanlara dönüşen yapıların sayısının artması gibi sorunların ortaya çıkması kentsel gerilemeye sebebiyet vermiştir. Bu sorunlara çözüm üretebilmek için kentsel alanlarda yenileme, iyileştirme ve canlandırma stratejileri geliştirilmiş ve böylelikle kentsel dönüşüm kavramı ortaya çıkmış ve kentsel dönüşüm stratejileri ile birlikte sürdürülebilirlik kavramı tartışılan bir konu haline gelmiştir (Akkar, 2006).

Kentsel sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için toplumsal çevrenin gelişim halinde olması gereklidir. İnsanların toplumsal çevrede bir sosyal denge içinde yaşayabilmesi önemlidir. Bireylerin sosyal denge eşliğinde bir yaşam standardına sahip olabilmesi en temel ihtiyaçlardan biri olan barınmanın karşılanabilmesine bağlıdır. Konuta erişilebilirlik sorununun artması toplumsal gelişmeyi engellemektedir. Ülkemizde son altı yıldır öğrenciler, yaşlılar, dar geliri ve bekâr bireyler barınma sorunu yaşamaktadır. Özellikle İstanbul gibi büyük kentlerde konut

piyahasında öngörülemez bedel artışları tartışılan bir konu haline gelmiştir. Konut piyasasında arz ve talep dengesizliği nedeniyle konut satış ve kira bedellerinde spekülâtif fiyat hareketleri oluşmuştur. Bu durumun temel nedeni kentsel rantın büyümesidir. Kentsel rantın büyümesi konut satın alınabilirliğini giderek zorlaştırmaktadır. Nüfus artışı, göç hareketleri, hızlı kentleşme, enflasyon ve kredi faiz oranlarının artışı ve gelir adaletsizlikleri gibi sosyal, ekonomik ve mimari temelli nedenlerden dolayı konut satış ve kira fiyatları sürekli olarak artma eğilime girmektedir. Bu bedellerin yükselmesi özellikle alt gelir ve orta gelir grubuna sahip konut sakinlerinin yaşam kalitesinin düşmesi anlamına gelmektedir. Ülkemizde ortaya çıkan konut sorununun bir diğer nedeni devletin konut politikaları kapsamında henüz kiralık sosyal konut üretiminin gerçekleştirilememesidir (Akalin, 2018).

Kira fiyatlarının artması hane halkının harcayabileceği ve tasarruf edebileceği gelirin düşmesine neden olmaktadır. Ülkemizde konutların gözlemlenebilen özelliklerinin zaman içinde kontrol edilerek, kalite etkisinden arındırılmış fiyat değişimlerini izlemek amacıyla hesaplanan Hedonik Konut Fiyat Endeksi'ne (HKFE) göre, konut endeksi 2018 Aralık ayında 226,52 seviyesindeyken 2023 Aralık ayında yaklaşık %400 artarak 1163,2 seviyesine ulaşmıştır (TCMB, 2024). İstanbul'da ise HKFE'e göre 2018'de 269,65 olan konut endeksi 2023 yılında 978,3'e ulaşarak yaklaşık %360 artmıştır (TCMB, 2024). Bu veriler son altı yılda konut fiyatlarında hızlı bir artış olduğunu ortaya koymaktadır. Endeksa verilerine göre, Türkiye genelinde 2018'de ortalama konut kira bedeli 1.456 TL' iken 2023'de %1200 artış göstererek ortalama konut kirası 17 bin 594 TL' olmuştur (Endeksa, 2019; Endeksa, 2024). Ülkemizde genellikle dar gelirli öğrenciler, bekâr ve yaşlı bireyler kira bedeli ödeyerek bir konutta barınabilmektedir. Bu bireylerin konuta erişilebilirliğinin azalmasında etkili olan faktörlerden biri 2018 ile 2023 yılları arasında konut kira fiyatlarının hızlı artışıdır. Türkiye İstatistik Kurumu'na göre, 2023 yılında en düşük gelire sahip %20' lik grubunun toplam gelirden aldığı pay 2018 yılına göre 0,3 puan azalarak %5,9'a düşmüştür (TÜİK, 2024). Son yıllarda devlet tarafından konut kira fiyatlarının hızlı artışına yönelik "konut kira sınırlaması getirmek" gibi bazı politikalar uygulanmaktadır. 1 Temmuz 2024'e kadar, konut kiralarda uygulanacak kira artışı %25 olacak şekilde sınırlama getirilmiştir (Resmi Gazete, 27836). Yukarıda paylaşılan veriler ve devletin konut piyasasına olan müdahalesi Türkiye'de kiralık sosyal konut üretiminin gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Yerel yönetimlerin konut piyasasına olan müdahale araçlarından biri sosyal konut üretimidir. Sosyal konutlar yoksul veya dar gelirli bireylerin barınma gereksinimlerini karşılayabilecek standartlaştırılmış, asgari boyut ve nitelikte, uygun fiyatlı olan konutlardır (Kömürlü, 2006). Sosyal konut üretimi serbest konut piyasasında oluşan arz ve talep dengesizliğinin giderilebilmesine bir çözüm olmaktadır. Mülkiyeti devlete ve belediyelere ait olan bu konutlar yerel yönetimlerin belirlediği şartları taşıyan kişiler tarafından satın alınmakta veya kiralanmaktadır. Hollanda, İngiltere, Avusturya'da kiralık sosyal konut politikaları uygulanmaktadır (Akalin, 2018). Dünya genelinde en fazla kiralık sosyal konut stoğu bu ülkelerde bulunmaktadır (Cahill, 2014: 5). Hollanda'da 2012 yılı konut araştırma raporuna göre, ülkenin kiralık sosyal konutları kiralık konutların %80'ini, konut arzı stoğunun ise %32'ini oluşturmaktadır (Investing in the Dutch Housing Market, 2014: 14-15). Avusturya'da her kiralık sosyal konut tipinin hedef kitlesi farklıdır, işçi sınıfına ve dezavantajlı gruplara belediye tarafından sunulan konutlarda öncelik verilmektedir (Akalin, 2018). Çin'de ise hedef kitle yeni mezun öğrenciler ve göçmen işçiler gibi özellikli gruplardan oluşmaktadır. Kiralık sosyal konutlarda çoğunlukla alt gelir grubuna dâhil, bekâr, göçmenler, öğrenci, yaşlı bireyler ve çekirdek aileler barınmaktadır (Elsinga ve Wassenberg, 2007). Ülkemizde kiralık sosyal konutların üretimi bu toplulukların daha rahat ve konforlu bir yaşam sürebilmesi için önemlidir. Kiralık sosyal konut üretimi konuta erişilebilirliği arttıracaktır ve böylelikle toplumsal çevrenin sürdürülebilir olmasında önemli rol oynayacaktır.

Toplumsal çevrenin sürdürülebilirliği kullanım ömrünü yitiren kentsel alanların yeniden işlevlendirilmesi ile de sağlanabilmektedir (Kincaid, 2002, 93). Yeniden işlevlendirme kullanım özelliklerini kaybetmiş olan yapılara yapısal özelliklerinin korunarak yeni bir kullanım kazandırma işlemidir. İşlevsel özelliklerini kaybeden kentsel alanların kullanım dönüşümüne uğraması, toplumsal çevrenin gelişimine fayda sağlamak ve gelecek nesiller için sürdürülebilir kentlerin oluşturulmasına olanak sağlamaktadır. Bu alanlardan biri olan alışveriş merkezleri ortaya çıktığı dönemden günümüze kadar tüketim kültürünün önemli bir parçası olmuştur. Alışveriş merkezleri, teknolojik, bilim, ekonomik, kültürel ve toplumsal gelişmelere bağlı olarak insanoğlunun hayatında temel eylem ve ihtiyaçlarını barındıran sosyo-mekânsal yapılardır. 1960'larda ortaya çıkmasından sonra dünyada hızlı bir şekilde yayılma gösteren bu yapı tipleri kentsel çevrede birer "simge" haline

dönüşmüştür. Dolayısıyla bu yapı tipleri mimari miras bağlamında toplumsal hafızada bir belge niteliği taşımaktadır. Bu yapılar zaman içinde kent düzleminde çoğunlukla boş mekânlardan oluşan veya atıl durumunda olan yapılara dönüşebilmektedir. Bir yapının kullanım sürekliliğini devam ettirebilmesi kent ölçeğinde önemli bir ölçüt olarak görülmektedir (Önce, 2021). Dolayısıyla alışveriş merkezlerinin kullanım ömrünü devam ettirebilmesi kent belleğinde büyük önem taşımaktadır. Bu yapıların işlevsel özelliklerini yerine getiremiyor veya toplumun tüketim ihtiyacını karşılamakta zorlanıyor olması kentler için önemli bir sorun teşkil etmektedir. Ekonomik, sosyal, teknolojik, yönetsel ve mimari etkenler ve pandemi nedeniyle köhneleşme sürecine giren veya kapalı durumda olan alışveriş merkezlerinin kentsel sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için bir dönüşüme ihtiyacı vardır. Kentsel sürdürülebilirlik gerçekleşen dönüşüm uygulamaları ile mümkündür. Özellikle karakteristik özelliklerini kaybetmeye başlayan alışveriş merkezlerinin kentin kimlik değerine olan etkilerinin kaybolma tehlikesine girmeden kullanım dönüşümüne uğraması kentsel sürdürülebilirliğin sağlanmasına fayda sağlayacaktır. Bu durumda olan alışveriş merkezlerinin kentsel ve toplumsal çevreye olan zararlarını yeniden işlevlendirme uygulamalarıyla engellemek mümkündür. Yeniden işlevlendirme, kullanım özelliklerini yerine getiremeyen alışveriş merkezlerinin kent ve toplum yararına özgün işlev dışında farklı bir kullanım seçeneğine dönüştürülmesi için kullanılan bir uygulama yöntemidir. Bu bağlamda özellikle ABD’de olmak üzere dünyanın çeşitli ülkelerinde mevcut yapı ve alan stokunun korunmasını destekleyen farklı yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma bu yaklaşımlar içerisinde en yaygın olarak uygulanan ve kentsel çevrenin sürdürülebilir olmasını sağlayan koruma yöntemlerindedir. Kullanım ömrünü tamamlamış alışveriş merkezleri mimari miras ve kültürel yapının bileşenleri olarak kent düzleminde fiziksel varlığına devam etmektedir. Bu durumda olan alışveriş merkezlerinin kent ve toplumsal hayata kazandırılması konuları önemlidir. İhtiyaçlara cevap veremeyen alışveriş merkezlerine yeni faaliyetler, işlevler ve eylem planları uygulanarak kentsel sürdürülebilirlik bağlamında toplumsal dinamiklere adapte olması sağlanabilir. Bu çalışma, yapı kimliği kaybolma tehlikesinde olan alışveriş merkezlerinin kentsel sürdürülebilirlik bağlamında kullanım dönüşümüne uğraması gerektiği düşüncesini temel almaktadır.

## 1.1 Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

İşlevsel özelliklerini yerine getiremediği için kent içerisinde atıl durumda alanlara dönüşen alışveriş merkezleri ve konut talebi ve konut arzı arasındaki dengenin iyi kurulamamasından kaynaklı olarak ortaya çıkan konut ihtiyacı kentsel ve toplumsal bir problemdir. Yapılan araştırmalar sonucu konut sorununa bir çözüm olması ve alışveriş merkezlerinin durumunu iyileştirmek için farklı ülkelerde olmak üzere yeniden işlevlendirme projesi kapsamında uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma uygulamalarının yapıldığı saptanmıştır. Alışveriş merkezlerinin yeniden işlevlendirme kararları kapsamında konut kullanımlı olarak hayata geçirilmesi bu çalışmanın konusunu belirlemiştir. Bu bağlamda uygulanan veya planlanan çözümlerin ve mimarlık faaliyetlerinin ortaya çıkarılması çalışmanın amaçlarındandır. Mevcut bir alışveriş merkezinin konut olarak yeniden projelendirilmesi bir dönüşümsel planlama yöntemidir. Çalışmada kullanılan mekânsal analiz yöntemi ile uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma projelerinde yer alan alışveriş merkezi-konut yapı ve kullanım ilişkisinin yapının plan şemasına ve niteliklerine olan etkilerini irdelemek ve böylelikle mevcut yapıya uygulanan müdahale yaklaşımlarını ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır.

Günümüzde atıl durumda olan ve konum olarak köhneleşen bu yapılarının konut kullanımına dönüştürülerek kente geri kazandırılması ve toplumsal yaşamda yeniden değer kazanması konuları önemlidir. Bu bağlamda işlev dönüşümünün amacı, önemi ve oluşturulan stratejilerin araştırılması çalışmanın amaçlarındandır. Yapılan gözlem ve literatür araştırması sonucu ülkemizde bir alışveriş merkezinin bahsedilen dönüşüm uygulamaları kapsamında konut işlevine dönüştüğü veya dönüşümü planlanan herhangi bir projeye rastlanılmamıştır. Bu bağlamda çalışma ülkemizde atıl durumda olan alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşüm projelerinin gerçekleşmesine katkı sağlayacaktır.

### Araştırma Soruları

1. Alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşümünün önemi, amacı ve bu doğrultuda oluşturulan projelerde uygulanan veya planlanan stratejiler nedir?
2. Eklenen konut işlevinin yapının niteliklerine ve plan şemasına olan etkileri nedir?
3. Alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşüm uygulamalarında yapının alan bütünlüğü içinde hangi alanlar dönüşüme uğramaktadır?

4. Alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşüm projelerinde hangi müdahale yaklaşımları vardır?
5. Alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşümünün kentsel sürdürülebilirliğe faydaları nedir?

## 1.2 Çalışmanın Yöntemi

Çalışmaya araştırma konusunun belirlenmesiyle başlanmıştır. Çalışmanın konusu bağlamında kavramsal ve tarihsel araştırma yapılmış ve böylelikle kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Çalışmanın kapsamı ve amacı doğrultusunda yapılan literatür taraması ile araştırma konusuna yönelik veriler toplanmıştır. Toplanan veriler sonucu araştırma konusunun örnek yapılar üzerinden açıklanması hedeflenmiştir.

Yazılı ve görsel kaynaklar incelenerek yapılan çalışmada, dünyanın farklı ülkelerinde olmak üzere alışveriş merkezi olarak açılan ve uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma kapsamında konut işlevli dönüşüme uğrayan veya dönüşümü planlanan örnekler tespit edilmiştir. Bu örneklerin ismi, açılış tarihi ve proje müelliflerinin bilgileri bir çizelgede listelenmiştir. Çalışmada ABD’de farklı dönüşüm alanlarına ve müdahale yaklaşımlarına sahip toplam beş alışveriş merkezi seçilmiştir. Seçilen örneklerin gelişimi, plan şeması, vaziyet veya kat planları ve fotoğrafları irdelenmiştir. Çalışmada mekânsal analiz yöntemi uygulanarak incelenen yapıların vaziyet veya kat planları diyagramlarla ifade edilmiş ve böylelikle yapıların dönüşüm öncesi ve sonrası plan şemaları ortaya koyulmuştur. Ülkemizde bu yapı tiplerinin konut işlevli dönüşüm potansiyeli İstanbul’da tespit edilen faaliyette olan alışveriş merkezlerinin plan şemaları üzerinden irdelenmiştir.

Her bir yapı için ayrı hazırlanmak üzere, yapı kimlik kartı olarak isimlendirilen tablolar hazırlanmıştır. Yapı kimlik kartlarının içeriği; plan şemalarından, yazılı ve görsel çalışmada ve proje müellifleri ile yapılan görüşmelerde elde edilen bilgilerden oluşmaktadır. İncelenen örneklerde uygulanan veya planlanan müdahale yaklaşımları, proje alanları, yapının özgün niteliklerinde ve plan şemasında gözlemlenen bulgular 4.6 değerlendirme bölümünde ortaya koyulmuştur. Sonuç bölümünde literatür araştırması ve çalışma alanında elde edilen veriler birlikte değerlendirilmiştir.

### 1.3 Çalışmanın Hipotezi

Bu çalışma, alışveriş merkezlerinin uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma yöntemleri ile konut işlevli dönüşümünü, önemini, amacını ve bu bağlamda oluşturulan çözümleri ortaya koymaktadır. Çalışmada alışveriş merkezi alan bütünlüğü içinde hangi alanların dönüşüme uğradığı, bu alanların ne tür müdahaleler ile konut işlevine sahip olduğu, konut kullanımının yapının niteliklerine ve plan şemasına olan etkileri araştırılmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın hipotezi; “Alışveriş merkezlerinin uyarlanabilir yeniden kullanım ve/veya yeniden canlandırma kapsamında konut işlevli dönüşümü yapının plan şemasını ve niteliklerini etkilemekte ve birbirinden farklı müdahale yaklaşımlarını ortaya çıkarmaktadır” olarak ifade edilebilir.

## 2. KENTSEL MEKÂNIN YENİDEN KULLANIMI

Bu bölümde kentsel dönüşüm, kentsel sürdürülebilirlik ve kullanım dönüşümü kavramlarının tanımı ile kentsel mekânlarda müdahale biçimlerine yönelik dönüşüm yaklaşımları irdelenecektir. Bu mekânlardan biri olan alışveriş merkezlerinde en yaygın olarak uygulanan uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma stratejileri ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

### 2.1 Kentsel Dönüşüm

Kentsel dönüşüm 19.yy.da kentsel alanların ekonomik ve sosyo-kültürel bağlamda şehir içerisinde atıl alanlara dönüşmesi sonucunda yeniden canlandırma müdahalelerinin ortaya çıkmasıyla tartışılan bir konu haline gelmiştir. Endüstriyelleşme ile birlikte düzensiz kentsel planlama ve yapılanma sorunları ortaya çıkmış, İkinci Dünya Savaşı sonrası ise kentsel alanlar büyük ölçüde yıkıma uğramıştır. 19.yy.da bu iki faktör kentsel alanların yeniden onarılması, iyileştirilmesi, yenilenmesi, planlanması, yapılanması ve canlandırılması için etkili olmuş, böylelikle kentsel dönüşüm kavramı ortaya çıkmıştır (Akkar, 2006).

Endüstri Devrimi sonrası yaşanan teknolojik ve ekonomik gelişmeler yeni gereksinimlerin önünü açmış, dökümhaneler, fabrikalar, depolar gibi farklı endüstriyel yapı türlerine geçiş yaşanmıştır. Bu dönemde kentsel alanlar hızlı bir yeniden planlanma ve yapılanma sürecine girmiş, böylelikle yeni kentler ortaya çıkmıştır. Zaman içinde fabrikaların yer aldığı banliyö alanlarına konutlar inşa edilmiş, bu alanlarda yeni iş imkânlarının da ortaya çıkmasıyla nüfus artışı olmuştur. Hızlı nüfus artışı bu bölgede sosyal konutların artmasını tetiklemiştir. Bu yapıların inşa edilmesiyle şehirler kentsel kimlik ve doku değişikliğine uğramıştır. Zaman içinde geleneksel endüstri ilişkilerinde ve iş gücü piyasasında büyük değişimler yaşanmış, köhneleşen fabrikalar kapatılmaya başlamıştır. Mevcut kentsel alanlar ise yeni teknolojik ve ekonomik temellerine ve gelişmelerin ihtiyaçlarına uyum sağlayamadığından dolayı dönüşüm sürecine girmiştir. Hızlı sanayileşme ve nüfus artışı kentsel sorunları da beraberinde getirmiş, düzensiz bir kentsel büyüme

yaşanmasına neden olmuştur. Şehir merkezinden uzak alanlarda konumlanan konut ve fabrikalar ile birlikte bu alanlarda yeni iş fırsatlarının da ortaya çıkması ile şehir merkezleri ve çevresinde hem sosyal hem de ekonomik olarak bir gerileme yaşanmıştır. Sonuç olarak; 19.yy.da hızlı sanayileşmenin ve nüfus artışının olması düzensiz kentsel planlanma ve yapılanmaya neden olmuştur (Yalçıntaş, 2008).

19.yy.ın sonlarına doğru ülkemizde kırsal alanlarda iş imkânlarının az olmasından dolayı işsizlik artmış ve şehir merkezlerine doğru göç hareketi yaşanmıştır. Böylelikle şehir merkezlerinde nüfus hızlı bir artış göstermiştir. Bu durum konut yetersizliği, altyapı ve yetersiz imar politikaları gibi bazı sorunların doğmasına neden olmuştur. Hızlı nüfus artışı ve konut stoğunun yetersizliği sorunları şehir merkezinden çeperlere doğru gecekondulaşmanın artmasına neden olmuştur. Düzensiz kentsel planlama ve yapılaşma sorunları fiziksel çevrenin gelişimini ve toplumsal gelişmeyi engellemiştir. Bu bağlamda iyileştirme çalışmaları geliştirilmiş ve sağlıklı kentleşme için stratejiler üretilmiştir (Hosseini, 2013). Ülkemizde çok partili dönemde ortaya çıkan yeni imar politikaları ile kentsel ölçekte yeniden planlanma ve yapılanma uygulama çalışmaları önemsenmiş ve hız kazanmıştır (Aydınlı ve Turan, 2012).

Kentsel dönüşüm ülkenin veya bölgenin sosyo-kültürel, teknolojik ve ekonomik dinamiklerinde yaşanan değişimlerinin kullanıcıya ve mekânsal bağlama olan etkilerinin ortaya çıkmasından kaynaklanmaktadır. Ekonomik olarak gelişmiş olan ülkelerde geleneksel endüstri ilişkilerinde iş gücü kaynaklarının ortadan kalkması, ticari gayrimenkullerin kullanılmaması ve dolayısıyla kentsel çevrede fiziksel bozulmaların yaşanması kentsel dönüşüme neden olmaktadır. Kentsel gerileme, nüfus ve gayrimenkul değerlerinin azalmasından, kullanılmayan veya terk edilen mülklerin sayısında artış yaşanmasından, toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel değişimlerine cevap verilememesinden ve buna bağlı olarak sorunların artmasından kaynaklanabilmektedir. Dolayısıyla gelişmekte olan ülkelere göre gelişmiş ülkeler kentsel gerileme kapsamında daha yoğun tehdit altındadır (Us, 2020).

Kentsel alanlar iletişim, yaratıcılık ve yenilik faaliyetlerinin gerçekleştirildiği kültürel mirasın merkezleridir (Yalçıntaş, 2008). Bu alanlar bir ülkenin veya bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel demografiklerinin belirlenmesinde rol oynamaktadırlar. Bu sebeple kentsel alanların yaşamlarını sürdürebilmek için karşılaştığı sorunlara çözüm üretebilmek önemlidir. Toplumun değişen ihtiyaçlarına uyum sağlayabilmek için kentsel alanların çoğunda dönüşüm ve gelişim süreçleri yaşanmaktadır. Tarih

boyunca kentsel alanların dönüşümüne ilişkin; yeniden geliştirme (redevelopment), iyileştirme (rehabilitation), yeniden canlandırma (revitalization), uyarlanabilir yeniden kullanım (adaptive reuse) ve diğer çeşitli müdahale stratejileri uygulanmıştır (Us, 2020). Kentsel alanların dönüşümüne ve gelişimine yönelik stratejilerin oluşturulması için bu alanlarda gerilemeye neden olan faktörleri tespit etmek önemlidir. Kentsel alanlarda etkili olan faktörler ekonomik, politik, teknolojik, sosyo-kültürel ve mimari ve planlama kapsamında Çizelge 2.1’de değerlendirilmiştir.

**Çizelge 2.1: Kentsel Alanda Etkili Olan Faktörler**

<b>KAPSAM</b>	<b>KENTSEL ALANDA ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER</b>
Sosyo-Kültürel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bölgenin ekonomik, sosyal, mimari ve diğer birçok gelişmelerinden kaynaklı olarak dönüşüme uğrayan kentsel alanlar hakkında toplumların sahip olduğu; görüş, davranış, talep ve ihtiyaçlarında yaşanan değişimler</li> <li>- Bölgede sosyal olarak toplumsal kutuplaşmanın yaşanması ve suç oranının artması</li> <li>- Yerel halkın aidiyet hissini kaybetmesi ve alandan ayrılması</li> <li>- Kullanıcı profiline bağlı olarak alanda aidiyet hissini yaşamayan toplulukların yer alması</li> <li>- Tarihi dokunun korunamaması</li> <li>- Kentsel çevrede yer alan mevcut yapıların yıkım ve tadilat gibi müdahalelerden zarar görmesi</li> </ul>
Ekonomik	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teknolojik gelişmelere, üretim faaliyetlerindeki değişimlere ve alanda yaşayan toplulukların gelir durumuna bağlı olarak ticaretin azalması</li> <li>- Gayrimenkul değerlerindeki artış gibi çeşitli kentsel mekânların ve arazilerin piyasa değerlerinde artış eğilimleri</li> <li>- İş olanaklarının sağlanamaması veya iş alanlarında yetersizlik</li> <li>- Nüfus artışının etkisiyle şehir sınırlarına doğru ticaret alanlarına olan talebin artması</li> </ul>
Mimari ve Planlama	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nüfus artışının olması ile şehir sınırlarında yeni yapılaşmanın artması</li> <li>- Bina stoğunun tespiti ve kullanılmayan kentsel alanların kaldırılması, yerine ihtiyaç görülen kullanım seçeneklerinin tespit edilmesi</li> <li>- Ulaşım sistemlerindeki değişiklikler ve yenilikler</li> <li>- Kentsel alanda altyapı ve erişebilirlik</li> <li>- Kentsel alanın geliştirilmesine yönelik aksiyon ve müdahalelerdeki özel gereksinimlilik</li> <li>- Özel ve kamu kuruluşlarının, ticari mülklerin kentsel çevrenin gelişimine olan etkisi ve yer seçim kriterlerinin irdelenmesi</li> <li>- Doğal afetler</li> <li>- Binaların zamanla yapısal ömrünü yitirmesi</li> <li>- Kullanım dönüşümüne uğrayan bir yapının, yapı grubunun veya alanın farklı işlevler arasındaki uyumu</li> <li>- Bu alanlarda bakım, onarım ve tadilat gereksinimlerinin tespitinin ve işlemlerinin zamanında yapılmaması</li> </ul>
Politik	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kentsel doku üzerinde etkileri olan sosyal ve ekonomik politikalar veya bunların eksikliği ve birbirleri arasında uyumsuzluk</li> <li>- Yerel yönetimlerin arazi kullanım kararlarına müdahalesi</li> </ul>

**Kaynak:** (Kıvrak, 2010; Oruç, 2005; Çetin, 2011; Yalçıntaş, 2008).

Düşük ziyaretçi doluluk oranlarına sahip ve kent içerisinde boş arazilere dönüşmüş alanlar toplum tarafından kullanılmayan alanlardır. Kentsel alanların dönüşmesinin nedenleri arasında eskimeden kaynaklanan kentsel bozulmalar yer almaktadır. Çizelge 2.2’de eskimeden kaynaklı kentsel bozulmaların yedi ana boyutu yer almaktadır. Finansal, bölgesel, işlevsel, fiziksel ve yapısal, yasal ve resmi, imaj ve ekonomi kentsel bozulmalara yol açan eskime boyutlarıdır (Tiesdel, 1996).

**Çizelge 2.2: Kentsel Bozulmalara Yol Açan Eskime Boyutları**

İmaj Eskime	Bölgenin ve toplumun ekonomik, teknolojik ve sosyokültürel dinamiklerinde ve doğal çevrede yaşanan değişimlere uyum sağlayamaması sonucu ortaya çıkmaktadır.
Fiziksel/Yapısal Eskime	Binanın veya alanın atmosferik, kimyasal, mekanik, su-nem ve ısı, havalandırılma şekli/sistemi gibi etkenler nedeniyle yapısal veya fiziksel olarak bozulma durumudur.
İşlevsel Eskime	Binanın mevcut kullanımının çağdaş standartlara, kullanıcıların değişen ihtiyaçlarına ve/veya davranış biçimlerine uygun olmaması sebebiyle işlevsel fonksiyonunu yitmesidir.
Bölgesel Eskime	Bir konumun sabitliğinden dolayı erişebilirlik potansiyelinin yeterli düzeyde olmaması ve işçilik maliyetlerinde değişikliklerin yaşandığı durumdur.
Ekonomik Eskime	Göreceli maliyet avantajı olan binanın veya alanın yatırımcılar için alternatif fırsatların kaçırılması ile ortaya çıkmaktadır.
Finansal Eskime	Bulunduğu bölgede dâhil olmak üzere bir alanın değerinde azalma sonucu yıpranmanın yaşandığı durumdur.
Yasal ve Resmi Eskime	Bir yapının veya alanın işlevsel ve fiziksel olarak planlama kararlarında veya imar düzenlemelerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

**Kaynak:** (Tiesdel, 1996).

İşlevsel özelliklerini yitirmeye başlayan kentsel alanların canlandırılmasına, bakım ve onarım faaliyetlerinin yapılmasına ve ekonomik, sosyal, kültürel, teknolojik ve diğer gelişmelerin etkisiyle ortaya çıkan gereksinimlerinin karşılanmasına yönelik planlanan müdahaleler kentsel dönüşümle uygulanabilmektedir (Çimen (2007). Bu müdahaleler bir yapının, yapı grubunun veya alanın işlevsel, sosyo-kültürel, ekonomik ve yapısal özellikleri gibi çeşitli etkenlere bağlı olarak farklı biçimlerde ve amaçlarda gerçekleşmektedir. Bu uygulamaların ortak ve temel amacı kent içerisinde yaşanabilir alanları oluşturmaktır (Tekeli, 2011).

## 2.2 Kentsel Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik, bugünün ihtiyaçlarını gelecek kuşakların ihtiyaçlarından ödün vermeden karşılayabilmek için kaynakların devamlılığının sağlanması olarak tanımlanmaktadır (Yaldız ve Orhan, 2022). Sürdürülebilirlik kavramı, 19.yy.da ortaya çıkan kentsel dönüşüm stratejileri ile birlikte tartışılan bir konu haline gelmiştir. Tarih boyunca insanoğlunun yaşamında yeni gereksinimlerin ortaya çıkması nedeniyle birçok yapı kullanım ömrünü yitirmiştir. Sürdürülebilirlik; sosyo-kültürel, çevresel ve ekonomik anlamda korumayla ilgilidir. Yapıların korunması kentsel çevrenin sürdürülebilir olmasına katkıda bulunmaktadır. Petruzzi (2015)'e göre, sürdürülebilirlik ilkeleri; koruma uygulamalarının temel ilkeleriyle ilişkilidir. Kentsel çevrenin sürdürülebilirliği kullanım ömrünü yitiren kentsel alanların yeniden işlevlendirilmesi ile sağlanabilir (Kincaid, 2002, 93). Uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma özgün veya mevcut işlevsel özelliklerini yitiren yapıların kullanım ömürlerine devam edebilmesi için yaygın olarak kullanılan koruma teknikleri arasındadır. Bu uygulamalar kentsel sürdürülebilirliğin sağlanması ile yakından ilgilidir. İşlevsel özelliklerini kaybeden kentsel alanların yeniden kullanımı, toplumun gereksinimlerinin karşılanmasına ve aynı zamanda gelecek nesiller için sürdürülebilir kentlerin oluşturulmasına olanak sağlayacaktır. Bu uygulamaların kentsel sürdürülebilirliğe katkı sağlayabilmesi bölgenin ve toplumun demografik özelliklerine ve kullanıcı taleplerindeki değişimlere uyum sağlayabilen alanlarının tasarlanması ve inşa edilmesiyle mümkündür.

Sürdürülebilirlik, sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel olmak üzere üç ana başlık altında toplanmıştır. Sosyo-kültürel sürdürülebilirlik insanların yaşamsal ihtiyaçlarının karşılanması ve insanlara konforlu bir yaşam sunma konularını kapsamaktadır. Sosyo-kültürel sürdürülebilirlik ile toplumun kültürel değerlerini korumak ve gelecek nesillere bunu aktarabilmek hedeflenmektedir (Tufan ve Özel, 2018). Ekonomik sürdürülebilirlik uzun vadede kaynak verimliliği, giderlerin azaltılması, maliyetlerin düşürülmesini, mali açıdan gelir ve gider dengesinin korunması, borçların yönetilmesi ve üretim siteminin düzenli işleyişini konu edinmektedir (Şen, vd. 2018). Çevresel sürdürülebilirlik doğal ve fiziksel çevrenin korunması ile gelecek nesillere refah seviyesi yüksek bir ortam bırakmak ve bunun devamlılığının sağlanması ile mümkündür (Büyüköztürk, Çakmak vd. 2014). Kentsel alanların sürdürülebilir olması toplumların yaşam kalitesinin sosyo-kültürel,

ekonomik ve çevresel anlamda korunabilmesi ile sağlanabilir. Kentsel sürdürülebilirlik kavramı doğal ve kentsel çevrenin ve toplumların ekonomik, sosyal ve kültürel dinamiklerinin korunması ile ilgilidir, dolayısıyla sürdürülebilir kalkınmanın temelini oluşturmaktadır (Cohen, 2017).

### 2.3 Kullanım Dönüşümü Temel Tanım ve Kavramlar

2863 Sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nda koruma ve korunma, taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarında muhafaza, bakım, onarım, restorasyon, fonksiyon değiştirme işlemleri; taşınır kültür varlıklarında ise muhafaza bakım onarım ve restorasyon işleri olarak tanımlanmaktadır (Resmî Gazete, 18113).

Kentin belleğinde toplumsal bir değere sahip olan yapı, yapı grupları ve alanlar kentsel mekânın öğeleridir. Bölgenin ekonomik, sosyo-kültürel ve diğer demografik özelliklerine ve toplumun dinamiklerine uyum sağlayamayan ve dolayısıyla işlevsel özelliklerini yerine getirememeye başlayan kentsel alanlar, bir zaman sonra köhneleşme sürecine giren mekânlardan oluşan boş alanlara dönüşebilmektedir. Bu alanlar mimari, koruma ve planlama kapsamında işlevsel dönüşüme uğrayabilmekte ve böylelikle yapının veya alanın işlevsel ve yapısal ömrünün uzaması sağlanabilmektedir. Bir yapının kullanım dönüşümü; binanın yapısal ölçeğinde değişiklikler yapılmadan, iç mekânda bir takım müdahalelerin yapılması veya mevcut işlev fonksiyonunun değiştirilmesi olarak ifade edilebilir (Lakatos, 2015). Bu kapsamda yapı ölçeğine veya alanına yapılabilecek müdahaleler çeşitli kavramlarla ifade edilmektedir. Yabancı literatürde yer alan bazı kavramlar Türkçe karşılıkları ile birlikte Çizelge 2.3'deki tanımlanmış ve mimari, koruma ve planlama kapsamında gruplandırılmıştır.

**Çizelge 2.3: Kullanım Dönüşümü Kavramları ve Kapsamı**

<b>Kullanım Dönüşümü Kavramları</b>	<b>Açıklamalar</b>	<b>Kapsam</b>
Koruma (Conservation)	Yapının işlevsel ömrüne devam edebilmesi için sahip olduğu ölçütlerin korunmasına yönelik yapılan uygulamalardır (Burden, 2004).	Koruma
İyileştirme (Rehabilitation)	Kentsel ölçekte yer alan bir alanın veya yapının kullanım üretkenliğini etkileyen niteliklerin sağlanmasına yönelik yapılan işlemlerdir (Gonsiour, 1972).	Koruma Mimari Planlama

**Çizelge 2.3: (Devamı) Kullanım Dönüşümü Kavramları ve Kapsamı**

Yenileme-İyileştirme (Restoration)	Yapının bozulan bölümlerinin ilk inşa edildiği dönemdeki haline uygun olarak eski sağlam durumuna getirmek için yapılan tüm uygulamalardır.	Koruma Mimari
Yeniden Kullanım (Re-use)	Yapısal ömrü devam eden bir binanın mevcut işlevinden farklı olarak tekrar kullanımının sağlanması için yapılan uygulamaların tümüdür (Cantell, 2005).	Koruma Mimari
Uyarlanabilir Yeniden Kullanım (Adaptive re-use)	Bir yapının kent belleğinde var olan değerinin bozulmadan yeni bir kullanım seçeneğine sahip olması için yapının strüktürünün korunduğu uygulamaların tümüdür (Weeks ve Grimmer, 1995).	Koruma Mimari
Yeniden İnşa Etme (Reconstruction)	Yapısal ömrünü tamamlamış bir yapının ve arazisinin aynı kullanım işleviyle tekrar inşa edilmesidir (Ahunbay, 2004).	Koruma Mimari
Yeniden Canlandırma - Kentsel Yeniden Canlandırma (Revitalization)	Kullanım ömrüne devam edemeyen, bölgenin ekonomik, sosyo-kültürel demografik özelliklerine zarar veren yapı öğelerinin, uygun koşullarda iyileştirilerek eski değerine sahip olması için yapılan uygulamaları kapsamaktadır (Özden, 2001).	Koruma Mimari Planlama
Kentsel Dönüşüm (Urban Transformation)	Bölgenin bozulan demografik özelliklerinin iyileştirilmesi için kent ölçeğinde yapılan kalıcı uygulamaların tümüdür (Thomas, 2003).	Koruma Mimari Planlama

İşlevsel ve yapısal ömrünü tamamlamış alışveriş merkezleri farklı şekillerde kullanım dönüşümüne uğrayabilmektedir. Tez kapsamında alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşüm uygulamalarında “yeniden canlandırma” ve “uyarlanabilir yeniden kullanım” kavramları en yaygın kullanılan yöntemler olması sebebiyle bu bölümde detaylı olarak irdelenmiştir.

### **2.3.1 Uyarlanabilir Yeniden Kullanım**

Yabancı kaynaklarda yer alan “adaptive reuse” kavramının Türkçe karşılığı olan uyarlanabilir yeniden kullanım, işlevsel ömrünü tamamlamış bir yapıya yapısal müdahaleler olmadan yeni bir kullanım kazandırılmasıdır. Bir yapının uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında işlev dönüşüme uğraması bölgenin ve toplumun demografik özelliklerinin gelişmesini veya korunmasını, toplulukların sorunlarına karşı daha yaratıcı çözümlere ve faaliyet sırasında ve gelecekte toplum için daha

sürdürülebilir inşaatlara olanak sağlayabilir. Uyarlanabilir yeniden kullanım mimari sürdürülebilirliğin sağlanması için umut verici bir çözüm olarak ortaya çıkmıştır (Amiri, 2020). Doğru şekilde ve zamanda korunmayan yapılar harabeye dönüşebilir, dolayısıyla bulunduğu bölgenin kentsel kimliğine zarar verebilmektedir (Cramer ve Breitling, 2007). İşlevsel ömrünü yitiren bir binanın uyarlanabilir yeniden kullanımı yapının ıslahı için sürdürülebilir bir seçenektir. Amiri (2020)'e göre, işlev değişikliği bir binanın sürekli gelişimini belgelemenin en basit yoludur. Uyarlanabilir yeniden kullanım stratejileri terk edilmiş binaların farklı bir işlev kazanarak yeniden kullanılması, aynı zamanda topluma yeniden hizmet eden yapılara dönüşmesi ile ilgilidir.

İşlevsel ömrünü yitirmiş yapıları genişletme düşüncesi ilk çağlarda mağaralar ile karşımıza çıkmış, neredeyse insanlık tarihi boyunca var olmuştur (Wong, 2017). 1970'lerden günümüze kadar uygulanabilir yeniden kullanım kavramı mimarlık kapsamında yürütülen birçok seminere, konferansa, dergi ve kitap gibi yayınlara konu olmuştur (Cantacuzino, 1975). Yabancı literatürde uyarlanabilir yeniden kullanım yaklaşımı kapsamında farklı alanlarda çalışmalar yapılmış, çeşitli teoriler ortaya çıkarılmıştır. 19.yy.da uyarlanabilir yeniden kullanıma yönelik teorik bir yaklaşım oluşturan Eugène Emmanuel Viollet-le-Duc 'a göre, bir binayı korumanın en iyi yolu; ona bir kullanım alanı bulmaktır. Eugène Emmanuel Viollet-le-Duc işlevin gerektirdiği ihtiyaçların ortaya çıkarılmasının binada daha fazla müdahale yapmaya gerek kalmayacağını savunmuştur. Ona göre yeniden kullanım tarihi anıtları korumanın bir yoludur (Viollet-le-Duc, 1990). Bu düşünceye karşı çıkan John Ruskin ve William Morris ise tarihi binaların korunmasını sağlamak için düzenli bakım ve onarımın yapılmasını tercih etmiştir (Ruskin, 1849). 20.yy.a gelindiğinde uyarlanabilir yeniden kullanıma ilişkin bu düşünceler Alois Riegl tarafından da tartışılmıştır (Riegl, 1928). Plevoets ve Cleempoel (2011)'e göre, uygulanabilir yeniden kullanım üç ana yaklaşım olarak sınıflandırılabilir: Tipolojik, teknik ve mimari stratejiler. Uyarlanabilir yeniden kullanım uygulaması öncesinde bina tiplerine göre farklı tipolojik yaklaşımlar sunulabilir (Douglas, 2002; Stratton, 2000). Kullanım dönüşümü teknik bir konuyu kapsar ve uyarlanabilir yeniden kullanım için üretilen stratejik yaklaşımlar uygulamanın sürecine ve yöntemine odaklanılmasını sağlar (Highfield, 1990; Brooker ve Stone, 2004).

Uyarlanabilir yeniden kullanıma yönelik birçok tanım vardır. Robiglio (2017)'e göre; “özgün işlevi kaybetmiş mevcut bir alanı, binaları veya altyapıyı, minimum ancak dönüştürücü araçlarla yeni gereksinimlere ve kullanımlara uyarlayarak yeniden kullanma süreci" olarak tanımlanmaktadır.

Uyarlanabilir yeniden kullanım eski bir yapının veya yapı grubunun, alanın ilk inşa edildiği veya tasarlandığı işlev fonksiyonunun dışında yeniden kullanılması için yapılan tüm işlemleri içeren bir süreci kapsamaktadır. Robiglio (2017)'e göre, uyarlanabilir yeniden kullanım zaman içinde işlevsel ömrünü yitiren yapıların, alanların veya altyapıların dönüşümü sırasında en az müdahale ile farklı bir işlev kazandırılarak yeniden kullanılmasıdır.

Uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında bir yapının korunması gereken ana karakteristikleri; ölçeği ve yapım tekniğidir. Bu uygulamalarda yapılan en belirgin değişiklik işlevdir. Yapının plan şemasında ve mekânlar arasındaki organizasyonda değişiklik yapılabilir; mevcut alan yıkılabilir veya yeni mekânlar inşa edilebilir (Brooker ve Stone, 2004). Bu uygulama yöntemi ile işlev değişikliği geçiren binaların plan şemasında; mekânlar arasında dolaşım ve yönlendirme güzergâhı değişebilir ve yapının kendisine ilaveler yapılabilir. Brooker ve Stone (2004)'e göre, uyarlanabilir yeniden kullanımın sürecinde kullanılan birçok terim vardır; remodelling (yeniden modelleme), retrofitting (güçlendirme), conversion (dönüştürme), adaptation (uyarlama), reworking (yeniden işletme), rehabilitation (iyileştirme) veya refurbishment (yenileme).

Mekânları zaman içinde sürdürülebilir kılmak önemlidir. Uyarlanabilir yeniden kullanım, mevcut bir bina için yeni bir kullanım alanı bulma eylemine dayanır. Bu uygulama, mevcut yapılarımızı nasıl koruyabileceğimiz ve onları aktif bir kentsel alan olarak nasıl yeniden kullanabileceğimiz sorusuna cevap vermek için iyi bir yanıt olarak görülmektedir (Petruzzi, 2015).

### **2.3.2 Yeniden Canlandırma**

Amerika'da 1950 yılından önce teorik olarak görülmeye başlanan “revitalization”ın Türkçe karşılığı olan yeniden canlandırma; şehir merkezlerinde işlev bozukluğuna uğrayan veya kullanılmayan yapının, yapı gruplarının veya alanların canlandırılmasıdır. ABD’de 1930 yılından beri şehirlerin köhneleşen alanları kentsel yeniden geliştirme kapsamında yayalaştırma ve karma kullanımlı olarak dönüşüme

uğramaktadır. Avrupa ülkeleri 2001’de kentsel ve yapısal çevrelerdeki düzensizliğe engel olmak amacıyla bir mahalle yenileme stratejisi uygulamıştır. Bu kavram kentsel dönüşüm stratejilerinin bir parçasıdır (Couch, vd., 2003, s. 37). Günümüzde kentsel dönüşüm stratejileri karma kullanımlı çevreler yaratma sürecine doğru kaymaktadır.

Kentsel mekânlarda yer alan niteliksiz alanlar; atıl durumunda, düşük doluluk oranlarına sahip, canlılığını kaybetmiş, güven algısının kaybolduğu, bakım ve onarım çalışmalarının yetersiz kaldığı, eskimeye yüz tutmuş ve zamanla köhneleşen mekânlardan oluşmaktadır. Bu alanların iyileştirilmesi için planlanan yeniden canlandırma stratejilerinde bölgelerin zaman içinde gelişen teknolojik, ekonomik ve sosyo-kültürel dinamikleri ve buna bağlı olarak değişen kullanıcı davranışı ve alışkanlıkları gözetilerek mevcut alanların yeniden geliştirilmesi ve toplum için daha yaşanabilir şehirlerin oluşturulması hedeflenmektedir. Atıl durumunda olan bir kentsel mekânın yeniden canlandırılması insanları bir araya getiren; sosyo-kültürel, ticari, teknolojik ve interaktif aktivitelerle yeni kamusal alanlar oluşturulup bölgenin cazipliğinin artırılmasında ve yeni ulaşım sistemleri ve yaya dostu alanlar ile erişebilirliğin sağlanmasında rol oynayan stratejilerin uygulanması ile sağlanabilir. Bu stratejiler bölgenin ekonomik, kültürel, sosyal, planlama ve mimari kapsamda belirlenen kriterlerden faydalanılarak oluşturulabilir. Bu kriterler arasında; koruma çalışmaları, farklı kullanım seçenekleri, ulaşım sistemleri, bölgenin ticari potansiyeli, perakende, konut ve diğer gayrimenkul piyasasındaki değişimler, kullanıcı davranışı, toplumlar arasındaki farklı sosyo-kültürel ve ekonomik yapıların uyumu vardır. Kentsel ve yapısal olarak yeniden canlandırma süreçleri kullanılmayan veya az kullanılan alanların geliştirilerek topluma yeniden aynı kalitede hizmet sunulmasını sağlamak amacını taşımaktadır.

Avrupa Konseyi ve Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO), tarihi miras alanlarında uygulanan koruma ve iyileştirme yöntemlerinin kentsel ölçekte bir yer duygusu yaratabileceğinden ve kamusal alan haline gelebileceğini belirtmektedir (Luke, 2013, s. 351). Place Economics tarafından hazırlanan "Turizmin Ötesinde: Ekonomide Tarihi Koruma ve Savannah ve Chatham İlçesinin Hayatında Tarihi Koruma" başlıklı rapora göre, insanları tarihi miras alanlarına çeken en önemli kriterler; karma kullanımın, yürünebilirliğin ve parkların sağlanmasıdır (Akt. Paxton, t.y., s. 5). Bu raporda bir anket çalışması ile insanların %60’ının karma kullanımlı mahalleleri tercih ettiğinden bir bölgenin yaya ulaşımının

kullanıcıların konut seçiminde önemli bir değişken haline geldiği belirtilmiştir (Akt. Paxton, t.y., s. 34-35). Binaların yeniden canlandırma süreci iyi yönetilmelidir. Binaların yeniden canlandırılması bir bölgenin değerini artırabilir ve daha fazla kamusal alan katılımı sağlayabilir. Yeniden canlandırma ile düşük doluluk oranlarına sahip yapıların daha iyi alan katılımı ve iyi kullanım sağlamak için insanların bir araya gelerek toplandığı kamusal buluşma alanları yaratabilir. Bu yöntem mevcut bir binayı yeniden ekonomik kullanıma kazandırabilir. Atıl durumunda olan yapılar genellikle bakımsız halde kaldıkları için yıkım tehdidi altındadır. Bu yapılar yeniden canlandırma faaliyetleri için potansiyel adaylardır. Bu binaların bakımı, onarımı ve iyileştirilmesi yüksek proje maliyetlerine sebep olabilmektedir (Wilson, 2016). Bazı durumlarda bakım, onarım ve iyileştirme uygulamalarına kıyasla daha düşük maliyette tamamlanan yeniden canlandırma projeleri tercih edilmektedir.

### 3. ALIŞVERİŞ MERKEZİ TARİHSEL GELİŞİMİ VE DÖNÜŞÜMÜ

Çalışmada her dönemde farklı yapı örüntüleri ile ortaya çıkan alışveriş mekânlarını, alışveriş merkezlerinin durumunu, plan tipolojisini, bu yapıların kullanım dönüşümünün önemini, amacını, konut işlevli dönüşümünü ve bu bağlamda oluşturulan stratejileri irdelemek önemli görülmektedir. Bu bölümde Türkiye'deki alışveriş merkezlerinin durumu ve faaliyette olan alışveriş merkezi stoğunun büyük çoğunluğuna sahip İstanbul'da bulunanların plan şemaları irdelenmiştir.

#### 3.1 Alışveriş Kavramı ve Eylemi

Dünyada ilk ticari faaliyetlerin başladığı dönem olarak kabul edilen Neolitik Çağ'dan günümüze kadar insanoğlunun temel yaşamsal faaliyetleri arasında yer alan alışveriş kavramı, ihtiyaç duyulan bir malın veya hizmetin bir değer karşılığında satın alma ve satma işidir (Türk Dil Kurumu, t.y.).

İlk çağlarda temel ihtiyaçların karşılanması için gerçekleştirilirken, zaman içinde yaşanan demografik değişimlerin etkisiyle günümüzde tüketim amacıyla gerçekleştirilen bir eyleme dönüşmüştür. Alışveriş eyleminin göçebe ve yerleşik toplumlar içinde yaygınlaşması, ticaret kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Ticaret faaliyetini geliştirmiş olan topluluklar zamanla yerleşik birimlere ihtiyaç duymuşlardır. İlk çağlarda ticaret faaliyetinin yoğun olarak gerçekleştirildiği yerlerde biçimlenen büyük meydanlar alışveriş eyleminin merkezini oluşturmuştur. Alışveriş eyleminin yaygınlaşması ve bir yaşamsal faaliyete dönüşmesi ilk çağlarda uygulanan değiş-tokuş yöntemini yetersiz kılmış ve bu yöntem zamanla yerini para sistemi ile çalışan bir satın alma yöntemine bırakmıştır. Kent hayatında artan ticaret sirkülasyonunda etkisiyle insanoğlunun hayatında büyük rol oynamaya başlayan bu eylemin daha uygun koşullarda gerçekleştirilebilmesi için yeni mekânlara ihtiyaç duyulmuştur (İnan, 1996).

### 3.2 Alışveriş Mekânlarının Tarihsel Gelişimi

İnsanoğlunun ilk çağlarda kendi başlarına veya bir araya gelerek yaşamsal faaliyetlerini sürdürdüğü bilinmektedir. Nüfus artışı ile insan toplulukları oluşmaya başlamıştır. Bu topluluklar arasında zamanla sosyo-ekonomik ve iletişim faaliyetleri gelişim göstermiştir. Alışveriş eylemi, ilk ortaya çıktığı dönemde ihtiyaçların daha kolay ve rahat karşılanması amacıyla insanlar arasında gerçekleştirilen bir faaliyet olmuş ve böylelikle topluluklar arasında bir ticari ilişki ağının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu ticari ilişki farklı özelliklere mensup toplumların birbirlerinin ekonomik, sosyal ve kültürel birikimlerinden etkilenmesini sağlamıştır. Ticaret, zamanla yerleşik toplumların kent hayatında önemli görülen bir faaliyet haline gelmiştir. Bu durum kentlerin gelişiminde etkili olmuş, ticaret merkezi haline gelen yeni kentler zamanla ortaya çıkmaya başlamıştır (Atalay, 2010).

İlk çağlarda ortaya çıkan toplulukların alışveriş eylemini gerçekleştirdiği mekânlar yerel pazarlarda ortaya çıkmıştır. Bu mekânlar günümüz modern alışveriş merkezlerinin kent içerisinde biçimlenmesinde etkili olmuştur (Kestane, 2015). Yerel pazarların yetersiz kalması ile yeni mekânlara ihtiyaç duyulmuştur. Alışveriş eylemi Mısır ve Hitit döneminde tapınaklara yakın olan açık alanlarda gerçekleştirilmiştir (Kademoğlu, 2011; Şekil 3.1). Bu dönemde alışveriş eyleminin çekim alanı kent merkezinde yer alan din ve devlet kurumlarının bulunduğu alanlara yakın yerlerde konumlanan büyük meydanlardır. Alışveriş mekânlarının siyasi ve dini yapılara yakın konumlandırılması toplumların politik ve ekonomik gücünü ifade etme yöntemi olmuştur (Zengel, 2001).



**Şekil 3.1: Mısır Döneminde Alışveriş Eylemi**

**Kaynak:** (Harvard Design School, 2001).

Orta Çağ'da alışveriş eylemi toplumların üzerinde önemli bir etkiye sahip dini yapılara yakın konumlanan ve plansız yapı örüntüsüne sahip yerel pazarlarda gerçekleştiriliyordu (Kademoğlu, 2011). Bu dönemde meydanlar, ticari ilişkilerin

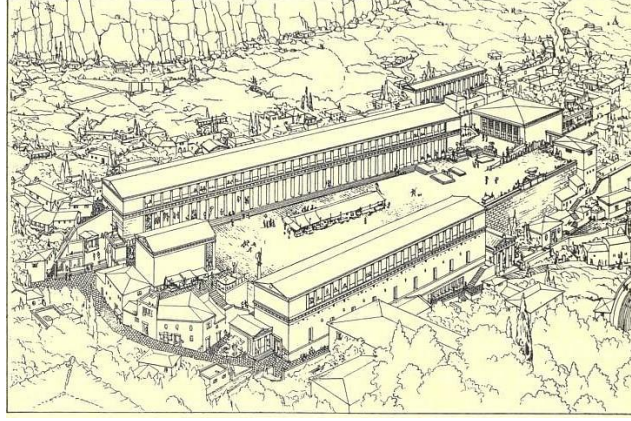
kurulduğu kentsel mekânlardır (Zengel, 2001). Burada ayrıca sosyal etkinler, dini ritüeller ve şehir yönetimi faaliyetleri yapılmaktadır. İtalya'da bulunan Piazza del Campo Orta Çağ meydanlarına bir örnektir (Şekil 3.2).



**Şekil 3.2 Piazza del Campo**

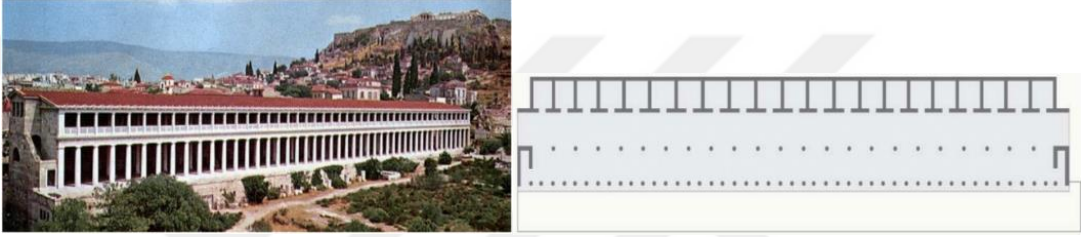
**Kaynak:** (Url-2).

Mimari yapı örüntüsü olarak karşımıza çıkan ilk örnekler Antik Yunan Döneminde görülmüştür. Yunan kentlerindeki agoralar ve Roma Medeniyetindeki forumlar günümüz alışveriş merkezlerinin mekân organizasyonunun biçimlenmesinde etkili olan ilk planlı alışveriş mekânlarıdır. Ticari, dini ve politik ilişkilerin gerçekleştirildiği alanlardan oluşan agoralar kentin merkezinde bir meydan oluşturmuştur (Şekil 3.3). Bu yapı örüntüsünün dikdörtgen biçimli ve planlı yapıda bulunan alanları kullanıcıları iklimsel koşullardan koruyan ve üstü kapalı mekânlardan oluşan stoalar çevrelemektedir (Şekil 3.4). Kolonların sıralanmasıyla oluşturulan stoalar ve çevresindeki diğer yapılar agoraların sınırlarını belirlemiştir. Stoaların arka kısımlarında sosyal ve ticaret faaliyetleri gerçekleştiriliyordu. Burada bulunan yapıların boyutları kentin nüfus oranıyla ilişkili olarak değişiklik göstermiştir. Agoralar toplum içinde yaşanan sosyal, politik ve ekonomik olayların tartışıldığı ve hakkında kararların alındığı, yarışlar ve oyunlar gibi sosyal aktivitelerin düzenlendiği dönemin önemli kamusal mekânlarıdır (Şahin, 2018).



**Şekil 3.3: Assos Agorası**

**Kaynak:** (Url-1).



**Şekil 3.4: Attalos Stoası ve Planı, Atina**

**Kaynak:** (Aksoy, 2009).

Agoraların işlevsel özelliklerine benzerlik gösteren forumlar ise insanların dinsel, sosyal, politik ve ekonomik olaylarla ilgili sohbet ederek etkileşimde buldukları ve çeşitli törenlerin gerçekleştirildiği mekânlardı. Forumların yapı örüntüsü dikdörtgen biçimlidir (Aksoy, 2009). Burada bulunan kasaplar, balıkçılar ve tüccarlar toplumun alışveriş ihtiyacını karşılamaktaydı. Bu yapı örüntüsü dönemin ticaret merkezi haline gelmiş, özellikle kentin gelişmekte olan bölgelerinde ve kamu yapılarına yakın olarak konumlandırılmıştır (Kademoğlu, 2011; Şekil 3.5).



**Şekil 3.5: Forum, Roma**

**Kaynak:** (Kademoğlu, 2011).

Her dönemin toplumsal faaliyetlerinden etkilenen alışveriş mekânları ülkemizde ve Batı’da farklı örüntülerde karşımıza çıkmıştır. Batı’da ticaret faaliyeti dini yapıların etrafında biçimlenen büyük meydanlarda başlamıştır. Bu durum arkadaşlar gibi yeni yapı tiplerinin oluşmasına zemin hazırlamıştır. 19.yy.da etkili olan arkadaşlar (İnan, 1996), yan yana sıralı duran dükkânları, ürün sergileme ve gezinti alanlarını içeren bir mekân organizasyonuna sahiptir (Turhan, 2007). Yeni Çağ Döneminde ise alışveriş eyleminin gerçekleştirildiği çeşitli mekânların bir araya getirilmesiyle alışveriş caddeleri görülmeye başlamıştır (Tokyay, 2005).

Sanayi Devrimi’nin getirdiği teknolojik gelişmeler sayesinde üretimde verimlilik artmıştır. Zaman içinde ortaya atılan yeni pazarlama stratejileri tüketimin canlanmasını ve insanların alışveriş mekânlarına olan ilgisinin artmasını sağlamıştır. Küçük dükkânların yerini “department store” olarak isimlendirilen kavramın Türkçe karşılığı olan; büyük mağazalar almaya başlamıştır. Bu yapıların ilk örneği 1852 yılında Paris’te açılan Bon Marche’dir (Şahin, 2018; Şekil 3.6). Bu yapı kapitalizmin yükselmesi ile ortaya çıkan mağazaların ilk örneğidir (Turhan, 2007). Büyük mağazalar ve alışveriş caddeleri toplumun tüketim algısında değişimler yaşanmasını ve sosyo-kültürel olarak farklı anlayışlar ortaya çıkmasını sağlamıştır (Topçu, 2011).

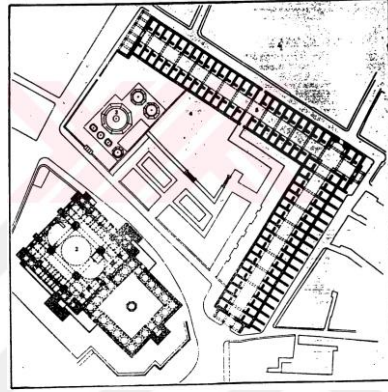


**Şekil 3.6: Bon Marche, Paris, Fransa**

**Kaynak:** (Çakır, 2015).

Zaman içinde ülkemizde çarşı ve pazar kavramı ortaya çıkmıştır. Geleneksel Türk çarşıları kullanım işlevine ve biçimlenmesine göre; arastalar, bedestenler ve kapalı çarşılar olarak sınıflandırılmıştır (İnan, 1996). İslamiyet’in yayıldığı dönemde planlı ve plansız olarak biçimlenen ve camilerin etrafında konumlandırılan bu yapılar ticaret faaliyetini gerçekleştirmek üzere inşa edilmiştir (İnan, 1996). Alışveriş mekânları Anadolu ve Doğu medeniyetinde farklı yapı örüntüleri olarak karşımıza

çıkılmıştır: Hanlar, arastalar, bedestenler ve kapalı çarşılar. Anadolu Selçuklu döneminde görülen çarşılar, plansız ve göçebe toplumların konaklama yerlerine yakın pazaryerleridir (Kademoğlu, 2011). Kendine has özelliği ile üstü saçaklı olarak biçimlenen arastalara İstanbul'da bulunan Mısır Çarşısı'nı örnek verebiliriz (Şekil 3.7). Osmanlı Döneminde kapalıçarşılar iklim koşullarından korunmak amacıyla mevcut çarşıların üstünün örtülmesi ile ortaya çıkmıştır. İstanbul Kapalı Çarşı geleneksel Türk kapalı çarşı yapı türüne örnektir (Şekil 3.8).



**Şekil 3.7: Mısır Çarşısı**

**Kaynak:** (Cezar, 1983).



**Şekil 3.8: İstanbul Kapalı Çarşı, Hava Fotoğrafı**

**Kaynak:** (Url-65).

Sanayi Devrimi sonrası toplumun tüketim anlayışındaki değişimler yeni alışveriş mekânlarının biçimlenmesinde etkili olmuştur (Uzun, 2008). 19.yy.ın sonlarında kentlerde hızlı nüfus artışının olmasıyla küçük pazar alanları yetersiz kalmış, büyük pazar yerleri olan “haller” e ihtiyaç duyulmuştur (Kademoğlu, 2011). Avrupa’da alışveriş mekânı olarak mağazaların ve tüccarlara ait ofislerin yer aldığı fuarlarda kapasite arttırım ihtiyacı doğmuş, bu yapılar çok katlı kapalı fuar alanlarına dönüştürülmüştür (Kademoğlu, 2011).

Sanayi Devrimi sonrası demir ve cam malzemesi yeni yapıların inşaatında kullanılmaya başlanmış, ticari aktiviteler üstü demir konstrüksiyon ve cam ile örtülü ve doğal ışık alan pasajlara doğru kaymaya başlamıştır. Doğu’da büyük kentlerde inşa edilmeye başlanan bu yapılar batılılaşmanın etkisiyle ortaya çıkmıştır. Yapının plan şemasında alanın iki tarafında sıralı biçimde dükkânlar vardır. İklim koşullarından korunaklı olan bu yapılar alışveriş etkinliği dışında insanların boş vakitlerinde dükkânların vitrinlerine bakmak amacıyla kullandığı mekânlar olmuştur. Pasajlar ile birlikte alışveriş eylemi insanların boş vakitlerinde zaman geçirdiği bir etkinliğe dönüşmüştür (Şahin, 2018). Galleria Vittorio Emmanuelle II bu pasajlara örnektir (Şekil 3.9). Pasajların yapı tipolojisi kapalı alışveriş merkezlerinin oluşumuna örnek olmuştur (Biol, 2005).



**Şekil 3.9: Milano, İtalya, Vittorio Emanuele II**

**Kaynak:** (Url-63).

Bu dönemde arazi fiyatlarında artış olmuş ve ticari yapılar yüksek katlı olarak inşa edilmeye başlanmış, ortaya çıkan “katlı mağazalar” büyük alanlara sahip mağazalardan oluşmaktadır. Dönemin teknolojik gelişmeleri ulaşım faaliyetlerinde yeni çözümler ortaya çıkarmıştır. Depolarda bulunan ürünlerin mağazalara ulaştırılmasının kolaylaşması zincir mağaza kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu dönemde Batı’da süpermarket olarak tanımlanan yeni bir yapı örüntüsü ortaya çıkmıştır. Süpermarketler diğer ticari mekânlardan farklı olarak çok çeşitli ürünlerin satışının yapıldığı ve toplumun alışveriş alışkanlığının değişmesinde etkili olan yapı tipleridir. Perakende kavramı Sanayi Devrimi sonrası süpermarketlerin ortaya çıkışı ile bir anlayış kazanmıştır (Şahin, 2018). Süpermarketlerde ürün çeşidinin artması sonucu ortaya çıkan kapasite ihtiyacının karşılanması amacıyla hipermarketler ortaya çıkmıştır.

### 3.3 Dünyada ve Türkiye’de Alışveriş Merkezlerinin Gelişimi

Endüstri Devrimi sonrası yaşanan teknolojik, ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel gelişmeler insanların düşüncelerinde ve yaşayış biçimlerinde farklı yaklaşımlar ortaya çıkmasına ve kentlerde kalıcı değişikliklere yol açması gibi toplumlar üzerinde birçok olumlu ve olumsuz etkilere yol açmış ve kent içerisinde varlığının önemini koruyan alışveriş mekânlarına bir değişim getirmiştir. Avrupa’da yaşanan bu hareketlilik Osmanlı’da batılılaşma ile birlikte görülmeye başlanmıştır. Bu dönemde ABD’nin kent merkezi dışında kalan tarım alanları sanayi ve konut bölgesi olmaya ve buralarda “mini alışveriş merkezleri” ortaya çıkmaya başlamıştır (Kocaili, 2010). Bu yapılar kentin önemli ana yollarının kesişiminde konumlanmıştır. Kentlerde yaşanan otopark sorunu hava kirliliği ve nüfus fazlalığı alışveriş mekânlarının banliyö alanlarına yayılmasına neden olmuştur (Coleman, 2006). Bu dönemde icat edilen televizyon ve radyo cihazlarında mini alışveriş merkezlerinin tanıtımı yapılmıştır. Toplum tarafından alışveriş merkezlerine büyük ilgi gösterilmiş ve zaman içinde büyük ölçekli ve çok katlı modern alışveriş merkezleri ortaya çıkmıştır. Alışveriş merkezleri ABD’de ilk ortaya çıktığı dönemde banliyö topluluğunun temel dayanağı haline gelmiştir (Malec, 2010).

Alışveriş merkezi yapı tipolojisinin ilk örneği; Victor David Gruen tarafından tasarlanan ve ABD’de 1954 yılında açılan Northland Alışveriş Merkezidir (Şekil 3.10). Gruen’ in tasarımları, dünyanın diğer ülkelerinde farklı tasarım yaklaşımlarıyla uygulanan alışveriş merkezleri için örnek olarak görülmüştür. Gruen, alışveriş merkezi tipolojisini oluştururken alışveriş eylemi ile birlikte insanların sosyalleşebileceği aktivite mekânlarına sahip bir kent merkezi mekânı oluşturma fikrine sahiptir (Gruen ve Smith, 1960).



**Şekil 3.10: Northland Alışveriş Merkezi**

**Kaynak:** (Gruen ve Smith, 1960).

Victor David Gruen tarafından tasarlanan ve ABD’de 1956 yılında açılan Southdale Center’ın tarihin en büyük ve ilk kapalı alışveriş merkezi olduğu bilinmektedir (Şekil 3.11). Yapının üç katlı binasında yer alan mağazalar avlunun etrafında dizilmiş halde bulunmaktadır (Şekil 3.12). ABD'nin Minnesota eyaletinde yer alan Edina’da soğuk geçen kış günleri ve yaz aylarında görülen yüksek hava sıcaklık değerlerine karşı iklim kontrollü olan bu yapı toplumun ilgisini çekmiştir. Yapı tipinin ilk örnekleri olarak karşımıza çıkan açık hava alışveriş merkezleri alçak katlı ve iklim kontrollü olmayan yapılarıdır. Kapalı alışveriş merkezleri ile birlikte iklimlendirme sisteminin bu yapılarda ilk defa kullanılıyor olması bir dönüm noktası oluşturmuştur. Gruen’in bu tasarımı kapalı alışveriş merkezlerinin yaygınlaşmasında etkili olmuştur (Malec, 2010).



**Şekil 3.11: Southdale Center, 1954**

**Kaynak:** (Gruen ve Smith, 1960).

Southdale Center açıldığında çevresinde geniş bir otopark alanı vardı (Şekil 3.11). Yapıya sadece herhangi bir araçla ulaşım sağlanabilmekteydi. İnsanlar hem alışveriş hem de boş zamanlarını geçirmek amacıyla bu yapıyı ziyaret etmekteydi. Açıldıktan kısa bir süre sonra yüksek doluluk oranları ile karşılaşan alışveriş merkezi toplumun hayatında önemli bir yere sahip olmuştur. Alışveriş merkezi bölgede yaşayan insanların bir buluşma noktasıydı. Bu durum yapının etrafında yer alan arazilere yeni konutların eklenmesine neden olmuştur. Yapının etrafındaki arazilerin değerinde zaman içinde artış olmuştur. Yapının sahip olduğu mimari form, konum kriterleri, iklimlendirme sistemi, otopark yerleşimi ve diğer olanaklar dönemin yeni kapalı alışveriş merkezi tasarımlarına örnek olarak görülmüştür. Bundan sonra inşa edilen çoğu alışveriş merkezinin tasarımı Gruen’e aittir (Malec, 2010).



**Şekil 3.12: The Southdale Center’ın İç Mekânı**

**Kaynak:** (Url-26).

Ülkemizde 1980’lerde yaşanan ekonomik gelişmelerin etkisiyle birçok alanda olduğu gibi alışveriş mekânlarında da değişimler yaşanmaya başlanmıştır. İstanbul’da 1988 yılında açılan Galeria Türkiye’nin ilk alışveriş merkezidir (Uslu, 2006). Yapının tasarımı Teksas’ın en kalabalık şehri olan Houston’da inşa edilen The Galleria alışveriş merkezinden esinlenilerek oluşturulmuştur (Kuyumcu, 2010; Şekil 3.13). Açıldığı ilk yıllarda insanların yoğun ilgisiyle karşılaşan yapı dönemin kamusal yapılaşmasında ve toplumun yaşam biçiminde yeni değişimler yaratmıştır. Galleria’nın ticari başarısı Türkiye’de yeni alışveriş merkezlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Böylelikle yeni inşa edilen alışveriş merkezleri için bir model olmuştur. Yapı, kapalıçarşıların çağdaş bir yorumu olarak nitelendirilmiştir (Baba, 2018). Yapı ilk yıllarında gördüğü ilgiyi zaman içinde kaybetmiş, günümüzde kapanan mağazalarının hizmetine devam edenlere kıyasla çoğunlukta olduğu, ziyaretçi doluluk oranı çok düşük olan ve yıkımına ilişkin kararların gündemde olduğu bir alışveriş merkezidir. Bu durumda olmasının nedenlerinden biri Levent-Maslak hattına büyük ölçekli alışveriş merkezlerinin açılması olarak görülmektedir (Baba, 2018).



Galleria Alışveriş Merkezi



The Galleria

**Şekil 3.13: Galleria Alışveriş Merkezi ve The Galleria**

**Kaynak:** (Url-86; Url-87).

20.yy.da ortaya çıkan ve günümüzde varlığını sürdüren alışveriş merkezleri insanların yaşam tarzında, tüketim anlayışında ve kültüründe değişimler yaşanmasına neden olan, aynı zamanda ulaşım sistemlerinin ve diğer yapı türlerinin mevcut ve gelecek kent planlamasında etkili olan yapı tipleri arasındadır.

### 3.3.1 Alışveriş Merkezlerinin Sınıflandırması

Perakende arazi kullanımları tüm gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kentsel çevrenin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Alışveriş merkezleri çeşitli perakende satış, yemek yeme, otopark, oyun, eğlence ve diğer farklı kullanım birimleri ile birlikte bütün olarak tasarlanan, yönetilen ve satın alma ve kiralama faaliyetleri gerçekleştirilen bir ticaret alanıdır (ICSC, 1999). İlk ortaya çıktığı dönemde tüketim faaliyeti rolünü üstlenen bu yapılar zaman içinde sosyal ve kültürel faaliyetler için bir toplum merkezi haline gelmiştir (Ibrahim, 2018). American Heritage Dictionary (t.y.)’e göre alışveriş merkezleri kapalı bir hacimde çeşitli mağazaların ve işletmelerin yer aldığı ve yayalara uygun yürüyüş yollarından oluşan bir kentsel alışveriş alanı olarak tanımlanmaktadır. Bu yapılar bir sosyalleşme alanı olarak faaliyet göstermektedir (Porral ve Mangin, 2018). Backus (1997), bu yapıları ziyaretçiler tarafından boş zaman aktivitesi için tercih edilen ticari bir alan olarak ifade etmektedir. Alışveriş merkezleri tüketim, yemek yeme, boş zaman etkinliği ve eğlenme gibi amaçlarla bireyler tarafından ziyaret edilen, çeşitli mağazaların ve işletmelerin bulunduğu bir alanda merkezi yönetime sahip olan, tek veya karma kullanımlı (mixed use) olan yapı tipleridir (Mitra ve Deb, 2020).

ABD’de “mall” olarak tanımlanan ilk perakende alanı 1957 yılında New Jersey’de açılan Bergen Alışveriş Merkezi’dir. Bu tarihten önce ortaya çıkan alışveriş kompleksleri “center” olarak isimlendiriliyordu (Mall Hall of Fame, t.y.). ABD’de 1960’larda bireyler tarafından gerçekleştirilen tüketim ve boş zaman etkinliği banliyö alanlarında hızla yayılan açık hava ve kapalı alışveriş merkezlerinde artış göstermiştir. Bu yapılar zaman içinde şehir merkezlerinde de yer almaya başlamıştır.

Kramer (2008), alışveriş merkezlerini bu yapıların sahip olduğu aşağıdaki sekiz özelliğe göre tanımlamıştır:

- Birbirinden farklı biçim ve türde binalardan oluşabilen, eşgüdümlü mimari topluluk.

- İşlevsellik, tür ve boyut açısından pazar gereksinimlerine uyum sağlayan tek tip bir alan.
- Yürüyerek veya farklı ulaşım sistemleri ile kolay ulaşılabilen, erişilebilirliği yüksek bir alan.
- Ziyaretçilerin araçları için yeterli sayıda park yeri sağlar.
- Eve teslimat gibi tüketicilere sunulan çeşitli hizmetler sağlar.
- Güvenli ve çekici bir alışveriş ortamı yaratır.
- Karma kiracı karışımı sunar, perakende çeşitliliği alanın çekiciliği artırır.
- Alışveriş, eğlence ve diğer ilgili faaliyetler için rahat ve uygun bir alan sağlar, dolayısıyla güçlü bir kimlik ve yer bilinci duygusu yaratır.

Türkiye’de alışveriş merkezlerinin nitelikleri ile açılış, faaliyet ve denetimlerine ilişkin usul ve esasları düzenlenmesi amacıyla 2016 yılında yayımlanan yönetmeliğin 4. maddesine göre alışveriş merkezlerinde merkezi bir yönetime sahip bir yapının veya yapı gruplarının yer aldığı bir alanda en az beş bin metrekare satış, sosyal ve kültürel etkinlik ve çocuk oyun alanı, bebek bakım odası, ibadet yeri, acil tıbbi müdahale ünitesi ve dinlenme alanları bulunması gereklidir. Ayrıca bir alışveriş merkezinin alan bütünlüğü içinde ziyaretçilerin beslenme, giyinme, eğlenme, dinlenme, kültürel ve benzeri ihtiyaçlarının karşılandığı en az biri büyük mağaza olmak üzere on işletmeye veya otuz işletmeye sahip olması gereklidir (Resmî Gazete, 29636).

Alışveriş merkezlerinin fiziksel yapılanması açık hava merkezi, mall ve hibrid olmak üzere üç ana başlıkta sınıflandırılmaktadır. Bu yapı tipi ilk olarak “açık hava merkezi” olarak karşımıza çıkmıştır. Açık hava merkezi niteliğine sahip alışveriş merkezlerinin farklı kullanımlı mekânlarının bazıları veya hepsi açık bir alanda ve üstü kapalı olmayacak biçimde yer almaktadır. ABD’de açılan Northland Alışveriş Merkezi bu fiziksel yapılanmaya örnek olarak gösterilebilir. Northland Alışveriş Merkezi, merkezinde bir mağazanın ve yayalaştırılmış üç cadde üzerinde çeşitli perakende alanlarının bulunduğu bir yapı olarak tasarlanmıştır. Kapalı hacimlerden oluşan perakende alanlarının tek bir çatı örtüsü üzerinde toplandığı alışveriş merkezleri “mall” olarak nitelendirilmektedir. İlk ortaya çıktıkları dönemde kullanıcılar tarafından büyük bir ilgiyle karşılanan açık hava ve kapalı alışveriş merkezlerinin

farklı özelliklerinin bir araya gelmesiyle “hibrid” yapılanma ortaya çıkmıştır. Hibrid alışveriş merkezleri, üstü açık ve kapalı olan alışveriş ve sosyal alanların bir arada yer aldığı merkezlerdir. Açık hava merkezi ve hibrid sınıflandırmasına sahip olan yapılarda genellikle günlük tüketim mallarının satışı ve hizmeti yapılmaktadır. Bunlar genellikle konut ve üniversite alanlarına yakın konumlanmaktadır. Bu tür yapılarda açık ve kapalı otopark alanları yer alabilir (Kocaili, 2010; ICSC, 1999).

Zaman içinde sektörün olgunlaşmasıyla sürekli gelişim gösteren bu yapılar International Council of Shopping Centers (ICSC) tarafından oluşturulan ilk sınıflandırmada; semt merkezi, bölgesel merkez, topluluk merkezi ve süper bölgesel merkez olmak üzere dört türden oluşmaktaydı (ICSC, 1999).

Dünyada gelişen ve gelişmekte olan birçok ülkede tüketicilerin zevk ve ihtiyaçlarına göre inşa edilen alışveriş merkezleri farklı özelliklere sahiptir. İlk ortaya çıktıkları dönemden günümüze kadar alışveriş merkezi tiplerinin tanımları çeşitli ülkelerde farklı kişiler ve kurumlar tarafından tanımlanmış ve farklı olarak sınıflandırılmıştır (ICSC, 1999; Levy ve Weitz, 2008; Guy, 1994; Dawson, 1983). Türkiye’de alışveriş merkezlerinin türlerine yönelik resmi olarak standartlaştırılmış herhangi bir sınıflandırma sistemi oluşturulmamıştır. Dawson (1983) tarafından, alışveriş merkezlerinin toplam perakende satış alanına, kat sayısına, fiziksel yapılanmasına, tesis yönetimine, sabit ve bağımsız kiracıların varlığına göre bir sınıflandırma yapılmıştır. Dawson tarafından geliştirilen tipolojiye göre alışveriş merkezleri sınıflandırması; süper bölgesel merkez, şerit merkezi, toplum merkezi, semt merkezi, bölgesel merkez, dolgu (infill), eklenti (extension), şehir merkezi restorasyonu (city center restoring), çoklu kullanım (multi-use), yardımcı merkez (ancillary), uzmanlık merkezleri (specialized) ve odak merkezi (focused) olmak üzere on ikiye ayrılmaktadır. Guy (1994) tarafından geliştirilen sınıflandırmada ise; odak merkezi/semt merkezi, perakende parkı, kapalı alışveriş merkezi (shopping mall), bölgesel alışveriş merkezi (regional shopping center), fabrika satış merkezi (factory outlet center) ve uzmanlık merkezleri olmak üzere altı alışveriş merkezi türü tanımlanmıştır. Levy ve Weitz (2008)’in mimari, kiracı türü ve işlevi kapsamında geliştirdiği alışveriş merkezi sınıflandırması; semt/topluluk merkezi, perakende parkı, alışveriş merkezi (shopping mall), yaşam merkezi, moda/uzmanlık merkezi, outlet merkezi, tema/festival merkezi, çok merkezli (omnicenter) ve karma kullanımlı geliştirme (mixed use development) olmak üzere dokuza ayrılmaktadır.

ICSC (1999)'e göre, bir alışveriş merkezinin sınıflandırılmasında ana belirleyici faktörler; satılan ürünün ve hizmetin çeşitliliği ve perakende alanının büyüklüğüdür. ICSC (1999), Birleşik Devletler'de ortaya çıkan alışveriş merkezlerini kapalı ve açık hava merkezi olmak üzere iki ana başlık altında sınıflandırmıştır. Açık hava merkezleri; tema/festival merkezi (theme/festival center), semt merkezi (neighborhood center), perakende parkı (power center), topluluk merkezi (community center), moda merkezi (fashion/specialty center) ve outlet merkezi (outlet center) olmak üzere altıya ayrılmaktadır. Kapalı alışveriş merkezleri ise; süper bölgesel merkez (superregional center) ve bölgesel merkez (regional center) olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

1999 yılında yapılan bu sınıflandırma 2000'li yıllarda güncellenmiştir. ICSC (2004) 'e göre, Birleşik Devletler'de ortaya çıkan alışveriş merkezleri sınırlı amaçlı merkezler, genel amaçlı merkezler ve özel amaçlı merkezler olmak üzere ürün ve hizmet çeşitlerine, konumlarına ve büyüklüklerine göre üç ana başlık altında sınıflandırılmıştır. Genel amaçlı merkezler (general-purpose centers) başlığı altında yer alan; semt merkezlerinin, toplum merkezlerinin ve şerit merkezlerinin (strip/convenience), fiziksel yapılıması genellikle açık hava merkezidir, bölgesel merkezlerinin ve süper bölgesel merkezlerinin ise mall'dur. Özel amaçlı merkezler (specialized-purpose centers); perakende parkı, yaşam merkezi (lifestyle), outlet merkezi, festival/temalı merkez olmak üzere dörde, sınırlı amaçlı merkezler (limited-purpose property) ise; havaalanı perakende merkezi (airport retail) olmak üzere bire ayrılmıştır (Çizelge 3.1).

**Çizelge 3.1: Birleşik Devletler'de Yer Alan Alışveriş Merkezlerinin ICSC (2004) Standartlarına Göre Sınıflandırılması**

Tür	Toplam Perakende Satış Alanı (m2)	Ürün Çeşiti ve Hizmeti	Konum
<b>Genel Amaçlı Merkezler</b>			
Semt Merkezi	3.000-15.000	Günlük ticari ürünler	5 km'lik yakın çevre
Bölgesel Merkez	40.000-80.000	Günlük ve genel ticari ürünler	8-24 km'lik yakın çevre
Süper Bölgesel Merkez	80.000'den büyük	Ulusal ve uluslararası mağazalar, oyun ve eğlence	8-40 km'lik yakın çevre

**Çizelge 3.1: (Devamı) Birleşik Devletler’de Yer Alan Alışveriş Merkezlerinin ICSC (2004) Standartlarına Göre Sınıflandırılması**

	<b>Toplam Perakende Satış Alanı (m2)</b>	<b>Ürün Çeşiti ve Hizmeti</b>	<b>Konum</b>
Toplum Merkezi	10.000-35.000	Günlük ticari ürünler	5-10 km’lik yakın çevre
Şerit Merkezi	3.000’den küçük	Genel ticari ürünler ve kişisel hizmet karışımı	2 km’den az yakın çevre
<b>Özel Amaçlı Merkezler</b>			
Festival/Temalı Merkez	8.000-25.000	Restoranlar, eğlence işlev karmaşı	40-120 km’lik yakın çevre
Perakende Parkı	25.000-60.000	Büyük mağaza, %75-90’u kiracı	8-16 km’lik yakın çevre
Yaşam Merkezi	15.000-50.000	Lüks mağazalar, yemek, eğlence	12-20 km’lik yakın çevre
Outlet Merkezi	5.000-40.000	İndirimli ürün satışı	40-120 km’lik yakın çevre
<b>Sınırlı Amaçlı Mülk</b>			
Havaalanı Perakende Merkezi	3.000’den küçük	Ticari bir havalimanı içinde bulunan perakende mağazalarının konsolidasyonu / özel perakende ve restoranlar	-

**Kaynak:** (ICSC, 2004).

**Semt Merkezi:** Bu merkezlerde, genellikle gıda gibi günlük tüketim mallarının satışının gerçekleştirildiği çeşitli perakende alanları ve yeterli araç kapasitesine sahip bir otopark yer almaktadır. Bu merkezler şehir merkezlerinin sınırlarında veya ilçelerde, genellikle 5 km’lik yakın çevredeki mahallelere hizmet vermektedir. Yakın çevresinde yaşayan hane halkının günlük alışveriş ihtiyacını karşılamaktadır, dolayısıyla bu yapılara erişebilirliğin yüksek olması önemli görülmektedir. Satış ve hizmet faaliyetleri için kiracı olarak; süpermarket, eczane, kuru temizleme, küçük mağazalar, restoranlar, bankacılık, kasap ve kuaför gibi birimler yer almaktadır. Toplam perakende satış alanı genellikle 3.000-15.000 metrekare aralığındadır (SACSC, 2016; ICSC, 2004). Macaristan’ın başkenti Budapeşte’de yer alan Stop Shop semt merkezine örnek gösterilebilir (Şekil 3.14).



**Şekil 3.14: Stop Shop, Budapeşte**

**Kaynak:** (Url-62).

**Bölgesel Merkez:** Genellikle bu merkezlerde çeşitli perakende mağazaları, ofisler, oteller, otopark ve özellikle çocukların ilgisini çeken birçok eğlence ve oyun alanları vardır. Karma kullanımlı ve 40.000-80.000 metrekare arasında büyüklüğe sahip bir perakende tesisidir. Bulunduğu konum itibariyle çeşitli ulaşım sistemlerine yakındır ve yüksek erişilebilirliğe sahiptir. Özellikle son 20 yıldır Türkiye’de yer alan İstanbul, Ankara, Bursa illeri gibi büyük ve gelişen şehirlerde çok sayıda bulunurlar. Büyük şehirlerde yer alan örneklerinin ürün çeşitliliği ve aynı zamanda ticaret yoğunluğu yüksektir. Kiracı olarak; bir veya iki büyük süpermarket, çeşitli ulusal ve uluslararası giyim ve ayakkabı mağazaları, restoranlar ve yemek alanları, ev eşyaları ve dekor mağazaları, sinema, elektronik oyun alanları gibi eğlence mekânları, eczane ve bankacılık birimleri yer almaktadır. Özellikle yemek yeme ve eğlence alanları bu merkezlerin çekiciliği arttıran mekânlardır. Bölgesel merkezler, bireylerin tüketim talebini karşılamak için, güçlü bir odak noktası olarak görülmektedir (SACSC, 2016; ICSC, 2004). Budapeşte’de inşa edilen WestEnd City Center bölgesel merkeze örnektir (Şekil 3.15).



**Şekil 3.15: WestEnd City Center, Budapest**

**Kaynak:** (Url-3).

**Süper Bölgesel Merkez:** Bölgesel merkezlere göre daha fazla ürün çeşitliliği ve hizmet sunar. Toplam perakende satış alanı genellikle 80.000 metrekareden büyüktür. Bulunduğu alanın 8-40 km'lik yakın çevresinde yaşayan hane halkının alışveriş ihtiyacını karşılamaktadır. Ayrıca ulusal ve uluslararası turistlere oyun ve eğlence olanakları sağlamaktadır. Alanın yaklaşık olarak %70-80'ini ana kiracılardan oluşmaktadır. Sinema, elektronik oyun birimleri ve buz pateni pistleri gibi eğlence alanları ve geniş ulusal ve uluslararası giyim mağazaları ile kullanıcılara çekici bir alışveriş ortamı sunan bir perakende satış tesisidir. Bu alanlarda, yiyecek, ev eşyaları, sağlık ve güzellik hizmetleri sunulmaktadır. Genellikle gelişen şehirlerin anayollarına ve metro, otobüs gibi çeşitli ulaşım olanaklarına yakın, erişilebilirliği yüksek yapılardır (SACSC, 2016). Almanya'nın Hamburg şehrinde yer alan Alstertal süper bölgesel alışveriş merkezine örnek gösterilebilir (Şekil 3.16).



**Şekil 3.16: Alstertal, Hamburg**

**Kaynak:** (Url-4).

**Toplum Merkezi:** Bulunduğu alanın 4 km'lik yakın çevresinde yaşayan hane halkının alışveriş ihtiyacını karşılamaktadır. Semt merkezlerine kıyasla ziyaretçilere daha geniş bir hizmet alanı ve ürün çeşitliliği sunulmaktadır. Bu merkezlerin konut alanlarına yürüme mesafesinde olması ve ana arterler üzerinde yer alması önemlidir. Yürüyerek ulaşmaya uygun olanlar ulaşım kolaylığı sunması açısından çevre sakinleri tarafından tercih edilmektedir. Kiracı olarak; 2500 metrekareden büyük günlük ve genel tüketim ürünlerinin satışı gerçekleştirilen bir veya iki adet süpermarket, sinema, eczane, kuaför, kasap, kuru temizleme, sınırlı olarak ulusal giyim mağazaları, ofisler, restoranlar ve bankacılık hizmetlerinin gerçekleştirildiği birimler yer almaktadır. Toplam perakende satış alanı genellikle 10.000-35.000 metrekare aralığındadır (SACSC, 2016). Macaristan'ın Győr şehrinde yer alan Family Center toplum merkezine örnek gösterilebilir (Şekil 3.17).



**Şekil 3.17: Family Center, Győr**

**Kaynak:** (Url-5).

**Şerit Merkezi:** Genellikle indirimli olarak genel ürün satışı yapılan mağazaların yer aldığı tesislerdir. Fiziksel olarak şerit şeklinde veya L ve U şekillerinde inşa edilmektedirler. Toplam perakende satış alanı 3.000 metrekareden azdır. 2 km'den az olan yakın çevreye hitap etmektedir. Bu merkezlerde genellikle ana kiracı bulunmamaktadır (ICSC, 2004).

**Festival/ Temalı Merkez:** Bulunduğu alanın 40-120 km'lik yakın çevresinde yaşayan hane halkının başta eğlence olmak üzere alışveriş ihtiyacını karşılamaktadır. Toplam perakende satış alanı genellikle 8.000-25.000 metrekare aralığındadır. Sinema, çeşitli elektronik oyun birimleri ve buz pateni pistleri gibi eğlence alanları ile birlikte kullanıcılara çekici bir alışveriş ortamı sunan bir perakende satış tesisidir (ICSC, 2004). İstanbul'da yer alan Viaport Asya festival/temalı merkeze örnek gösterilebilir (Şekil 3.18).



**Şekil 3.18: Viaport Asya, İstanbul**

**Kaynak:** (Url-6).

**Perakende Parkı:** Toplam perakende satış alanı genellikle 25.000-60.000 metrekare aralığındadır. Bu tesislerde indirimli ve toptan ürün satışı yapılan en az üç ana kiracı bulunmakta ve bunların alanlarının toplamı alışveriş merkezinin brüt perakende satış alanının %75-90'u kadardır. 8-16 km'lik yakın çevreye hitap etmektedir. Macaristan'ın Vecses şehrinde yer alan Market Central Ferihegy perakende parkına örnektir (Şekil 3.19).



**Şekil 3.19: Market Central Ferihegy, Vecses**

**Kaynak:** (Url-7).

**Yaşam Merkezi:** ABD'de 2000'li yılların başlarında önemli görülen bir perakende geliştirme türüdür. Fiziksel yapılanmaları genellikle açık hava merkezi niteliğindedir. Bulunduğu alanın 12-20 km'lik yakın çevresinde yaşayan bireylere hitap etmektedir. Ziyaretçilere rahat bir ortam yaratmak ve benzersiz bir perakende alışveriş ve eğlence deneyimi sunmak amaçlanmaktadır. Kiracı karmasına sahip olan bu tesiste bulunan mobilya ve büyük giyim mağazalarının, kahve ve kitap dükkanlarının yanı sıra çoğunlukla çeşitli restoranlar ve eğlence alanları vardır. Toplam perakende satış alanı 15.000-50.000 metrekare aralığındadır (SACSC, 2016). İstanbul'da yer alan Lens Yaşam Merkezi bu sınıflandırmaya örnek gösterilebilir (Şekil 3.20).



**Şekil 3.20: Lens Yaşam Merkezi, İstanbul**

**Kaynak:** (Url-8).

**Outlet Merkezi:** Genellikle şehir merkezlerinin sınırlarında konumlanan, üreticilerin ve perakendecilerin ürünlerini indirimli olarak satışını gerçekleştirdi alanlardır. Toplam perakende satış alanı genellikle 5.000-40.000 metrekare aralığındadır. Bu tesislerde ana kiracı bulunmayabilir. Kiracı olarak; çeşitli yemek yeme mekânları, kıyafet, ayakkabı, kitap ve ev eşyaları satan mağazalar yer alabilmektedir. Bulunduğu alanın 40-120 km'lik yakın çevresinde yaşayan hane halkının alışveriş ihtiyacını karşılamaktadır. Avusturya'da yer alan Parndorf bu alışveriş merkezi türüne örnek gösterilebilir (Şekil 3.21).



**Şekil 3.21: Parndorf, Avusturya**

**Kaynak:** (Url-9).

**Havaalanı Perakende Merkezi:** Ticari bir havaalanında bulunan çeşitli perakende ve restoran alanlarının birleşiminden oluşmaktadır. Bu merkezlerde, uçak ile seyahat edenlerin ve havalimanında çalışan bireylerin alışveriş ve yemek yeme ihtiyacı karşılanmaktadır. Ayrıca kahve dükkânları ve fast food restoranlarının yanı sıra hediyelik eşyaların, kitapların ve giyim ürünlerinin satışının gerçekleştirildiği mekânlarda vardır. Bu alanların farklı kullanıcılara hitap etmesi önemli görülmektedir. Brüt perakende alanı genellikle 3.000 metrekareden az olmaktadır. (SACSC, 2016).

### 3.3.2 Alışveriş Merkezlerinin Plan Şeması

Alışveriş merkezlerinin mimari tasarım sürecinde mekânsal planlama ve mekânsal davranış dikkate alınarak; alanda yer alacak tüm birimlerin işlevsel fonksiyonlarının verimli bir şekilde karşılanması, ziyaretçilerin birimlere kolaylıkla ulaşabilmesi, aynı zamanda mekânlarda ve dolaşım akslarında insan yoğunluğu kontrolünün sağlanması hedeflenmektedir (Park ve Zhang, 2019). Alışveriş merkezleri, kiracı olarak çeşitli mağazaların ve farklı kullanımlı mekânların bir araya

gelmesi ile oluşmaktadır (Mitra ve Deb, 2020). Alışveriş merkezlerinin plan şeması yapı bünyesinde yer alan mağazaların özelliklerine göre kurgulanmaktadır. Bu mağazaların yerleşim düzeni, kullanıcı hareketlerinin kontrolünü sağlama ve satın alma faaliyetlerini teşvik etme stratejisiyle oluşturulmaktadır (Andi, Abednego ve Gultom 2021). Alışveriş merkezlerinde yer alan müşteri çekim potansiyeli yüksek olan büyük mağazalar (anchor store) özellikle bu yapıların dolaşım ağını güçlü kılacak noktalara yerleştirilmektedir (Bal ve Altun, 2022).

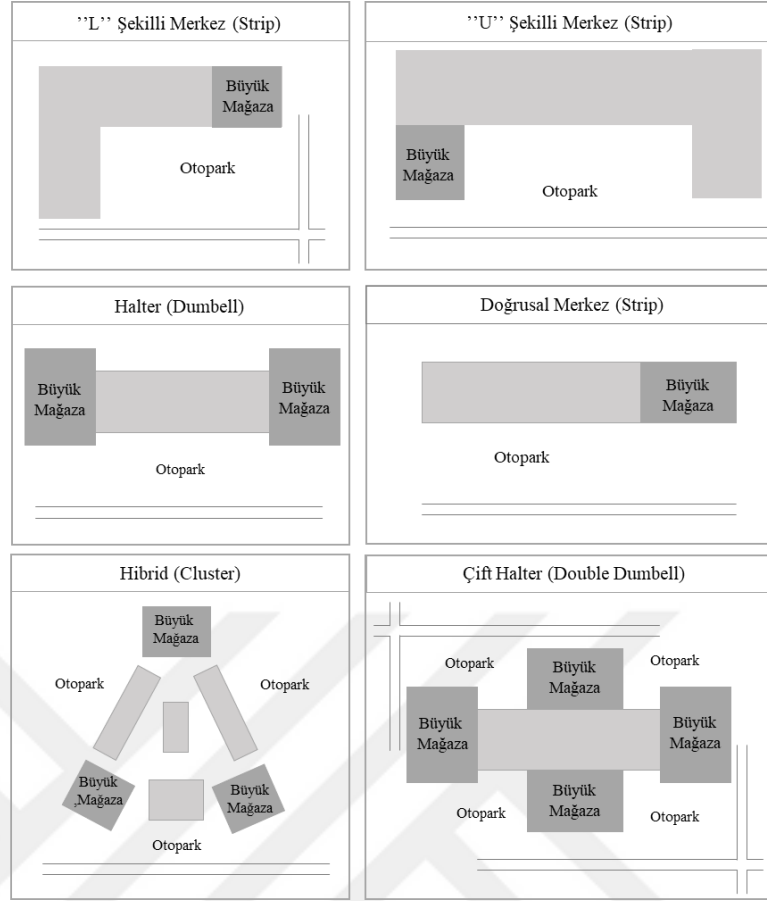
Alışveriş merkezleri kentsel çevreyle özdeşmiş yapılardır (Utomo ve Astarini, 2023). Dolayısıyla bu yapıların kentsel çevrede varlığını sürdürebilmesi konusu önemlidir. Bu ticari alanların tasarımını ve oluşumunu etkileyen faktörler arasında; mekânsal konfigürasyon, bölgenin iklim şartları ve arazi kullanımı, yer seçimi, konum, caddeler ve yollar gibi birçok kentsel mekân ögesi yer almaktadır. Yapının sahip olduğu tipoloji özelliklerine göre belirlenen kriterler doğrultusunda plan şeması oluşturulmaktadır. Alan bütünlüğü içinde yer alan; dolaşım koridorları, mağazaların büyüklüğü, ürün ve hizmet çeşidi, eğlence ve yemek yeme gibi farklı sosyalleşme alanları, giriş ve çıkış noktaları, asansör ve merdivenler plan şemasının oluşumunu etkileyen unsurlardır. Bir alışveriş merkezinde bireylerin mekânlara kolaylıkla erişebiliyor olması önemlidir. Bu yapıların giriş ve çıkış noktaları, bulunduğu bölgede yer alan farklı ulaşım sistemleri ve ana yollar ile birlikte değerlendirilerek belirlenebilmektedir. Alanın yaya sirkülasyon yoğunluğunu, plan şemasında bulunan giriş ve çıkış noktaları, merdiven ve asansörlerin konumunu ve sayısını belirler (Arthur ve Passini, 1992). Bu yapı tipinde çeşitli sosyal alanlar genellikle ana dolaşım aksı üzerinde veya tali aksların kesişmesiyle oluşan geniş alanlarda oluşturulmaktadır. Aynı zamanda bu yapılar potansiyel ziyaretçilerin ve bölgenin demografik özellikleri dikkate alınarak oluşturulmaktadır. Dolayısıyla potansiyel müşterilerinin gelir durumu, tüketim kültürü ve davranışı, bu yapıların konforunu ve alışveriş ortamını belirler. Ayrıca alanda bulunan mekânların güvenlik, konfor veya eğlence kriterlerini taşıyor olması bu yapıların kalitesini arttıracaktır (Özcan, 2022).

Alışveriş merkezlerinin plan şemasında ana dolaşım aksı, tali aksı, atriyum ve meydan benzeri geniş alanlar yer alabilmektedir. Alanda yer alacak mağazaların özellikleri plan tipolojisini etkilemektedir. Mağazaların seçimi ve aynı zamanda yerleşimi; hizmet ve ürün çeşitliliğine, müşteri çekim potansiyeline ve büyüklüğüne göre yapılmaktadır. Seçilen mağazaların ürün çeşidine göre yapının plan şemasında

mal giriş/çıkış noktaları belirlenmektedir. Müşteri çekim potansiyeli yüksek olan büyük mağazalar ziyaretçilerin bu yapılarda daha uzun süre vakit geçirmesini sağlamak ve küçük mekânların yaya sirkülasyonunu yoğunlaştırmak amacıyla plan şemasında genellikle uç noktalara yerleştirilmektedir. Dolayısıyla alışveriş merkezi mimari tasarım sürecinde seçilen mağazaların sahip olacağı özelliklere karar verilmesi önemlidir (Tavukçuoğlu, 2017).

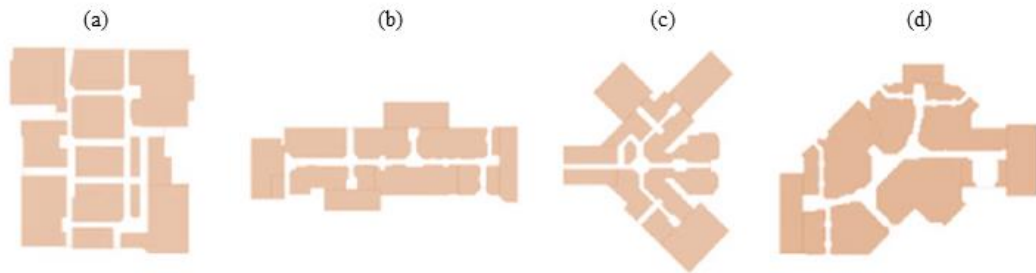
Alışveriş merkezlerinin yerleşim düzeninde yer alan tali akslarının kesişmesiyle oluşan geniş alanlar dolaşım güzergâhının oluşturulması konusunda önemlidir (Lynch, 1960). Bu yapıların yatay ve dikey sirkülasyon sistemlerinin yerleşim düzeni ziyaretçilerin mekân algısını ve yönelimini etkilemektedir (Arthur ve Passini, 1992). Merdivenler ve asansörler bir alışveriş merkezinin dikey sirkülasyonunu sağlar, dolayısıyla yapının çekirdeğini oluştururlar. Kat planlarının organizasyonu dikey sirkülasyon sistemlerinin yerleşim düzeninden etkilenir. Plan şemasında yer alan ana dolaşım aksları ve tali aksları ise yatay sirkülasyonu sağlamaktadır. Merdivenlerin, asansörlerin, ana aksların ve tali aksların ziyaretçiler tarafından rahat ve kolay bir şekilde görünebiliyor ve algılanabiliyor olması önemlidir. Planlanan dolaşım güzergâhına uygun olarak; dikey ve yatay sirkülasyon sistemlerinin yerleşiminin oluşturulması ziyaretçilerin kesintisiz bir şekilde ve rahatça mekânlar arasında dolaşabilmesini sağlar (Tavukçuoğlu, 2017).

1950'lerden günümüze kadar çeşitli banliyö bölgelerinde ve kentsel alanlarda varlığını sürdüren alışveriş merkezlerinin mekânsal konfigürasyonu zaman içinde gelişim göstermiş ve böylelikle farklı biçimlerde çeşitli alan türleri ortaya çıkmıştır (Burns, 1980). 20.yy ortalarında inşa edilen alışveriş merkezlerinin plan tipolojisi genellikle; doğrusal, "L" ve "U" şekilli merkez, hibrid (cluster) ve halter (dumbell)'dir (Realtors, 2014; Şekil 3.22).



**Şekil 3.22: 20.yy Ortalarında İnşa Edilen Alışveriş Merkezlerinin Plan Şemaları**

Günümüzde dünya genelinde, çok çeşitli ve türde alışveriş merkezi vardır. Alışveriş merkezlerinde ağırlıklı olarak; kartezyen sistemi, halter sistemi, dal/ağaç sistemi ve hibrid sistemi olmak üzere dört farklı plan şeması kurgulanmaktadır (Verdil, 2009; Şekil 3.23).



**Şekil 3.23: Alışveriş merkezi plan tipleri: (a) Kartezyen; (b) Halter; (c) Dal/Ağaç; (d) Hibrid**

**Kaynak:** (Deb ve Mitra, 2020).

**Kartezyen Sistemi:** Izgara sistemine dayalı olan bir düzeni ifade etmektedir. Ana akslar doğrudan veya dolaylı olarak birbirlerine bağlanarak mekânsal birimler oluşturur. Dal/ağaç plan şemasına kıyasla daha düzenlidir. Bu plan şemasında

merdivenler ve asansörler genellikle belirli bir düzende yer almaktadır (Tavukçuoğlu, 2017). İstanbul'da bulunan Kapalıçarşı kartezyen plan şemasına sahiptir (Şekil 3.24).



**Şekil 3.24: Kapalıçarşı, İstanbul**

**Kaynak:** (Çelik Gülersoy, 1965; Url-10).

**Halter Sistemi:** Çekim potansiyeli yüksek iki veya daha fazla perakende alanının oluşturulmasına dayanmaktadır. Yerleşim düzeninde doğrusal bir merkezi aks ve buna bağlanan tali akslar vardır (Verdil, 2009). Bu plan şemasında merdivenler ve asansörler genellikle düzensiz bir şekilde ve farklı noktalarda yer almaktadır (Tavukçuoğlu, 2017). Genellikle büyük mağazalar bu merkezi aksın her iki ucunda yer almaktadır. Bu yerleşim düzeni büyük mağazaların arasında kalan küçük mağazaların ziyaretçi yoğunluğunu arttırmak amacıyla geliştirilmiştir (Burns, 1980). Ortaya çıkan ilk alışveriş merkezleri genellikle bu plan tipine sahiptir (Bal ve Altun, 2022). Ergener ve Arslan (2022)'in çalışmasına göre, alışveriş merkezlerinde kullanılmaya en uygun plan şeması halterdir. İstanbul'da bulunan Galleria Alışveriş Merkezi halter plan şemasına sahiptir (Verdil, 2009; Şekil 3.25).



**Şekil 3.25: Galleria Alışveriş Merkezi, İstanbul**

**Kaynak:** (Url-11; Url-12).

**Dal/Ağaç Sistemi:** Bir ana dolaşım aksı etrafında gruplaşmış mağaza birimlerinin ve tali akslarının yer aldığı karmaşık bir düzeni ifade etmektedir. Tali akslarının kesişmeleriyle meydan benzeri geniş alanlar oluşmaktadır (Zhou ve Liu,

2021). Bu plan şemasında merdivenler ve asansörler genellikle düzensiz bir şekilde ve farklı noktalarda yer almaktadır (Tavukçuoğlu, 2017). Kartezyen sisteminden farklı olarak sirkülasyon alanları eşdeğer değildir (Bal ve Altun, 2022). Halter sisteminden farkı ise yerleşim düzeninde dağınık bir şekilde ve belirli noktalarda konumlanan mağaza birimlerinin yer almasıdır. Kanada’da 1984 yılında açılan Metrocenter bu plan şemasına sahiptir (Verdil, 2009; Şekil 3.26).



**Şekil 3.26: Metrocenter, Kanada**

**Kaynak:** (Ergener ve Arslan, 2023; Url-13).

**Hibrid Sistemi:** Birden çok tali aksının ana dolaşım akslarına bağlandığı bir düzeni ifade etmektedir (Bal ve Altun, 2022). Halter ve dal/ağaç plan tiplerinin farklı özelliklerine dayanarak oluşturulmuştur. Bu sistemde ana dolaşım aksları birbirine paralel olabilmekte ve atrium veya meydan gibi geniş alanlar tali akslarının kesişme noktalarında yer alabilmektedir (Mitra ve Deb, 2020). Ana mağazayı çevreleyen büyük mağazalardan oluşmaktadır. Genellikle bu büyük mağazaların etrafında otopark alanları vardır (Burns, 1980). Bal ve Altun (2022)’e göre “kümeli bir plan organizasyonuna” sahiptir. İstanbul’da bulunan Akmerkez hibrid plan şemasına sahiptir (Verdil, 2009; Şekil 3.27). 1950’lerde ağırlıklı olarak tercih edilen bir plan sistemidir. Günümüzde birçok alışveriş merkezinin plan şeması bu sistemin özelliklerini taşımaktadır (Arslan ve Ergener 2022).



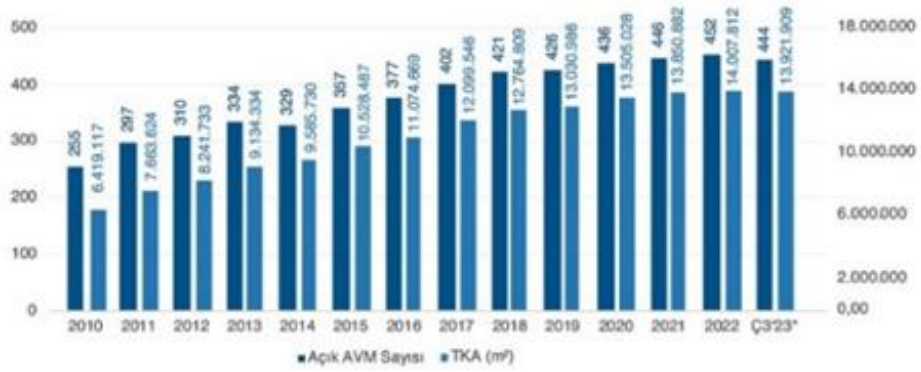
**Şekil 3.27: Akmerkez, İstanbul**

**Kaynak:** (Ergener ve Arslan, 2023; Url-14).

### 3.3.3 Türkiye’deki Alışveriş Merkezlerinin Durumu

Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği (AYD)’e göre, Türkiye’de 2023 yılının 3. çeyreği itibariyle faaliyette olan toplam 444 adet alışveriş merkezi vardır. Global Commercial Real Estate Services (GYODER) Alışveriş Merkezi Raporuna göre, ülkemizde inşaat halinde olan 27 adet alışveriş merkezi bulunmaktadır. Bu raporda 2023 yılının 3. çeyreği itibariyle 13 milyon 922 bin metrekare olan alışveriş merkezi kiralanabilir alan arzının, inşaat halinde olan projelerin de tamamlanması ile birlikte 2025’te 14,6 milyon metrekareye ulaşabileceği belirtilmiştir (GYODER, t.y.).

AYD’e göre 2006 ile 2013 yılları arasında İstanbul’da 26, Ankara’da 5, Muğla’da 2, Bursa, Mersin, Gaziantep, İzmir, Balıkesir, Denizli, Sivas ve Tekirdağ’da 1’er olmak üzere 41 adet alışveriş merkezi kapanmıştır (Emlak Kulisi, 2013). 2014’de beş, 2023’te ise 8 alışveriş merkezi kapanmıştır (Şekil 3.28). EVA Gayrimenkul şirketinin yayınladığı bir rapora göre ise, 2011-2017 yılları arasında alışveriş merkezlerinde bulunan toplam 1.668.740 metrekarelik alan işlevsel kayba uğramış, bu alanların 236.778 metrekaresi ise kullanım dönüşümüne uğramıştır (EVA Gayrimenkul, t.y.).



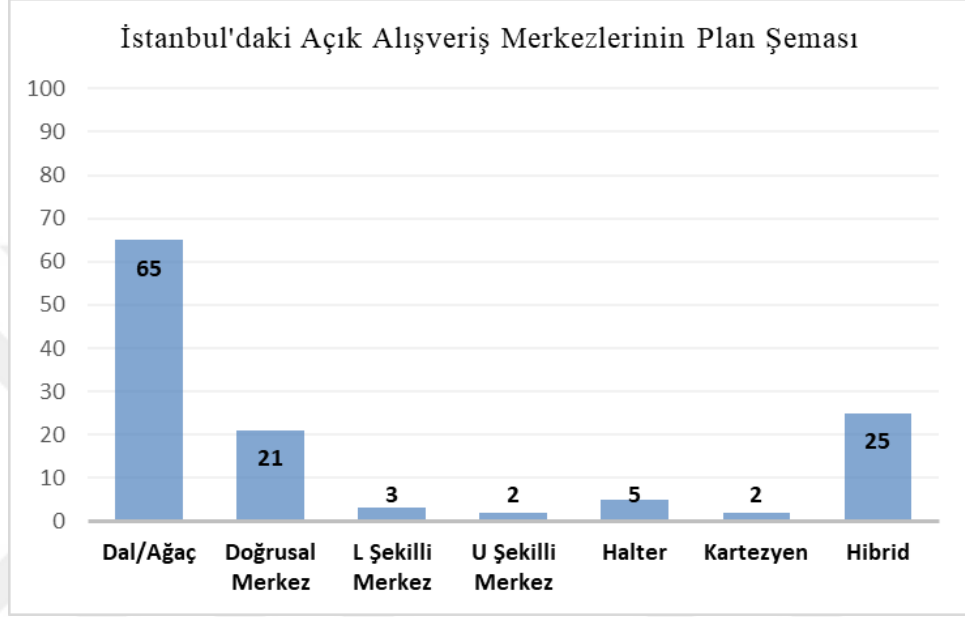
**Şekil 3.28: Türkiye’de Yıllara Göre Hizmete Açık Alışveriş Merkezlerinin Sayısı ve Toplam Kiralanabilir Alan (TKA)**

**Kaynak:** (GYODER, t.y.).

Ülkemizde faaliyette olan alışveriş merkezlerinin yaklaşık olarak %30’u İstanbul’da, %9,2’si Ankara’da, %6,3’ü İzmir’de, %4,3’ü Bursa’da ve %4’ü Antalya’da yer almaktadır (Şekil 3.29). Dolayısıyla ülkemizde faaliyette olan alışveriş merkezi stoğu diğer şehirlere kıyasla en çok İstanbul’da bulunmaktadır. Çalışmada günümüzde İstanbul’da hizmetine devam eden 123 adet alışveriş merkezi tespit edilmiştir (Ek-3). Bu alışveriş merkezleri çoğunlukla 2006-2010, 2011-2015 ve 2016-



İstanbul'da faaliyete olan 123 adet alışveriş merkezinin (Ek-3) 65'i dal/ağaç, 25'i hibrid, 21'i doğrusal merkez, 5'i halter, 3'ü L şekilli merkez, 2'si U şekilli merkez ve 2'si kartezyen plan şemasına sahiptir. Bu verilere göre İstanbul'da en çok dal/ağaç plan şemasına, en az ise U şekilli merkez ve kartezyen plan şemasına sahip alışveriş merkezi vardır. Hibrid ve doğrusal merkez plan şemasına sahip olanlar halter ve L şekilli merkez olanlara kıyasla çoğunluktadır (Şekil 3.31).



**Şekil 3.31: İstanbul'daki Alışveriş Merkezlerinin Plan Şeması**

### 3.4 Alışveriş Merkezlerinin Kullanım Ömürlerini Kaybetmelerinin Nedenleri

Alışveriş merkezi arzı artarken ziyaretçilerin bu yapılara olan ilgisinin azalması kentsel çevrede boş mekânlardan oluşan, atıl veya kapalı durumda olanların sayısının artmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla alışveriş merkezi arz ve talep dengesinin iyi kurulması gereklidir. Bölgenin alışveriş merkezi ihtiyacının belirlenmesi arz fazlalığı veya arz eksikliği sorunları ile karşı karşıya kalınmaması için önemlidir. Alışveriş merkezi alan bütünlüğü içinde yer alan çeşitli mağazalarda ve işletmelerde hizmet eksikliklerinin yaşanması veya işlevsel özelliklerin kaybedilmesi bu yapıların kapanma durumu ile karşılaşmasına neden olabilmektedir. Eva Gayrimenkul tarafından, işlevsel özelliklerini kaybederek kullanım ömrü sonlanan alışveriş merkezleri; toplam kiralanabilir perakende alanlarında ziyaretçi doluluk oranının %50'nin altında, farklı bir fonksiyona dönüştürülmüş veya tüm hizmetleri sonlanmış

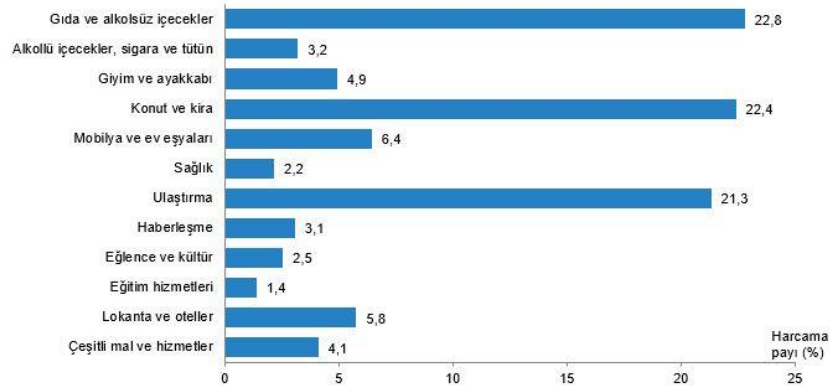
kapalı durumda olanlar olarak tanımlanmıştır (EVA Gayrimenkul, t.y.). Alışveriş merkezlerinin yapım, gelişme ve yıkım süreci arasında kentsel çevrede var olmaya devam edebilmeleri için işlevsel ömrünü sürdürebilmeleri gereklidir. Çeşitli nedenlerle tek veya birden çok işlevsel fonksiyonunu yerine getiremeyen alışveriş merkezlerinin yapısal ömürleri devam etse de zaman içinde ziyaretçi doluluk oranlarının %50'nin altına kadar düşmesi ve ciro kayıplarına uğrayan mağazalarının kapanması beklenmektedir. Bu durumlarla karşılaşanlar zaman içinde çoğunlukla köhneleme sürecine giren ve boş mekânlardan oluşan bir alana dönüşebilmektedir. İlk ortaya çıktıklarından günümüze kadar farklı çeşitte ve türde karşımıza çıkan alışveriş merkezleri kentsel çevreyle ve toplumla ilişkilendirilen yapılardır (Utomo ve Astarini, 2023). Dolayısıyla yaşam döngüleri içinde kullanılmama durumu birçok nedene bağlı olabilmektedir. Alışveriş merkezlerinin ciro kazançları, kullanıcı doluluk oranları, yapısal ve işlevsel ömrü doğrudan veya dolaylı olarak yapının yönetim sisteminden ve mimari tasarım özelliklerinden, bulunduğu ülkenin demografik özelliklerinden ve yönetim politikalarından, toplumun ve potansiyel müşterilerin demografik özelliklerinden, tüketim davranışı ve kültüründen, kentsel ve doğal çevreden etkilenebilmektedir (Sarıakçalı, 2018). Bu yapıların kullanım ömrünü kaybetmesine neden olan etkenler altı başlık altında; ekonomik, sosyal, teknolojik, pandemi, yönetimsel ve mimari olarak incelenmiştir.

### **Ekonomik Etkenler**

Enflasyon, ekonomideki fiyatlar genel seviyesinin sürekli ve hızlı bir artış göstermesini ifade eden bir olgudur (Kılıçbay, 1984).

Ülkelerin enflasyon seviyesi Ürün Fiyat Endeksi (ÜFE) ve Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE) oranlarına göre belirlenmektedir. TÜİK'e göre, ülkemizde 2023 yılında bir önceki yıla göre TÜFE ve ÜFE'deki yıllık değişim sırasıyla; %64,77 ve %44,22 olarak gerçekleşmiştir. Son on yılda ÜFE oranı yaklaşık olarak yedi, TÜFE ise sekiz kat artış göstermiştir. 2019 ile 2023 yılları arasında ÜFE ve TÜFE oranlarında sürekli olarak bir artış olması dikkat çekmektedir. 2020-2022 yılları arasında pandemi süreci birçok ülkenin ekonomisine bazı olumsuz etkileri olmuştur. Özellikle 2021 ve 2022 yıllarında ÜFE ve TÜFE'de son on yılın en yüksek artış oranları yaşanmıştır. 2020 ile 2022 yılları arasında ise enflasyon seviyesi çok hızlı bir artış göstermiştir (TÜİK, 2024).

Enflasyon seviyesindeki artış oranı mal, mülk ve hizmet değerlerini bireylerin, kurum ve kuruluşların ekonomik kazançlarını ve yerel yönetimlerin faiz kararlarını etkileyebilmektedir. Ülkelerin ekonomik durumu alışveriş merkezi mülk sahiplerinin; maliyetlerini ve kazançlarını, ziyaretçilerin tüketim davranışını ve mağazalarının veya işletmelerinin ürün ve hizmet fiyatlarını ve dolayısıyla cirolarını da etkileyebilmektedir. Hane halkının tüketim davranışları bireylerin gelir durumuna göre yönelim göstermektedir (TUİK, 2023; Şekil 3.32). Ülkemizde 2022 yılında bireylerin tüketim amacıyla yaptığı gıda ve alkolsüz içecek ürünlerine yönelik harcamaları diğerlerine göre öncelikli olarak gerçekleşmiştir. Diğer harcama türleri ise en yüksek orandan düşüğe doğru; konut ve kira, ulaştırma, mobilya ve ev eşyaları, lokanta ve oteller, giyim ve ayakkabı, çeşitli mal ve hizmetler olarak sıralanabilir. Alışveriş merkezleri alan bütünlüğü içinde bireyler tarafından mobilya ve ev eşyası, giyim, ayakkabı gibi birçok çeşitte ürün satın alma, yemek yeme ve eğlenme faaliyetlerinin gerçekleştirildiği çeşitli mağazalar ve işletmelerden oluşmaktadır. Dolayısıyla hane halkının tüketim davranışında ve alışkanlığında yaşanan değişimler bu mağazaların ve işletmelerin satış yapma faaliyetlerini doğrudan etkilemektedir.



**Şekil 3.32: Harcama Türlerine Göre Bireylerin Tüketim Harcamasının Dağılımı (%), 2022**

**Kaynak:** (TUİK, 2023).

Çeşitli sektörlerde üretilen mal ve/veya hizmetlerin fiyat değişimleri bireylerin tüketim harcama alanlarını etkilemektedir (Şekil 3.32). Alışveriş merkezlerinde yer alan ürün ve hizmetlerin fiyat değişimleri ziyaretçilerin satın alma, dolayısıyla markaların da satış yapma gücünü büyük ölçüde etkileyecektir. Enflasyon seviyelerinde hızlı artış oranları bireylerin tüketim alışkanlığında dolayısıyla zevk ve tercihlerinde de değişimler yaşanmasına sebebiyet vermektedir.

Alışveriş merkezlerinde zaman içinde meydana gelebilecek dezenformasyonları en aza indirmek için belirli sürelerde bakım, onarım ve yenileme faaliyetleri yapılmalıdır. Alanın yapısal ve kullanım ömrünün zarar görmemesi için bunların zamanında uygulanması önemlidir. Ülkemizde 1988 yılında hizmete açılan Galleria gibi uzun yıllardır hizmetine devam etmeye çalışan birçok alışveriş merkezi bulunmaktadır. Bunlarda zamana bağlı olarak yapısal ömrünün uzamasına neden olabilecek fiziksel deformasyonlar meydana gelmektedir (Sarıakçalı, 2018). Yapısal ömrünü yitiren alışveriş merkezlerinin kullanım ömrü de doğrudan sonlanacaktır. Dolayısıyla yapıların sahip olduğu işlevsel kullanımlara göre belirli zaman aralıklarında bakım, onarım ve yenileme faaliyetlerinin uygulanması önemlidir. Ancak günümüzde ekonomik olarak bakım, onarım ve yenileme maliyetlerini karşılamakta güçlük çeken birçok alışveriş merkezi vardır (Girgin, 2024). Alışveriş merkezlerinde kiracı olan mağazaların ve işletmelerin kapanması yapının işletme ve yürütme maliyetlerinin karşılanmasında güçlük yaşanmasına neden olmaktadır (Valensky, 2023). Ayrıca bakım, onarım ve yenilenme ihtiyacı karşılanamayan alışveriş merkezleri, müşteri kayıpları yaşamaktadır. Bu durumda olanlar, hem yapısal ömrünün hem de kullanım ömrünün zaman içinde sonlanması ile karşı karşıya kalmaktadırlar.

### **Yönetimsel Etkenler**

Alışveriş merkezi sahipleri tarafından marka seçme stratejilerinde hatalar yapılması bu yapıların kullanım ömrünün sonlanmasına etkisi olmaktadır. Alışveriş merkezlerinin ziyaretçi profili hitap edilen bölgede yaşayan insanların demografik özelliklerine, ulusal ve uluslararası turistler gibi bazı toplulukların tüketim davranışı ve kültürüne yönelik belirlenmektedir. Müşterilerin tüketim davranışları zaman içinde birçok etkene bağlı olarak değişmekte dolayısıyla bu yapıların sürekli olarak kullanıcı içgörülerine sahip olması ve ihtiyaçlarına yönelik gelişim göstermesi önemlidir. Ziyaret sayısı, ürün ve hizmet satış oranlarının yüksek olması için müşteri memnuniyeti sağlanmalıdır. Alanda yer alacak mağazaların ürün seçimi ve işletmelerin hizmet çeşitliliği potansiyel müşterilerin ihtiyaçlarına uygun olmalıdır. İstanbul'da yer alan Akvaryum Alışveriş Merkezi'nde mevcut bir perakende alanı mobilya satışı yapan bir mağazaya dönüştürülmüştür. Bu yenilenme sonrası yapının ziyaretçi doluluk oranı %98'e ulaşmayı başarmıştır (Sarıakçalı, 2018).

Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 Sayılı Karar' a göre Türkiye'de alışveriş merkezlerinde kiralama bedellerinin döviz olarak karşılanması yasaklanmıştır

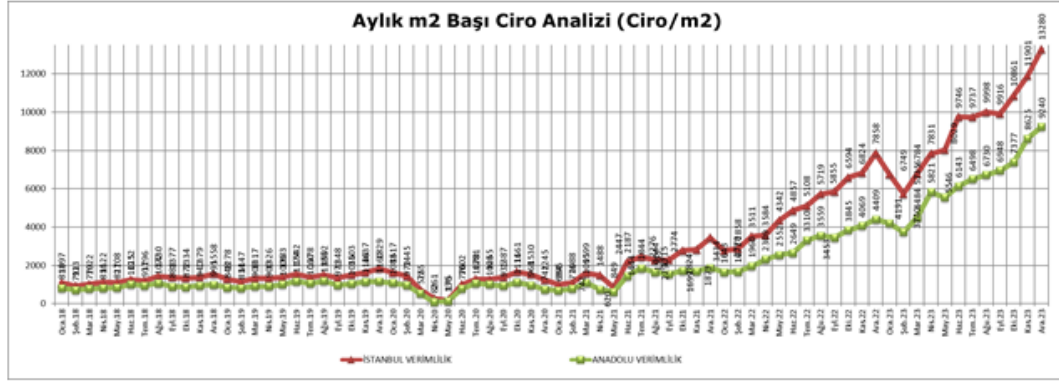
(Resmi Gazete, 30557). İnternetteki bir habere göre Türkiye’de yer alan dokuz alışveriş merkezi için iflas erteleme talebinde bulunulmuştur (Oda TV, 2023). Bu alışveriş merkezlerinin ekonomik olarak darboğaza girmelerinin nedenleri arasında; bankalara döviz olarak borçlananların TL cinsinden kira kazançları elde etmeleri ve COVID-19 sebebiyle belirli bir süre boyunca kapalı durumda kalmaları ve dolayısıyla ziyaretçi doluluk oranlarıyla birlikte ciroların da düşmesidir.

Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu (TESK) Genel Başkanı Bendevi Palandöken, günümüzde potansiyel ziyaretçi kapasitesini korumak isteyen alışveriş merkezi sahipleri ile kiracı olarak yer alan bazı markalar arasında düşük fiyatlı veya ücretsiz kira sözleşmeleri imzalanabildiğinden bahsetmektedir. Palandöken’e göre bu düşük kira kazançları bankalara kredi borcu olan mülk sahiplerinin zor durumda kalmalarına neden olmaktadır (Habertürk Tv, 2024). Ticaret Bakanı Ömer Bolat, ekonomik olarak darboğaza girmiş 70 alışveriş merkezinin borçlandıkları bankalara devredildiği bilgisini vermiştir (Cumhuriyet, 2023). Ülkemizde bulunan her altı alışveriş merkezinden biri icralık durumdadır (Fox Haber, 2024). Amerikan yatırım şirketi Green Street verilerine göre, 2020-2021 yılları arasında ABD’de sahibinin ekonomik olarak darboğaza girmesinden dolayı düşük kazançlara sahip olan 20 alışveriş merkezi, sahibinin kredi borcu olan bankalara devredilmiştir. Alışveriş merkezlerinin iflas durumuna gelmesinin neden olan ekonomik etmenler arasında; pandemi sürecinin ülke ekonomisine olumsuz etkisi, yüksek kredi faiz oranları ve enflasyon rakamları bulunmaktadır (The Real Deal, 2021).

### **Pandemi**

2020 yılında Dünya Sağlık Örgütü tarafından küresel bir salgın olarak ilan edilen COVID-19, alışveriş merkezlerinde tüketim ortamının ve ziyaretçilerin tüketim alışkanlığının değişmesinde etkili olmuştur. Pandemi nedeni ile yapılan kısıtlamaların yol açtığı sosyo-kültürel ve ekonomik sonuçlar alışveriş merkezlerinin kullanıcı doluluk oranının düşmesine ve dolayısıyla kiralanabilir alanların cirolarında ciddi düşüşler yaşanmasına sebebiyet vermiştir. Şekil 3.33 ve Şekil 3.34’de yer alan verilere göre, alışveriş merkezleri 2020-2022 yılları arasında değer kaybetmiştir. TESK Genel Başkanı Palandöken, özellikle pandemi dönemi sonrası alışveriş merkezlerinin ziyaretçi sayısının pandemi dönemine kıyasla arttığından ancak bu ziyaretlerin

tüketime kıyasla daha çok boş zaman etkinliği gibi sosyalleşme, yemek yeme ve iklim koşullarından korunma amacıyla yapıldığından bahsetmektedir (Habertürk Tv, 2024).



alışveriş merkezi potansiyel müşterilerin davranışlarını etkilemiş; dijital oyun, dizi, film ve video gibi teknoloji ve medya hizmetleri sağlayan çevrimiçi platformlar bireyler tarafından büyük ilgi görmüştür. Bu durum alışveriş merkezlerine olan ziyaret sayısının azalmasında etkili olmuştur (Mezda, 2021). Özellikle pandemi döneminde düşük ziyaretçi doluluk oranlarıyla mücadele eden birçok alışveriş merkezinin kiralanabilir perakende alanı azalmıştır (Miller, 2023).

### **Teknolojik Etkenler**

Teknolojinin gelişmesiyle alışveriş merkezlerinin geleneksel pazarlama stratejisinde yer alan büyük yatırım araçlarının; reklam panolarının, dergilerin ve televizyon reklamlarının toplum üzerinde etkisi günümüzde azalmaya başlamış ve dolayısıyla bu yapılarda bulunan ulusal ve uluslararası mağazaların marka stratejisinde değişimler yaşanmıştır. Dünya genelinde özellikle son birkaç yıldır fiziksel ve çevrimiçi alışveriş deneyiminde dinamik bir dönüşüm yaşamakta ve e-ticaretin insanlara birçok kolaylık sunması nedeniyle tüketiciler alışveriş merkezlerine gitmek yerine çevrimiçi alışveriş eylemini gerçekleştirmeyi tercih edebilmektedir. Pandemi dönemi boyunca toplum tarafından rağbet gören bu tüketim davranışı günümüzde ilgisini sürdürmeye devam etmektedir (Miller, 2023). U.S Census Bureau'nun paylaştığı bir rapora göre, ABD'de pandemi döneminde genel perakende satışlarının yaklaşık %14'ü e-ticaret satışlarını içermektedir (U.S. Census Bureau, 2023).

Alışveriş merkezlerinde bulunan markaların mağazalarına ziyaretçi çekebilmek için uyguladıkları stratejilerden biri bireylere teslim alma kolaylığı sunmaktır. İnsanlar çevrimiçi platformlardan satın aldıkları ürünleri uzun günler sonra kargo şirketleri tarafından teslim almak yerine markaların sunduğu “mağazadan teslim alma” seçeneğini kullanarak ürünlere daha kısa sürede ulaşmayı tercih edebilmektedir (Costar, 2023). Bu perakende kanallarının, müşterileri alışveriş merkezlerini ziyaret etmeye teşvik edecek şekilde oluşturulması önemlidir. Müşterilerin ürünleri; görmesi, deneyebilmesi ve dokunabilmesi, marka/ürün ve müşteri arasında olan sadakat ve güven gibi duygusal bağların güçlendirilmesini sağlayacaktır. Bu konuda başarılı stratejiler yürüten markalar alışveriş merkezlerinde yer alan mağazalarında müşteri memnuniyetini arttırabilmektedir. Bu durum kullanıcı doluluk oranlarında ve satış faaliyetlerinde artış olmasını sağlayabilir. Alışveriş merkezlerinde yer alan mağazaların ekonomik kazançları müşteri memnuniyetine ve yoğunluğuna bağlıdır. Burada potansiyel müşterilerin ilgi alanlarına, zevk ve tercihlerine yönelik bir

pazarlama ortamı oluşturulması önemlidir. Müşteri davranışlarına uygun hizmet sunamayan mağazalar ve işletmeler, düşük ziyaretçi oranları ile karşılaşabilmekte, ciro kayıplarına uğrayabilmektedir. Markaların uygun teknolojik çözümleri geliştirememesi potansiyel müşterilerinin e-ticaret faaliyetlerini daha çok tercih etmesine ve dolayısıyla mağazalarında ziyaretçi doluluk oranlarının düşmesine sebebiyet verebilir.

### **Sosyal Etkenler**

Son birkaç yıldır toplumun tüketim alışkanlıklarında bir değişim yaşanmakta, alışveriş merkezi mülk sahipleri potansiyel müşterilerinin değişen zevklerine ve tercihlerine cevap verebilmek için çeşitli stratejiler geliştirmektedir. Hızlı moda, alışveriş merkezlerinde bulunan çeşitli mağazaların marka stratejilerinden biridir. Bu stratejik yaklaşımın temel amacı müşteri zevk ve tercihlerinde yaşanan hızlı değişime ayak uydurmaktır (Hacıola, 2012). Özellikle son birkaç yıldır insanlar değişen moda uyum sağlayabilmek için genellikle marka değeri yüksek olan mağazalardan ürün almaktan ziyade daha düşük fiyat etiketli ürünlerin yer aldığı çevrimiçi platformları tercih etmektedir. Bu durum özellikle alışveriş merkezlerinde yer alan giyim ve takı gibi hızlı modası geçen ürünlerin satışını gerçekleştiren mağazaların ciro kayıplarına yol açmaktadır. Toplumun değişen bu tüketim alışkanlığına uygun stratejilerin geliştirilememesinden dolayı ekonomik olarak düşük kazançlar elde eden markalar alışveriş merkezlerinde bulunan mağazalarını kapatma durumu ile karşı karşıya kalmaktadır (Valensky, 2023).

### **Mimari Etkenler**

Özellikle 1960 ile 2000 yılları arasında inşa edilen geleneksel kapalı alışveriş merkezleri o dönemin şartlarına göre inşa edildikleri için günümüzde müşterilerin zevklerine, tercihlerine ve ihtiyaçlarına aynı zamanda tüketim alışkanlığına cevap verememektedirler. Genellikle bu durumda olanlarda çeşitli yenileme, iyileştirme ve geliştirme çalışmaları yapılarak yapının değişen koşullara uyum sağlaması ve alışveriş ortamının canlandırılması amaçlanmaktadır. Ülkemizde ilk ortaya çıktıkları dönemde özellikle iklimlendirme sistemine sahip olmaları nedeniyle büyük bir ilgiyle karşılanan bu merkezler müşteri zevk ve tercihlerinin zaman içinde değişmesinden dolayı günümüzde ilgisini kaybetmeye başlamıştır. Özellikle fiziksel yapılanması açık hava ve hibrid olan alışveriş merkezlerinin varlığı bu durumu tetiklemektedir. Günümüzde açık hava da eğlence ve sosyal alanlara sahip alışveriş merkezleri ilgiyle

karşılanmaktadır. Özellikle pandemi döneminden sonra bireyler aktivite sunan alışveriş merkezlerine yönelmiş, bireyler sağlık endişesi nedeniyle kapalı alışveriş merkezleri yerine açık hava imkânı sunan bu perakende tesislerini tercih etmiştir. Konser ve açık hava tiyatrosu gibi insanları özellikle açık hava ortamında bir araya getiren etkinlikler alışveriş ortamını canlanmasını sağlamakta ve insanların bu merkezlerde yer alan mağazalara erişimini teşvik etmektedir. Bunların kapalı alışveriş merkezlerine kıyasla toplumun değişen tüketim alışkanlıklarına daha esnek çözümler sunması ve daha fazla doğal ışık alma gibi sahip oldukları farklı mimari tasarım özellikleri nedeniyle günümüzde bireyler tarafından yaygın olarak tercih edilmektedir. Müşterilerin değişen zevk ve ihtiyaçlarına yönelik esnek çözümler sunmakta zorlanan alışveriş merkezleri toplumun ilgisini kaybetme durumuyla karşılaşır (Costar, 2023).

Alışveriş merkezleri eskimeden ve gerekli bakım ve onarım faaliyetlerinin zaman içinde yapılmaması nedeniyle iyileştirilmeye ve yenilemeye de ihtiyaç duymaktadır. Ayrıca ziyaretçilerin zevk ve ihtiyaçlarına yönelik yeni işlevsel fonksiyonlar eklenebilmekte, bunun için mevcut alışveriş merkezi arazisi genişletilebilmekte ve tek veya birden çok işlevi barındıran yeni yapı, yapı grupları ve/veya alanlar eklenebilmektedir. 1995 yılında İstanbul’da açılan Carousel Alışveriş Merkezi’nin cepheleri, dolaşım alanları ve yürüyen merdiveni, asansör, aydınlatma gibi mekanik ve elektronik sistemleri 2015’ de yenilenmiştir. Aynı zamanda binanın zemin katına yeni bir yemek yeme alanı ve üst katlara ise teras alanları eklenmiştir (Pehlivan, 2016).

Bu tesisler ilk ortaya çıktıkları dönemde alışveriş dışında boş zaman etkinliği sunması açısından da toplumun ilgisini kazanmıştır. Alışveriş merkezlerinin müşteri çekim potansiyelini oluşturan elektronik oyun ve konser alanları, buz pateni pisti ve sinemalar gibi çeşitli oyun, eğlence ve sosyal alanları insanların bir arada olmasını sağlayan ve insanların birbirleriyle etkileşim halinde oldukları deneyimsel mekânlardır. Günümüzde oyun ve eğlence gibi sosyal aktivitelere sahip olanları özellikle öğrencilerin okuldan sonra arkadaşlarıyla birlikte gittiği ve zaman geçirdikleri keyifli mekânlara sahiptir. Festival/temalı alışveriş merkezleri özellikle genç bireylere hitap etmektedir. Bu yapıların potansiyel kullanıcıların zevk ve tercihlerine uygun eğlence ve sosyal alanlarının olmaması veya var olan alanların artık insanlar tarafından eğlenceli görülmemesi veya kullanılmaya uygun olmaması yaya

trafiğini olumsuz yönde etkileyecektir. Bunlar alanda bulunan diğer mağazaların ve işletmelerin kullanıcı doluluk oranlarının düşmesine sebebiyet verebilir ve dolayısıyla ciro kayıplarına yol açabilir (Valensky, 2023). İstanbul'da bulunan bir alışveriş merkezi hizmetine devam etmekte zorlanırken çocukların ilgisini çekebilecek bir çok-ışlevli mağaza ile başarılı bir şekilde yeniden canlandırılmıştır (Sarıakçalı, 2018).

ABD çapında bir mağazacılık zinciri olan Macy, 2020 yılında düşük ekonomik kazançlara sahip alışveriş merkezlerinde kiracı olarak bulunan 125 mağazasını kapatma karar almıştır (Emplate, 2021). Bankacılık ve gayrimenkul yatırım şirketi UBS tarafından yapılan analize göre, ABD'de 2027 yılına kadar yaklaşık 50.000 perakende mağazanın kapanma durumu ile karşılaşabileceği tahmin edilmektedir. Bu mağazaların çoğunluğu potansiyel ziyaretçilerinin ilgisini kaybeden alışveriş merkezlerinde bulunmaktadır (Costar, 2023). Bu yapılarda kapanan mağazaların veya işletmelerin sayısının giderek artması hizmetine devam eden diğer kuruluşların ziyaretçi sayısını olumsuz yönde etkilemekte ve zaman içinde köhneleme sürecine girmektedir. The Real Deal (2021)'e göre, ABD çapında yer alan alışveriş merkezlerinin değeri 2017-2021 yılları arasında üçte bir oranında düşmüştür. Bu alışveriş merkezlerinde yaşanan kazanç kayıplarının temel nedeni burada yer alan büyük mağazaların hizmetine devam edemeyerek kapanmak durumunda kalmasıdır (Litterst, n.d.). Büyük mağazalar, bir alışveriş merkezinin müşteri yoğunluğunun büyük bir kısmını oluşturan alanlardır. Dolayısıyla bu mağazaların kapanması yapının yaya trafiğinin azalmasına ve diğer mağazaların da ciro kayıplarına yol açmaktadır (Sarıakçalı, 2018).

Köhneleme sürecine giren alışveriş merkezlerinin bazı katlarında kullanıma kapalı boş mekânlar, tek veya birden fazla kat hizmete kapatılmış olabilmektedir. Ülkemizin ilk alışveriş merkezi olan Galleria günümüzde birkaç mağazası ile hizmetine devam eden ve çoğunlukla boş mekânlardan oluşan bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır (Fox Haber, 2024). Eskişehir, Odunpazarı Vadişehir Mahallesi'nde yer alan bir alışveriş merkezi uzun bir süredir kullanılmayan ve günümüzde kent üzerinde atıl durumda olan bir yapıdır (Şekil 3.35). Günümüzde yapının dış cephesinde bir insanın fiziksel müdahalesiyle oluşabilecek bazı deformasyonlar vardır. İnternetteki bir habere göre yapıya bazı kişi veya kişiler tarafından zarar verildiği, eğlenmek amacıyla gelen bireylerin ateş yaktığı ve bu durumdan mahalle sakinlerinin tedirginlik ve rahatsızlık duyduğu belirtilmiştir

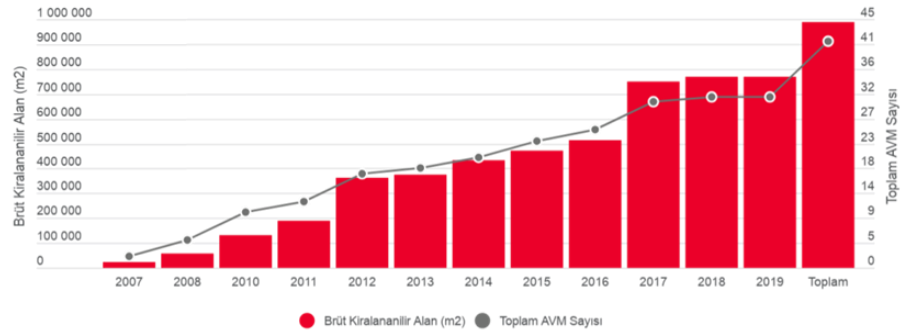
(Eskişehir.net, 2023). Bir alışveriş merkezinde müşterilerin yer duygusu ve algısının oluşturulması aynı zamanda bunun sürekli kılınması önemlidir. Kapanan mağazaların hizmetine devam edenlere kıyasla çoğunlukta olduğu veya atıl durumunda olan bir alışveriş merkezi ziyaretçilerin ve yakın çevresindeki hane halkının güvensiz hissetmesine sebebiyet verebilmektedir.



**Şekil 3.35: Eskişehir’de Kullanılmayan Bir Alışveriş Merkezi**

**Kaynak:** (Url-34).

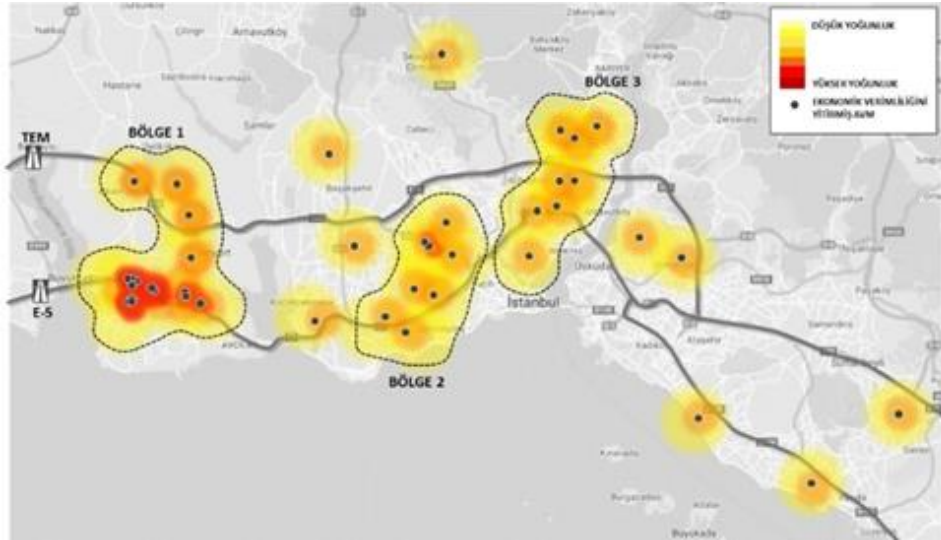
Günümüzde Eskişehir’de bulunan örnekte olduğu gibi atıl durumda olan birçok alışveriş merkezi vardır. Gayrimenkul hizmetleri sunan Cushman & Wakefield’e göre 1980-2019 yılları arasında İstanbul’da inşa edilen alışveriş merkezlerinin yaklaşık olarak %20’si; kullanım ömrünü sonlandırmış, düşük ciro kazançları ile birlikte varlığını sürdürmeye devam etmekte veya farklı bir kullanım fonksiyonuna dönüştürülmüştür. İstanbul’da 1980’lerden 2019 yılına kadar geçen sürede inşa edilen toplam 41 alışveriş merkezinin ziyaretçi doluluk oranı %50’nin altında veya farklı kullanımlı olarak dönüştürülmüştür (Şekil 3.36). Cushman & Wakefield, bu yapıların kullanım ömürlerinin sonlanmasının nedenlerini; yönetim/strateji, konum, mimari ve rekabet ile ilişkilendirmektedir (Ben, t.y.).



**Şekil 3.36: İstanbul’da İnşa Edilen Kullanım Ömrünü Yitiren Alışveriş Merkezlerinin Yıllara Göre Sayısı ve Brüt Kiralanabilir Alanı**

**Kaynak:** (Url-37).

Bölgede güçlü diğer rakiplerin olması alışveriş merkezlerinin zaman içinde kullanılmamaya başlanmasının nedenleri arasındadır. Bir alışveriş merkezinin bulunduğu lokasyon kullanım ömrünü yitirmesine sebep olmaktadır. Bu yapıların mimari tasarım sürecinde hizmet edilecek çevreye olan yakınlığının belirlenmesi önemlidir. Aynı veya yakın çevresel alana hizmet sunan alışveriş merkezleri arasında güçlü bir rekabet ortamı oluşabilmektedir. Böyle bir ortamda ziyaretçi doluluk oranlarında iyi sonuçlar ve ekonomik olarak yüksek kazançlar elde edenler kullanımına devam ederken başarısız olanlar ise hızlı bir şekilde müşteri ve dolayısıyla ciro kaybı yaşamaktadır. Bu durumun devam etmesi halinde zaman içinde kullanım ömrü sonlanmaktadır. Cushman ve Wakefield'ın araştırmasında yer alan alışveriş merkezlerinin yerleşim dağılımına bakıldığında, Bayrampaşa – Bahçelievler (Bölge 2), Esenyurt, Şişli – Beşiktaş – Sarıyer (Bölge 3) ve Beylikdüzü – Esenyurt (Bölge 1) akslarının kullanım ömrü sonlanan alışveriş merkezlerinin çoğunlukta olduğu bölgeler olduğu görülmektedir (Şekil 3.37). Bölge 1’de düşük arsa fiyatlarının, yeni ulaşım sistemlerinin ve yüksek arsa arzının olması gayrimenkul faaliyetlerinin yoğunlaşmasını etkilemiş, dolayısıyla bu bölgede yer alan alışveriş merkezleri arasında bir rekabet ortamı ortaya çıkmıştır. Bu rekabet ortamında ayakta kalmakta zorlanan alışveriş merkezleri zaman içinde düşük ekonomik kazançların elde edilmesi sebebiyle hizmetini sonlandırmıştır (Ben, t.y.).



**Şekil 3.37: Kullanım Ömrü Sonlanan Alışveriş Merkezlerinin Mekânsal Dağılımı**

**Kaynak:** (Url-39).

Bölge 2’de bulunan alışveriş merkezlerine yakın mesafede olan güçlü rakipler yapının kullanıcı doluluk oranlarını ve ciro kazançlarını olumsuz yönde etkileyerek kullanım ömürlerinin sonlanmasına neden olmuştur. Bu rakiplerden biri olan Forum İstanbul Alışveriş Merkezi mağaza seçimleri ve lokasyon itibariyle metro ile ulaşılabilen ICSC (2004) standartlarına göre süper bölgesel merkezdir. Yapı yakın çevresinde yer alan diğer alışveriş merkezlerinin müşteri doluluk oranlarını ve ekonomik kazançlarını olumsuz yönde etkilemiştir (Ben, t.y.).

2003 yılında İstanbul’un Bakırköy ilçesinde açılan Town Center Alışveriş Merkezi kullanım dönüşümüne uğramadan önce çevresinde yer alan diğer dört alışveriş merkezinin arasında oluşan güçlü rekabet ortamında başarılı kazançlar elde edememiş, dolayısıyla ekonomik olarak darboğaza girmiş ve 10 yıllık hizmetin ardından iki yıl boyunca kapalı kalmıştır (Sarıakçalı, 2018; Şekil 3.38). Yapı halen bir üniversitenin sağlık yerleşkesi olarak kullanılmaktadır.



**Şekil 3.38: Town Center ve Yakın Çevre Haritası**

**Kaynak:** (Url-85).

Bölgenin ve hane halkının alışveriş ihtiyacının doğru saptanmadığı durumlarda alışveriş merkezleri açıldıktan bir süre sonra müşteri potansiyelinin tahmin edilenden düşük olma durumu ile karşılaşılabilir. Alışveriş merkezlerinin hitap edeceği bölgenin ve hane halkının demografik özelliklerini saptamak ve buna uygun olarak ürün ve marka seçimi yapmak önemlidir. Doğru marka seçimi alışveriş merkezlerinin başarısına büyük ölçüde katkı sağlar. Bu konuda yapılan hatalar inşa edilmiş alışveriş merkezlerinin düşük kazançlarla hizmete başlamasına sebep olabilmektedir (Ben, t.y.).

İstanbul'da 2007'de inşa edilen Kale Center' açıldıktan sonra bir süre hitap ettiği bölgenin ilgi odağı olamamış, dolayısıyla ekonomik olarak düşük kazançlar elde etmiştir. Bu durumun iyileştirilmesi için binaya merkezde mevcut olan mağazalar yerine indirimli ürün satışı yapan markalar kiracı olarak yerleştirilmiştir. Bazı alışveriş merkezlerinin buna benzer yenileme maliyetlerini karşılayacak güçleri olmaması sebebiyle zaman içinde köhneme sürecine girmekte ve hizmetini sonlandırmak zorunda kalmaktadır (Sarıakçalı, 2018).

### **3.5 Alışveriş Merkezlerinin Kullanım Dönüşümü ve Önemi**

İlk ortaya çıktıkları dönemden günümüze kadar birçok çeşit ve türde alışveriş merkezi inşa edilmiştir. Her alışveriş merkezi yaşam döngüleri içinde buldukları dönemin demografik özelliklerinden etkilendikleri ve buna yönelik gelişim gösterdikleri için farklı tipolojik özelliklere sahiptir. Özellikle halter, dal/ağaç ve hibrid plan şemasına sahip olan alışveriş merkezlerinin kullanım dönüşümü potansiyeli yüksektir. Bunların topluma yeniden hizmet verebilmesi için en yaygın olarak kullanılan mimari uygulama yöntemi mevcut yapıya uygun yeni bir işlev kazandırılmasıdır. Kullanılmayan bir kentsel mekân toplum dinamiklerine zarar verebilir. Alışveriş merkezleri bulunduğu şehrin ve bölgenin niteliklerini taşıyan yapılardır. Kullanım dönüşümüne uğramış bir alışveriş merkezinin ziyaretçi doluluk oranları ve maddi kazançları yaşam kalitesi ölçütlerinin ve sosyo-kültürel ve ekonomik dinamiklerin sürekliliğinin sağlanmasına bağlıdır. Bu yapılar kentsel çevreyle ilişkili yapılardır. Çevresinde yer alan diğer kentsel alanlar ile arasında güçlü bir bağ vardır (Lynch, 1981). Bu yapılarda yaşanan hizmet eksiklikleri çevresinde yer alan kentsel alanların durumunu ve gelişimini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Genellikle şehir merkezlerinde veya çeperlerinde, ulaşımın kolay sağlandığı, konut, perakende, hastane ve eğitim gibi birçok özel ve kamu kuruluşuna yakın ve toplum tarafından kullanım yoğunluğu yüksek olan bölgelerde yer almaktadırlar. Bu yapıların kentsel ölçekte atıl durumunda olması bulunduğu bölgenin gelişimini olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla bu durumda olan alışveriş merkezlerinin önüne geçilmesi kentsel çevrenin sürdürülebilir olmasında önemli rol oynayacaktır (Lepel, 2006).

Kentsel çevrede yer alan yapılarda uygulanan onarım, bakım, iyileştirme, yenileme, yıkım, inşa etme ve dönüşüm faaliyetleri sonrasında kentsel doku ve kimlik kaybının olmaması önemlidir. Alışveriş merkezlerinin kullanım dönüşümü yapı

kimliğinin ve hafızasının korunması açısından önemlidir. Bulunduğu bölgenin ve toplumun dinamiklerini mekânlarına ve alanlarına yansıtan kültürel değerlere sahip yapılardır. Kamu yararı, eşitlik ve kamu sağlığı gibi amaçlara ulaşmak için arazi kullanımı ve imar şartnamelerinde değişiklikler içeren yeniden kullanım projelerini bir araç olarak kullanmak önemlidir. Arazi kullanımı ve imar yönetmelikleri, izin verilen kullanımların yanı sıra kamusal alanların tasarımı ve kalitesi için yasal çerçeveyi belirler ve gelecekteki gelişime rehberlik etmek için istikrarlı ve öngörülebilir bir sistem oluşturur (ABAG, 2022). Bu yapılar toplumun geçmiş ve mevcut dönemde gerçekleştirdiği alışveriş, eğlence, sosyokültürel gibi birçok deneyimiyle bağlantı kurulmasında önemli rol oynamaktadırlar. İşlevsel dönüşüm sürecinde planlanan stratejiler kentsel ve toplumsal çevreyle birlikte ilişkilendirilerek oluşturulması önemlidir. Alışveriş merkezleri toplumsal çevreyle özdeşmiş yapılardır. Dolayısıyla bu yapıların tüketici alışkanlıklarına ve davranışlarına uyumlu olacak şekilde kullanım dönüşümüne uğraması önemlidir.

Atıl durumunda olan alışveriş merkezlerinin sosyo-kültürel, planlama ve mimari müdahalelerle birlikte ziyaretçi ve alan etkileşiminin yeniden oluşturulması sağlanabilir (Günaydın ve Altunkasa, 2019). Bu alışveriş merkezlerinde toplumun bir arada olduğu kamusal alanların yoğunlaştırılması ve altyapı ve ulaşım sistemlerinin iyileştirilmesi ile bulunduğu bölgenin nüfus yoğunluğunun ve toplum profilinin korunması ve böylelikle mahalle ilişkilerinin yeniden canlandırılması sağlanabilir. ABD'nin Kaliforniya eyaletinde konut arzı eksikliğinin yaşandığı bir bölgede atıl durumda olan bir alışveriş merkezi konut ile birlikte birçok işleve sahip olarak karma kullanımlı bir yapıya dönüşmüştür. ABAG (2022) raporunda, bu yeni konutların bölgenin konut ihtiyacının karşılanmasına bir çözüm olabileceğinden bahsedilmektedir.

Bu yapıların erişilebilirliği ziyaretçi yoğunluğunu aynı zamanda bölgenin de yaya ve araç trafiğini etkilemektedir. Kullanım dönüşümü sürecinde alanın erişilebilirliğini arttırmak amacıyla yeni ulaşım olanakları sağlanabilmektedir. Böylelikle hem alışveriş merkezinin ulaşılabilirliği artmakta hem de bölgenin araç trafiğinin azalması sağlanmaktadır. Dönüşüm uygulaması sonrası yeni ve çeşitli ulaşım sistemlerine yakın mesafede olan yapı böylelikle daha elverişli bir konuma sahip olacaktır. Alışveriş merkezi yeniden kullanım projelerinin başarılı olması için etkin ve konforlu ulaşım sistemlerinin ve erişilebilirliğin sağlanması, yayalaştırılmış

sosyal ve kültürel aktivitelerin yaşandığı kamusal alanların artırılması, güvenli alanların oluşturulması, uygun stratejilerle yürütülen mülk yönetim faaliyetleri, perakende, konut, ofis eğlence ve oyun gibi farklı kullanım seçeneklerine sahip alanların birbiri arasındaki uyumu, farklı kullanıcı profillerinin ilgisini çeken işlevsel fonksiyonların sağlanması gibi ekonomik, sosyo-kültürel, teknolojik ve mekânsal boyutlarda değerlendirilmesi önemlidir (Oruç, 2005).

Alışveriş merkezlerinin kullanım dönüşümüne uygun olup olmadığı yapıların yaşı, performansı ve dönemin piyasa koşulları ile birlikte birçok faktöre bağlıdır (ABAG, 2022). Alışveriş merkezlerinin sahip olduğu; yüksek tavanlar, açık kat planları, büyük ve kapalı bir kutu formuna benzeyen perakende mağazaları dönüşüm projeleri için esnek çözümler sağlayabilir. ABD'nin Teksas eyaletinde yer alan eski bir Walmart mağazası go-cart pistine dönüştürüldükten sonra sırasıyla içecek satışının yapıldığı bir mekâna, mağazaların yer aldığı bir yapıya, bir spor ve kuaför alanına dönüştürülmüştür (Allcot, 2019).

Bu yapıların kullanım dönüşümü, düzensiz kentleşmenin önüne geçilmesine, kentsel ölçekte atıl durumda olanların korunmasına, düşük maliyetlerde ve daha kısa sürelerde inşaatın tamamlanmasına, alışveriş merkezinin ve bulunduğu bölgede yer alan diğer kuruluşların emlak değerlerini ve maddi kazançlarının yükselmesine, yeni iş olanaklarının ortaya çıkmasına ve kullanıcıların tüketim alışkanlığına, davranışına ve diğer gereksinimlerinin karşılanabilmesine olanak sağlamaktadır (Sarıakçalı, 2018).

### **3.6 Alışveriş Merkezlerinin Kullanım Dönüşümünün Amacı ve Stratejileri**

Toplumun tüketim alışkanlığının değişmesi alışveriş merkezlerinde yeni planlar ve stratejilerin geliştirilmesine neden olmaktadır. Bu gelişim planlarına yeni bir kullanıcı deneyimi oluşturan alanlar eklenmektedir. Özellikle son birkaç yıldır geleneksel alışveriş deneyimlerinin yanı sıra deneyimsel pazarlama benimsenmektedir. Alışveriş ortamını canlandırmak için yeni ve ilgi çekici yiyecek-içecek konseptleri, teknolojik ve inovatif deneyimler gibi toplumsal gelişimin artmasına olanak sağlayan alanlar bu yapılara dâhil edilmektedir. Bu bağlamda yapılan konser, açık hava tiyatrosu, spor gibi sosyal etkinlikler insanları bir araya getirmekte, mağazalara ve işletmelere ziyaretleri teşvik etmektedir. Bu dinamiklerin yaşanması

alışveriş merkezlerinin yaya sirkülasyonunun artmasını sağlamaktadır. Toplumun ilgisini kaybeden alışveriş merkezleri için değer yaratma stratejileri uygulanmakta ve bu bağlamda alışveriş merkezlerine özgün işlevinin yanında konut, ofis ve hastane gibi alanlar eklenmektedir. Bu uygulamaların temel amacı bu yeni kuruluşların kullanıcı yoğunluğunu alışveriş merkezlerine yönelmesini sağlamak ve böylelikle bu yapıların yaya trafiğini arttırmaktır. Alışveriş merkezlerinin yeniden canlandırılmasının temel amacı yapının ilk inşa edildiği dönemdeki canlılığına kavuşmasını sağlamaktır. Ayrıca alışveriş merkezlerinin işlevsel sorunlarına çözüm üretilmesi, toplumun ve bölgenin yaşam kalitesini yükselmesi, ekonomik ve sosyo-kültürel dinamiklerin gelişimi hedeflenmektedir. Bu uygulamalar sayesinde alışveriş merkezinin yaya ve araç yoluna yeni bağlantılar oluşturularak bölgede yeni ulaşım sistemlerinin yer almasını sağlamakta ve bu yeni akslara yakın yeni perakende, konut ve diğer çeşitli kuruluşlar konumlanmaya başlamaktadır. Böylelikle alışveriş merkezinin yakın çevresindeki toplulukla olan ilişki ağının daha iyi ve kolay olması ve alan bütünlüğü içinde yer alan çeşitli mağazaların ve işletmelerin ziyaretçi doluluk oranlarının ve maddi kazançlarının artması sağlanmaktadır. Bu uygulamalar alışveriş ortamının canlandırılmasını sağlarken aynı zamanda toplumsal koşullara ve ihtiyaçlara yanıt vermektedir (ABAG, 2022).

Alışveriş merkezlerini yeniden işlevlendirme süreci yerel yönetimlerin imar kararlarını ve teşvik politikalarını, teorik ve araştırma yöntemlerini ve yapısal uygulamaların tümünü kapsamaktadır (Kaderli, 2014). Bu yapılara yeni bir kullanımın eklenmesinde dikkate alınması gereken bazı yasal zorunluluklar vardır. Alışveriş merkezlerinde perakende dışı kullanım yasakları ve kiracı kısıtlamaları uygulanabilmektedir. Dolayısıyla kullanım dönüşümü sürecinde imar ve uygulama izinleri konusunda sorunlar ortaya çıkabilmektedir (Goulston ve Storrs, 2018). Bu bağlamda oluşturulacak planlama yaklaşımında bölgenin ve toplumun gelişimini etkileyen olumlu ve olumsuz faktörler, fırsatlar ve kısıtlamalar, kentsel ve doğal çevre, sosyo-kültürel ve ekonomik dinamikler etkili olmaktadır. Kamusal alan, ulaşım ve imar planlarının toplumsal ve kentsel çevrenin gereksinimleri gözetilerek oluşturulması önemsenmelidir (Günaydın ve Altunkasa, 2019).

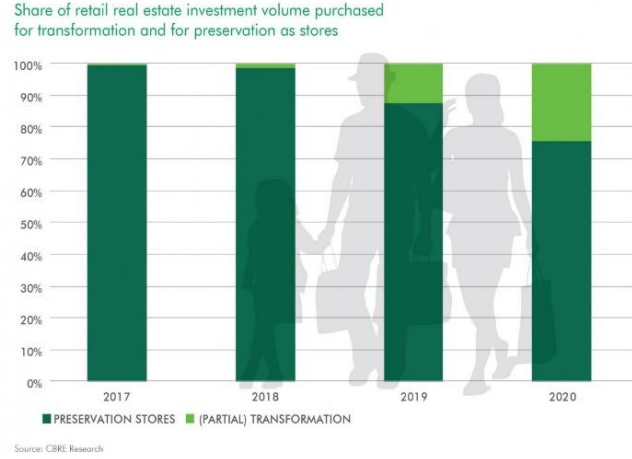
Müşterilerin değişen tüketim alışkanlığı kullanılan mekânın işlevsel fonksiyonunun da değişmesine sebebiyet vermektedir. Alışveriş merkezlerinin gelişimi için mülk sahiplerinin potansiyel müşterilerinin değişen alışveriş

alışkanlıklarını belirlemesi ve sonrasında gerekli olan iyileştirmeleri ve yenilemeleri uygulamak için uygun stratejik planlar geliştirmesi gereklidir (Rafter, 2023). Bu bağlamda alışveriş merkezlerinin aitlik duygusu, güvenlik, sosyal ve kültürel aktiviteler, kamusal alanlar, erişebilirlik, mekânsal kimlik gibi planlama ve tasarım boyutunun farklı kullanıcı profillerine uygun nitelikte olması önemlidir. Alışveriş merkezlerinin yeniden kullanım stratejisinde mevcut veya yeni eklenecek fonksiyonların uygunluğunun tespiti, perakende ve emlak gibi piyasa ve pazar araştırması, dönüşüm yaklaşımı hakkında bölge sakinleri ile iletişim halinde olunması, planlama ve tasarım konusunda ihtiyaç görülen niteliklere sahip proje müelliflerinin seçilmesi ve bunlar arasında organizasyon ve iletişimin sürekliliğine dikkat edilmesi gibi dönüşüm sürecini ve sonrasında kapsayan konular benimsenmelidir (Falk, 1978).

Bu yapıların dönüşüm uygulamalarında inşaat maliyetlerinden tasarruf etme ve uygulama sürecinin daha kısa zamanda tamamlanma olasılığı gibi kolaylıklar sağlayabilen uyarlanabilir yeniden kullanım genellikle ilk tercih edilen olmaktadır. Ancak bazı durumlarda yapının uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında dönüştürülmesi yüksek maliyetlere sebep olmaktadır. Uyarlanabilir yeniden kullanım yapının altyapısının uygun olmadığı, mekânsal konfigürasyonunun seçilen işleve uyumlu olmadığı ve planlama ve tasarım gereksinimlerinin karşılanamadığı durumlarda tercih edilmeyebilir. Yapının uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında dönüşümü uygun görülmediği durumlarda yeniden canlandırma yöntemi tercih edilebilmektedir (Goulston ve Storrs, 2018).

Kullanılmayan alışveriş merkezlerinin sorunlarının tespit edilmesi ve giderilmesi için kentsel ölçekte analiz çalışmalarının yapılması önemlidir. Bölgenin sosyal ve demografik yapısının değişimi alışveriş merkezlerinin kullanım ömrünü etkileyebilmektedir (Oruç, 2005). Dolayısıyla bu uygulamaların çevredeki sakinlerin ihtiyaçlarına göre uyarlanarak yapılması önemlidir. Alışveriş merkezlerinin dönüşüm stratejilerini mülk sahipleri, yatırımcılar, kiracılar, çalışanlar, müşteriler, işverenler ve yerel yönetim olmak üzere farklı toplulukların eğilimleri etkilemektedir. Perakende sektöründe düşük ziyaretçi oranlarına sahip olan veya kapatılan mağazalar yatırımcılar tarafından yenileme veya özgün işlevinden farklı bir kullanıma dönüştürmek amacıyla satın alınmaktadır. CBRE (2020)'e göre, COVID-19'un ve artan e-ticaretin sektöre olan olumsuz etkileri nedeniyle alışveriş merkezi gayrimenkullerin satış oranında artış yaşanmaktadır. Şekil 3.39'a göre, 2017 ile 2020 yılları arasında satın alınan

mağazaların özgün işlevi dışında başka bir kullanıma dönüşüm oranında artış yaşandığı gözlemlenmektedir. 2020 yılında perakende alanlarının kullanım dönüşümü faaliyetlerinde hızlı artış olmuş, bir önceki yıla göre bu oran iki katına çıkmıştır.



**Şekil 3.39: Dönüşüm İçin Satın Alınan Mağazaların Özgün ve Farklı Bir Kullanıma Dönüşüm Oranı**

**Kaynak:** (Url-38).

ABD’de kullanılmayan veya boş mekânlardan oluşan birçok alışveriş merkezi tüketim ortamının canlandırılması için farklı bir işlev kazandırılarak kullanım dönüşümüne uğramaktadır. ABD’de 1956 yılından günümüze kadar yaklaşık olarak 1500 kapalı alışveriş merkezi inşa edilmiştir (Steuteville, 2019). Ellen Dunham-Jones tarafından yapılan bir araştırmaya göre, bu alışveriş merkezlerinin yaklaşık olarak 1000’i özgün işlevi ile hala hizmetine devam etmekte, 500’ü ise kapalı durumda veya özgün işlevi ile birlikte konut ve ofis gibi farklı kullanım seçeneklerinde veya özgün işlevinden farklı olarak dönüşümüne uğramıştır. Bu kullanım dönüşümüne uğrayan yapıların en az 129’unun perakende alanları özgün işlevi kapsamında yeniden canlandırılmış veya canlandırılması önerilmiştir. Özgün işlevinin dışında konut, ofis ve hastane gibi farklı işlevlerde karma kullanımlı olarak dönüşenlerin sayısı 56, dönüşümü planlananların ise 75 olduğu belirlenmiştir (Akt., Steuteville, 2019).

National Association of Realtors’a göre bu yapı tiplerinde en çok tercih edilen üç kullanım arasında giyim, ev eşyası ve ayakkabı gibi başka bir perakende çeşitli, ofis, konut ve hastane gibi en az iki farklı işlevin yer aldığı karma kullanım ve depo vardır (Molla, 2020). ABAG (2022) raporunda, bu yapıların genellikle erişebilirliği yüksek bir konumda yer almaları açısından hastane, otel, konut ve ofis işlevli dönüşümü uygun olduğu belirtilmektedir.

Uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında alışveriş merkezleri özgün işlevi dışında farklı bir kullanım seçeneğine dönüşebilmektedir. Böylelikle alışveriş merkezinin hizmeti tamamen sonlanmaktadır. İstanbul’da inşa edilen Avalon ve Interia alışveriş merkezleri üniversite kampüsüne dönüştürülmüştür. ABD’de 1975 yılında hizmete açılan Lexington Alışveriş Merkezi bir kiliseye, 1976’da açılan The Windsor Park ise bir ofise dönüştürülmüştür (Sarıakçalı, 2018).

ABD’nin Tennessee eyaletinde yer alan 100 Oaks ve Hickory Hollow Alışveriş Merkezi’nin ise sadece belirli alanları kullanım dönüşümüne uğramıştır. 1967 yılında açılan 100 Oaks’ın yaklaşık 74.000 metrekarelik alanı uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında 2007’de bir tıp merkezine dönüştürülmüştür (Şekil 3.40). Hickory Hollow Alışveriş Merkezi’nin belirli bir alanı uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında bir buz pateni pistine, otopark alanının bir kısmı ise yeniden canlandırma uygulaması ile bir üniversite kampüsüne, hokey sahasına ve kütüphaneye dönüştürülmüştür (McCormick, 2021).

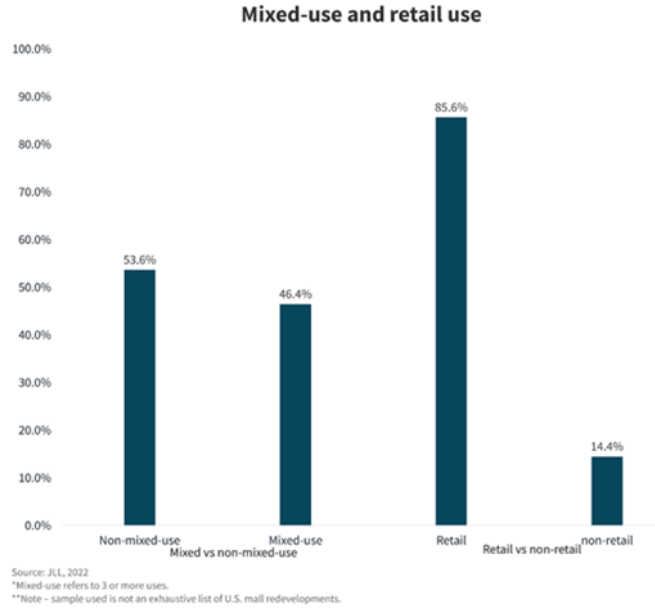


**Şekil 3.40: 100 Oaks Alışveriş Merkezi’nin Dönüşüm Öncesi ve Sonrası İç Mekânı**

**Kaynak:** (Url-15; Url-16).

JLL (2023)’e göre ABD ve Kanada’da yer alan düşük maddi kazançlara sahip olan birçok alışveriş merkezi özgün işlevi ile birlikte konut, ofis, hastane gibi birden fazla çeşitte fonksiyonlara sahip olabilmektedir. Bu alanların karma kullanımlı olarak dönüşümü emlak ve hizmet sektörlerinin gelişimi için bir fırsat olarak görülmektedir (Steuteville, 2019). Bu yapıların karma kullanımlı olarak dönüşmesi, burada yaşayan ve/veya çalışan bireylerin ortaya çıkan yeni gereksinimlerini karşılamak amacıyla bazı ürün ve hizmetlere ihtiyaç duyulmasına sebep olabilmekte, böylelikle bu gereksinimlere yönelik yeni perakende alanlarının ve işletmelerin oluşturulmasına neden olabilmektedir. Karma kullanımlı dönüşüm uygulamalarında perakende, konut, ofis, hastane, otel ve diğer birçok alanın kullanım yoğunluğu birbirinden

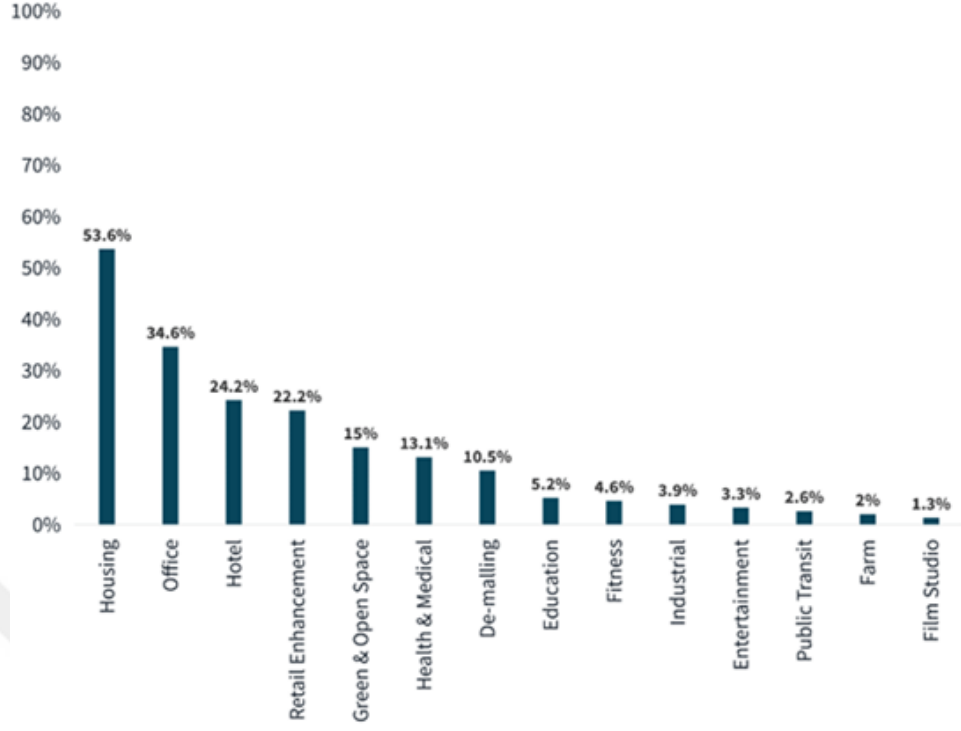
etkilenecektir. Kanada’da yer alan yirmi üç alışveriş merkezinin yeniden canlandırma uygulamalarının analizini yapan JLL (2023) tarafından, bu yapıların büyük çoğunluğunun yeni perakende alanlarına sahip olduğu ve karma kullanımlı olarak dönüştürüldüğü belirtilmektedir. JLL ayrıca ABD’de bulunan konut, ofis ve/veya perakende kullanımlı olarak yeniden canlandırılan 153 alışveriş merkezi ile ilgili bir analiz çalışması yapmıştır (JLL, 2023). Bu örnekler arasında perakende kullanımını koruyan karma kullanımlı projeler yer almaktadır. Analiz sonucunda bu yapıların %46,4’ü en az üç farklı, %53,6’nın ise bir ve/veya iki farklı kullanım seçeneğine dönüştürüldüğü tespit edilmiştir. Şekil 3.41’de konut, hastane ve ofis gibi farklı işlevlerin yanı sıra yeni perakende alanlarının eklendiği gözlemlenmektedir. Ayrıca birçoğu perakende kullanımına devam etmektedir. Şekil 3.42’e göre konut ve ofis diğer kullanım seçeneklerine kıyasla en çok kullanılan yeniden canlandırma seçeneğidir. Analizi yapılan yapılarda en yaygın olarak ofis ve konut kullanımının tercih edilmesi, bu işlevlerin alışveriş merkezinin kazançlarında önemli bir etkiye sahip olduğunu belirtmek mümkündür.



**Şekil 3.41: ABD’de Yer Alan 153 Alışveriş Merkezinin Karma Kullanımlı ve/veya Perakende Olarak Kullanım Dönüşümü**

**Kaynak:** (JLL, 2023).

### Mall redevelopment uses

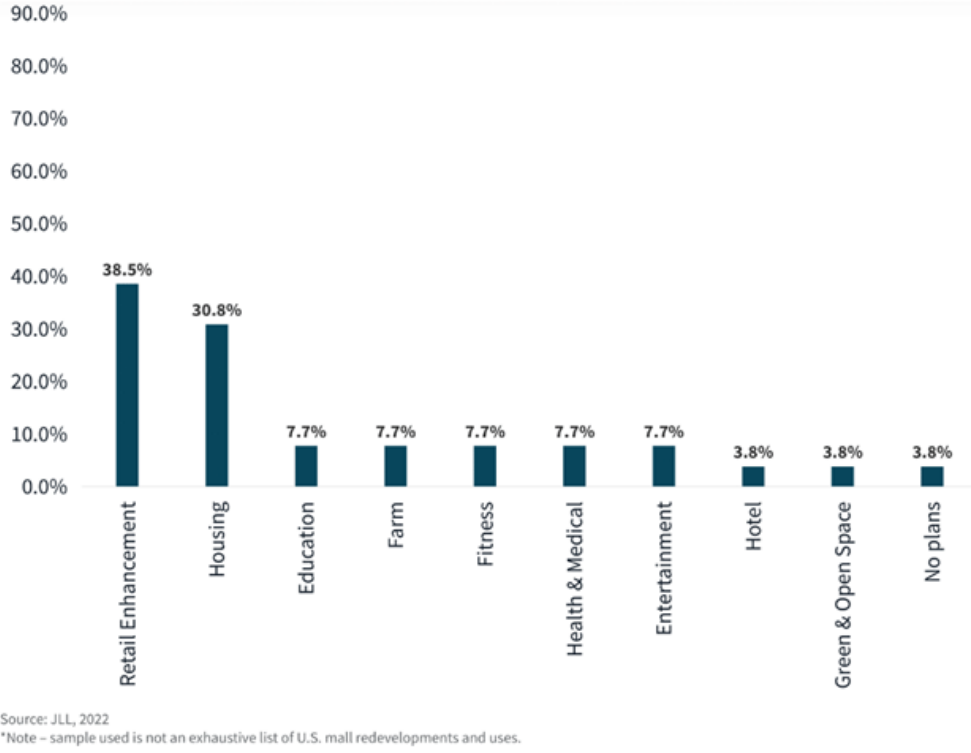


Source: JLL, 2022  
\*Note - sample used is not an exhaustive list of U.S. mall redevelopments and uses.

### Şekil 3.42: ABD'de Yer Alan 153 Alışveriş Merkezinin Yeniden Farklı İşlevlerde Kullanım Oranları

Kaynak: (JLL, 2023).

JLL (2023)'ün yaptığı araştırmada kullanım dönüşümüne uğrayan alanların %17'si büyük mağazaları içermektedir. Bir alışveriş merkezinin büyük mağazasının ziyaretçi doluluk oranının çok düşük seviyelerde olması veya kapalı durumda olması yapının canlılığını kaybetmesine yol açmaktadır. Bu mağazaların özgün ve/veya kütüphane, eğitim kampüsü ve hastane gibi farklı kullanım seçeneklerine dönüşümü ile alışveriş merkezinin eski canlılığına sahip olması amaçlanmaktadır. JLL'in araştırmasında yer alan büyük mağazaların birçoğu perakende ve konut kullanıma dönüşmüştür (Şekil 3.43). Ayrıca eğitim, çiftlik, spor, otel ve tıbbi kullanımlarına dönüştürülen büyük mağazalar da vardır.



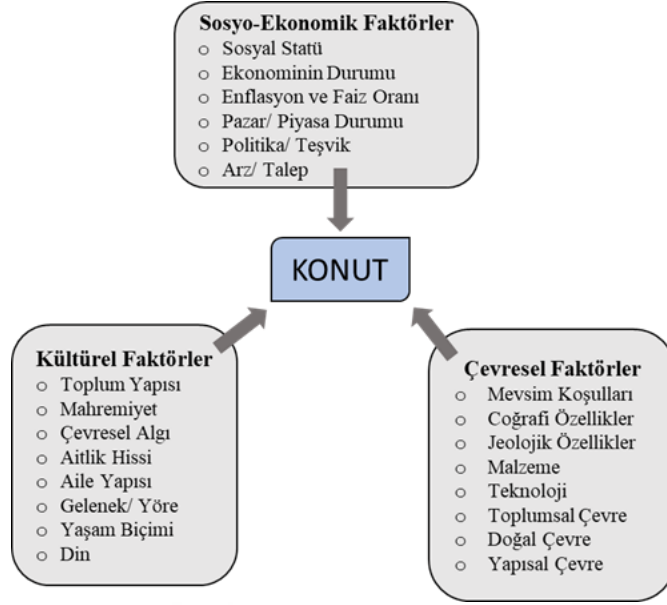
**Şekil 3.43: Büyük Mağazaların Yeniden Geliştirme Kullanımları**

**Kaynak:** (JLL, 2023).

### **3.7 Alışveriş Merkezlerinin Konut İşlevli Dönüşümü ve Dönüşüm Stratejileri**

Konut, insanoğlunun ilk çağlardan günümüze kadar en temel ihtiyaçlarından biri olan barınma gereksinimini karşılayan mekânlardan oluşan bir yapı türüdür (Candaş, 2007).

Bireylerin kişisel tercihleri, sosyal statüleri, gelir durumu, aile yapıları, gelenekleri ve yaşam tarzları konut oluşumunu etkilemektedir (Candaş, 2007). Konut oluşumunu etkileyen faktörler Şekil 3.44’de sosyo-ekonomik, kültürel ve çevresel olmak üzere üç başlık altında belirtilmiştir.



**Şekil 3.44: Konut Oluşumunu Etkileyen Faktörler**

**Kaynak:** (Özgüven, 2022).

Konut yapı tipolojisinde yer alan mekânlar belirlenen işlevsel ihtiyaçlara ve kullanım yoğunluğuna göre biçimlenmektedir. Bölgenin sahip olduğu fiziksel ve sosyal çevre özelliklerine uygun olarak bir yapının veya alanın mimari ürün bağlamında ortaya çıkarılması yöresel mimari kavramını oluşturmaktadır. Dolayısıyla her ülkenin kendine özgü sahip olduğu geleneksel konut yapı tipleri ve özellikleri vardır. Özgüven (2008) tarafından, konut tipleri amaca yönelik olmak üzere beş başlık altında sınıflandırılmıştır (Çizelge 3.2).

**Çizelge 3.2: Konut Tipleri**

Kriterler	Konut Tipleri	
<b>Geometrik Şekline Göre</b>	Avlulu Konut, Sıra Evler, Teras Evler, İkiz Evler vb.	
<b>Kat Adedine Göre</b>	<b>Az Katlı Konutlar</b>	Yalı, Villa, Gecekondu vb.
	<b>Çok Katlı Konutlar</b>	Rezidans, Toplu Konut, Apartman
<b>Yoğunluk İlişine Göre</b>	Ayrık (Müstakil) Evler, Çok Katlı Bloklar (Apartman vb.)	
<b>Buldukları Yere Göre</b>	<b>Şehir İçi Konutlar</b>	Apartman, Site, Rezidans, Yalı, Toplu Konut
	<b>Şehir Dışı Konutlar</b>	Villa, Bağ Evleri vb.
<b>Gelir Düzeyine Göre</b>	<b>Üst Gelir Düzeyli Kullanıcı Grubu Konutlar</b>	Rezidans, Yalı, Ayrık Evler, İkiz Evler vb.
<b>Gelir Düzeyine Göre</b>	<b>Orta Gelir Düzeyli Kullanıcı Grubu Konutlar</b>	Apartman, Site
	<b>Alt Gelir Düzeyli Kullanıcı Grubu Konutlar</b>	Gecekondu, Sosyal Konut

**Kaynak:** (Özgüven, 2008).

Kullanıcıların konut seçimleri bireylerin sahip oldukları kültür ve geleneklere, yaşam standartlarına, mesleğine, yaşına, eğitimine, sosyal statü, gelir durumu, yaşam beklentileri ve ekonomik imkânlarla göre farklılık gösterebilir (Candaş, 2007). Bir konut seçimi yapılırken yapının hangi özelliklere ve olanaklara sahip olduğu kullanıcı tarafından önemsenmektedir. Bu unsurlardan bazıları; fiyat ve kat seçenekleri, perakende, eğitim, ofis, hastane gibi çeşitli kamu ve özel kuruluşlara ve ulaşım sistemlerine olan uzaklık, asansör, yapım yılı, zemin durumu, balkon, güvenlik sistemi, açık ve yeşil alanlar, konut tipi ve büyüklüğü, ilin, ilçenin veya semtin sosyo-ekonomik ve kültürel özellikleri ve otopark hizmetleridir. Ülkemizde bunlar arasında en çok konut büyüklüğü ve ulaşım sistemleri önemsenmekte ve genellikle orta ve dar gelirli bireyler tarafından iş yerlerine yakın konutlar daha çok tercih edilmektedir (Marın ve Altıntaş, 2004; Özgüven, 2008).

Tüketim ve yatırım amaçlı olarak üretilen konut, taşınmaz bir mal olarak emlak sektöründe yer almaktadır. Konut üretimi bölgenin; iklimi, coğrafi ve jeolojik özellikleri, demografik ve toplumsal yapısı gibi birçok etkene bağlıdır. Konut talebi ve arzı konut üretimini etkileyen unsurlardandır. Bir konutun türü, büyüklüğü, nitelikleri ve özellikleri, kullanıcıların ise gelir durumu, kişisel tercihleri, konut satış ve kira fiyatları, bölgenin sosyo-ekonomik demografik yapısı, nüfusu ve nüfus artış oranı konut talebini etkilemektedir. Konut arzı ise devlet politikaları, düşük kredi faiz oranları, teşvikler, arsa üretimi, kentleşme planları, imar kararları ve enflasyon oranından etkilenmektedir (Öztürk, Fitoz, 2009; Durkaya, 2002). Konut mülk değerlerinde öngörülemeyen artış oranları uygun fiyatlı olan konut talebinin artmasına yol açmaktadır. Günümüzde ABD’de yerel yönetimlerin özellikle düşük doluluk oranları ve ciro kazançları ile mücadele eden alışveriş merkezlerine yönelik konut politikaları dikkat çekmekte, Florida eyaletinde atıl durumunda olan alışveriş merkezleri gibi boş ticari alanların uygun fiyatlı konutlara dönüştürülmesini kolaylaştıracak bir eyalet yasası gündemdedir. Alışveriş merkezlerinin özellikle son birkaç yıldır tartışma konusu haline gelen konut arz ve talep eksikliği konularına bir çözüm olabileceği öngörülmektedir (Smolens, 2023). Bu sorunlara bir çözüm üretebilmek için ABD’de alışveriş merkezleri en yaygın olarak uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma yöntemleri ile dar gelirli bireyler için uygun fiyatlı konutlara dönüştürülmektedir (Kennedy, 2022). ABD’de 2020 yılının Ocak ayı ile 2023 yılının Temmuz ayı arasında yaklaşık olarak 33 alışveriş merkezi konut işlevli

dönüşüme uğramış, Ocak 2022 tarihi itibariyle ise en az 192'sinin konut yapılarına dönüşümü planlanmaktadır (Collins, 2022).

Alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşümü bir canlandırma stratejisidir (Thrasher, 2020). Bu uygulamalar ülkenin veya bölgenin konut ihtiyacının karşılanabilmesinde önemli rol oynamaktadır (Mueller, 2023). Metropolitan Bölge Planlama Konseyi'nin baş planlamacısı olan Chris Kuschel'a ait bir çalışmada, ABD'nin Massachusetts eyaletinde yaşanan konut sorununun 2030 yılına kadar 140.000 adet çok aileli konut (multi-family housing) inşa edilmesi ile iyileştirilebileceğinden ve alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşüm uygulamalarının bu soruna bir çözüm oluşturabileceğinden bahsedilmektedir (Rojo, 2023).

Encore Capital Management'ın kurucu ortağı olan Art Falcone tarafından, nüfusun fazla olduğu bölgelerde konumlanan ve eğlence, kamusal alan, otopark, perakende, iş ve yeşil alanlarına sahip alışveriş merkezlerinde çok aileli konutların yer almasının uygun olabileceği belirtilmektedir (Seemuth, 2021). Özellikle ABD'de uygun fiyatlı konut ve çok aileli konutlar içeren karma kullanımlı olarak dönüştürülen veya dönüşümü planlanan birçok alışveriş merkezi vardır. Kullanım dönüşümü kapsamında konut alanlarına sahip olan alışveriş merkezlerinde özellikle bu konutlara olan ilginin artırılması için sakinlerin sosyal hayatlarında gerçekleştirdikleri eylemleri ve ihtiyaçları daha kolay karşılayabileceği spa, restoran, hamam, spor salonu, kuaför ve yeşil alan gibi yeni olanaklar sağlanmaktadır. ABD'nin Kaliforniya Eyaletinin Santa Ana şehrinde yer alan ve doğrusal merkez plan şemasına sahip olan bir alışveriş merkezi çok aileli konutların yer aldığı bir apartmana dönüştürülmüştür (Goulston Storrs, 2018). 1956 yılında ABD'nin Illinois eyaletinde inşa edilen Old Orchard Alışveriş Merkezi'nin çok aileli konutlara dönüşümünü planlanmaktadır. Proje müellifi Unibail Rodamco Westfield (URW)'in önerdiği planlara göre; bu açık hava alışveriş merkezinde kullanılmayan bir büyük mağaza yıkılacak ve boşalan bu alana yaklaşık olarak 350 konut biriminin yer alacağı apartmanlar inşa edilecektir (Rafter, 2023).

Güney Kaliforniya Hükümetler Birliği 6. Döngü Nihai Bölgesel Konut İhtiyaç Tahsis Planı raporuna göre, Orange County'de 180.000'den fazla konut inşa edilmesi ve bunlar arasından yaklaşık 75.000'inin çok düşük, düşük gelirli ve orta gelirli bireylere yönelik olması yerel yönetim tarafından zorunlu kılınmıştır. Yerel yönetimlerin bu bağlamda geliştirdiği stratejik planları arasında, kapalı durumda olan

veya maddi kazanç kayıplarına uğrayan alışveriş merkezleri yer almaktadır. Kaliforniya, Orange County’de bulunan birçok alışveriş merkezi ülkenin gündeminde tartışılan konular haline gelen uygun fiyatlı konut arzının karşılanamaması sorununa bir çözüm üretilmesi ve aynı zamanda kapanan büyük mağazaların maddi kazançlara olan olumsuz etkisini ortadan kaldırmak amacıyla konut işlevli olarak dönüştürülmektedir (Kavros, 2023).

ABD’ de 1977 yılında kapalı alışveriş merkezi olarak açılan ve halter plan şemasına sahip olan Brea Mall’un kapanan bir büyük mağazanın arazisi ve otopark alanı günümüzde yeniden canlandırma kapsamında karma kullanımlı bir apartman kompleksine dönüştürülmektedir (Şekil 3.45). Bu büyük mağazanın yıkılarak arazisine 38’i uygun fiyatlı olmak üzere toplam 380 konutu içeren beş katlı apartman kompleksinin inşa edilmesi planlanmaktadır. Proje tamamlandığında alışveriş merkezi yeni üç katlı bir otopark, yeşil alan, alışveriş, fitness merkezi ve çeşitli restoran alanlarına sahip olacaktır (Kavros, 2023).



**Şekil 3.45: Brea Alışveriş Merkezi, 1977 ve Yeniden Canlandırma Projesinin Görsel Çalışması**

**Kaynak:** (Url-53; Url-54).

ABD’nin başkenti Washington’da yer alan Tysons Corner Center, yeniden canlandırma kapsamında konut işlevli dönüşüme uğramıştır. Dairelerin yaklaşık olarak %19 unun uygun fiyatlı konut olduğu bilinmektedir (ABAG, 2022). Orange County’de 1973 yılında inşa edilen ve 2018 yılında kalıcı olarak kapatılan Laguna Hills Alışveriş Merkezi’ne 200’ü uygun fiyatlı konut olmak üzere yaklaşık 1500 konutun, Westminster Alışveriş Merkezi’ne ise %10’u uygun fiyatlı konut olmak üzere yaklaşık 3000 adet konutun eklenmesi planlanmaktadır. İlk inşa edildiği dönemde halter plan kapalı bir alışveriş şemasına sahip iki katlı merkezi olan Westminster’in, projenin müellifi TCA’nın hazırladığı planlara göre, konut kompleksi ve açık havada yer alacak perakende alanları ile birlikte fiziksel yapılanması hibrid,

plan şeması ise ağaç/dal olacaktır (Şekil 3.46). Uygun fiyatlı konut stratejisi kapsamında değerlendirilen bir diğer alışveriş merkezi Buena Park'dır. Yerel yönetim tarafından bu alışveriş merkezinde yer alan bir büyük mağazanın yıkımı ve arazisinin yeniden canlandırma kapsamında 176'ı uygun fiyatlı olan toplam 1300 daireli bir konut mülkünün inşaatı onaylanmıştır. Bu dairelerin 176'nın uygun fiyatlı olması planlanmaktadır (Custodio, 2023 ).



**Şekil 3.46: Kullanım Dönüşümü Öncesi ve Sonrası, Westminster Alışveriş Merkezi**

**Kaynak:** (Url-55; Url-56).

Gelişim gösteren şehir merkezlerinde konutlara ihtiyaç duyulmaktadır. Alışveriş merkezleri, yoğun nüfusa sahip şehir merkezlerinde, dolayısıyla konutların, kamu hizmet binalarının, hastanelerin ve farklı kullanımlı diğer kamusal ve özel alanların etrafında konumlanmaktadır. Mueller (2023)'e göre konut, bu yapıların yeniden geliştirilmesi için en çok tercih edilen seçenekler arasındadır. Hane halkı yaşamsal ihtiyaçları için ticari alana, perakende alanları ise varlığını sürdürebilmesi için konut sakinlerine ihtiyaç duyar. Dolayısıyla alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşümü sonrası konut ve perakende kullanımlı alanlar karşılıklı olarak birbirlerine fayda sağlamaktadır. Alışveriş merkezinde yer alan bir konutta yaşayan birey, ürün ve hizmet gereksinimlerini giderebilmek için alışveriş merkezini ziyaret edebilir, böylelikle mağazaların ve işletmelerin alışveriş ortamının canlanmasına fayda sağlayacaktır.

Bir yapının veya alanın dönüşümünde mevcut altyapı ve olanaklar uygulama yönteminin belirlenmesinde etkilidir. Alışveriş merkezi alan bütünlüğü içinde yer alan çeşitli küçük mağazalar ve işletmeler, büyük mağazalar ve otopark mevcut bir altyapıya sahiptir. Thrasher (2020)'e göre otopark alanları altyapıları itibarıyla konut kullanımına rahat ve uygun olarak dönüşmektedir. Konut biriminin ihtiyaçlarını

karşılayabilecek uygun altyapı ve olanakların olmaması bazı zorlukların yaşanmasına sebebiyet verebilmektedir. Dolayısıyla seçilen proje alanında konutlar için uygun altyapı ve olanaklarının yeterliliğinin tespit edilmesi önemlidir (Smolens, 2023)

Alışveriş merkezleri genellikle nüfus yoğunluğunun yüksek olduğu şehir merkezlerinde veya sınırlarında konumlandırılmaktadır. Dolayısıyla kullanım dönüşümü kapsamında yeni eklenen işlevlerle birlikte yeni otopark alanları ihtiyacının belirlenmesi önemlidir. Bazı alışveriş merkezlerindeki otoparklar mevcut araç kapasitesinin çok altında kullanım oranına sahiptirler. Bu alanlar mevcut altyapı ve olanaklara sahip oldukları için uygulama sürecinde inşaat maliyetlerinin azalmasına ve özellikle uygun fiyatlı konutların inşa edilmesi gibi kamu yararına etkileri olmaktadır. Otopark alanlarının dönüşümüne örnek olarak ABD'nin Florida eyaletinde yer alan ve günümüzde yeniden canlandırma projesi devam eden Pompano Citi Center'ı verilebilir. Proje kapsamında alanda bulunan bir büyük mağaza ve otopark alanının konut işlevli dönüşümü planlanmaktadır (Seemuth, 2021).

Ticari mülkler, ana yollar ve çeşitli birçok ulaşım sistemi üzerinde veya yakınında olacak şekilde konumlanma eğilimine sahiptir. Günümüzde bu büyük ulaşım sistemlerinden bazıları; otoyol, tramvay ve metro hatlarıdır. ABD'nin Kaliforniya eyaletinde yer alan Mission Valley West alışveriş merkezi (Şekil 3.47), Camino Del Rio North'un kuzeyinde yer almaktadır. Konumlandığı caddenin karşısında Mission Valley East alışveriş merkezi bulunmaktadır. Bu iki alışveriş merkezinin belirli alanlarının çok aileli konut yapılarına dönüşümü planlanmaktadır (Smolens, 2023). Bu alışveriş merkezlerini çevreleyen alanlarda yoğun yapılaşma mevcuttur. Bunlar ana yolların ve birçok ulaşım sisteminin üzerinde veya yakınında yer almaktadır, dolayısıyla erişilebilirliği yüksek yapılardır. Bu alışveriş merkezlerine konut yapılarının eklenmesi, bu bölgenin kentsel ve toplumsal gelişimine fayda sağlayabilir.



**Şekil 3.47: Mission Valley West**

**Kaynak:** (Url-66).

Kapalı durumda olan veya hizmetini sürdürmekte zorlanan birçok alışveriş merkezi özgün ve konut işlevinin yanında ofis, hastane, otel ve/veya kütüphane gibi farklı seçeneklerde karma kullanımlı olarak yeniden canlandırılmaktadır (Custodio, 2023). Distefano (2021)'e göre özellikle karma kullanımlı dönüşüm projeleri alışveriş merkezlerinde elde edilen ciroların artmasını sağlamaktadır.

ABD'nin Massachusetts eyaletinde 1984 yılında açılan Woburn Alışveriş Merkezi (Şekil 3.48) sahibi Edens tarafından, 2019-2022 yılları arasında yeniden canlandırma projesi kapsamında otopark alanı yaklaşık olarak 88'inin uygun fiyatlı konut olduğu toplam 350 adet konut ve yeni çeşitli işletmelerden oluşan bir apartman kompleksine dönüştürülmüştür (Rojo, 2023; Şekil 3.49). 350 adet dairenin yer aldığı apartman kompleksi Avalon Woburn, iki otoyolun kesiştiği bir alanda ve farklı ulaşım sistemlerine yakın, dolayısıyla erişebilirlik açısından oldukça elverişli bir konumda yer almaktadır. Apartman kompleksinde bir, iki ve üç yatak odalı daireler yer almaktadır. Aynı zamanda sadece konut sakinlerinin kullanımına açık olan fitness merkezi, yüzme havuzu, oyun, teras ve yemek yeme alanına sahiptir. 2017 yılında, düşük ziyaretçi oranlarına sahip olan alışveriş merkezinin perakende alanlarının en az üçte ikisi hizmetini sonlandırmış durumdaydı. Dönüşüm öncesi çoğunlukla boş mekânlardan oluşan bu yapının müşteri doluluk oranının ve maddi kazançlarının artırılması amacıyla dönüştürülmüştür. Alışveriş merkezi yeniden canlandırma sonrası "Woburn Village" olarak isimlendirilmiştir. Alışveriş merkezinin bazı büyük mağazaları hala Woburn Village da yer almaktadır (Woburnvillage, t.y.). Dönüşüm sonrası alışveriş merkezinde yeni kiracı olarak; manikür salonu, yaklaşık 12 adet

yemek yeme mekânı, spor salonu, kuaför ve ayakkabı mağazası yer almıştır. Alan bütünlüğü içinde yeni yeşil alanlar ve bireylerin bir arada olmasını sağlayan çeşitli kamusal alanlar eklenmiştir. ABD’de bazı yasalar konut arzının oluşturulması hususunda teşvik edicidir. Bunlardan biri Massachusetts’in Akıllı Büyüme İmar Yerleşimi Bölge Yasası’dır. Bu yasaya göre alışveriş merkezlerine eklenecek yeni konutların en az %20’si uygun fiyatlı olmalıdır. Edens bu projede, şehir belediyesi ile ortaklık kurmuştur ve bu yasadan faydalanmıştır (Serrao, 2022; Woburnvillage, t.y.).



**Şekil 3.48: Woburn Alışveriş Merkezi**

**Kaynak:** (Url-64).



**Şekil 3.49: Woburn Village Vaziyet Planı ve Avalon Woburn’un Fotoğrafı**

**Kaynak:** (Url-51; Url-52).

ABD’nin Michigan eyaletinde bulunan Lakeside Alışveriş Merkezi’nin karma kullanımlı olarak dönüşüm projesi devam etmektedir. Projenin on yıl sonra tamamlanması planlanmaktadır. Proje tamamlandığında alanda 750’sinin 65 yaş ve üzeri bireylere yönelik, 2800’inin ise çok aileli konut olacağı toplam 3550 adet konut, 120 odalı bir otel, 150.000 metrekarelik mağaza, ofis alanı ve yeni yemek yeme mekânları yer alacaktır (Rafter, 2023).

Alışveriş merkezi alanları belirli bir süreliğine geçici olarak uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında konutlara dönüştürülebilmektedir. ABD’de Virginia eyaletinin Alexandria şehrinde 1965 yılında inşa edilen Landmark Alışveriş Merkezi’nin 2017 yılında kapanan bir büyük mağazası 2018 yılında 18 ay boyunca evsizlik yaşayan ve risk altında olan kişileri destekleyen ve kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olan Carpenter's Shelter tarafından 60 kişinin kalacağı bir barınma alanına dönüştürülmüştür (Şekil 3.50). Alışveriş merkezi bu büyük mağazanın kapanmasının hemen ardından hizmetini tamamen sonlandırmıştır. Yapı kapalı durumdayken Carpenter's Shelter, geçici olarak bu büyük mağazada faaliyet göstermiştir. Büyük mağazanın girişinde burada barınacak insanların bir arada bulunup vakit geçirebilecekleri, yemek yiyebilecekleri ve toplantıların gerçekleştirilebileceği bir ortak alan oluşturulmuştur. Yapının iç mekânında bir televizyon ve kütüphane salonu, kiler, iki adet ofis, oyun alanları, banyolar ve yatak odaları vardır. Bu mekânların oluşumu için iç mekânda birtakım tadilatlar yapılmış ve gerekli mobilyalar yerleştirilmiştir. Galeri boşluğunun her iki tarafındaki koridorun her birinde yan yana olacak şekilde odalar oluşturulmuştur (Şekil 3.51). Bu odalarda toplam 60 yatak vardır. Bir koridorda bulunan odalar 24 erkeğe, diğer koridorda bulunanlar ise altı ailenin ve on iki kadının kullanımına tahsis edilmiştir. Ayrıca 2017 yılında kapatılan bu alışveriş merkezinin yeniden canlandırma kapsamında perakende, konut, hastane, restoran gibi birçok farklı işlevi içeren karma kullanımlı dönüşüm projesi 2021’de onaylanmış, günümüzde ise uygulama süreci hala devam etmektedir (Mazarakis, 2018; Welch, 2020).



**Şekil 3.50: Carpenter's Shelter Tarafından Düzenlenen Barınma Merkezinin Ortak Alanı ve Aileler İçin Tahsis Edilen Odası**

**Kaynak:** (Url-33; Url-35).



**Şekil 3.51: Carpenter's Shelter Tarafından Düzenlenen Barınma Merkezinin İç Mekânından Bir Görüntü**

**Kaynak:** (Url-45).

Kanada’da yer alan alışveriş merkezlerinin kullanım dönüşümünü araştıran JLL (2023), analiz edilen yirmi üç alışveriş merkezinin en yaygın olarak konut işlevine dönüştüğünü tespit etmiştir. Tespit edilen bu yapılarda bulunan mevcut perakende alanlarının çoğunun özgün kullanımına devam etmesi ve aynı zamanda yeni perakende alanlarına, konutlara ve ofislere sahip olunması dikkat çekmektedir. Alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşümü alanda bulunan mevcut ve yeni eklenen mağazaların ve işletmelerin ziyaretçi doluluk oranlarını ve maddi kazançlarının artmasında etkili olabilmektedir. Bu dönüşüm aynı zamanda hane halkının yaşam kalitesini etkileyen yeni ürün ve hizmetlere ihtiyaç duyulmasına sebep olabilmektedir. Hane halkının konforunu ve memnuniyetini sağlamak için bu gereksinimlere yönelik alana yeni perakende birimleri ve işletmelerin oluşturulması önemlidir. Bu bağlamda oluşturulan çeşitli mağazalar ve işletmeler hane halkının gereksinimleri karşılarken aynı zamanda alışveriş merkezinde yeni iş olanaklarının ve istihdamın sağlanmasında büyük rol oynayacaktır. Dolayısıyla alışveriş merkezlerinin yeniden kullanım projelerinin amacı sadece alışveriş merkezlerinin maddi kazançlarını arttırmak değildir. Alışveriş merkezlerinin konut olarak dönüşüm projeleri kamu yararıyla ilişkilendirilebilir. Bu uygulamalar ile alışveriş merkezlerinde yeni kamu olanakları ortaya çıkarılmaktadır. Bu kamusal olanaklar kullanıcıların kentsel yaşam kalitesinin artmasına olanak sağlayabilir. Aynı zamanda alışveriş merkezlerine olan ilgisini oluşturmaya ve arttırmaya yardımcı olabilir. ABAG (2022)’e göre, başarılı alışveriş merkezi yeniden kullanım projelerinin temel bir özelliği kentsel bir çevre oluşturmaktır. Günümüzde birçok alışveriş merkezinde toplumu kamusal alanlarda

etkileşime girmeye teşvik eden elektronik oyun alanları, buz pateni, fitness merkezi, konser alanları ve oyun parkları gibi sosyal alanlar oluşturulmaktadır. Alışveriş merkezinde yer alan bu kamusal alanlar kentsel yaşama yönelen bireyler için ilgi çekici olabilmektedir. Yeniden kullanım kapsamında konut mülk alanlarına sahip olacak olan bu alışveriş merkezlerinin hangi bireylere hitap edip edemeyeceği sorgulanmalıdır. Alışveriş merkezlerinin çeşitli eğitim yapılarına, hastanelere ve diğer kamusal olanaklara yakın olması, yeni yerleştirilecek olan konut yapılarının ilgi çekici olmasını sağlayabilir (Smolens, 2023).

Bu alışveriş merkezlerine alternatif ulaşım sistemleri sağlamak konutun erişilebilirliğini arttırmak açısından önemlidir. Blanco (2021) tarafından, bu dönüşüm uygulamalarında alana yeni gelen konut sakinlerinin ulaşım ihtiyaçlarının belirlenmesi önerilmektedir. Blanco (2021), alışveriş merkezlerinin mevcut olan ulaşım sistemlerinin konut sakinlerinin ulaşım ihtiyacını karşılayabileceğini belirtmektedir.

Alışveriş merkezi alanlarının konut işlevli dönüşümünde karşılaşılan zorluklardan biri imar planını değiştirmektir. Özgün işlevinden farklı olarak kullanım dönüşümüne uğrayan alanın yeniden imar edilmesi gerekecektir, dolayısıyla alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşümünde imar ve ruhsat düzenlemelerine ihtiyaç duyulacaktır. Konut işlevli dönüşen bir alışveriş merkezinin yeni vaziyet planının yerel yönetimde görevli şehir ve bölge planlamacılar tarafından onaylanması gerekmektedir. Bu süreç özellikle alışveriş merkezlerinde uzun zaman dilimlerini kapsayabilmektedir (CBRE, 2020). Yerel yönetimlerin politikaları, teşvikleri ve imar kararları bu süreçte önemli rol oynamaktadır. Yerel yönetimler tarafından sağlanan teşvikler alışveriş merkezlerinin bu dönüşüm sürecini kolaylaştırmaktadır (Mueller, 2023). ABD'nin Kaliforniya eyaletinde yerel yönetimler tarafından kullanılmayan alışveriş merkezlerinin dönüşüm projelerinin sayısının artırılması hedeflenmektedir. Ticari alanların konut mülklerine dönüştürülmesinin kolaylaştırılması için iki yeni eyalet yasası 1 Temmuz 2023 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu yasalar ile dönüşüm kapsamında olan bürokratik ve lojistik engellerin ortadan kaldırılması amaçlanmaktadır. Oakland Demokrat Parti Meclis Üyesi ve aynı zamanda yasa tasarılarından birinin yazarı olan Buffy Wicks'e göre, bu yasalar toplumun konut talebine olan yoğunluğu, konut üretiminde arazi yoksunluğu sıkıntısı ve konut arzının karşılanamaması konuları kapsamında bir çözüm üretilmesine faydalı olacaktır (Smolens, 2023).

Mevcut bir alışveriş merkezinde konut kullanımı bazı yasal zorluklar ve sınırlamalar getirmektedir. Bazı alışveriş merkezlerinin perakende kiracıları ile imzalanan kira sözleşmelerinde farklı kullanımların yasaklandığına dair maddeler içeren kayıtlı anlaşmalar olabilmektedir. Kullanım dönüşümü için değişiklik gerekiyorsa bu sözleşmeler yeniden değerlendirilmektedir. Bazı alışveriş merkezlerinde alan planlarının değişikliğinin yasaklanması gibi kısıtlamalar vardır. Yeniden kullanım projeleri kapsamında bu alanların imar ve diğer arazi kullanım kısıtlamaları incelenerek yeni kullanımlar için uygunluğu değerlendirilmektedir. Alışveriş merkezlerinde yer alan ortak alanların bakım yükümlülükleri ile ilgili sorumluluk ve maliyet konularının yer aldığı anlaşmalar için yeni kullanım kuruluşları ile karşılıklı olarak sözleşmeler imzalanmaktadır. Konut sahiplerinin ve kiracılarının sorumlulukları, yükümlülükleri ve olanakları hakkında sözleşmeler hazırlanmaktadır. Bu doğrultuda konut sakinleri sözleşmelerde yer alan olanaklardan yararlanabilmektedir.

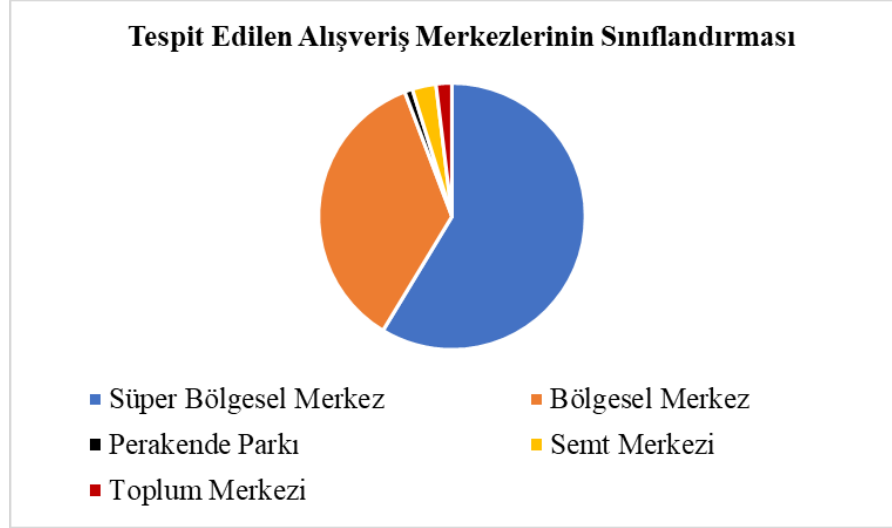
#### 4. KONUT İŞLEVLİ DÖNÜŞEN ALIŞVERİŞ MERKEZİ UYGULAMALARI

Çalışmada uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma uygulamaları kapsamında ülkemizde ve çeşitli ülkelerde olmak üzere farklı nedenlerle konut işlevli olarak dönüştürülen veya dönüşümü planlanan alışveriş merkezleri araştırılmıştır. Türkiye’de bu kapsamda herhangi bir mimari projeye rastlanmamıştır. Dünya genelinde yapılan araştırmada Kanada, İngiltere ve ABD’de olmak üzere konut işlevli olarak dönüşen toplam 104 adet alışveriş merkezi örneği tespit edilmiştir. EK-1’de bu örneklerin ismi, yapım tarihi, proje müellifi ve ICSC (2004) standartlarına göre sınıflandırma bilgileri yer almaktadır.

Bu örnek yapıların;

- 14’ünün Kanada’da, 2’sinin Londra’da, 80’inin ise ABD’de yer aldığı,
- 27’sinin 1950 ile 1970 yılları ve 75’inin 1970 ile 2000 yılları arasında ve 2 tanesinin ise 2003 ve 2006 yıllarında inşa edildiği,
- 58’inin süper bölgesel merkez, 34’ünün bölgesel merkez, 1’inin perakende parkı, 1’inin semt merkezi ve 2’sinin toplum merkezi olduğu tespit edilmiştir (Şekil 4.1; Ek-1).

Araştırma sırasında bu yapıların konut işlevli dönüşüm uygulaması sonrası plan şemasında ve niteliklerinde değişimler gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda farklı dönüşüm alanlarına ve müdahale yaklaşımlarına sahip olan beş örneğin ilk inşa edildiği dönemden konut işlevli dönüşümüne kadar geçen süreçteki gelişimi, nitelikleri, dönüşüm öncesi ve sonrası plan şemaları irdelenmiş ve müdahale yaklaşımları ortaya konmaya çalışılmıştır. Çalışmada bu örneklerin her biri için yapı kimlik kartı hazırlanmıştır. Şekil 4.2’de yapı kimlik kartının içeriği yer almaktadır. İncelenen örneklerde tespit edilen örnek müdahale yaklaşımları, yapının dönüşüm öncesi ve sonrası niteliklerinde ve plan şemasında gözlemlenen bulgular 4.6 değerlendirme bölümünde ortaya koyulmuştur.



**Şekil 4.1: Tespit Edilen Alışveriş Merkezlerinin Sınıflandırması**

.....(Alışveriş Merkezinin İsmi/ Dönüşen Yapının İsmi)					
Şehir/ Ülke	Sahibi	Yeniden İşlevlendirme Tasarımı		Uygulama Projesi	Projenin Yapım/ Dönüşüm Tarihi
.....	.....	.....		.....	.....
.....(Dönüşen Yapının İsmi)	Konut Nitelikleri	.....(Alışveriş Merkezinin İsmi)	Fiziksel Yapılanması	Plan Şeması	Sınıflandırması
	.....		.....	.....	.....
(Alışveriş Merkezinin ve Dönüşen Yapının Plan Şemaları)					
.....					

**Şekil 4.2: Yapı Kimlik Kartının İçeriği**

#### 4.1 Westminster Arcade ( The Arcade Providence)

Bu bölümde Westminster Arcade'in konut işlevli dönüşümü irdelenmiştir. Bu bağlamda yapının ilk inşa edildiği dönemden konut işlevli dönüşümüne kadar geçen süreçteki gelişimi, dönüşüm öncesi ve sonrası plan şemaları irdelenmiş ve uygulama kapsamında yapıya yapılan müdahaleler ortaya koyulmuştur.

##### 4.1.1 Yapının Gelişimi

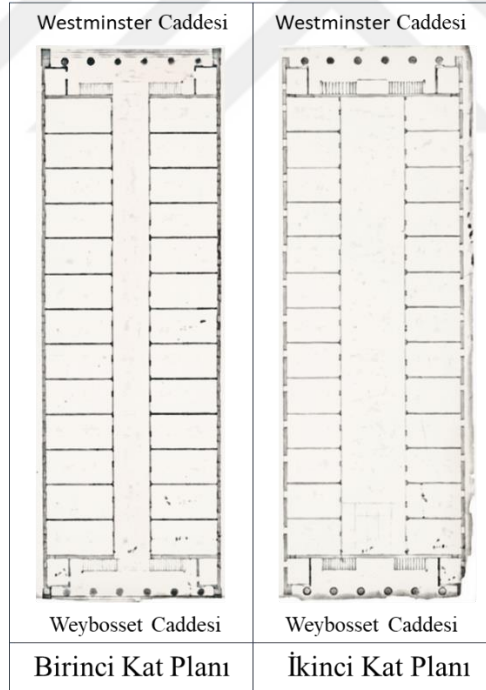
1828 yılında ABD'nin Rhone Island eyaletinin başkentinde, iki giriş cephesi şehrin 130 Westminster ve 65 Weybosset caddeleri üzerinde olan, toplam 4500 metrekare alana ve zemin dâhil iki kata sahip olan yapı ülkenin üçüncü kapalı alışveriş

merkezi olarak inşa edilmiştir (Brussat, 2016; Şekil 4.3). Yapının tasarımcısı Russell Warren (1783-1860)'dır. The Rhode Island Historical Society (RIHS) topluluğu tarafından, Russel Warren'ın yer aldığı projeler ve kişisel yaşamı hakkında ilgili dokümanların çevrim içi olan bir dijital katalogda toplanması amacıyla bir proje yürütülmüştür. Bu proje kapsamında Russel Warren'a ait olan plan çizimleri bir araya getirilmiştir (Şekil 4.4).



**Şekil 4.3: Westminister Arcade, 1958**

**Kaynak:** (Url-17; Url-18).



**Şekil 4.4: Westminster Arcade'in Russel Warren'a Ait Olan Plan Çizimleri, 1828**

**Kaynak:** (Url-19).

Çatıda bulunan camdan genişlikler ile aydınlatılan yapı yığma taş duvar taşıyıcı sistemine sahiptir (Şekil 4.5). Binanın bahsedilen iki cadde üzerindeki cephelerinde altı adet 14 metre yüksekliğinde iyonik sütunlardan oluşan revaklı girişi ve anıtsal

ölçeği ile ilk inşa edildiği dönemde toplum tarafından büyük bir ilgiyle karşılanmıştır. Westminster Caddesine bakan cephesinde yer alan sütunlar üçgen bir alınlığı, diğer cephesi ise dikdörtgen biçimli bloklardan oluşan bir saçağı desteklemektedir. İyonik sütunlar, taş duvarlar ve atriyumu ile 19.yy Yunan canlandırma mimari üslubuna sahiptir. Aynı zamanda binanın iki girişinde de ferforje süslemeli korkuluklara sahip geniş bir teras yer almaktadır (Şekil 4.6). Yapının 9,7 metre genişliğinde ve 57,3 metre uzunluğunda olan çatı penceresi ve üst katlarda oluşturulan galeri boşluğu sayesinde tavandan zemine kadar ulaşabilen bir doğal aydınlatma sağlanmıştır. İki ana cadde arasında bir yürüyüş yolu sağlayan yapı yaklaşık olarak 13 metre yüksekliğinde ve 65 metre uzunluğundadır (Şekil 4.7; Alexander, 1953).



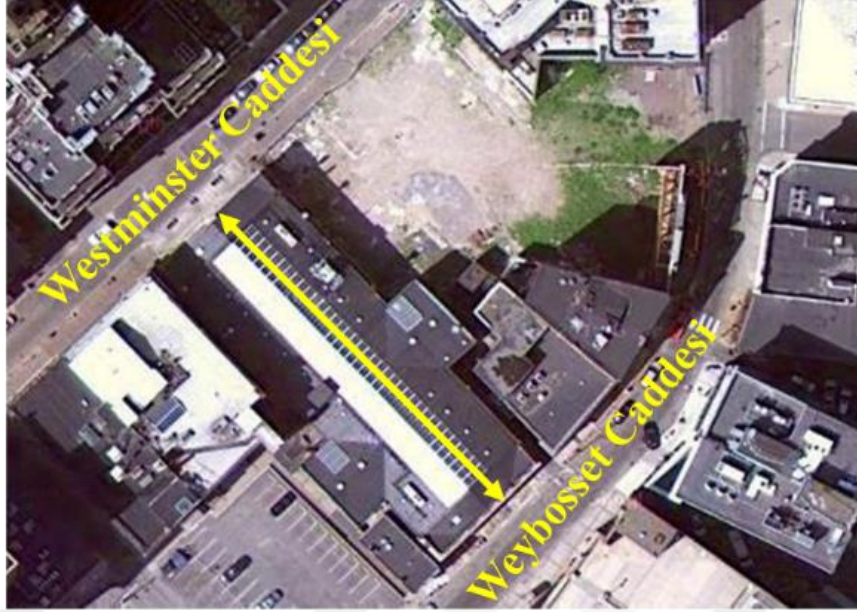
**Şekil 4.5: The Arcade Providence, 2016**

**Kaynak:** (Url-21; Url-22).



**Şekil 4.6: The Arcade Providence**

**Kaynak:** (Url-20).



**Şekil 4.7: The Arcade Providence'ın Cadde Bağlantısı**

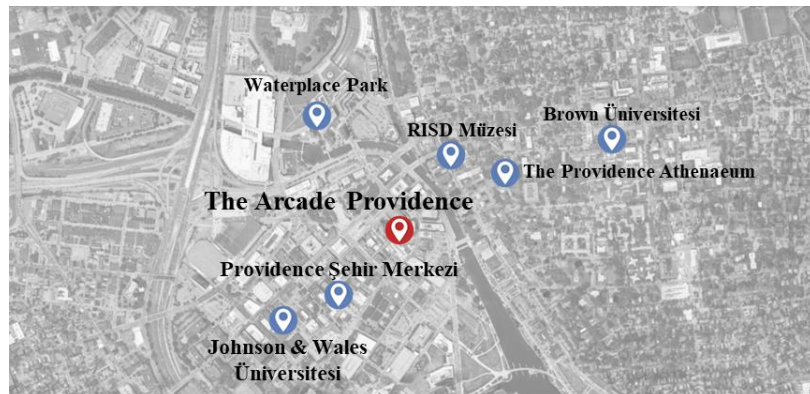
**Kaynak:** (Url-84).

Dönüşüm öncesi binanın zemin katında mağazalar ve çeşitli küçük işletmeler yer alırken üst katlarında mağazalar yer almaktaydı. Bu mağazalar her katta olmak üzere doğrusal bir koridor üzerinde sıralı ve karşılıklı olarak dizilmişti. Bu mağazaların vitrin cephelerinde ve döşemelerinde ahşap malzeme kullanılmıştı. İnsanlar yapının her iki giriş noktasında bulunan merdivenler ile üst katta bulunan mağazalara ulaşmaktaydı. Alışveriş merkezi açıldıktan kısa bir süre sonra yapıda yer alan mağazaların sayısı yetersiz kaldığı için alışveriş merkezinin birinci katında ikinci olarak yeni bir kat oluşturulmuştur. Bu yeni katın yüksekliği diğerlerine göre daha azdır. Belirli bir dönem bu ikinci kat ofis olarak da kullanılmıştır (The Rhode Island Historical Society, t.y.; Alexander, 1953).

Neredeyse bir asır önce inşa edilen yapı kültürel miras değerine sahiptir. Yapı 1971'de ülkenin korunmaya değer tarihi yerlerinin resmi listesi olan The National Register of Historic Places'de yer almıştır ve 1976'da olağanüstü tarihi önemi nedeniyle ABD hükümeti tarafından resmi olarak tanınan bir bina, bölge, nesne, alan veya yapı için verilen National Historic Landmark olarak ilan edilmiştir. İlk açıldığı dönemde ziyaretçi doluluk oranı ve mali kazançları yüksek olan bu yapı 20.yy.ın sonlarına doğru ticari açıdan bazı başarısız durumlarla karşılaşmıştır. Bina konut olarak yeniden işlevlendirilmeden önce birçok defa onarım, iyileştirme ve yenileme nedeniyle kapalı durumda kalmıştır. Bir dönem bu nedenlerle kapatılan bina 1980

yılında yeniden açılmıştır. Bulunduğu ülkenin ve şehrin ekonomik durumundan etkilenen alışveriş merkezi bir süre sonra artık işlevsel özelliklerini yerine getiremez olmuş ve 2008 yılında kapanmıştır. Yapı 2013’de Providence şehrinin yerel yönetimlerinin yeniden canlandırma politikası doğrultusunda Northeast Collaborative Architects tarafından konut ve perakende alanlarının bulunduğu karma kullanımlı bir alışveriş merkezine dönüştürülmüş ve böylelikle The Arcade Providence olarak isimlendirilmiştir (Art in Ruins, 2021).

The Arcade Providence birçok mağazanın, restoranların, kafelerin, fitness merkezlerinin, bankaların, üniversite kampüslerinin yer aldığı ve toplu taşımaya rahat ulaşılabilen bir konumda yer almaktadır (Şekil 4.8). Binada yer alan toplam kırk sekiz adet konut birimi özellikle aile bireyi, öğrenci, bekâr ve engelli gibi birçok kullanıcıya hitap etmesi amacıyla 1+0, 1+1, 2+1 ve 3+1 olmak üzere konut değeri uygun fiyatlı olacak şekilde tasarlanmıştır. Rhone Island da yer alan Brown ve Johnson & Wales Üniversitesine her yıl neredeyse 30.000’den fazla öğrenci kayıt yaptırmaktadır. Burada yaşayan öğrenciler, üniversite kampüsüne yürüyerek ulaşabilmektedir. Konum olarak üniversite kampüslerine yakın olan bu uygun fiyatlı konutlar daha çok öğrenciler tarafından tercih edilmektedir. Bu konutlar bir yatırım paketi olarak satılmaktadır; konut sahibi gerektiğinde mülkün satışını gerçekleştirebilir veya bir kiracının kullanmasına izin verebilmektedir. Bu apartman daireleri genellikle yatırım amacıyla yetişkinler tarafından satın alınmakta ve bekar insanlar, öğrenciler veya genç bireyler tarafından kiralanmaktadır. Dolayısıyla alışveriş merkezi bireysel kat mülkiyetine sahip konut birimlerine dönüştürülmesi ile yatırımcılar için bir fırsat oluşturmuştur (Hayes ve Sherry ve Cushman ve Wakefield, t.y.).



**Şekil 4.8: Yapının Konumu ve Yakın Çevresi**

**Kaynak:** (Url-84)

#### 4.1.2 Yapı Plan Şeması

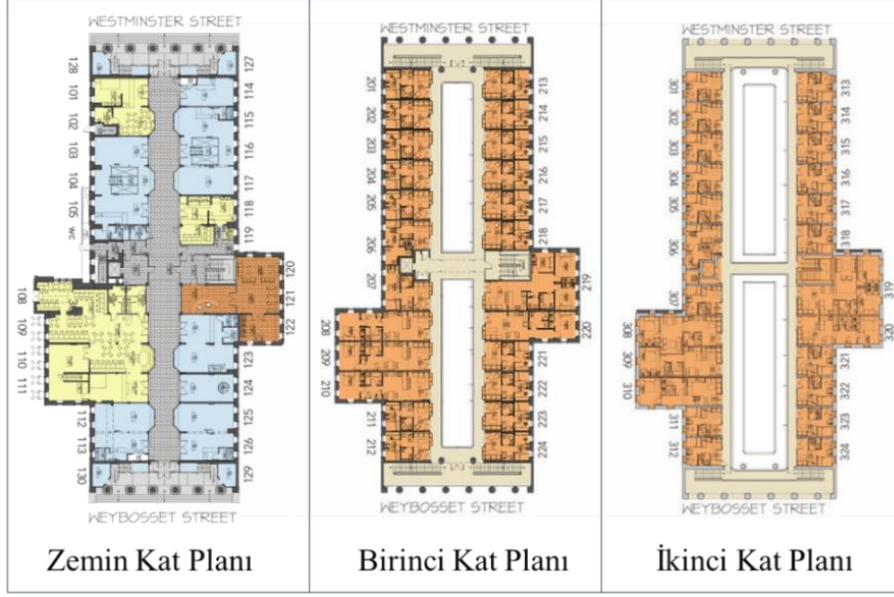
Dönüşüm kapsamında yapının zemin katında bulunan bazı mağazalarında bakım, onarım ve yenileme faaliyetleri yapılmış, bu birimlerin bir kısmı hizmetine devam ederken bir kısmı ise yeni yeme-içme gibi hizmetler sunan küçük işletmelere dönüştürülmüştür. Günümüzde yapının zemin katında toplam on yedi adet günlük ihtiyaçların ürün satışını yapan küçük mağaza ve restoran yer almaktadır. Bunlar halka açık hizmet vermektedir. Dolayısıyla dönüşüm sonrası yapının zemin katı özgün/ticari kullanımına devam etmiştir.



**Şekil 4.9: İç Mekânda Yapılan Müdahaleler Sırasında Çekilen Fotoğraflar**

**Kaynak:** (Url-23; Url-24).

Yapının iki ana girişinde de bulunan caddeye bakan teras, balkon ve üst katlara erişim sağlayan iki merdiven korunmuştur. Dönüşüm sonrası dikey sirkülasyon bu iki merdiven, eklenen bir asansör ve bir yangın merdiveni ile sağlanırken yatay sirkülasyon ise zemin katta bir ana aks ve üst katlarında ise ana akslar ve yeni oluşturulan tali akslar ile sağlanmaktadır. Böylelikle her iki cadde üzerinden giriş yapan insanların konutlara olan ulaşımı üç merdiven ve bir asansör ile sağlanmaktadır (Şekil 4.10). Merdiven ile kata ulaşan konut sakini kodlu bir güvenlik sistemi olan bir kapıdan geçerek anahtar ile daireye erişim sağlamaktadır.



**Şekil 4.10: The Arcade Providence’ın Kat Planları**

**Kaynak:** (Siahaan, 2019).

Uygulama kapsamında yapının birinci ve ikinci katı apartman konut tipi niteliğine sahip olmuştur. Birinci katta yer alan bir mağaza yeni oluşturulan konut biriminin belirli bir kısmı, asansör, mekanik ve tesisat odası ve sirkülasyon alanına, bir mağaza yangın merdivenine ve geriye kalan diğer mağazalar ise konut birimlerine dönüştürülmüştür. Asansör ve yangın merdiveni birbirine karşılıklı olacak şekilde ve neredeyse kat düzleminin ortasında yer almaktadır. Bu düşey sirkülasyon sistemleri arasında bir dolaşım koridoru oluşturulmuştur. Bu konutlar “micro-loft daire” olarak tanımlanmaktadır. Birinci katta büyüklüğü 30,8 ile 38,6 metrekare arasında değişen yirmi ikisi bir yatak odalı, biri üç yatak odalı, biri ise özellikle engelli bireylerin kullanımına uygun olacak şekilde tasarlanmış 1+0 olmak üzere toplam yirmi dört adet daire yer almaktadır (Şekil 4.11). İkinci katta yer alan bir mağaza yeni oluşturulan konut biriminin belirli bir kısmına, asansör ve sirkülasyon alanına ve bir mağaza ise yangın merdivenine dönüştürülmüştür. İkinci katta büyüklükleri 24,3 ile 30,3 metrekare arasında değişen dördü 1+1, biri 2+1, biri engelli bireylere özel olmak üzere 1+0 ve on sekizi 1+0 olan daireler yer almaktadır (Çizelge 4.1). Burada bulunan konutlar birinci katta yer alanlarla benzer mobilya ve tefriş yerleşim düzenine sahiptir. Her dairede oturma, mutfak ve banyo alanı mevcuttur (Şekil 4.11; Şekil 4.12). Yangın merdivenine dönüştürülen mağazanın geriye kalan alanı ve bitişiğinde yer alan bir mağaza birinci katta 3+1, ikinci katta ise 2+1 olmak üzere konut birimine dönüştürüldüğü gözlemlenmektedir. Kat düzleminde yatay sirkülasyon iki adet galeri

boşluğu çevresinde yer alan dolaşım koridorları üzerinden sağlanmaktadır. Böylelikle yapının iç mekân dolaşım ağı güçlendirilmiş, bireylerin konut birimlerine olan ulaşımı daha kolay ve rahat olması sağlanmıştır. Engelli bireylerin kullanımına uygun olarak tasarlanan birinci ve ikinci katta yer alan konut birimleri asansörün bitişiğinde yer almaktadır.



**Şekil 4.11: The Arcade Providence’ın 3+1 ve Engelli Bireylere Uygun 1+0 Daire Planı**

**Kaynak:** (Url-42; Url-43).



**Şekil 4.12: The Arcade Providence’ın Konut Görüntüleri**

**Kaynak:** (Url-25; Url-27).

Bina apartman konut tipi niteliğindedir. Apartman yönetimi konut sakinlerine çamaşır yıkama hizmeti sunmaktadır. Binada güvenlik kameraları yer almaktadır. Yapının bodrum katınca her daire için ek depolama alanı bulunmaktadır. Bu katta aynı zamanda bisikletler için bir depo odası mevcuttur. Binaya yakın konumda yer alan iki otoparkta özellikle konut sakinlerine indirimli park etme olanağı sağlanmaktadır. Zemin katta yer alan işletmeler ve mağazalar akşam saat dokuzdan sonra kapanmaktadır.

**Çizelge 4.1: Yapının Dönüşüm Öncesi ve Sonrası Kullanım Seçenekleri ve Birimleri**

	<b>Dönüşüm Öncesi Kullanım/ Birim</b>	<b>Dönüşüm Sonrası Kullanım/ Birim</b>
<b>Bodrum Katı</b>	-	Depo/ Bisiklet ve Konut Depolama Alanı
<b>Zemin Kat</b>	Perakende/ Mağaza	Perakende ve Restoran/ Küçük Mağaza ve İşletme
<b>Birinci Kat</b>	Perakende/ Mağaza	Konut/ 1+1, 3+1 ve 1+0 Daire
<b>İkinci Kat</b>	Perakende/ Mağaza	Konut/ 1+0, 1+1 ve 2+1 Daire

#### 4.1.3 Yapı Kimlik Kartı

Çizelge 4.2’de yer alan plan şemalarına göre konut işlevli dönüşüm sonrası yapının mekânsal konfigürasyonunda değişimler yaşandığı gözlemlenmektedir.

Uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında yapıya yapılan müdahaleler;

- Birinci ve ikinci katta iki adet mağazanın düşey bölücü elemanlarının yıkılarak konut, asansör, mekanik ve tesisat odası, sirkülasyon alanı ve yangın merdiveninin oluşturulması,
- Mağaza birimlerinde yapılan tadilat çalışmaları ile bu alanların konut kullanımına uygun olacak şekilde dönüştürülmesi,
- Bir asansör ve bir yangın merdiveni olmak üzere yeni düşey sirkülasyon sistemlerinin eklenmesi,
- Yapıya eklenen asansör ve yangın merdivenini birbirine bağlayan yeni bir dolaşım aksının ve böylelikle kat düzlemlerinde iki adet galeri boşluğunun oluşturulması,
- Yapının tüm elektrik ve mekanik tesisatının yenilenmesi,
- Konutlarda yer alan mutfak ve banyoların altyapı ve olanaklarının oluşturulması olarak sıralanabilir.

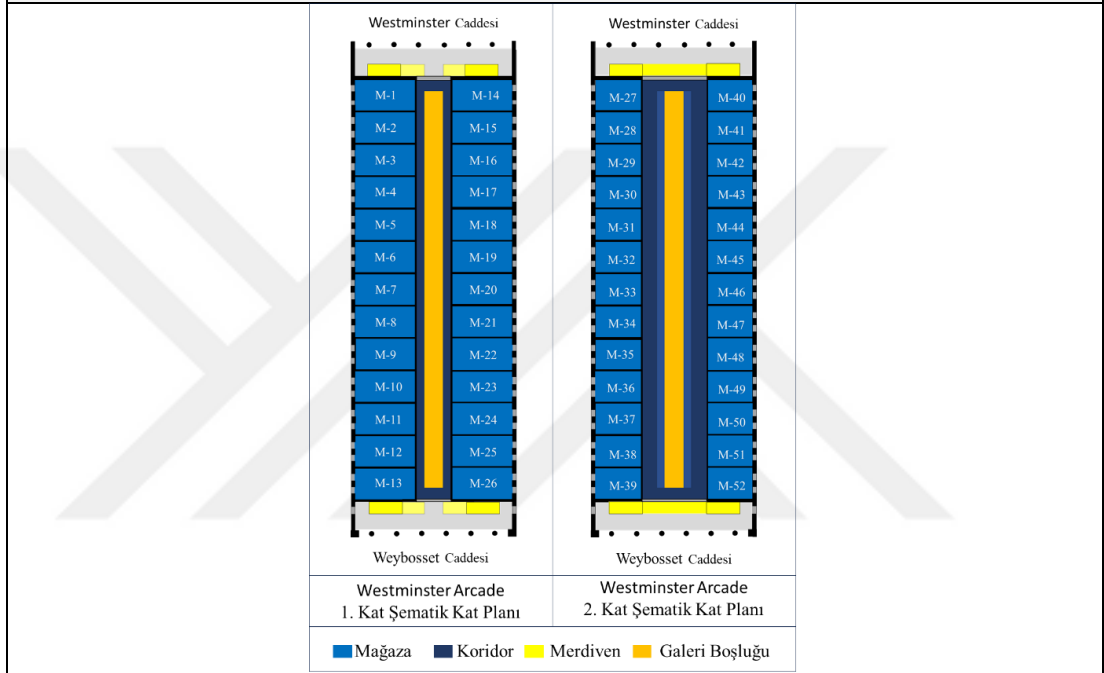
**Çizelge 4.2: Westminster Arcade (The Arcade Providence) Yapı ’ın Kimlik Kartı**

<b>Westminster Arcade-The Arcade Providence</b>				
<b>Şehir/ Ülke</b>	<b>Sahibi</b>	<b>Yeniden İşlevlendirme Tasarımı</b>	<b>Uygulama Projesi</b>	<b>Yapım/ Dönüşüm Tarihi</b>

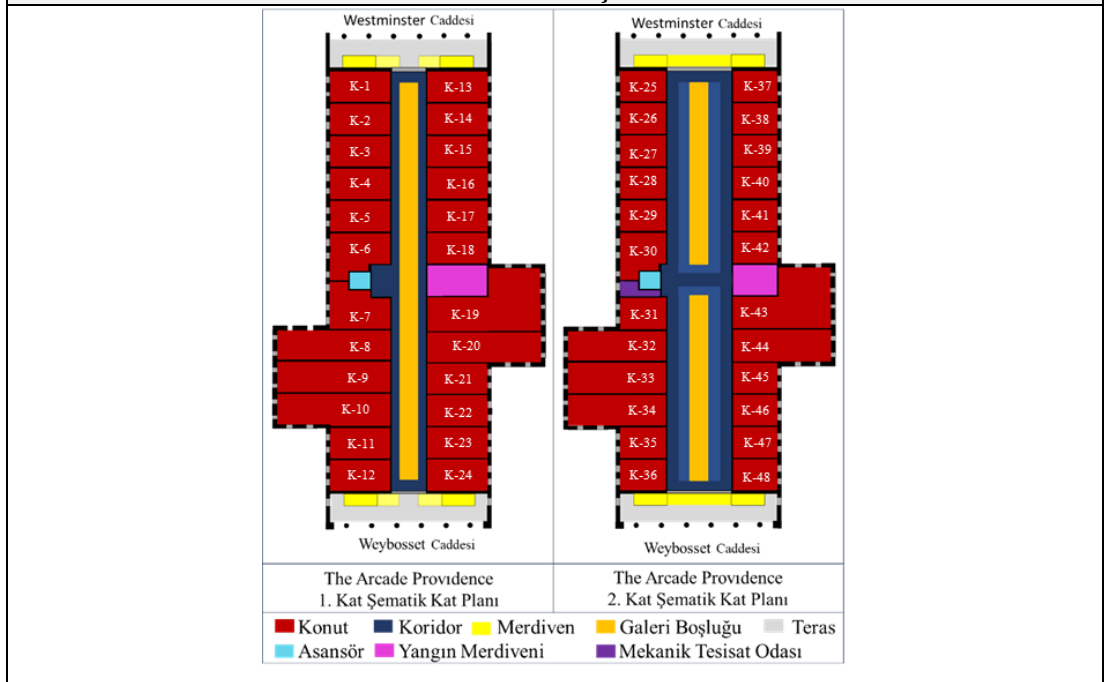
**Çizelge 4.2: (Devamı) Westminster Arcade (The Arcade Providence) Yapı 'ın Kimlik Kartı**

Wisconsin/ ABD	Cyrus Butler	Interstate Development ve Hempel Companies	Uyarlanabilir Yeniden Kullanım	1828/2013	
The Arcade Providence	<b>Konut Nitelikleri</b>	The Arcade Providence	<b>Fiziksel Yapılanması</b>	<b>Plan Şeması</b>	<b>Sınıflandırması</b>
	<b>Apartman/ 1+0, 1+1, 2+1 ve 3+1 Daire</b>		Mall	Doğrusal Merkez	Semt Merkezi

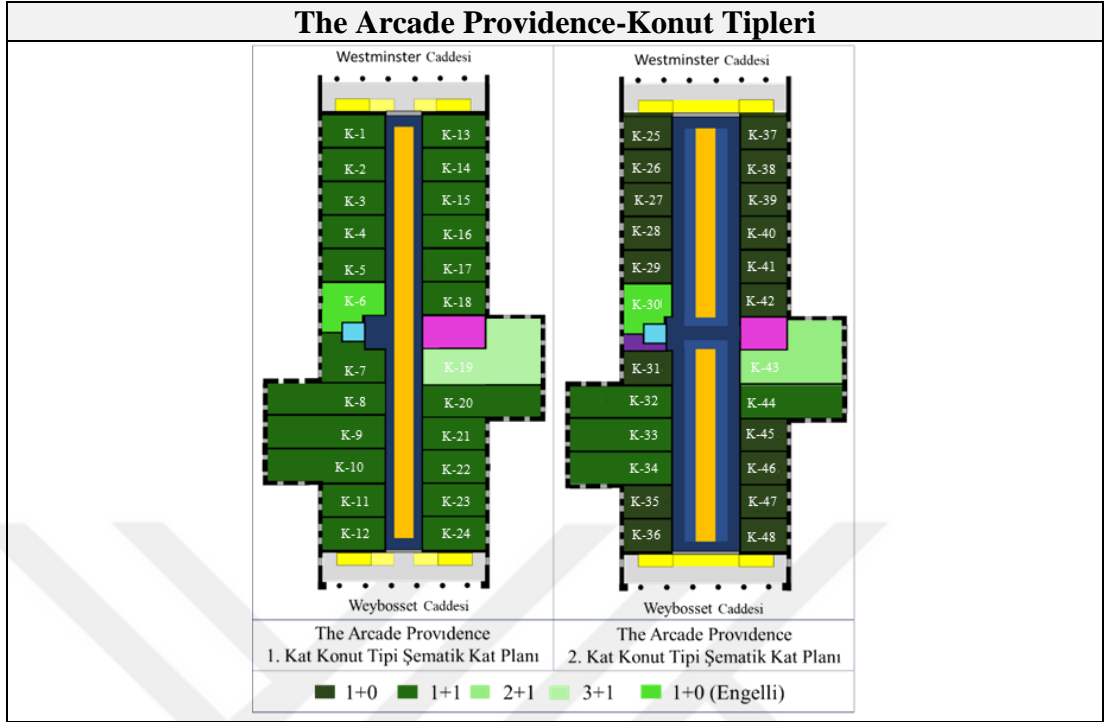
**Westminster Arcade-Şematik Kat Planı**



**The Arcade Providence-Şematik Kat Planı**



**Çizelge 4.2: (Devamı) Westminster Arcade (The Arcade Providence) Yapı 'ın Kimlik Kartı**



## 4.2 Alderwood Mall (Avalon Alderwood Place)

Bu bölümde Alderwood Mall'un konut işlevli dönüşümü irdelenmiştir. Bu bağlamda yapının ilk inşa edildiği dönemden konut işlevli dönüşümüne kadar geçen süreçteki gelişimi, dönüşüm öncesi ve sonrası plan şemaları irdelenmiş ve uygulama kapsamında yapıya yapılan müdahaleler ortaya koyulmuştur.

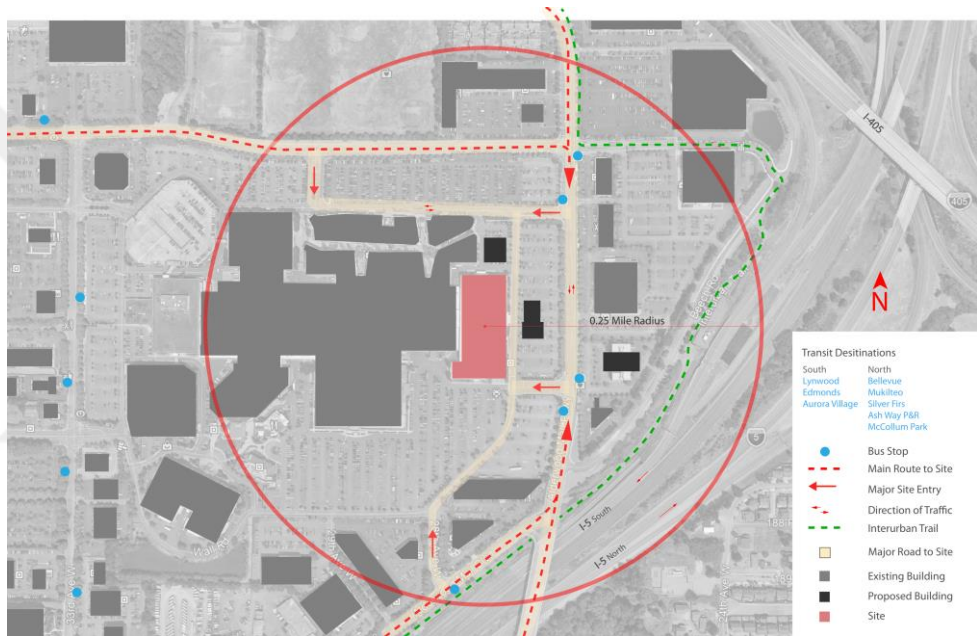
### 4.2.1 Yapının Gelişimi

ABD'nin Washington eyaletinin Lynnwood şehrinde 1979 yılında tek katlı kapalı bir alışveriş merkezi olarak hizmete açılan yapı (Şekil 4.13), yoğun araç trafiğinin yaşandığı iki otoyolun kesiştiği bir konumda yer almaktadır (Şekil 4.14). Yapı dönüşüm öncesi alan bütünlüğü içinde dört büyük mağazaya ve iki adet açık mekâna sahipti (Şekil 4.15). Alışveriş merkezi ICSC (2004)'e göre süper bölgesel merkez niteliğine sahiptir. Otobüs gibi çeşitli ulaşım sistemleri ile birlikte toplumun rahat ve kolay bir şekilde ulaşabildiği ve çevresinde çeşitli özel ve kamu hizmet binalarının yer aldığı oldukça elverişli bir konumda yer almaktadır (Şekil 4.14).



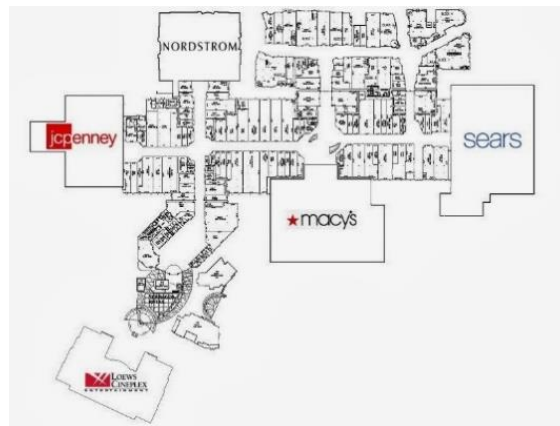
Şekil 4.13: Alderwood Alışveriş Merkezi, 1978

Kaynak: (Url-28).



Şekil 4.14: Alderwood Alışveriş Merkezi Ulaşım Ağı

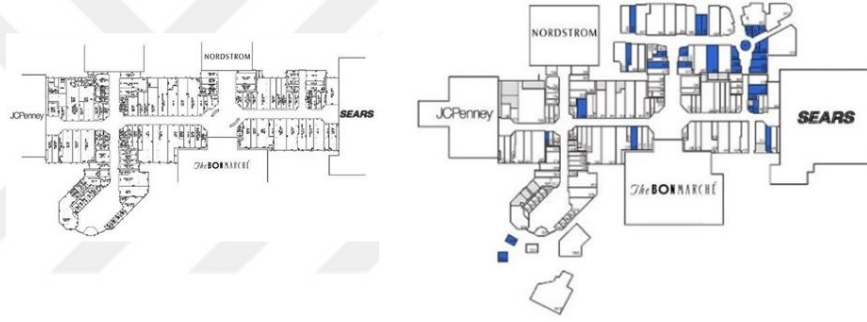
Kaynak: (GGLO Arşivi, 2023).



Şekil 4.15: Alderwood Alışveriş Merkezi'nin Dönüşüm Öncesi Yerleşim Planı

Kaynak: (Url-31).

Alışveriş merkezi hizmete açıldıktan günümüze kadar birçok defa iyileştirme ve yenileme sürecinden geçmiştir. 1990'larda yeni bir yemek alanı eklenmiş ve iç mekânda bazı tadilat çalışmaları yapılmıştır. 2000'lerin başlarında yeni perakende, otopark, açık alan ve restoran gibi kullanımlara sahip yaklaşık 200.000 metrekarelik alan alışveriş merkezi içinde yer almaya başlamıştır (Şekil 4.16). Ayrıca bu dönemde mevcut bank tipi oturma alanları yerine kanepeler ve parke zemin yerine ise halılar yerleştirilmiştir. İlk açıldığı dönemde kapalı bir alışveriş merkezi olan yapıya toplam 185.000 metrekarelik bir açık alanın da eklenmesiyle fiziksel yapılanması hibrid olarak değişmiş, halter plan şemasına sahip olan yapı, bu yeni açık alanların eklenmesiyle dal/ağaç plan şemasına sahip olmuştur. Bu yenileme ve genişletme çalışmaları sonrası yapı yüksek ziyaretçi doluluk oranlarına ulaşmıştır (Dougherty, 2008).



**Şekil 4.16: 2000'li Yılların Başında Yapılan Yeniden Geliştirme Projesi Öncesi ve Sonrası Alışveriş Merkezinin İç Mekân Planı**

**Kaynak:** (Url-29; Url-30).

İlk açıldığı dönemde toplum tarafından hem alışveriş hem de boş zaman etkinliği olarak kullanılan yapı zaman içinde bulunduğu bölgenin uğrak noktası haline gelmiştir. 2000'lerin başlarında 1.4 milyon metrekarelik alanıyla eyaletin en büyük alışveriş merkezi olmuştur. 2000'lerde eklenen yeni mağazalar ve işletmeler birçok insana yeni iş imkânı olanağı sağlamıştır. Alışveriş merkezinin 2003'teki satış vergisi geliri 1998 yılına göre %48'lik bir artış göstermiştir. 2017 yılında ise yapının bir büyük mağazası kapanmıştır. Bu büyük mağaza iki yıl sonra yıkılarak konutların ve perakende alanlarının yer aldığı "Avalon Alderwood Place" olarak isimlendirilen beş katlı bir yapı grubuna dönüştürülmüştür (Şekil 4.17; Şekil 4.18). Alışveriş merkezinin bu yeniden canlandırma projesi GGLO şirketine aittir (Dougherty, 2008; GGLO, t.y.).



**Şekil 4.17: Avolon Alderwood Place**

**Kaynak: (Url-67).**



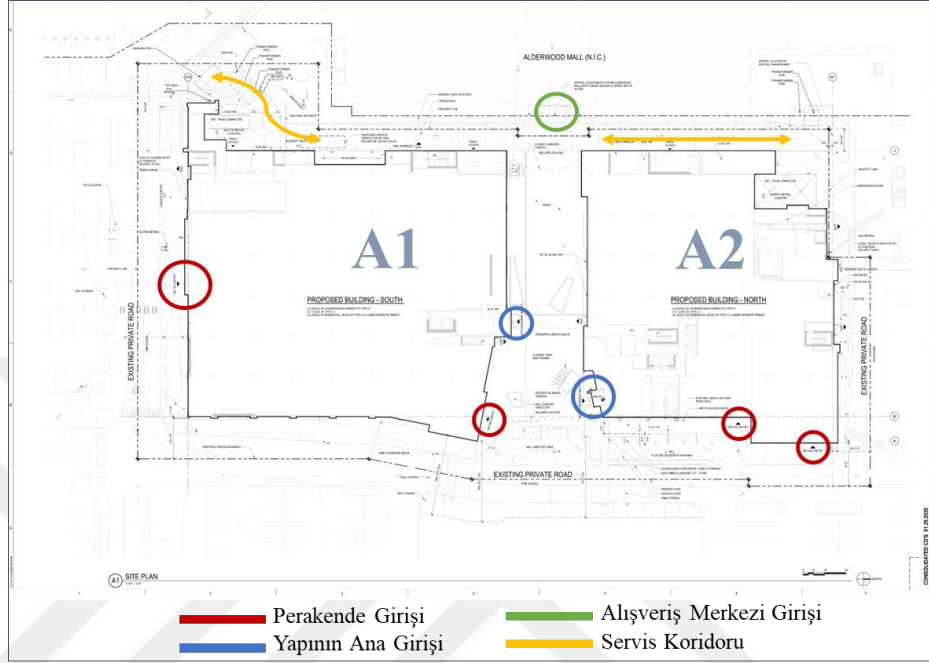
**Şekil 4.18: Avolon Alderwood Place'in Cephe Çizimleri**

**Kaynak: (GGLO Arşivi, 2023).**

#### **4.2.2 Yapının Plan Şeması**

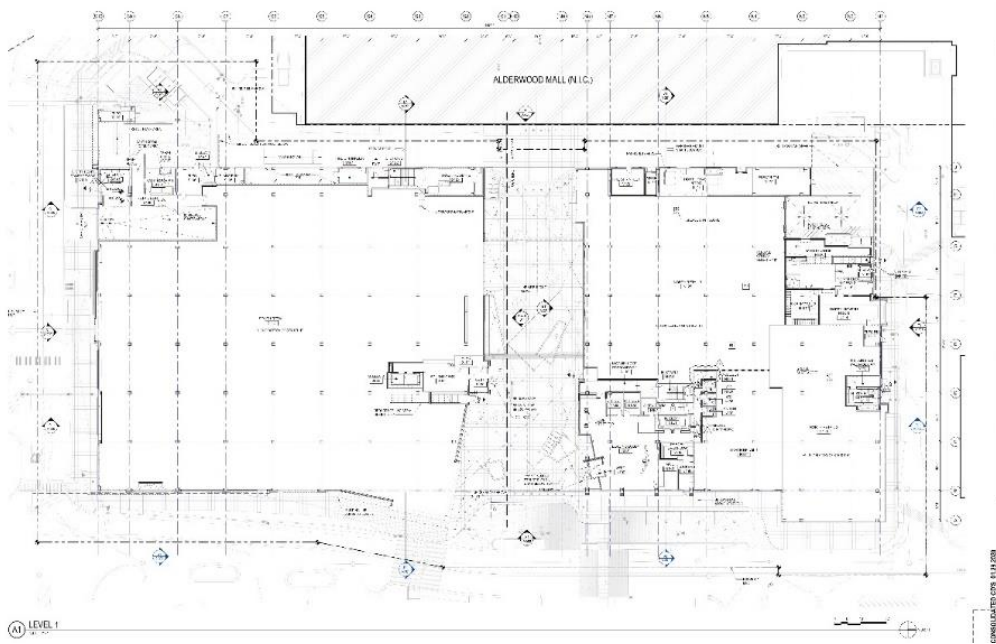
Eski büyük mağazanın arazisine inşa edilen iki konut yapısı bir köprü ile birbirine bağlanmaktadır (Şekil 4.19). Yapı grubu karma kullanımlı bir rezidans niteliği taşımaktadır. Zemin katında çeşitli perakende alanları yer almaktadır (Şekil 4.20). Yapı grubunda iki katlı yer altı otoparkı mevcuttur (Şekil 4.21). Aynı zamanda yapı grubunun doğu cephesinin önünde bir açık otopark alanı yer almaktadır. Bu

kompleks yapıda 1+0, 1+1 ve 2+1 olarak toplam 328 adet konut yer almaktadır. Şekil 4.19'da bu binalar A1 ve A2 olarak isimlendirilmiştir. İlave edilen yapılar ile alışveriş merkezi alan bütünlüğü içinde yer alan iki küçük mağaza arasında bir servis koridoru oluşturulmuştur (Şekil 4.19).



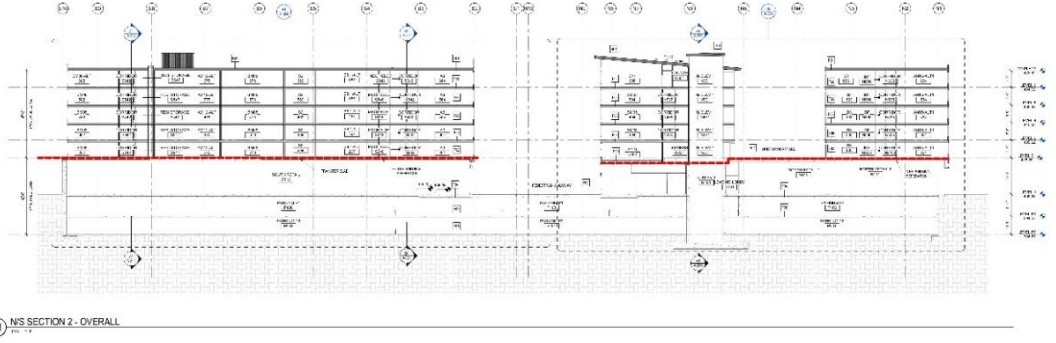
**Şekil 4.19: Avalon Alderwood Place Vaziyet Planı**

**Kaynak: (GGLO Arşivi, 2023).**



**Şekil 4.20: Avalon Alderwood Place Zemin Kat Planı**

**Kaynak: (GGLO Arşivi, 2023).**



**Şekil 4.21: Avalon Alderwood Place'in Kesit Çizimi**

**Kaynak:** (GGLO Arşivi, 2023).

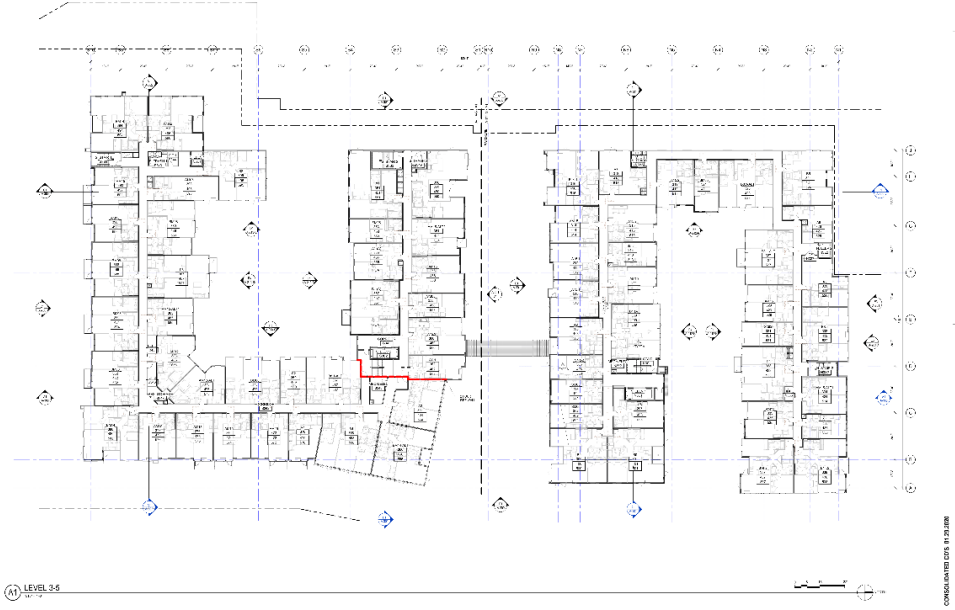
Perakende ve konut kullanıcıları farklı girişlerden yapılara erişim sağlamaktadır. Zemin katta bulunan perakende alanlarına hemzemin giriş sağlanmaktadır. Binanın ana girişi A1'in kuzey, A2'nin ise güney cephesinde yer almaktadır. Bu iki giriş cephesi arasında oturma birimlerinin yer aldığı bir kamusal alan ve geçiş yolu oluşturulmuştur. Bu alanda alışveriş merkezinin bir giriş kapısı yer almaktadır (Şekil 4.22). İki yapı arasında köprü sayesinde konutlar arasında daha kolay ve rahat bir erişim sağlanmaktadır.



**Şekil 4.22: Alderwood Alışveriş Merkezi'nin Yeni Girişi**

**Kaynak:** (Url-68).

Binanın kat düzleminde yer alan konutlar dolaşım aksı üzerinde birbirine karşılıklı ve sıralı olacak biçimde yerleştirilmiştir (Şekil 4.23). Fitness ve pilates spor alanları hane halkına sunulan olanaklardan biridir. Birinci katta birbirine karşılıklı olan konut birimleri arasında bireylerin toplanarak birlikte vakit geçirmesini sağlayan bir teras alanı oluşturulmuştur (Şekil 4.24).



**Şekil 4.23: Avalon Alderwood Place Kat Planları**

**Kaynak:** (GGLO Arşivi, 2023).



**Şekil 4.24: Avalon Alderwood Place'in Teras Alanı**

**Kaynak:** (Url-69; Url-70; Url-71; Url-72).



### 4.2.3 Yapı Kimlik Kartı

Yeniden canlandırma uygulaması kapsamında alana yapılan müdahaleler;

- Alışveriş merkezi alan bütünlüğü içinde yer alan bir büyük mağazanın yıkımı,
- Yıkılan büyük mağazanın arazisinin mevcut altyapısının konut yapısına uygun olacak şekilde iyileştirme uygulamalarının yapılması,

- Boşalan araziye rezidans konut tipine sahip ve bir köprü ile birbirine bağlanan iki adet yapının inşa edilmesi,
- Yeni yapı grubunun doğu cephesinin önüne yeni bir açık otopark alanının oluşturulması,
- İki konut yapısı arasında bir kamusal alanın oluşturulması,
- Yeni yapı grubu ile alışveriş merkezi alan bütünlüğü içinde yer alan iki küçük mağaza arasında bir servis koridorunun oluşturulması,
- Bu kamusal alanda alışveriş merkezine ait olan yeni bir giriş-çıkış alanının oluşturulması olarak sıralanabilir (Çizelge 4.3).

**Çizelge 4.3: Alderwood Mall (Avalon Alderwood Place) Yapı Kimlik Kartı**

Alderwood Mall- Avalon Alderwood Place					
Şehir/ Ülke	Sahibi	Yeniden İşlevlendirme Tasarımı		Uygulama Projesi	Projenin Yapım/ Dönüşüm Tarihi
Wisconsin /ABD	Brookfield Properties	GGLO		Yeniden Canlandırma	1979/2021
Avalon Alderwood Place	<b>Konut Nitelikleri</b>	Alderwood Mall	<b>Fiziksel Yapılanması</b>	<b>Plan Şeması</b>	<b>Sınıflandı rması</b>
	Rezidans/ 1+0, 1+1 ve 2+1 Daire		Hibrid	Dal/Ağaç	Süper Bölgesel Merkez
Alderwood Mall- Şematik Kat Planı			Avalon Alderwood Place- Şematik Kat Planı		
					

### 4.3 Prospect Mall (Overlook on Prospect)

Bu bölümde Prospect Mall'un konut işlevli dönüşümü irdelenmiştir. Bu bağlamda yapının ilk inşa edildiği dönemden konut işlevli dönüşümüne kadar geçen süreçteki gelişimi, dönüşüm öncesi ve sonrası plan şemaları irdelenmiş ve uygulama kapsamında yapıya yapılan müdahaleler ortaya koyulmuştur.

#### 4.3.1 Yapının Gelişimi

ABD'nin Wisconsin eyaletinin Milwaukee şehrinde 1912 yılında inşa edilen yapı ilk açıldığında belirli bir süre otomobil bayisi olarak kullanılmıştır. 1976 yılında sahibi George Bockl tarafından toplam kiralanabilir alanı 19,863 metrekare olan kapalı bir alışveriş merkezine dönüştürülmüştür (Şekil 4.25). Yapı hizmete başladığı dönemde ev ve hediyelik eşya, ayakkabı ve giyim ürünü satışının gerçekleştirildiği çeşitli mağazalar ve çeşitli işletmelere ve Prospect Caddesi üzerinde bir açık otopark alanına sahipti (Şekil 4.25). Bina ve otoparkı zaman içinde farklı kişiler tarafından satın alınmıştır. Bir dönem sinema ve yeme-içme hizmeti sunan çeşitli işletmeler alışveriş merkezinde kiracı olarak yer almıştır. Yapıya farklı dönemlerde birçok kez bakım, onarım, iyileştirme ve yenileme faaliyetleri uygulanmıştır (Urban Milwaukee, t.y.).



**Şekil 4.25: Prospect Alışveriş Merkezi, 1977**

**Kaynak:** (Url-32).

Zaman içinde toplumun ilgisini kaybetmeye başlayan alışveriş merkezi uzun yıllar ticari açıdan darboğazda kalmıştır. Bu süreçte alışveriş merkezinde kiracı olarak yer alan mağazalar ve işletmelerin mali kazançları düşmeye başlamıştır. Zaman içinde birçok kiracı burada bulunan mağaza ve işletmelerini kapatma kararı almıştır.

Toplumun ürün ve hizmet gereksinimlerini karşılayamayan yapı, böylelikle uzun yıllar boyunca atıl durumda kalmıştır. 2006 yılında yapı tamamen boş mekânlar oluşmaktaydı. Bir dönem, alışveriş merkezine ait olan açık otopark için bölgenin ihtiyaçları doğrultusunda yeniden işlevlendirme projeleri önerilmiştir. Yaklaşık yedi yıl boyunca atıl durumda olan yapı 2013 yılında (Şekil 4.26), sahibi Joseph Property Development tarafından yeni çeşitli işletmelerin, otoparkın ve konutların bulunduğu bir apartman yapı tipine dönüştürülmüştür. Uyarlanabilir yeniden kullanım projesi kapsamında dönüşüme uğrayan bina “Overlook on Prospect” olarak isimlendirilmiştir (Urban Milwaukee, t.y.; Şekil 4.27). Bu uygulama ile eski alışveriş merkezi binasının cepheleri tuğla ve cam malzemesi ile yenilenmiştir (Şekil 4.28).



**Şekil 4.26: Prospect Alışveriş Merkezi, 2013**

**Kaynak:** (Url-57).



**Şekil 4.27: Overlook on Prospect Binası**

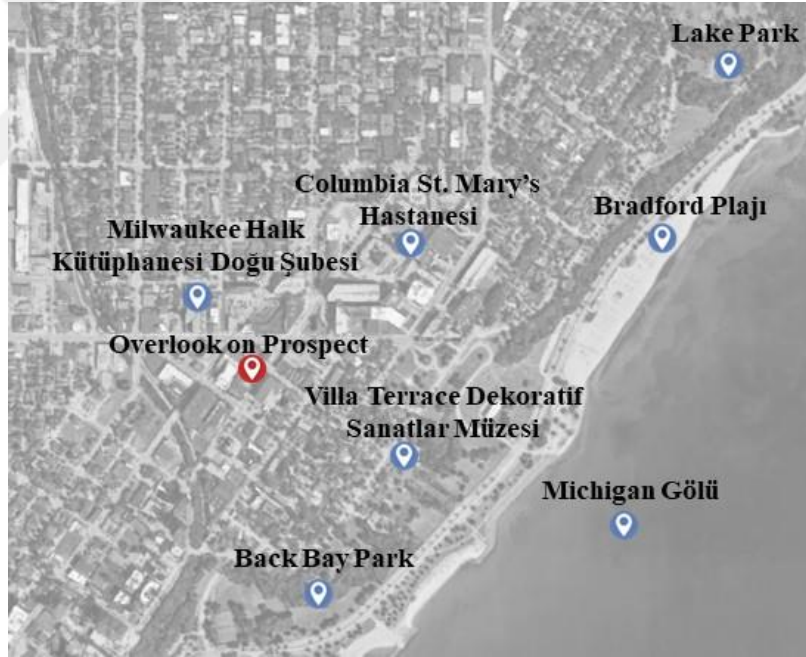
**Kaynak:** (Url-58; Url-59).



**Şekil 4.28: Overlook On Prospect'in İnşaatından Fotoğraflar, 2013**

**Kaynak:** (Url-60; Url-61).

Overlook on Prospect Providence şehir merkezine yakın bir konumda yer almaktadır. Konut sakinleri Columbia St. Mary's Hastanesi'ne, Michigan Gölü'ne, Lake Park'ına, Bradford Plajı'na, çeşitli spor ve yemek yeme mekânlarına, birçok sosyal ve kültürel etkinliklerin yaşandığı kamusal alanlara yürüyerek ulaşabilmektedir (Şekil 4.29).



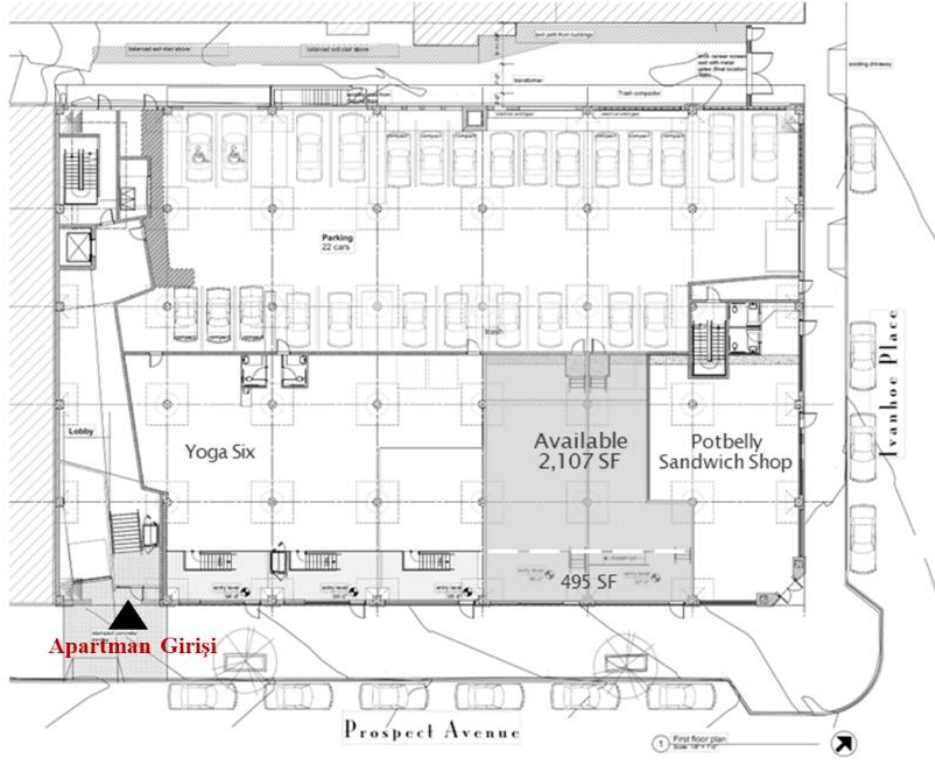
**Şekil 4.29: Overlook on Prospect'in Yakın Çevresi**

**Kaynak:** (Url-83).

### 4.3.2 Yapının Plan Şeması

Yapının zemin katında halka açık yeme-içme hizmetleri sunan çeşitli işletmeler yer almaktadır (Şekil 4.31). Bunlar arasında 2014 yılından beri kiracı olan bir sandviç dükkânı ve yoga stüdyosu vardır. Konut işlevli dönüşüm uygulaması ile eski alışveriş merkezi yapısının çatı yüzeyine çapraz bir biçimde konumlanan dört katlı yeni bir yapı

eklenmiştir. Bu yapının içinde 52 adet uygun fiyatlı konut yer almaktadır. Apartmanın zemininde katında sadece konut sakinlerinin kullanımına izin verilen 52 araç kapasiteli bir otopark alanı mevcuttur. Hane halkı Prospect Caddesi üzerinde yer alan giriş kapısından konutlara erişim sağlamaktadır (Şekil 4.30; Şekil 4.31).



**Şekil 4.30: Overlook on Prospect'in Zemin Kat Planı**

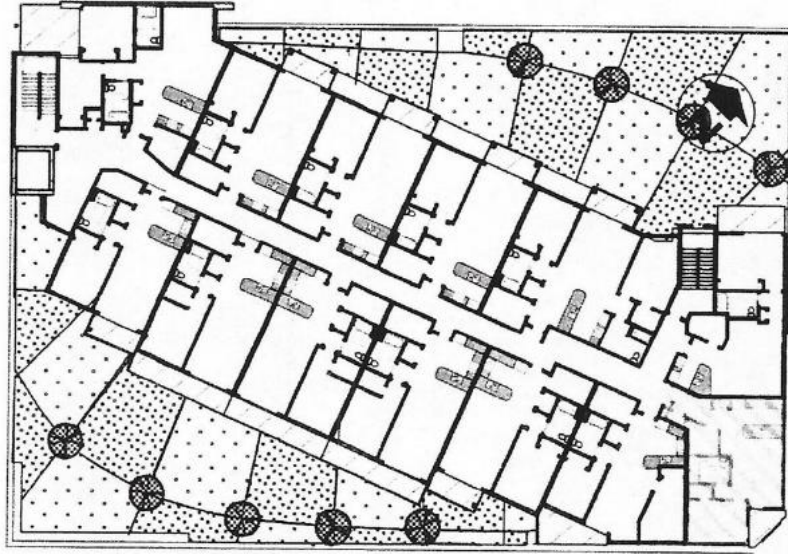
**Kaynak:** (Colliers, t.y.).



**Şekil 4.31: Overlook on Prospect'in Girişi**

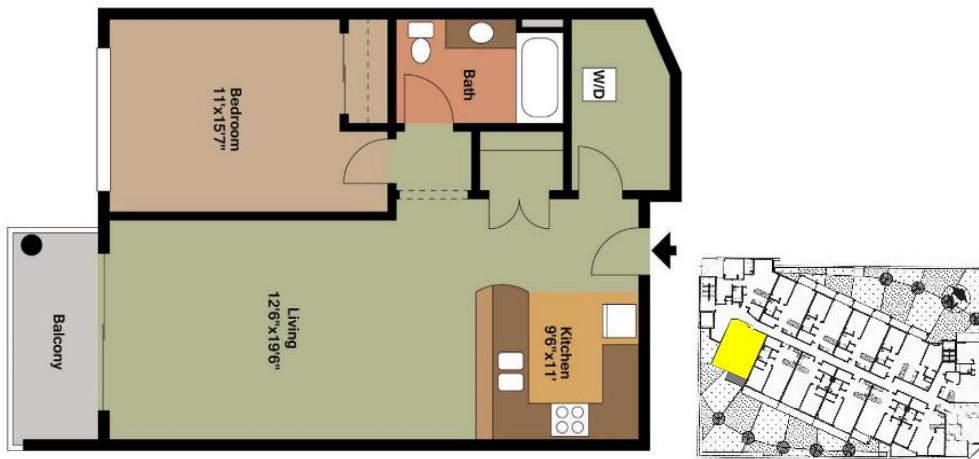
**Kaynak:** (Url-81).

Dört katlı binanın her katında 12'si 1+1 ve 1'i 2+1 olmak üzere toplam 13 daire bulunmaktadır (Şekil 4.32). İç mekân yerleşim düzeni birbirine benzer olan tek yatak odalı konutlar doğrusal bir koridor üzerinde yan yana ve karşılıklı olacak şekilde yer almaktadır. Dairelerin her birinde; salon/yaşam alanı, banyo, yatak odası, mutfak ve balkon vardır (Şekil 4.33; Şekil 4.34). Bu konutların hepsinde doğal havalandırma ve aydınlatma sağlayan geniş pencere açıklıkları vardır. Katlar arası erişim bir asansör ve iki merdiven ile sağlanmaktadır. Ayrıca apartmanda konut sakinleri arasında sosyal etkileşimin sağlandığı bir oturma alanı/lobi vardır (Şekil 4.35).



**Şekil 4.32: Overlook on Prospect'in Kat Planı**

**Kaynak:** (The Overlook on Prospect, t.y.).



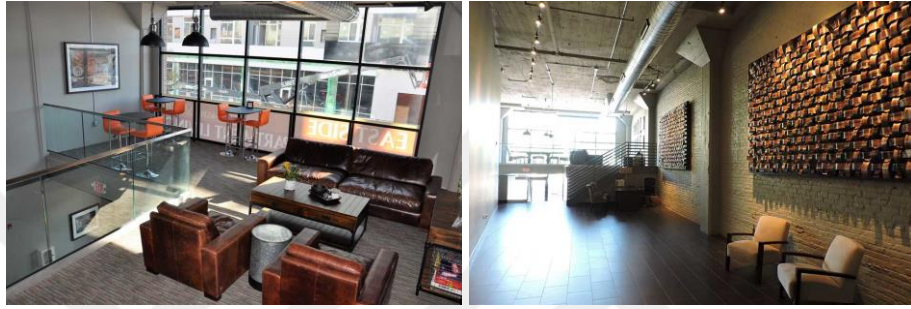
**Şekil 4.33: Overlook on Prospect, Konut Planı**

**Kaynak:** (The Overlook on Prospect, t.y.).



**Şekil 4.34: Overlook on Prospect, Daire Görselleri**

**Kaynak:** (Url-73; Url-74).



**Şekil 4.35: Overlook on Prospect, Ortak Kullanım Mekânlarının Görselleri**

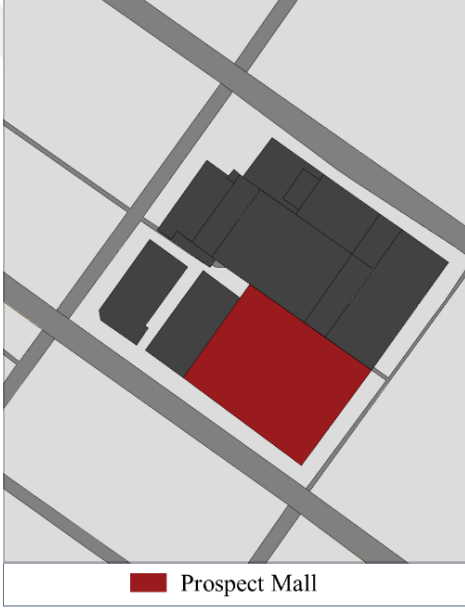
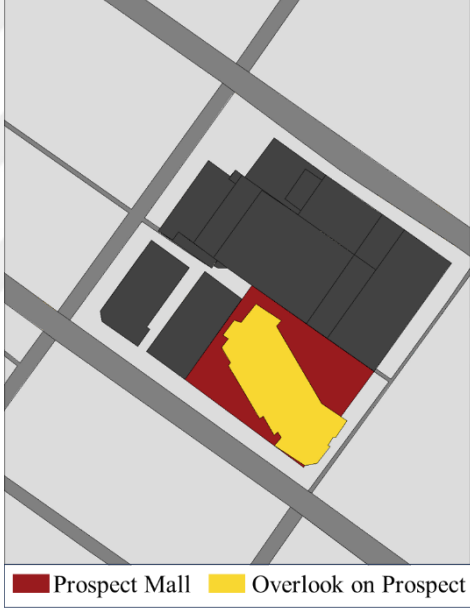
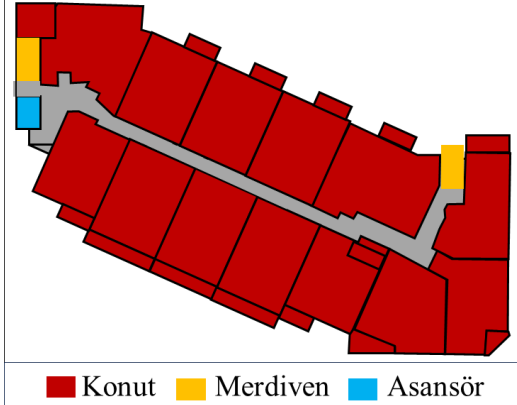
**Kaynak:** (Url-75; Url-76).

### 4.3.3 Yapı Kimlik Kartı

Uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında yapıya yapılan müdahaleler;

- Eski alışveriş merkezi binasının cephelerinde ve iç mekânında bakım, onarım ve yenileme uygulamalarının yapılması,
- Eski alışveriş merkezi binasının zemin katında 52 araç kapasiteli bir otopark alanının oluşturulması,
- Eski alışveriş merkezi binasının çatı yüzeyine çapraz bir şekilde konumlanan yeni dört katlı ilave bir yapı eklenmesi,
- Eski alışveriş merkezi binasının çatı yüzeyinde yeni konut yapısının altyapı ve olanaklarına uygun olacak şekilde iyileştirme uygulamalarının yapılması,
- Yeni yapının asansör ve klima gibi mekanik ve elektrik tesisatının apartman kompleksine entegre edilmesi,
- Yeni ek yapının mutfak ve banyo altyapılarının mevcut yapıya entegre edilmesi olarak sıralanabilir (Çizelge 4.4).

**Çizelge 4.4: Prospect Mall (Overlook on Prospect) Yapı Kimlik Kartı**

Prospect Mall- Overlook on Prospect				
Şehir/ Ülke	Sahibi	Yeniden İşlevlendirme Tasarımı	Uygulama Projesi	Projenin Yapım/ Dönüşüm Tarihi
Wisconsin/ ABD	Joseph Property Development	Joseph Property Development Miller Architectural Group	Uyarlanabilir Yeniden Kullanım	1976/2015
Overlook on Prospect	Konut Nitelikleri	.	Fiziksel Yapılanması	Sınıflandırm ası
	Apartman/ 1+1 ve 2+1 Daire		-	-
Dönüşüm Öncesi- Şematik Vaziyet Planı		Dönüşüm Sonrası- Şematik Vaziyet Planı		
 <p>■ Prospect Mall</p>		 <p>■ Prospect Mall ■ Overlook on Prospect</p>		
Overlook on Prospect- Şematik Kat Planı				
 <p>■ Konut ■ Merdiven ■ Asansör</p>				

#### 4.4 Stonestown Galleria (Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi)

Bu bölümde Stonestown Galleria'nın günümüzde planlanan konut işlevli dönüşümü irdelenmiştir. Bu bağlamda yapının ilk inşa edildiği dönemden konut işlevli dönüşümüne kadar geçen süreçteki gelişimi, planlanan dönüşüm öncesi ve dönüşüm sonrası plan şemaları irdelenmiş ve uygulama kapsamında yapıya yapılan müdahaleler ortaya koyulmuştur.

##### 4.4.1 Yapının Gelişimi

ABD'nin Kaliforniya eyaletinin San Francisco şehrinde 1952 yılında açılan ülkenin dördüncü büyük alışveriş merkezidir. 1950'lerde Henry Stoneson ve Ellis Stoneson tarafından yakın çevresinde yaşayan bireylere alışveriş, yeme-içme ve eğlence hizmeti ve gezinti alanı sunan bir açık hava merkezi olarak tasarlanmıştır (Şekil 4.36). 1987 yılında Stoneson Development Company tarafından üstü camla kaplı bir avlu, yemek alanı ve iki katlı mağazaların eklenmesiyle çok katlı kapalı bir alışveriş merkezine dönüştürülmüştür. Bu dönemde yapı Stonestown Galleria olarak isimlendirilmiştir (Outsidelands, t.y.; Şekil 4.37). 2000'li yıllarda ise 20. Avenue Caddesine yakın çift taraflı vitrinlere sahip bir mağaza eklenmiştir (Brookfield Properties Arşivi, 2023).



**Şekil: 4.36: Stonestown'un Havadan Görünümü, 1957**

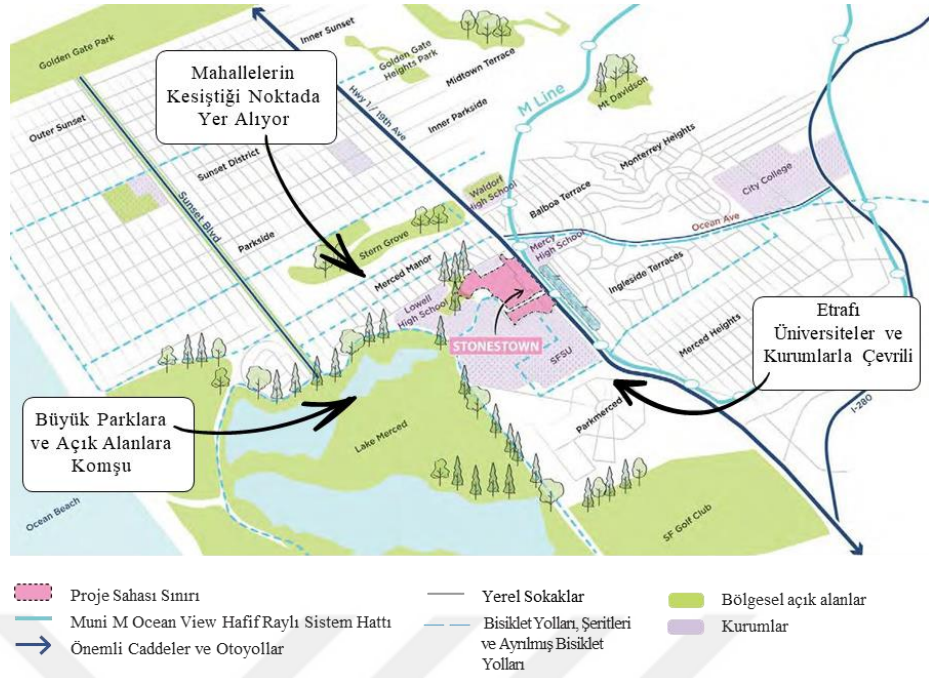
**Kaynak:** (Url-41).



**Şekil 4.37: Stonestown Galleria'nın Fotoğrafları**

**Kaynak:** (Brookfield Properties Arşivi, 2023).

Yapı çeşitli aksesuar, giyim, ayakkabı, ev ve hediyelik eşya, spor, sağlık ve güzellik, takı ve saat ürünlerinin satışını yapan, fitness ve yeme-içme hizmeti sunan toplam 105 mağaza ve işletmeye sahiptir. Ayrıca yaklaşık 30 dönümlük bir alanı açık otopark olarak kullanılmaktadır. Günümüzde üç büyük mağazası arasından sadece biri hizmetine devam etmektedir. 2018 ve 2019 yıllarında olmak üzere iki büyük mağazası kapanmıştır. Yapı, bölgenin çevresinde yer alan tüm mahallelerden ziyaretçi çekmektedir. San Francisco'nun Western bölgesinde yer alan mahallelerinde bulunan konut sakinlerinin günlük ihtiyaçları için alışveriş ve yeme-içme olanakları sunmaktadır. Alışveriş merkezinin potansiyel müşterileri San Francisco State University (SFSU) öğrencileri, gençler, aileler ve yaşlı bireylerdir. Birçok dini yapıya, tıbbi tesise, eğitim binasına, oyun alanlarına ve konutlara sahip olan Ingleside Terraces, Lakeside, Balboa Terrace ve Merced Manor semtlerinde yer alan mahallelerin kesişiminde yer almaktadır (Şekil 4.38). San Francisco'nun metro, tramvay ve otobüs duraklarına ve çeşitli kamu ve özel kuruluşlara olan yakınlığı ile oldukça elverişli bir konumda yer almaktadır. M Ocean View hafif raylı sistem hattının, önemli araç ve bisiklet ağlarının üzerinde yer almaktadır. Merced Gölü Park'ına ve Ocean Plajı gibi birçok açık alana yakındır.



**Şekil 4.38: Stonestown Galleria'nın Konumu**

**Kaynak:** (Brookfield Properties Arşivi, 2023).

Günümüzde Stonestown Galleria'nın etrafını çevreleyen açık otopark alanlarının yaşamak, oynamak, çalışmak ve toplanmak için alanlar sağlayacak şekilde karma kullanımlı bir alışveriş merkezine dönüşümü planlanmaktadır. Halen alışveriş merkezinin yaklaşık 30 dönüm olan otopark alanı ve 11 dönüm açık alanı Brookfield Properties tarafından yeniden tasarlanmaktadır (Şekil 4.39). Arazi kullanımları konut, ofis, perakende satış ve hizmetler, perakende dışı satış ve hizmetler, rekreasyon, sanat ve eğlence, otomotiv, endüstriyel, kamu hizmetleri, altyapı ve tarım alanlarını içermektedir. Bu proje kapsamında kiralık ve satılık piyasa fiyatına konut ve uygun fiyatlı konut olmak üzere apartman ve ABD'de 2 veya 3 katlı apartman olarak tanımlanan "town house" gibi çeşitli konut tiplerine sahip toplam 3500 adet konutun inşa edilmesi planlanmaktadır. Aynı zamanda toplumun kullanımına açık çeşitli sosyal ve kamusal alanlar sunulmaktadır. Günümüzde hizmetine devam eden alışveriş merkezi projenin inşaatı sırasında da açık kalacaktır. Proje hakkında yerel yönetim San Francisco Şehir Planlama Departmanı'nın Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi'nin proje yöneticisi olan Patrick Race ile çevrim içi platformda yazılı iletişim kurulmuştur. Tasarım süreci devam eden projenin 5 ile 20 yıl içinde tamamlanması planlanmaktadır.



**Şekil 4.39: Önerilen Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi**

**Kaynak:** (Brookfield Properties Arşivi, 2023).

Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi'nin mimari tasarım sürecinde belirlenen hedefler arasında bölgenin konut ihtiyacını iyileştirebilmek için çeşitli tiplerde konutlar sunmak, ana caddelerin, sokakların ve çeşitli ulaşım ağlarının bağlantılarını güçlendirmek, kamusal alan bağlarını güçlendirmek, bölgede yaşayan bireyler için alışveriş merkezini bir buluşma noktası haline getirmek, açık havada çeşitli etkinliklerin gerçekleştirildiği yeni sosyal alanların oluşturulması ile toplumsal ağları güçlendirmek, Stonestown Galleria'nın kapasitenin çok altında kullanılan otopark alanının aktif bir kullanıma sahip olmasını sağlamak ve yeni mağazalar ve işletmeler ile alışveriş ortamının canlılığını arttırmak yer almaktadır. Proje, yerel toplumun demografik özelliklerinden ve kültürel geçmişinden esinlenilerek tasarlanmaktadır. Projenin temel amacı komşu mahallelerle bütünleşmiş ve kent merkezi haline gelen bir alışveriş merkezi oluşturmaktır. Bu proje ile oluşturulacak sokaklar ve caddelerin, potansiyel müşterilerinin günlük ihtiyaçlarını karşılayabilecek yeni perakende mağazalar, işletmeler, konut, ofis, kamusal hizmet ve sosyal alanların tasarımı “şehir içinde şehir” vizyonunu temel almaktadır (Brookfield Properties Arşivi, 2023).

Projenin mimari tasarım süreci 2019 yılında başlamıştır. 2020 yılında SFSU, Aziz Stephen Kilisesi, Lakeshore, Ingleside Terrace, Lakeside, Merced Manor ve Balboa Terrace semtlerini temsil eden üyelerden oluşan Stonestown Toplum Çalışma Grubu kurulmuştur. Bu kuruluş tarafından önerilen proje hakkında toplumla iletişime geçmek amacıyla yaklaşık üç yıl boyunca farklı toplulukların katılımı ile atölye, sunum ve proje sahasına turlar düzenlenmiştir. Bu topluluklar; inanç tabanlı kuruluşlar, mahalle dernekleri, okullar, küçük işletmeler, SFSU'da eğitim göre

öğrenciler, yakın mahallelerde yaşayan yaşlılar ve aile bireylerinden oluşmaktadır. Çevre mahallelerde yaşayan 1000'den fazla birey ile etkileşime girilmiştir. Bu bireyler farklı etnik kökenlere, yaş gruplarına ve gelir düzeylerine sahip kişilerdir. Böylelikle toplum tarafından gereksinimi duyulan öncelikler belirlenmiş ve projenin konsept planının oluşumuna rehberlik edecek konular belirlenmiştir. Bu konular; bölgenin konut ihtiyacı, toplumsal çevre ve kentsel kimlik, güvenli ve erişilebilir ulaşım bağlantıları oluşturmak, uygun otopark çözümleri, trafik akışının yönetimi ve perakendenin yanı sıra farklı olanaklar sunmaktır. Bunlar toplumsal ve kentsel çevrenin gelişime fayda sağlamak için birlikte değerlendirilmektedir (Brookfield Properties Arşivi, 2023).

Ekim 2023 tarihli Stonestown Konsept Planı Programına göre;

- 3.500 adet konut,
- 160.000 metrekareye kadar yeni perakende satış ve hizmet alanı,
- 200.000 metrekareye kadar yeni perakende dışı satış ve hizmet alanı,
- Yaklaşık 53.000 metrekare kurumsal kullanım,
- Yaklaşık 4.250 adet yeni park yeri,
- 6 dönüm açık alanın oluşturulması ve altyapı iyileştirmelerinin yapılması planlanmaktadır (Stonestown, t.y.).

#### **4.4.2 Yapının Plan Şeması**

San Francisco'nun Western bölgesinde yer alan proje sahası, kuzeyde Eucalyptus Drive ve Buckingham Way, doğuda 19. Avenue, güneyde Buckingham Way ve batıda ise Buckingham Way, Rolph Nicol JR. Playground ve Winston Drive ile sınırlanmıştır. Proje şekil 4.40'de gösterilen yaklaşık kırk bir dönümlük bir alanı ve ayrıca 19. Avunue ve Buckingham Way (Güney) boyunca Winston Drive sokak peyzajını ve kaldırımlarını da içermektedir. Proje kapsamında yaklaşık 30 dönümlük yüzey otoparkı konut ve ofis gibi farklı işlevlerde yeniden tasarlanarak yeni yaya, bisiklet, toplu taşıma ve araç bağlantıları sağlanan yaşanılan, çalışılan, insanları bir araya getiren sosyal ve toplumsal etkileşimin yaşandığı bir alana dönüştürülmektedir. Şekil 4.40'de yer alan parsellerin izin verilen arazi kullanımları EK-2'de yer almaktadır (Brookfield Properties Arşivi, 2023).



**Şekil 4.40: Önerilen Proje Sahası**

**Kaynak:** (Brookfield Properties Arşivi, 2023)

Projede arazi kullanımı ağırlıklı olarak konut amaçlıdır (EK-1). Yükseklikleri yaklaşık altı ile elli sekiz metre, kat sayısı bir ile on sekiz metre arasında değişen toplam 4,7 milyon metrekarelik alana sahip on yedi binanın inşa edilmesi planlanmaktadır (Şekil 4.40; Çizelge 4.5). Toplam 2,8 milyon metrekarelik alanın konut işlevine sahip olması planlanmaktadır. Bu yapıların zemin ve alt katlarında bir veranda veya hemzemin girişe sahip çeşitli perakende veya toptan satış ve hizmetler, otopark, rekreasyon, sanat ve eğlence, konut lobi ve fitness gibi spor alanları bulunacaktır. Üst katlarında ise konut birimlerinin yer alması planlanmaktadır (Nelson, 2021; Brookfield Properties Arşivi, 2023).

**Çizelge 4.5: Stonestown Galleria'nın Mevcut ve Planlanan Kullanım Seçenekleri ve Birimleri**

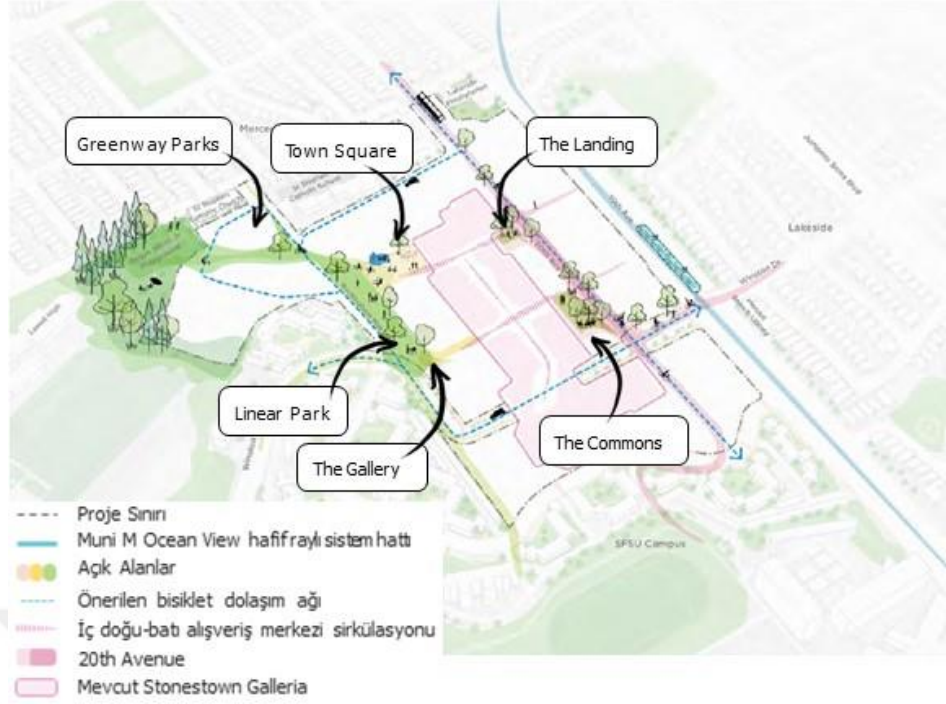
	<b>Kullanım Seçenekleri</b>	<b>Birim</b>
<b>Mevcut</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 74.678 Metrekare Perakende Satış ve Hizmet</li> <li>• 30 Dönüm Açık Otopark</li> <li>• Perakende</li> <li>• Konut</li> <li>• Ofis</li> <li>• Fitness Merkezi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mağaza ve İşletme</li> <li>• Açık Otopark Alanı</li> <li>• 3500 Adet Konut</li> <li>• 160.000 Metrekareye Kadar Yeni Perakende Satış ve Hizmet Kullanım Alanı</li> </ul>

**Çizelge 4.5: (Devamı) Stonestown Galleria'nın Mevcut ve Planlanan Kullanım Seçenekleri ve Birimleri**

<b>Planlanan</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yer Altı Araç Otoparkı</li><li>• Kapalı Otopark</li><li>• Bisiklet Park Yeri</li><li>• Açık Alan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 200.000 Metrekareye Kadar Yeni Perakende Dışı Satış ve Hizmet Kullanım Alanı</li><li>• Yaklaşık 4.250 Adet Park Yeri</li><li>• 6 Dönüm Açık Alan</li></ul>
------------------	--	--

Bu projede alışveriş merkezinin gelişimini arttıracak ve bulunduğu bölgenin ihtiyaçlarına yönelik yeni deneyimlerin oluşturulması hedeflenmektedir. Projenin plan organizasyonu proje müellifleri tarafından, kamusal yaşam alanı sunma, açık alan ağlarını güçlendirme, toplum ile bağlantıları güçlendirme, farklı ölçekte yapı tasarımı ve konut ile birlikte karma kullanım olmak üzere beş temel tasarım hedefine dayandırılmaktadır. Önerilen projede Stonestown Galleria'nın girişlerine yakın yeni açık alanlar oluşturulmuştur. Projede, mevcut alışveriş merkezinde yaşanan iç mekâna yönelik çeşitli etkinliklerin açık alanlara kaydırılması ve böylelikle kamusal alan ağlarının güçlendirilmesi temel alınmaktadır. Bu kapsamda alışveriş merkezinin, iç mekânında bulunan alışveriş, eğlence ve yeme-içme alanlarının yaya sirkülasyonunu açık havada olan yeni kamusal alanlara doğru ve ziyaretçi giriş ve çıkışlarının mevcut toplu taşıma bağlantılarına yönlendirmek için yeni doğu-batı yaya bağlantıları oluşturulmuştur (Şekil 4.41). Mevcutta otopark için bir dolaşım aracı olan ve Stonestown Galleria'nın iki ana girişi üzerinde bulunan 20. Avenue Cadde, proje kapsamında yeni oluşturulacak perakende mekânları ve bisiklet kullanımına uygun ve açık alanların yenilenmesi ile yeni bir cadde tasarımına sahip olacaktır (Şekil 4.42). Bu sayede toplu taşımaya daha güvenli ve verimli bir erişim sağlanacaktır.





**Şekil 4.43: Proje Kapsamında Önerilen Açık Alan Ağı**

**Kaynak:** (Brookfield Properties Arşivi, 2023).



**Şekil 4.44: Proje Kapsamında Önerilen Açık Alan Tasarımı**

**Kaynak:** (Brookfield Properties Arşivi, 2023).

Mevcut alışveriş merkezi alan bütünlüğü içinde şehrin bisiklet ve yaya yollarına bağlantı bulunmamaktadır. Proje sahasında oluşturulan yeni sokak tasarımları ile alışveriş merkezinin yürünebilir, bisiklet ve toplu taşıma ile ulaşılabilir olmasını sağlayacaktır (Şekil 4.45). Oluşturulacak yeni dolaşım ağı ile alan içerisinde yaya ve araç erişimi sağlanmıştır.



**Şekil 4.45: Proje Kapsamında Önerilen Cadde ve Açık Alan Ağı**

**Kaynak:** (Brookfield Properties Arşivi, 2023).

#### 4.4.3 Yapı Kimlik Kartı

Planlanan yeniden canlandırma kapsamında yapıya yapılacak müdahaleler;

- Mevcut otopark alanlarının konut, perakende, otopark ve/veya ofis gibi çeşitli birimlerin yer alacağı apartman tipi yapılara dönüştürülmesi,
- Dönüşümü planlanan otopark alanlarının mevcut altyapısının konut yapısına uygun olacak şekilde iyileştirme ve yenileme uygulamalarının yapılması,
- Alışveriş merkezi alan bütünlüğü içinde sosyal ve kamusal alanların oluşturulması,
- Alışveriş merkezi alan bütünlüğü içinde yeni bisiklet, yaya ve sokak bağlantılarının oluşturulması olarak sıralanabilir (Çizelge 4.6).

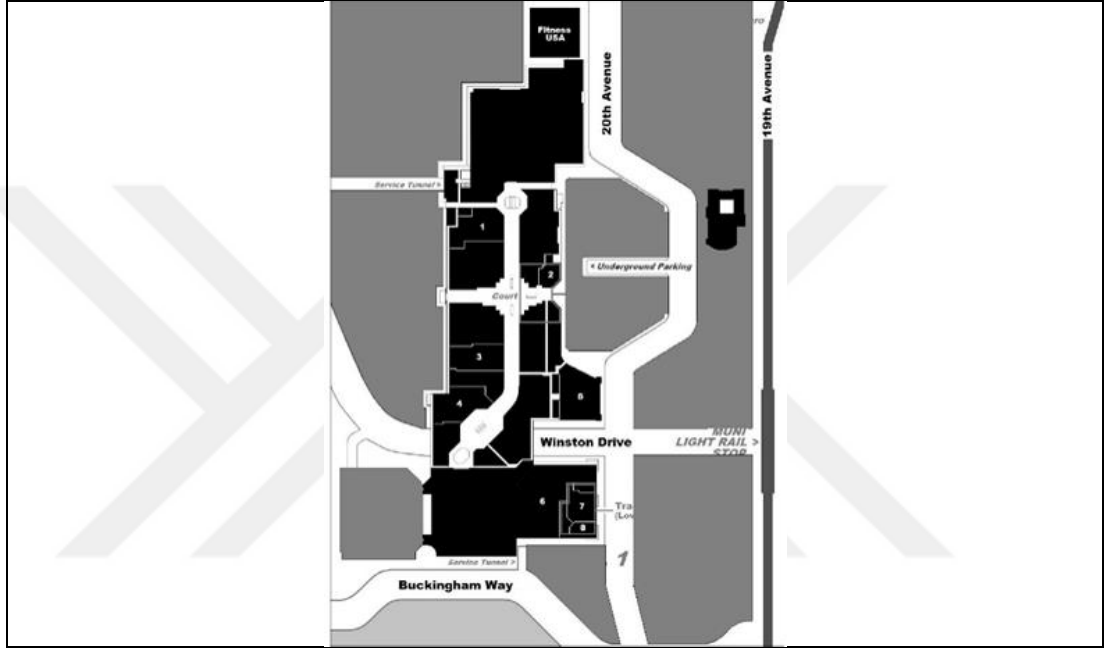
**Çizelge 4.6: Stonestown Galleria (Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi) Yapı Kimlik Kartı**

Stonestown Galleria- Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi				
Şehir/ Ülke	Sahibi	Yeniden İşlevlendirme Tasarımı	Uygulama Projesi	Projenin Yapım/ Dönüşüm Tarihi
San Francisco/ ABD	Brookfield Properties	Brookfield Properties	Yeniden Canlandırma	1952/ Devam Ediyor

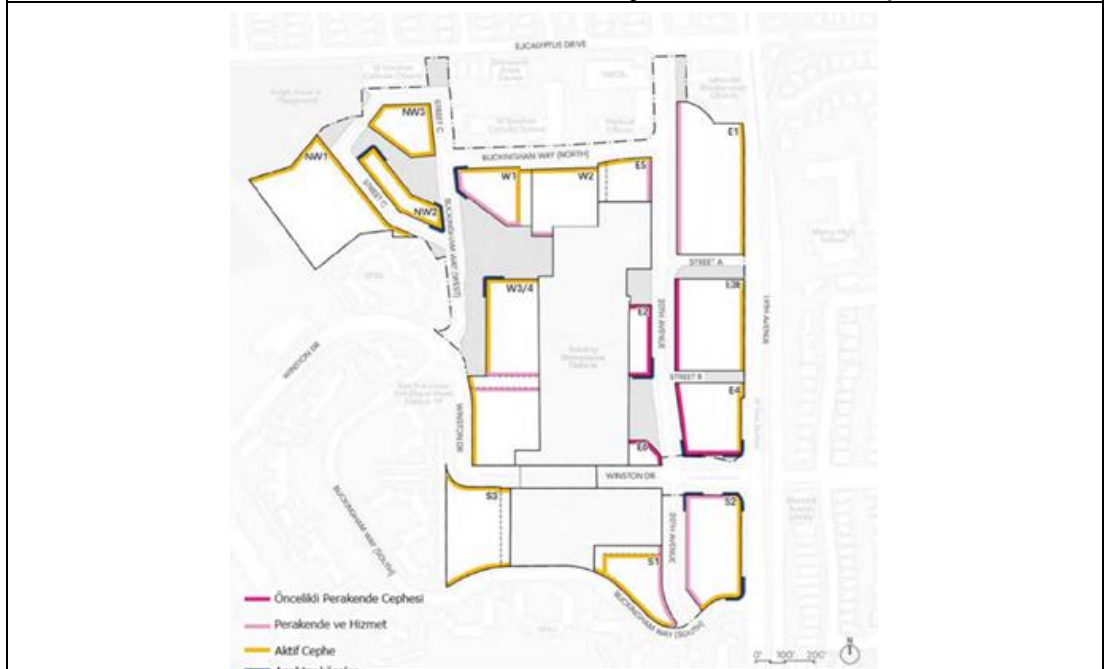
**Çizelge 4.6: (Devamı) Stonestown Galleria (Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi) Yapı Kimlik Kartı**

Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi	Konut Nitelikleri	Stonestown Galleria	Fiziksel Yapılanma	Plan Şeması	Sınıflandırma
	Ailelere, Yaşlılara ve Bekar İnsanlara Uygun Konut		Hibrid	Dal/Ağaç	Süper Bölgesel Merkez

**Stonestown Galleria - Şematik Vaziyet Planı**



**Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi - Şematik Vaziyet Planı**



**Kaynak:** (Brookfield Properties Arşivi, 2023).

## 4.5 Irondequoit Mall (Skyview Park Apartments)

Bu bölümde Irondequoit Mall'un günümüzde planlanan konut işlevli dönüşümü irdelenmiştir. Bu bağlamda yapının ilk inşa edildiği dönemden konut işlevli dönüşümüne kadar geçen süreçteki gelişimi, planlanan dönüşüm öncesi ve dönüşüm sonrası plan şemaları irdelenmiş ve uygulama kapsamında yapıya yapılan müdahaleler ortaya koyulmuştur.

### 4.5.1 Yapının Gelişimi

ABD'nin New York eyaletinin ilk banliyö alanlarından biri olan Irondequoit'de 1990 yılında 110 küçük mağaza, üç büyük mağaza ve 900'den fazla araç kapasiteli otoparkı ile birlikte hizmete açılan alışveriş merkezi yaklaşık dokuz dönümlük bir alana sahipti (Şekil 4.46). Yapı açıldıktan iki yıl sonra dördüncü büyük mağazası da hizmete açılmıştır (Şekil 4.47). Yapı Upstate New York bölgesinde ortaya çıkan en büyük ve ilk iki katlı kapalı alışveriş merkeziydi. İlk açıldığı dönemden 2016'a kadar geçen sürede alan bütünlüğü içinde yer alan büyük mağazalar birçok kez kapanmış ve kapananların yerine farklı perakende zinciri mağazalar açılmıştır. Ayrıca yapı birçok kez farklı kişi veya kurumlara satılmıştır (McDermott, n.d.).



**Şekil 4.46: Irondequoit Alışveriş Merkezi, 1990**

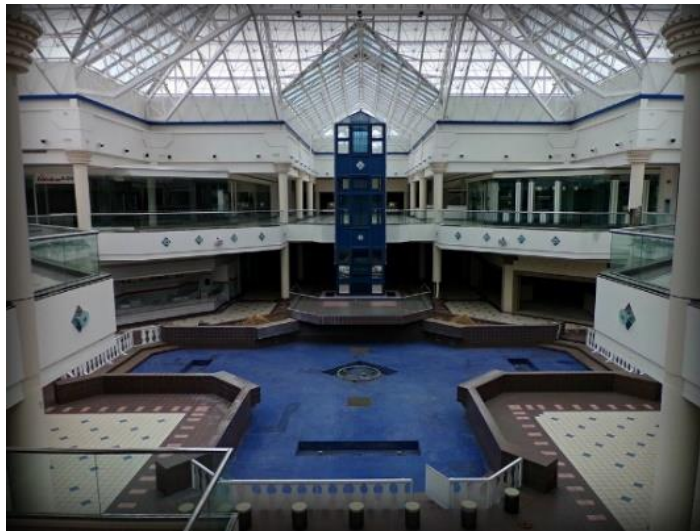
**Kaynak:** (Url-44).



**Şekil 4.47: Irondequoit Alışveriş Merkezi'nin Kat Planı**

**Kaynak:** (Url-46).

Alışveriş merkezinin ziyaretçi doluluk oranı Nisan 2000'de yüzde 79, Şubat 2002'de yüzde 72 ve Mayıs 2008'de ise yüzde 15 olmuştur. Dolayısıyla yapı zaman içinde toplumun ilgisini kaybetmeye başlamıştır. Ağustos 2005'te sahibi tarafından Medley Centre olarak yeniden adlandırılan alışveriş merkezinin perakende alanlarının yüzde 70'i boştu. Yapıya uzun yıllar bakım, onarım veya iyileştirme faaliyetleri yapılmamış, toplumun ilgisini kaybeden yapı böylelikle kentsel ölçekte köhneleşmiş mekânlardan oluşan bir yapı haline gelmiştir (Şekil 4.48; McDermott, n.d.).



**Şekil 4.48: Irondequoit Alışveriş Merkezi, 2014**

**Kaynak:** (Url-40).

Çizelge 4.7’de Irondequoit Alışveriş Merkezi’nin geçmiş yıllara göre durumu özetlenmiştir. Alışveriş merkezinin toplam perakende satış alanının çoğunluğunu büyük mağazalar oluşturmaktaydı. Dolayısıyla zaman içinde kapanan büyük mağazalar, yapının ziyaretçi doluluk oranlarının düşmesine sebebiyet vermiş ve alışveriş merkezinde bulunan diğer küçük mağazaların ve işletmelerin mali kazançlarının düşmesine yol açmıştır. Düşük ciro kazançları nedeniyle bunlar zaman içinde kapanmaya başlamıştır. Ocak 2009’da alışveriş merkezinin ana iç hacminde bulunan tüm küçük mağaza ve işletmeler kapalı durumundaydı ve yapının bu kısmı hizmete tamamen kapatılmıştır. Bir büyük mağaza ise hizmetine devam etmekteydi. Yapı 2016 yılında, son kiracısı olan bir büyük mağazasının da kapanması ile faaliyetini durdurmuştur. Alışveriş merkezi 2016 yılında Angelo Ingrassia tarafından satın alınmıştır. Yapı yaklaşık dört yıl boyunca boş kaldıktan sonra 2020 yılında başlatılan Skyview on The Ridge Projesi kapsamında kapalı durumda olan bir büyük mağazası uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında, kullanılmayan otopark alanının belirli bir kısmı ise yeniden canlandırma kapsamında birer apartmana dönüştürülmüştür Bu konut alanı Skyview Park Apartments olarak isimlendirilmiştir. Skyview Park Apartments'ın yeniden işlevlendirme tasarımı PathStone Development Corporation'a aittir. Bu yapı mevcut çok sayıda olanakla yaşlılar için etkileşimi ve sosyalleşmeyi teşvik eden bir konut topluluğundan oluşmaktadır. Alışveriş merkezinin yeni ismi ise olmuştur (Passero Associates, t.y.).

**Çizelge 4.7: Irondequoit Alışveriş Merkezi’nin Geçmiş Yıllara Göre Durumu**

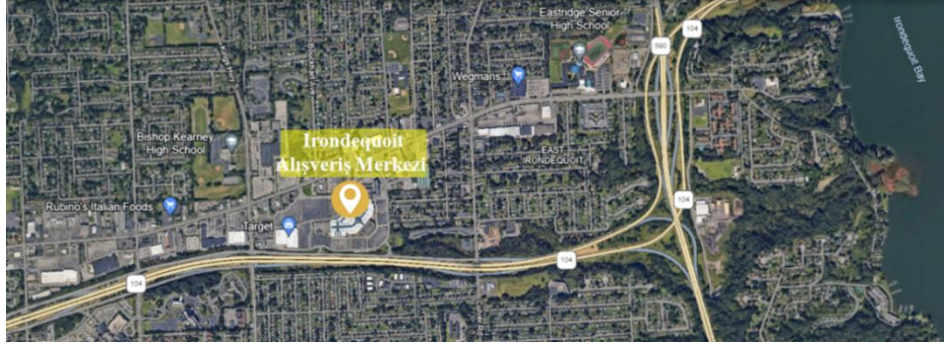
<b>TARİH</b>	<b>GELİŞMELER</b>
<b>Haziran 1985</b>	Ticari bir emlak şirketi olan Wilmorite Properties, Irondequoit’deki East Ridge Road anayolu üzerinde 650.000 metrekarelik bir alışveriş merkezi inşa etmeyi planladığını duyurdu.
<b>Mart 1990</b>	Alışveriş merkezi 107 küçük mağaza ve üç büyük mağaza ile hizmete açıldı. Projenin maliyeti 80 milyon dolara mal olmuştur.
<b>Ağustos 1992</b>	Dördüncü büyük mağaza açıldı.
<b>Eylül 1994</b>	Son açılan büyük mağaza kapandı.
<b>Kasım 1995</b>	Kapanan büyük mağazanın yerine başka bir büyük mağaza açıldı.
<b>Nisan 2000</b>	Alışveriş merkezinin doluluk oranı yüzde 79’dur. Alışveriş merkezinin kapanacağına dair söylentiler başlamıştır.
<b>Şubat 2001</b>	Doluluk oranı yüzde 72’ye düşmüştür.
<b>Kasım 2001</b>	Wilmorite Properties tarafından alışveriş merkezi bir sigorta şirketi olan The Equitable ve New York State Common Fund’a satılmıştır.
<b>Ocak 2003</b>	Bir büyük mağaza hedeflenen ekonomik kazançların elde edilememesi nedeniyle sahibi tarafından kapatılmıştır.
<b>Eylül 2004</b>	Zaman içinde birçok mağazanın kapanması ve büyük maddi kayıpların yaşanması üzerine alışveriş merkezi sahibi tarafından satışa çıkarılmıştır.

**Çizelge 4.7: (Devamı) Irondequoit Alışveriş Merkezi'nin Geçmiş Yıllara Göre Durumu**

<b>Şubat 2005</b>	Adam Bersin tarafından alışveriş merkezi satın alınmıştır. Yapının yüzde 85'i boştur. Adam Bersin yapıyı perakende, yemek ve eğlence merkezi olarak yeniden canlandırma planlarını açıklamıştır.
<b>Ağustos 2005</b>	Sahibi tarafından Medley Centre olarak yeniden adlandırılan alışveriş merkezinin yüzde 70'i boştur.
<b>Kasım 2005:</b>	Eski büyük mağazasının yerine yeni bir perakende zincir mağazası açılmıştır.
<b>Nisan 2007</b>	Bir büyük mağaza kapanmıştır. Alışveriş merkezi The Pyramid Cos'un müdürü Scott Congel'e satılmıştır.
<b>Mayıs 2008</b>	Bir büyük mağaza kapanmıştır. Alışveriş merkezinde sadece iki büyük mağaza hizmete açıktır. Yapının doluluk oranı yüzde 15'tir. Scott Congel tarafından 421 odalı bir otel, perakende, restoran, ofis alanı ve bir yeraltı otoparkı içeren 260 milyon dolarlık bir yeniden canlandırma projesinin planları açıklanmıştır.
<b>Ocak 2009</b>	Alışveriş merkezinin iç merkezi yapısında bulunan tüm küçük mağaza ve işletmeler hizmetini sonlandırmıştır. Alışveriş merkezinin bu bölümü hizmete kapatılmıştır.
<b>Ocak 2014</b>	Yapının içindeki yangın söndürme borularının patlaması nedeniyle boş alışveriş merkezinin bir kısmını su basmıştır.
<b>Mart 2014</b>	David Flaum tarafından alışveriş merkezinin batı ucuna yakın 125.000 metrekarelik alan ve 10 dönümlük arazi de dâhil olmak üzere büyük mağaza olan eski Macy's mülkü satın alınmıştır.
<b>Ocak 2016</b>	Alışveriş merkezi Angelo Ingrassia tarafından satın alınmıştır.
<b>2021</b>	Skyview on The Ridge Projesi kapsamında alışveriş merkezinin bir büyük mağazası ve otopark alanının belirli bir kısmı konut yapılarına dönüştürülmüştür.

**Kaynak:** (McDermott, n.d.).

Burada bulunan tüm konutlar uygun fiyatlı konutlardır ve bunlar bölge medyan gelirinin yüzde 60'ı veya altında gelir elde eden 55 yaş ve üzeri bireylerin kullanımına tahsis edilmektedir. Büyük mağazanın dönüşmesiyle apartman konut tipine sahip olan yapının konut sakinlerine Rochester General Hospital'ın ElderONE programı tarafından yerinde destek hizmetleri sağlanmaktadır. Bu hizmetler Empire State Supportive Housing Initiative (ESSHI) aracılığıyla finanse edilmekte ve NYS Sağlık Bakanlığı tarafından yönetilmektedir. Bu hizmetler, konut sakinlerinin temel sağlık ihtiyaçlarının belirlenmesini, yasal ve mali yardım programlarını, yemek ve beslenme programlarını, danışmanlık programlarını, kişisel bakım ve evde bakım yardımını, hizmet koordinasyonunu ve tıbbi, davranışsal sağlık veya sosyal hizmetlerin kolaylaştırılmasını içermektedir (Homes ve Community Renewal, 2022). Skyview on The Ridge, çeşitli sağlık tesislerine, perakende alanlarına, yemek yeme mekânlarına, spor merkezlerine, eğitim ve yaşlı bakım gibi kamu hizmet binalarına ve bölgenin otobüs hattı ve otoyol sistemlerine yakındır, dolayısıyla oldukça elverişli bir konumda yer almaktadır (Şekil 4.49).



**Şekil 4.49: Irondequoit Alışveriş Merkezi'nin Konumu**

**Kaynak:** (Url-82).

Dönüşen büyük mağazanın sahibi Pathstone Corporation'nun Rochester ilçesinde yaptığı bir araştırmaya göre, Irondequoit'de özellikle yaşlı bireyler için uygun fiyatlı konut seçeneklerine olan ihtiyaç artmaktadır. Eyaletin ilk banliyö alanlarından biri olan bu bölge, 1950'lerden günümüze kadar uygun fiyatlı konutların bulunduğu bir ilçedir. Pathstone'ın araştırmasına göre, Irondequoit şehrinde yaşayan aile bireyleri genellikle yerinde yaşlanmayı tercih etmektedir. Yaşlı bireylerin kullanımı için konut işlevli dönüşen alışveriş merkezi alanları, böylelikle konut emlak sektörünün gelişimde rol oynamıştır. On yılı aşkın süredir kapalı olan alışveriş merkezi uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma kapsamında dönüştürülerek bölgenin konut ihtiyacının karşılanması için bir çözüm oluşturmuştur (Governor New York, 2022).

#### **4.5.2 Yapının Plan Şeması**

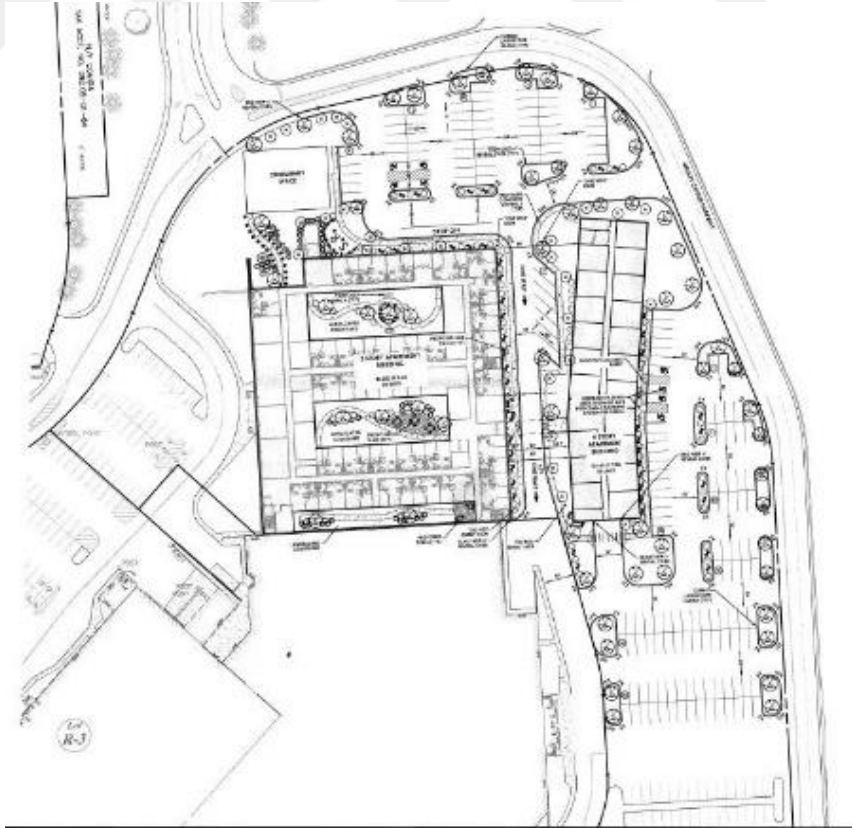
Skyview Park Apartments Proje sahası, kapalı olan alışveriş merkezinin iki katlı bir büyük mağazasının binası ve boş otoparkın belirli bir alanıdır. Büyük mağaza, iç mekânda, çatıda ve cephede yapılan bazı yıkım, ekleme ve tadilat çalışmaları ile 73 dairenin yer aldığı bir konut yapısına dönüştürülmüştür. Otoparkın belirli bir alanına ise seksen dört konut biriminin yer aldığı dört katlı bir apartman yapısı inşa edilmiştir. Skyview Park Apartments, iki adet konut yapısından ve bunlar arasında dolaşım ağı oluşturan bir kapalı köprüden oluşmaktadır (Şekil 4.50). Bu konut topluluğu 157.000 metrekareden fazla olan bir alanı kapsamaktadır. Yeni inşa edilen yapının alt katında kapalı otopark yer almaktadır. Üst katlarda ise konut birimleri ve hane halkının ortak kullanımına uygun olan alanlar vardır. Büyük mağazanın konut işlevli dönüşmesi ile burada yaşayan bireyler ortak bahçe alanı bulunan üç açık hava avluya, iki adet

verandaya, bir fitness salonuna erişim sağlanabilmektedir. Binaların kat planında yer alan iç avlular iç mekânda doğal aydınlatma ve havalandırma olanağı sağlamaktadır (Şekil 4.51). Apartmanların konut birimleri acil yardım çağrı sistemi ve tutunma barları ile donatılmıştır. Destekleyici hizmetlere ihtiyaç duyan yaşlılar için olan konutlar büyük mağazanın dönüştürüldüğü konut yapısında yer almaktadır. Yapı grubunda ayrıca yaşlı bireylere ve ailelere yönelik yemek yeme mekânları, yürüyüş alanları ve çocuklar için park alanları, toplantı odaları, fitness merkezi, engelli park yeri ve açık havada bir oturma alanı yer almaktadır (Şekil 4.52).



**Şekil 4.50: Skyview Park Apartments**

**Kaynak:** (Url-47; Url-48).



**Şekil 4.51: Skyview Park Apartments, Konut Kat Planı**

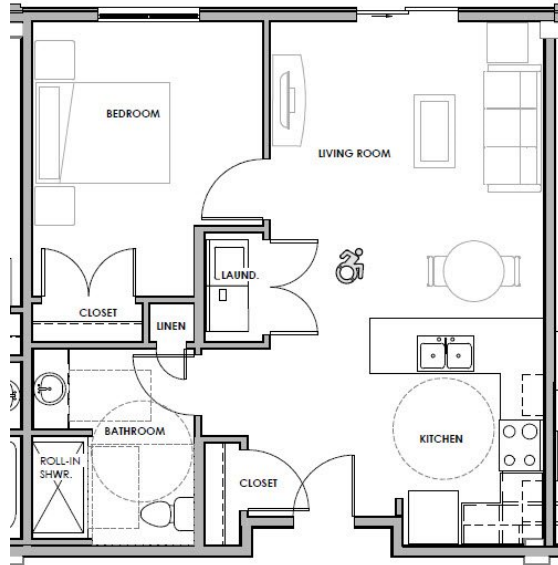
**Kaynak:** (Url-49).



**Şekil 4.52: Skyview Park Apartments, Rekreasyon Alanları**

**Kaynak:** (Url-77; Url-78; Url-79; Url-80).

2021 yılında inşaatı tamamlanan Skyview Park Apartments'da 66 ile 68 metrekare arasında değişen 145 adet bir yatak odalı daire ve 79 metrekarelik 12 adet iki yatak odalı olmak üzere toplam 157 adet konut yer almaktadır. Dairelerin her birinde çamaşır yıkama ve kurutma makinesi, yatak odası, mutfak, banyo ve depolama alanı mevcuttur. Apartmanlarda engelli bireylerin kullanıma uygun olarak tasarlanmış toplam on bir adet konut yer almaktadır (Şekil 4.53). Bunların üçü işitme ve görme, sekizi ise hareketli engelli bireylere tahsis edilmektedir (Passero Associates, t.y.).



**Şekil 4.53: Skyview Park Apartments, Engelli Bireylere Uygun 1+1 Konut**

**Kaynak:** (Url-50).

### 4.5.3 Yapı Kimlik Kartı

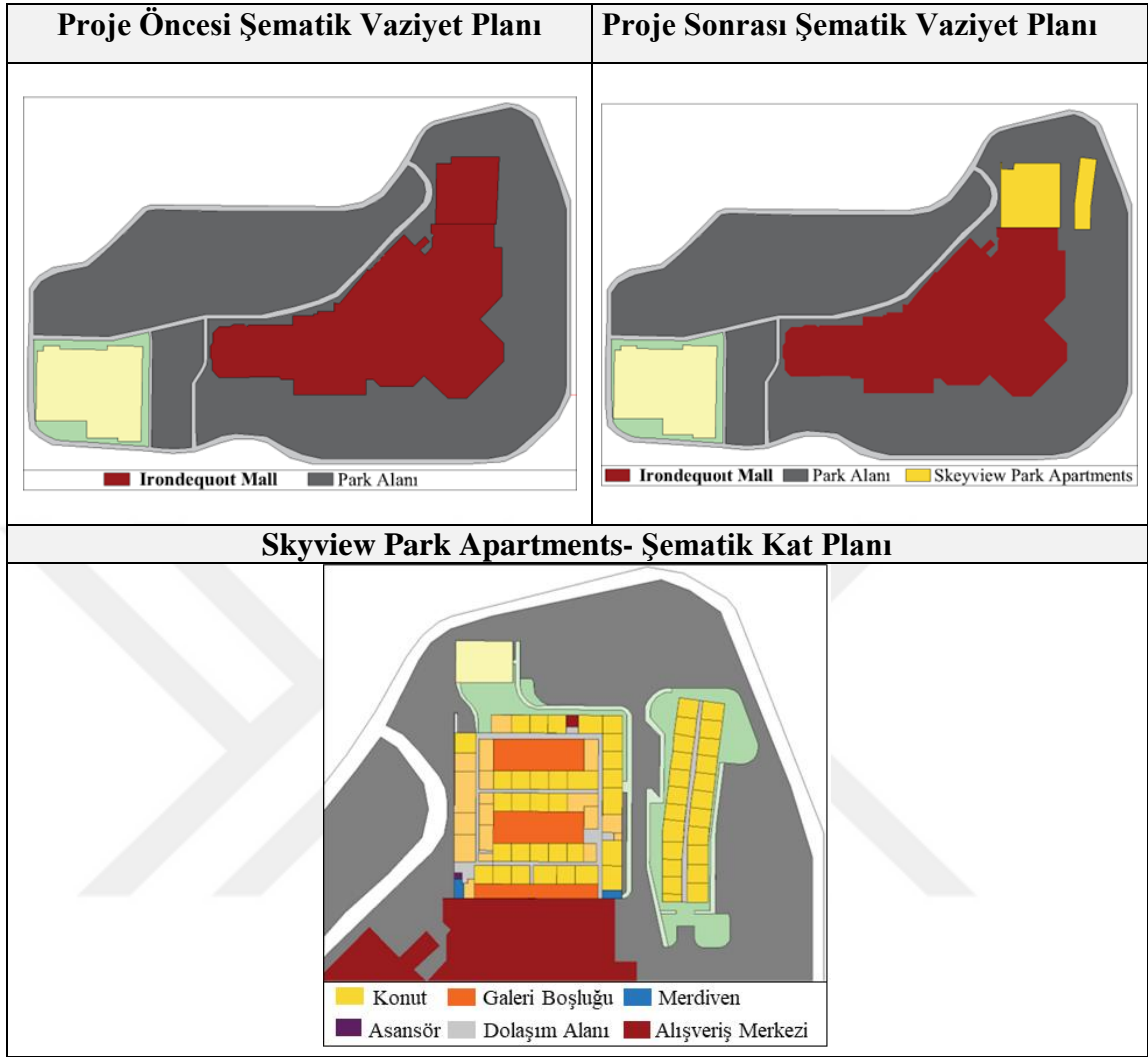
Uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma kapsamında yapıya yapılan müdahaleler;

- Otoparkın mevcut altyapısının konut yapısına uygun olarak iyileştirme ve yenileme uygulamalarının yapılması,
- Otopark arazisine bir konut yapısının inşa edilmesi,
- Alışveriş merkezinin büyük mağazası konut kullanıma uygun olarak iç mekân tadilat çalışmalarının yapılması,
- Mevcut büyük mağaza yapısının iç mekânda yer alan üç geniş alan yıkılarak kat düzlemlerinde avlu oluşturulması,
- Apartman kompleksinde topluluk odaları, fitness merkezi, toplantı salonları ve Rochester Regional Health için bir ofis oluşturulması,
- Mevcut büyük mağazanın dış cephesinde yeni tadilat çalışmaları yapılması ve böylelikle binanın yeni pencere açıklıklarına sahip olması olarak sıralanabilir (Çizelge 4.8).

**Çizelge 4.8: Irondequoit Mall (Skyview Park Apartments) Yapı Kimlik Kartı**

Irondequoit Mall- Skyview Park Apartments					
Şehir/ Ülke	Sahibi	Yeniden İşlevlendirme Tasarımı		Uygulama Projesi	Projenin Yapım/ Dönüşüm Tarihi
New York/ ABD	Angelo Ingrassia	PathStone Corp.		Yeniden Canlandırma Uyarlanabilir Yeniden Kullanım	1990/ 2022
Skyview Park Apartments	<b>Konut Nitelikleri</b>	Irondequoit Mall	<b>Fiziksel Yapılanması</b>	<b>Plan Şeması</b>	<b>Sınıflandırması</b>
	Sosyal Konut/ 1+1 ve 2+1 Daire		Mall	Hibrid	Bölgesel Merkez

**Çizelge 4.8: (Devamı) Irondequoit Mall (Skyview Park Apartments) Yapı Kimlik Kartı**



#### 4.6 Değerlendirmeler

Çalışmada seçilen örneklerin gelişimi, plan şeması ve yapı kimlik kartı bölümlerinde elde edilen bilgiler Çizelge 4.9’da kriterler doğrultusunda değerlendirilmiştir.

Westminster Arcade (The Arcade Providence) örneğinde konut işlevli dönüşüm uygulamasının yapının niteliklerine ve plan şemasına olan etkileri;

- Binanın “alışveriş merkezi” niteliğinin korunması,
- Alışveriş merkezinin sınıflandırmasının semt merkezi olarak değişmesi,
- Yapının fiziksel yapılanmasında ve plan şemasında bir değişiklik olmaması olarak sıralanabilir.

Westminster Arcade (The Arcade Providence) örneğinde proje sahası birinci, ikinci ve bodrum kat düzlemidir. Yapının sadece bu katları apartman niteliğindedir. Yapı uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında dönüşüme uğramıştır.

Alderwood Mall (Avalon Alderwood) örneğinde konut işlevli dönüşüm uygulamasının yapının niteliklerine ve plan şemasına olan etkileri;

- Yapının “alışveriş merkezi” niteliğinin korunması,
- Yapının fiziksel yapılanmasında, sınıflandırmasında ve plan şemasında bir değişiklik olmaması olarak sıralanabilir.

Alderwood Mall (Avalon Alderwood) örneğinde proje sahası, alışveriş merkezinin alan bütünlüğü içinde yer alan bir büyük mağazanın arazisidir. Bu araziye rezidans tipi konut yapısına sahip iki adet binadan oluşan ve bir köprü ile birbirine bağlanan bir yapı grubu inşa edilmiştir. Yapı yeniden canlandırma kapsamında dönüşüme uğramıştır.

Prospect Mall (Overlook on Prospect) örneğinde konut işlevli dönüşüm uygulamasının yapının niteliklerine ve plan şemasına olan etkileri;

- Mevcut ve yeni eklenen bina bir apartman kompleksi olarak nitelendirilmekte, dolayısıyla yapı alışveriş merkezi niteliğini kaybetmiş, apartman olmuştur.
- Yapı dönüşüm sonrası artık bir alışveriş merkezi olmadığı için fiziksel yapılanması, plan şeması ve sınıflandırması değerlendirilememektedir.

Prospect Mall (Overlook on Prospect) örneğinde proje sahası, mevcut yapının çatı yüzeyidir. Uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında mevcut yapının çatı yüzeyine yeni bir bina inşa edilmiş ve cepheleri yenilenmiştir.

Stonestown Galleria (Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi) örneğinde planlanan konut işlevli dönüşüm uygulamasının yapının niteliklerine ve plan şemasına olan etkileri;

- Dönüşüm sonrası yapının “alışveriş merkezi” niteliğinin değişmemesi,
- Alışveriş merkezinin “mall” olan fiziksel yapılanmasının dönüşüm sonrası “hibrid” olarak değişmesi,
- Alışveriş merkezinin “halter” olan plan şemasının dönüşüm sonrası “dal/ağaç” olarak değişmesi,

- Yapının sınıflandırmasında bir değişiklik olmaması olarak sıralanabilir.

Stonestown Galleria (Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi) örneğinde proje sahası alışveriş merkezi alan bütünlüğü içinde yer alan otopark alanlarıdır. Otopark alanları yeniden canlandırma kapsamında dönüşüme uğramıştır. Stonestown Galleria'nın etrafının perakende ile birlikte konut, ofis ve açık alanlar ile çevrenmesi alışveriş merkezinin yaşanabilir, çalışılabilir ve toplumsal etkileşimin yaşandığı bir alana dönüşmesini ve kamusal alan ağlarının güçlenmesi sağlayabilir. Proje kapsamında 3500 adet konut üretimi Proje San Francisco'nun Western bölgesinde yer alan mahallelerinde konut arzını karşılayabilmek için bir çözüm üretilmesi açısından fayda sağlayacaktır.

Irondequoit Mall (Skyview Park Apartments) örneğinde konut işlevli dönüşüm uygulamasının yapının niteliklerine ve plan şemasına olan etkileri;

- Yapının “alışveriş merkezi” niteliğinin korunması,
- Yapının fiziksel yapılanmasında ve plan şemasında bir değişiklik olmaması,
- Alışveriş merkezinin ICSC (2004)'e göre “perakende parkı” olan plan şemasının bir büyük mağazasının apartmana dönüşmesi ile “bölgesel merkez” olarak değişmesi olarak sıralanabilir.

Irondequoit Mall (Skyview Park Apartments) örneğinde proje sahası alışveriş merkezi alan bütünlüğü içinde yer alan bir büyük mağaza ve belirli bir otopark alanıdır. Büyük mağaza uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında dönüşürken otopark alanı yeniden canlandırma kapsamında dönüşüme uğramıştır.

**Çizelge 4.9: Örneklerin Değerlendirilmesi**

Değerlendirme Kriterleri/ Projeler	Westminster Arcade (The Arcade Providence)	Alderwood Mall (Avalon Alderwood Place)	Prospect Mall (Overlook on Prospect)	Stonestown Galleria (Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi)	Irondequoit Mall (Skyview Park Apartments)
<b>Uygulama Projesi</b>	Uyarlanabilir Yeniden Kullanım	Yeniden Canlandırma	Uyarlanabilir Yeniden Kullanım	Yeniden Canlandırma	Uyarlanabilir Yeniden Kullanım ve Yeniden Canlandırma
<b>Konuta Dönüşen Alan</b>	Yapının İç Mekân Birimleri	Yapının Büyük Mağazasının Arazisi	Yapının Çatı Yüzeyi	Yapının Otopark Alanı	Yapının Büyük Mağazası ve Otopark Alanı

**Çizelge 4.9: (Devamı) Örneklerin Değerlendirilmesi**

Değerlendirme Kriterleri/ Projeler	Westminster Arcade (The Providence)	Alderwood Mall (Avalon Alderwood Place)	Prospect Mall (Overlook on Prospect)	Stonestown Galleria (Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi)	Irondequoit Mall (Skyview Park Apartments)
<b>Özgün İşlev/Birim</b>	Perakende/ Çeşitli Mağazalar ve İşletmeler	Perakende/ Çeşitli Mağazalar ve İşletmeler Açık Alanlar Açık Otopark	Perakende/ Çeşitli Mağazalar İşletmeler Açık Otopark	Perakende/ Çeşitli Mağazalar ve İşletmeler Açık Otopark	Perakende/ Çeşitli Mağazalar ve İşletmeler Açık Otopark
<b>Yeni İşlev/Birim</b>	Perakende ve Konut/ Çeşitli Mağazalar ve İşletmeler 1+0, 1+1, 2+1, 3+1 ve 1+0 Daire Engelli Bireylere Uygun Konut	Perakende Konut Kapalı Otoparkı 1+0, 1+1 ve 2+1 Daire	Perakende Konut Kapalı Otopark 1+1 ve 2+1 Daire	Perakende Konut Ofis Yer Altı Otoparkı Sosyal Alanlar Açık ve Yeşil Alan	Perakende Konut Açık Otopark Kapalı Otopark 1+1, 2+1 ve 1+0 Daire Engelli Bireylere Uygun Daire
<b>Özgün Fiziksel Yapılanma</b>	Mall	Hibrid	Mall	Mall	Mall
<b>Yeni Fiziksel Yapılanma</b>	Mall	Hibrid	-	Hibrid	Mall
<b>Özgün Plan Şeması</b>	Doğrusal Merkez	Dal/Ağaç	Doğrusal Merkez	Halter	Hibrid
<b>Yeni Plan Şeması</b>	Doğrusal Merkez	Dal/Ağaç	-	Dal/Ağaç	Hibrid
<b>Özgün Sınıflandırması</b>	Bölgesel Merkez	Süper Bölgesel Merkez	Semt Merkezi	Süper Bölgesel Merkez	Perakende Parkı
<b>Yeni Sınıflandırması</b>	Semt Merkezi	Süper Bölgesel Merkez	-	Süper Bölgesel Merkez	Bölgesel Merkez
<b>Konut Sayısı</b>	48	328	52	3500	157
<b>Konut Tipi</b>	Apartman	Rezidans	Apartman	Apartman	Apartman

İncelenen beş örneğin müdahale yaklaşımları Çizelge 4.10'da şematik gösterimler ile ifade edilmiştir. Bu alışveriş merkezi uygulamalarında uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında;

- İç mekânda müdahale,
- Kütleye düşeyde müdahale,
- Çatıya yapılan müdahale,
- Cepheye yapılan müdahale olmak üzere dört farklı yaklaşım ortaya çıkmıştır.

Yeniden canlandırma kapsamında ise;

- Kütle ve alana yatayda müdahale,
- Alana yatayda müdahale,

- Erişilebilirliği artırmaya yönelik müdahale olmak üzere üç farklı yaklaşım ortaya çıkmıştır.

**Çizelge 4.10: Konut İşlevli Dönüşüm Kapsamında Alışveriş Merkezi Alan Bütünlüğü İçinde Yapılan Müdahaleler**

Proje	Yapının Konut İşlevli Dönüşümünün Şematik İfadesi	Müdahale Yaklaşımı
Westminster Arcade (The Arcade Providence)	<p>Mağaza Konut</p>	İç Mekânda Müdahaleler
Alderwood Mall (Avalon Alderwood Place)	<p>Alışveriş Merkezi Büyük Mağaza Alışveriş Merkezi Konut Rezidans Otopark</p>	Kütleye ve Alana Yatayda Müdahaleler
Prospect Mall (Overlook on Prospect)	<p>Mevcut Alışveriş Merkezi Yeni Konut Yapısı Perakende Kullanım Apartman Kompleksi</p>	Kütleye Düşeyde Müdahaleler Cepheye Yapılan Müdahaleler Çatıya Yapılan Müdahaleler
Stonestown Galleria (Stonestown Projesi)	<p>Otopark Otopark Otopark Konut Apartman Kompleksi Çeşitli Kullanım Seçenekleri • Perakende Ürün ve Hizmet • Perakende Dışı Ürün ve Hizmet • Ofis • Fitness Merkezi</p>	Erişilebilirliği Artırmaya Yönelik Müdahaleler Alana Yatayda Müdahaleler

**Çizelge 4.10: (Devamı) Konut İşlevli Dönüşüm Kapsamında Alışveriş Merkezi Alan Bütünlüğü İçinde Yapılan Müdahaleler**

Proje	Yapının Konut İşlevli Dönüşümünün Şematik İfadesi	Müdahale Yaklaşımı
Irondequoit Mall (Skyview Park Apartments)		<p>İç Mekân Müdahaleleri</p> <p>Cepheye Yapılan Müdahaleler</p> <p>Çatıya Yapılan Müdahaleler</p> <p>Alana Yatayda Müdahaleler</p>

## 5. SONUÇ

Çalışmanın konusu kapsamında yapılan kavramsal ve tarihsel araştırmada alışveriş merkezlerinin yeniden işlevlendirme amacıyla konut işlevli dönüştürüldüğü ve bu doğrultuda en yaygın olarak uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma yöntemlerinin tercih edildiği tespit edilmiştir. Bu kullanım dönüşümü projelerinde uygun fiyatlı konut, çok aileli konut, yaşlı ve engelli bireylere uygun konut ve geçici konut stratejileri dönüşüm planlarında yer almaktadır. Devletin sağladığı teşvikler konut arzının daha hızlı gerçekleşmesinde önemli rol oynamaktadır.

Alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşümü alan bütünlüğü içinde yer alan mağazaların ve işletmelerin ziyaretçi doluluk oranlarının ve maddi kazançlarının artışı etkilerken aynı zamanda bölgenin konut arzı sorununa bir çözüm üretilebilmesine, bölgenin toplumsal ve kamusal alan bağlarının güçlenmesine, çeşitli kamu olanaklarının ortaya çıkmasına, dolayısıyla kentsel ve toplumsal çevrenin sürdürülebilir olmasına fayda sağlamaktadır.

Kapalı, atıl veya işlevsel özelliklerini yerine getirememeye durumunda olan alışveriş merkezlerinin kullanım dönüşümüne uğraması;

- Toplum için daha yaşanabilir şehirlerin oluşmasını,
- Yapının bulunduğu bölgenin kentsel bağlarıyla ilişki kurmasını,
- İnsanların bir arada olmasını sağlayan yeni kamusal, açık ve sosyal alanların oluşmasını ve böylelikle bölgenin kamusal alan ihtiyacının karşılanabilmesini,
- Optimize edilmiş otopark ve ulaşım sistemlerinin oluşmasını,
- Yeni ulaşım sistemleri ve yaya dostu alanların oluşturulması ve böylelikle erişilebilirliği yüksek mekânların oluşmasını,
- Yeni iş olanaklarının ortaya çıkmasını ve böylelikle iş istihdamının artmasını sağlamaktadır.

Çalışmada incelenen beş örneğin analizi sonucu alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşümünde uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında iç mekânda müdahale, kütleyle düşeyde müdahale, çatıya yapılan müdahale, cepheye yapılan müdahale olmak üzere dört farklı müdahale yaklaşımı ortaya çıkmıştır. Yeniden canlandırma kapsamında ise; kütleyle ve alana yatayda müdahale, alana yatayda müdahale, erişilebilirliği artırmaya yönelik müdahale olmak üzere üç farklı yaklaşım ortaya çıkmıştır. Analiz sonucu alışveriş merkezlerinin alan bütünlüğü içinde iç mekân birimleri, büyük mağazanın arazisi, çatı yüzeyi, otopark alanı ve büyük mağaza binası olmak üzere beş farklı alanın konut işlevli dönüşüme uğradığı tespit edilmiştir. Ayrıca alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşüm uygulamalarının yapının fiziksel yapılanmasının, sınıflandırmasının ve plan şemasının değişmesine neden olduğu tespit edilmiştir. Prospect Mall (Overlook on Prospect) örneğinde dönüşüm sonrası yapının apartman olarak nitelendirildiği, diğer örneklerde ise alışveriş merkezi niteliğinin korunduğu tespit edilmiştir. Westminster Arcade (The Arcade Providence) örneğinde yapı tipinin sınıflandırması, Stonestown Galleria (Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi) örneğinde yapı tipinin fiziksel yapılanması ve plan şeması, Irondequoit Mall (Skyview Park Apartments) örneğinde ise yapı tipinin sınıflandırması değişmiştir.

Alışveriş merkezi alanları konut işlevinin yanında aynı zamanda ofis, hastane, otel ve kütüphane gibi farklı kullanım seçenekleri ile birlikte karma kullanımlı olarak dönüşebilmektedir.

Alışveriş merkezlerinin alan bütünlüğü içinde yer alan otopark alanları ve büyük mağazalarının yeniden canlandırma kapsamında kullanım dönüşümüne uğraması farklı konut tiplerinin oluşturulmasında esnek çözümler sağlamaktadır. Büyük mağazalar ve otopark alanları mevcut bir altyapıya sahiptir. Başarılı bir yeniden işlevlendirme projesinde dönüşen alanın altyapısının da işlevsel olması gereklidir. Bu mevcut altyapıların konut kullanımına uygun hale getirilmesi ile projenin daha düşük maliyette ve kısa sürede tamamlanması sağlanabilir. Alışveriş merkezlerinin işlevsel özelliklerini kaybeden alanlarının yeniden canlandırma kapsamında değerlendirilmesi altyapısının olmadığı bir araziye yeni bir inşaatın yapılmasına kıyasla daha sürdürülebilir bir çözüm olacaktır.

Alışveriş merkezlerine konut işlevinin eklenmesi bölgenin araç trafiğini etkileyebilir. Dönüşüm uygulamalarında araç yoğunluğunu azaltmak için yeni ulaşım sistemleri ve cadde, sokak bağlantıları oluşturulması önemlidir. Araç akışını optimize

etmek ve yaya güvenliğini iyileştirmek önemlidir. Yeni otopark alanlarının oluşturulması ile bölgenin araç yoğunluğunun azalması sağlanabilir.

İşlevsel özelliklerini yerine getiremeyen veya kapalı durumda olan alışveriş merkezlerinin uyarlanabilir yeniden kullanım ve yeniden canlandırma uygulamaları ile konut işlevli dönüşüme uğraması kentsel çevrenin sürdürülebilir olmasını sağlamaktadır. Alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüştürülmesi;

- Kamusal yaşam alanlarının oluşturulması ve/veya güçlendirilmesi,
- Açık alan ağlarının oluşturulması ve/veya güçlendirilmesi,
- Toplum ile bağlantıların güçlendirilmesi,
- Konut ihtiyacının karşılanabilmesi,
- Öğrencilerin, kalabalık ailelerin, engelli, yaşlı, bekâr ve dar gelirli bireylerin, kiralık ve satılık konutlara erişim sağlaması,
- Alışveriş merkezinde tüketim ortamının canlandırılması,
- Yapı ve kentsel kimlik değerlerinin korunması açısından kentsel sürdürülebilirliğe fayda sağlayacaktır.

İstanbul'da Galleria Alışveriş Merkezi gibi çoğunlukla boş mekânlardan oluşan ve düşük ziyaretçi oranına sahip birçok alışveriş merkezi vardır. Bu yapıların kamu yararına ve kentin kimlik değerlerinin korunabilmesi için bir dönüşüme ihtiyacı vardır. Ayrıca son altı yıldır Türkiye genelinde olduğu gibi İstanbul'da da konuta erişebilirlik sorunu yaşanmaktadır. Çalışmada alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşüm uygulamaları ile ülkenin veya bölgenin konut arzının karşılandığı ve bu bağlamda oluşturulan stratejiler ile öğrencilerin, ailelerin, engelli, yaşlı ve dar gelirli bireylerin konuta erişebilirliğinin sağlandığı açıklanmıştır. Dolayısıyla bu dönüşüm uygulamaları, yaşanan konuta erişebilirlik sorununa bir çözüm olabilir. Halter, dal/ağaç ve hibrid plan şemasına sahip alışveriş merkezlerinin kullanım dönüşümü potansiyeli yüksektir. Çalışmada İstanbul'da faaliyette olan 123 alışveriş merkezinin 65'inin dal/ağaç, 25'inin hibrid, 21'inin doğrusal, 5'inin halter plan şemasına sahip olduğu açıklanmıştır. Dolayısıyla İstanbul'da alışveriş merkezlerinin gelecek kullanım dönüşümü uygulamalarında dal/ağaç ve hibrid plan şemasına sahip olanlar potansiyel aday olabilir. Çalışmada incelenen Westminster Arcade ve Prospect Mall'un doğrusal

merkez, Alderwood Mall'un dal/ağaç, Stonestown Galleria'nın halter, Irondequoit Mall'un ise hibrid plan şemasına sahip olduğu ortaya koyulmuştur.

Bu bağlamda İstanbul örneğinde plan şeması;

- Doğrusal merkez olanların uyarlanabilir yeniden kullanım,
- Dal/ağaç olanların yeniden canlandırma,
- Halter olanların yeniden canlandırma,
- Hibrid olanların yeniden canlandırma ve uyarlanabilir yeniden kullanım kapsamında konut işlevli dönüşüm potansiyeli vardır.

1948 İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nde her bireyin giyim, barınma, yiyecek gibi temel ihtiyaçlarının yeterli olarak sağlandığı bir hayata sahip olma hakkına sahip olduğuna vurgu yapılmıştır (United Nations, 1948). Ülkemizde 1996 yılında İstanbul'da toplanan Bileşmiş Milletler İnsan Yerleşmeleri Konferansı'nda (Habitat II) kabul edilen “herkesin sağlıklı, güvenli, emniyetli, erişilebilir-ödenebilir olan, temel hizmet, kolaylık ve konfor unsurlarını içeren, konut ve yasal yararlanma güvencesi konusunda ayrımcılıktan arınmış yeterli konutunun olabilmesi” maddesi barınma hakkına yönelik önemli gelişmelerden biridir (Akalin, 2018). Ülkemizde özellikle pandemi dönemi ve sonrasında yüksek değerlere ulaşan enflasyon konut ve kira fiyatlarında öngörülemez bir artış olmasına neden olmuştur. Günümüzde ise enflasyonun konut emlak sektöründe mülk ve kira bedellerinin belirsizliğine yol açtığı, bu belirsizliğin ev sahipleri ve kiracıların üzerinde bir endişe yarattığı ve böylelikle ev sahibi ve kiracı arasında uzun vadeli kira sözleşmesinin imzalanması konusunda direnç ve anlaşmazlıklar yaşandığı gözlemlenmektedir. Ülkemizde özellikle son altı yıldır tartışılan bir konu haline gelen barınma sorununa bir çözüm üretilmemesi sosyal adaletsizliğin artmasına yol açmaktadır. Toplumsal gelişmenin sağlanabilmesi için konuta erişilebilirlik sorununun ortadan kaldırılması ve barınma hakkında fırsat eşitliğinin yaratılması gereklidir. Çeşitli ülkelerde yerel yönetim tarafından kiralık sosyal konutlar aracılığı ile yoksulların ve dar gelir grubunun barınma ihtiyacı giderilmeye çalışılmaktadır. Bu çalışma çeşitli ülkelerde olmak üzere yerel yönetimlerin imar politikaları ve teşvikleri ile alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşüm projelerinde uygun fiyatlı konut stratejilerinin oluşturulduğunu ortaya koymaktadır. Devletin kiralık sosyal konut politikası kapsamında önümüzde dönemlerde hayata geçirilmesi planlanan uygulamalarında atıl durumunda olan

alışveriş merkezlerinin değerlendirilmesi ile hem barınmanın hem de toplumun gereksinimlerinin karşılanabilmesine fayda sağlayacaktır. Atıl durumunda olan alışveriş merkezlerinin ülkemizde potansiyel kiralık sosyal konut projelerinin amaçları arasında yer alması aynı zamanda kentsel çevrenin sürdürülebilir olmasını sağlayacaktır. Alışveriş merkezlerinin konut işlevli dönüşüm projelerinin daha düşük maliyette ve inşaat sürecinin daha kısa zamanda tamamlanabilmesi açısından kiralık sosyal konut üretimi için alışveriş merkezleri potansiyel aday olabilir. Bundan sonraki araştırma çalışmalarında alışveriş merkezlerinin konut ve kiralık sosyal konutlara dönüşümünü uygun ve verimli bir şekilde uygulanabilmesini sağlayacak mimari ihtiyaç programlarının, uyulması gereken standartlar ve yönetmeliklerin adım adım değerlendirildiği bir çözüm modeli önerilebilir.



## KAYNAKLAR

- Ahunbay, Z. (2004). *Tarihi Çevre Koruma ve Restorasyon*. İstanbul: YEM Yayın.
- Akalın, M. (2018). Kiralık sosyal konutlar: Türkiye’de barınma sorununun çözümü için yeni bir yöntem. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 88-121.
- Akkar, Z. M. (2006). Kentsel dönüşüm üzerine Batı’daki kavramlar tanımlar süreçler ve Türkiye. *Planning Dergisi*, 36(2), 29-38.
- Aksoy, M. İ. (2009). *Günümüz alışveriş kavramında değişme olgusu ve bu olgunun alışveriş merkezi tasarım ilkeleri üzerindeki belirleyici etkilerinin irdelenmesi: istanbul kent örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Y.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Alexander, R. (1953). The Arcade in Providence, *Journal Of The Society Of Architectural Historians*, 3, 13-16.
- Amiri, E. (2020). *Methods to read adaptive reuse strategies and capacities in industrial buildings*. Politecnico Di Torino.
- Andi, A., I. A. Abednego, & B. J. B. Gultom. (2021). Space syntax guide to optimize shopping mall. *International Journal Of Environment, Architecture, and Societies*, 1 (1), 19–30. <https://doi.org/10.26418/ijeas.2021.1.01.19-30>
- Arthur, P. & Passini, R. (1992). *Wayfinding: People, Signs And Architecture*. McGraw-Hill Ryerson Limited Copyright. Toronto.
- Atalay, N. (2010). *Kent meydanı: kamusal estetik çerçevede eleştirel bir değerlendirme*, Doktora Tezi, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aydınlı, H. İ. ve Turan, H. (2012). Kuramsal ve yasal çerçevede Türkiye’de kentsel dönüşüm. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28, 61-70.
- Baba, C. E. (2018). Bir hipergerçeklik araştırması: İstanbul Galleria örneği. *Yapı Dergisi*, 435, 34-39.
- Backus, N. (1997). Reading the shopping mall city. *Journal Of Popular Culture*, 31(1), 1-17.
- Bal, E. ve Altun, T. D. (2022). Büyük ölçekli kentsel projeler olarak İzmir’de alışveriş merkezlerinin mekânsal gelişimi. *Ege Coğrafya Dergisi*, Vol.31, No.1, 175-192.
- Biröl, G. (2005). Çağdaş alışveriş merkezlerinde kent dokusunun yeniden yorumlanması, *Gazi Üniv. Müh. Mim. Fak. Dergisi*, 20(4), 421-427.
- Blanco, H. (2021). *Failing malls: optimizing opportunities for housing*. University of Southern California. <https://doi.org/10.7922/G2WM1BQH>
- Brooker, G. ve Stone, S. (2004). *Re-readings. Interior architecture and the design principles of remodelling existing buildings*, Riba Enterprises: London.

- Brookfield Properties Arşivi. (2023). *Stonestown design standards and guidelines, Nowember 2023*.
- Burden, E. (2004). *Illustrated dictionary of architectural preservation: restoration, renovation, rehabilitation, reuse*. New York: McGraw-Hill Press.
- Burns, J. C. (1980). *Perception of shopping centers: an empirical study*, Wilfrid Laurier University.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2014). *Fen bilimleri için araştırma ve proje yöntemleri*. Pegem Akademi, Ankara.
- Candaş, E. (2007). *İstanbul'da dışa kapalı konut sitelerinin tasarımında güvenlik konusunun irdelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, İ.T.Ü Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Cantacuzino, S. (1975). *New uses for old buildings*. Architectural Press: London.
- Cantell, S, F. (2005). *The adaptive reuse of historic industrial buildings: Regulation barriers, best practices and case studies*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg.
- Cezar, M. (1983). *Typical commercial buildings of the ottoman classical period and the ottoman construction system*, İstanbul: İş Bankası.
- Cohen, B. (2017). Urbanization and sustainability: A bibliometric review and suggestions for future research. *Environment, Development and Sustainability*, 19(2), 719-748.
- Coleman, P. (2006). *Shopping environments: evolution, planning and design*. Oxford, Architectural Press.
- Costar. (2023, Mayıs 23). *Why retailers are abandoning traditional malls*. 20.01.24 tarihinde <https://www.costar.com/article/2006168564/why-retailers-are-abandoning-traditional-malls> adresinden alındı
- Couch, C., Fraser, C. ve Percy, S. (2003). *Urban regeneration in Europe*. s.l.:WileyBlackwell. doi:10.1002/9780470690604
- Cramer, J. ve Breitling, S. (2007). *Architecture in existing fabric: Planning, design, building*. Birkhauser Basel.
- Çakır, Ö. (2015). *Alışveriş merkezlerinin varoluş ve değişim sürecini-Beylikdüzü örnek alan incelemesi-*, Yüksek Lisans Tezi, İtü, İstanbul.
- Çetin, S. (2011). Dönüşüm sürecinin tarihi kent merkezleri üzerine etkileri: Isparta örneğinde bir inceleme. *Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 27(2), 185-199.
- Çimen, D. (2007). *Tarihi kent mekânlarının kültür ve turizm eksenli dönüşümü üzerine bir araştırma: kültür mahallesi kavramının örneklerle irdelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, İstanbul, 12-73.
- Dawson, J. A. (1983). *Shopping centre development*. New York, Ny, Longman Press.
- Deb, S. ve Mitra, K. (2020). Spatial logic of shopping malls: application of space syntax in understanding economics of architecture. *Creative Space*, 7 (2), 109–117. <https://doi.org/10.15415/cs.2020.72009>.

- Douglas, J. (2002). *Building adaptation*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Durkaya, M. (2002), *Türkiye’de konut piyasasının talep yönlü analizi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Elsinga, M. ve Wassenberg, F. (2007). *Social Housing in the Netherlands, içinde: Social housing in Europe, C. Whitehead & K. Scanlon (eds.)*, London School of Economics, London.
- Ergener, H. ve Arslan, D. H. (2022). *Comparative analysis of shopping malls with different plans by using space syntax method*, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü, Konya, Türkiye.
- Falk, N. (1978). Baltimore and lowell: Two american approaches. *Revitalizing Inner-City Neighbourhoods*, 12 (3), 145-152.
- GGLO. (2023, Kasım 7). *Section, site plan, elevations, floor plans, Alderwood Mall urban inventory*.
- Gonsiour, I. G. (1972). *Die sanierung des historicschen staatkernes von alsfed*. Stuttgart : Kramer.
- Gruen, V. ve Smith, L. (1960). *Shopping towns USA*, Reinhold Publishing, Corporation, New York.
- Guy, C. (1994). *The retail development process: Location, Property, And Planning*, Routledge, London & New York.
- Gülersoy, Ç. (1965). “*Kapalıçarşı . Düünden bugüne İstanbul Ansiklopedisi*. İstanbul: Yenilik Yayınları, c. 4, 424.
- Günaydın, A. S. ve Altunkasa, M. F. (2019). Tarihî kent merkezlerinin koruma ve geliştirme stratejilerinin belirlenmesi: Gaziantep örneği. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(17), 51-70. <https://doi.org/10.29029/busbed.533414>
- Hacıola, Y. (2012). *Dünyada ve Türkiye’de hazır giyim üretimi ve pazarlamasında hızlı moda ve perakende yönetimi*. Yüksek Lisans Tezi (Yayımlanmış), Ege Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Anabilim Dalı, İzmir.
- Harvard Design School. (2001). *Project on the city2, guide to shopping*. Taschen, Cambridge.
- Highfield, D. (1990). *The rehabilitation and re-use of old buildings*. SPON Product.
- Hosseini, Z. M. (2013). *Gecekondu dan dönüşüm uygulamalarının kullanım sürecinde değerlendirilmesi; Zafertepe Mahallesi ve Portakal Çiçeği Vadisi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 7-36.
- Ibrahim, I. (2018). Shopping centre classification scheme: a comparison of international case studie. *Proceedings Of The International Conference On Industrial Engineering And Operations Management Bandung*, 3131-3142.
- International Council Of Shopping Centers. (2004). *Shopping center definitions*. In Basic Configurations and Types for the United States. New York: International Council of Shopping Centers.

- Investing in the Dutch Housing Market, 2014 Report.
- İnan, C. (1996). *Kamusal çevrelerde insan-çevre davranış etkileşim sistemi: bir alan çalışması* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kademoğlu, H. (2011). *Modern yaşamın kamusal mekânları olarak alışveriş merkezleri*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kaderli, L. (2014). Kültürel miras koruma yaklaşımlarının tarihsel gelişimi, *TÜBA-KED Dergisi*, 29-41.
- Kestane, Ü. S. (2015). Antik Çağda pazarlama ve pazarlama karması elemanlarına yönelik değerlendirmeler. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 185-207.
- Kılıçbay, A. (1984). *Türk ekonomisi*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara.
- Kıral, M. (2020). *Kentsel mekân ögesi olarak pasajlarda mekânsal biçimlenme: Ankara- Yenişehir pasajları*. Doktora Tezi, Atılım Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kıvrak, N. (2010). *Eski kent mekânlarının canlandırılması' bağlamında İstanbul Eminönü Hanlar Bölgesi'nde mimari tasarım ilkelerinin irdelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, F.B.E. Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul, 16-58.
- Kincaid, D. (2002). *Adapting buildings for changing uses guidelines for change of use refurbishment*. London: Taylor&Francis Group.
- Kocaili, E., B. (2010). *Evolution of shopping malls: recent trends and the question of regeneration*, Yüksek Lisans Tezi, Çankaya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kömürlü, R. (2006). *Ülkemizde toplu konut üretimine yönelik kaynak oluşturma model yaklaşımları*, Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Kramer, A. (2008). Retail development fourth edition. *Uli Development Handbook Series*, Washington D.C, 3-97, 131-305.
- Kuyumcu, A. (2010). *The development of shopping centers in Turkey: the case of Denizli* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü Mühendislik ve Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Lakatos, A. E. (2015). Recovering the memory: conversion within the context, *Acta Technica Napocensis: Civil Engineering & Architecture* Vol. 58, No. 4.
- Lepel, A. (2006). Changing the function of industrial buildings – survey, budapest university of technology and economics, Hungary, *Architecture And Civil Engineering*, Vol. 4, N 2.
- Levy, M. ve Weitz, B. A. (2008). Retailing management. *Mcgraw-Hill International Edition*. Seventh Edition, 192-245.
- Luke, C. (2013). Cultural sovereignty in the balkans and Turkey: the politics of preservation and rehabilitation. *Journal of Social Archaeology*, 13(3), pp. 350-370
- Lynch, A. (1981). *A theory of good city form*. MIT Press, Cambridge, MA.

- Lynch, K. (1960). *The image of the city*. The Mit Press, Cambridge.
- Malec, E. T. (2010). Modern shopping malls in the USA and europeoutline. *The Silesian University Of Technology Architecture Civil Engineering Environment*, 3:15-24.
- Marın, M. C. ve Altıntaş, H. (2004) “Konut yer seçimi-ulaşım etkileşim teorileri: kritik bir literatür incelenmesi”, *Gazi Üniv. Müh.Mim.Fak.Der.*, Cilt:19, No:1,73-88, Ankara.
- Mccormick, K. (2021). *Revitalized complex: the redevelopment of abandoned malls*, Kennesaw State University, Yüksek Lisans Tezi.
- Mezda, K. (2021). Covid 19 pandemisi sürecinin Türkiye’deki sinema salonlarına etkisi üzerine bir analiz. *Egemia Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya Ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (8), 72-90.
- Orhan, B., ve Yıldız, E. (2022). Koruma kavramının bileşeni olarak yeniden kullanımın sürdürülebilirliğe katkıları. *Star Sanat Ve Tasarım Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 44-63.
- Oruç, G. D. (2005). *Şehir eski merkezlerinde mekânsal değişim ve yeniden canlandırma stratejileri: İstanbul Tarihi Yarımada Eminönü Örneği*, Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, İstanbul, 40-73.
- Önce, G. (2021). *Kentsel ve kültürel sürdürülebilirlik bağlamında yeniden işlevlendirme*. T.C. Beykent Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Özcan, E. N. (2022). *Alışveriş merkezleri ve alışveriş caddelerinin dönüşümünde gelecek yaklaşımları*, İstanbul Gedik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Özden, D. D. (2001). Kentsel yenileme uygulamalarında yerel yönetimlerin rolü üzerine düşünceler. *İ.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 257.
- Özgüven, U. (2008). *İstanbul’daki lüks konutların incelenmesi ve farklı tiplerinin karşılaştırılması*, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Öztürk, N. ve Fitöz, E. (2009). Türkiye’de konut piyasasının belirleyicileri: ampirik bir uygulama, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 5, Sayı 10, Sf.21-46.
- Park, S. ve Zhang, S. (2019). A pilot study of circulation layout based on perceived retail crowding. *Journal Of Retailing & Consumer Services* 49:305–315. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.04.008>
- Paxton, D. R. B. (t.y.). *Beyond Tourism Historic Preservation in the economy and life of Savannah and Chatham County*, Savannah: Historic Savannah Foundation.
- Petruzzi, V. (2015). *Adaptive reuse in the UK: A creative approach towards sustainability*. Politecnico Di Milano.
- Plevoets, B. Ve Cleempoel, V. K. (2011). *Adaptive reuse as a strategy towards conservation of cultural heritage: a literature review*, Phl University College & Hasselt University, Belgiu, Wıt Transactions On The Built Environment, Vol 118.

- Porral, C. C. ve Mangin, J. L. (2018). Pull factors of the shopping malls: An empirical study, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(2), 110-124.
- Realtors. (2014). *Anatomy of a shopping center: 3 hour elective CE*. Realtors Real Estate School, Chicago.
- Riegl, A. (1928). *Der moderne denkmalkultus: sein wesen und seine entstehung*. Gesammelte Aufsätze, Ed Dr. Benno Filser Verlag: Augsburg-Wien.
- Robiglio, M. (2017). *Re-USA: 20 American stories of adaptive reuse*. A Toolkit For Post-Industrial Cities, Jovis Verlag GmbH.
- Ruskin, J. (1849). *The seven lamps of architecture*, Smith, Elder: Londen.
- Sarıakçalı, B. A. (2018). *Alışveriş merkezlerinin işlevlerini kaybetme nedenleri ve yeniden işlevlendirilen alışveriş merkezleri örnekleri*, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Siahaan, F. (2019). Penerapan Konservasi Pada Bangunan Providance Arcade (Westminster Arcade) dengan adaptive re-used dari shopping mall menjadi residential and commercial mixed-use building. *Jurnal SCALE*, cilt:5, no:2, 117-132.
- Stratton, M. (2000). *Industrial buildings conservation and regeneration*. New York, Ny: E&Fn Spoon.
- Şahin, A. (2018). *Türkiye'deki meydan konseptli alışveriş merkezlerinde kentsel mekân özelliklerinin irdelenmesi*, KTO Karatay Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. Konya.
- Tavukçuoğlu, E. (2017). *Alışveriş merkezlerindeki mağazaların satış yoğunluğunun mekânsal dizim yöntemiyle irdelenmesi*, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Tekeli, İ. (2011). Sosyal bilimci ve siyasetçi olarak behice boran hesabı akılla verilen bir yaşam. *Sosyoloji Dergisi*(23), 1-45.
- Thomas, S. (2003). *A glossary of regeneration and local economic development*, Manchester: Local Economic Strategy Center.
- Tiesdell, S. (1996). *Revalizing historic urban quarters*. Boston: ButterworthArchitecture.
- Tokyay, V. (2005). Yeni tasarım kültürü ışığında alışveriş mimarlığı ve gösteri kültürü. *Yapı Dergisi*, 286:58-64.
- Topçu, K. (2011). *Alışveriş alanlarının mekânsal kalite açısından değerlendirilmesi: Karşılaştırmalı bir analiz*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Tufan, M. Z. ve Özel, C. (2018). Sürdürülebilirlik kavramı ve yapı malzemeleri için sürdürülebilirlik kriterleri. *Uluslararası Sürdürülebilir Mühendislik ve Teknoloji Dergisi*, 2(1), 6-13.
- Turhan, E. (2007). *Mimari tasarımda cam kullanımı ve AVM merkezlerinde değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Bölümü Anabilim Dalı, İstanbul.

- Us, Ş. (2020). *Tarihi kent merkezlerinde yeniden canlandırma stratejilerinin mekânsal, ekonomik ve sosyal etkilerinin değerlendirilmesi: Diyarbakır Suriçi örneği*, Konya Teknik Üniversitesi, Konya.
- Uslu, Z. (2006). *Alışveriş merkezlerinin gelişimi: konya örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Utomo, C. ve Astarini, S. (2023). Observation scale of space value for measuring successful shopping malls, a case study in indonesia. *Journal Of Asian Architecture And Building Engineering*.
- Uzun, İ. (2008). *Kamusal mekân – tüketim olgusu etkileşiminin İzmir’deki alışveriş merkezleri bağlamında değerlendirilmesi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, FBE, İzmir.
- Verdil, A. (2009). Transformation of space behavior relation: a case study of shopping centers in İstanbul. *Proceedings Of The Seventh International Space Syntax Symposium*, Pp.128:1–128,12.
- Viollet-Le-Duc, E. (1990). *The foundations of architecture. Selections from the dictionnaire raisonné*, George Braziller: New York.
- Yalçıntaş, H. (2008). *Evaluating the impact of urban competitive advantages on economic revitalization of deprived inner cities through a case study held in İstanbul*, İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü, İzmir.
- Zengel, R. (2001). Tarih içinde değişen tüketim mekânları. *Ege Mimarlık*, 40-41.
- Weeks, K. D. ve Grimmer, A. D. (1995). *The secretary of interior’s standards for the treatment of historic properties: with guidelines for preserving, rehabilitating, restoring and reconstructing historic buildings*, Washington D.C.: U.S. Department of the Interior Park Service Cultural Resource Stewardship and Partnerships Heritage Preservation Services.
- Wilson, J. (2016). *Revitalization and gentrification in Newtown: Can urban regeneration strengthen an existing community*. Victoria University Of Wellington School Of Architecture.
- Wong, L. (2017). *Adaptive reuse, extending the lives of buildings*. Birkhauser Verlag GmbH, Basel.

### **İnternet Kaynakları**

- ABAG. (2022). *Bay Area aging malls and office parks transformation white paper*. <https://abag.ca.gov/sites/default/files/documents/2022-08/bay-area-malls-and-office-parks-transformation-white-paper.pdf>
- Allcot, D. (2019, Temmuz 22). *Big-box retail buildings find new life as mixed-use space*. LoopNet. <https://www.loopnet.com/learn/big-box-retail-buildings-find-new-life-as-mixed-use-space/170901302/>
- American Heritage Dictionary. (t.y.). Mall. Şubat 11, 2024 tarihinde <https://ahdictionary.com/word/search.html?q=malls> adresinden alındı
- Art in Ruins. (2021, Kasım 25). *The Arcade*. <https://artinruins.com/property/arcade/> adresinden alındı
- AYD. (2023, Aralık). *AVM endeksi, Aralık 2023*. Şubat 11, 2024 tarihinde <http://www.ayd.org.tr/avm-ciro-endeksi-aralik-2023> adresinden alındı

- Ben, D. (t.y.). Alışveriş merkezlerinin yeni sınavı Covıd-19. Şubat 11, 2024 tarihinde <http://cushbakisi.com/blog/alisveris-merkezlerinin-yeni-sinavi-covid-19/> adresinden alındı
- Brussat, D. (2016, Ağustos 19). *In search of Russell Warren*. Architecture Here and There. <https://architecturehereandthere.com/2016/08/19/ri-architect-russell-warren-rihs/>
- Cahill, N. (2014). *Financing of Social Housing in Selected European Counties*. NESc. [http://files.nesc.ie/nesc\\_secretariat\\_papers/No\\_11\\_Financing\\_of\\_Social\\_Housing\\_in\\_Selected\\_European\\_Countries.pdf](http://files.nesc.ie/nesc_secretariat_papers/No_11_Financing_of_Social_Housing_in_Selected_European_Countries.pdf) adresinden alındı
- CBRE. (2020, Temmuz 16). *Interest grows in retail real estate transformation*. <https://news.cbre.nl/interest-grows-in-retail-real-estate-transformation/> adresinden alındı
- Colliers. (t.y.). *Overlook on Prospect retail space*. Şubat 11, 2024 tarihinde <https://listingsprod.blob.core.windows.net/ourlistings-usa/dae45be4-cd63-4c0f-a6e3-9d723d28de3f/95e63835-4e1a-4292-a055-eee1e127ffc7> adresinden alındı
- Collins, J. (2022, Ocak 26). *Malls adding apartments to offset dwindling numbers of shoppers*. The Orange County Register. <https://www.ocregister.com/2022/01/25/malls-adding-apartments-to-offset-dwindling-numbers-of-shoppers/> adresinden alındı
- Cumhuriyet. (2023, Aralık 17). Ekonomik kriz AVM'leri vurdu! 70 AVM bankalara devredildi. <https://www.cumhuriyet.com.tr/ekonomi/ekonomik-kriz-avmleri-vurdu-70-avm-bankalara-devredildi-2152632> adresinden alındı
- Custodio, S. (2023, Temmuz 14). *Are aging malls key to boosting affordable housing opportunities across southern California*. Voice Of Oc. <https://voiceofoc.org/2023/07/are-aging-malls-key-to-boosting-affordable-housing-opportunities-across-southern-california/> adresinden alındı
- Distefano, J. (2021, Haziran 17). *Can commercial redevelopment take a bite out of the california housing affordability crisis*. Urbanfootprint. <https://medium.com/urbanfootprint/can-commercial-redevelopment-take-a-biteout-of-the-california-housing-affordability-crisis-fed80ba85b63> adresinden alındı
- Dougherty, P. (2008, Şubat 19). *Alderwood mall opens in Lynnwood on october 4, 1979*. Historylink. <https://www.historylink.org/file/8497> adresinden alındı
- Emlak Kulisi. (2013, Şubat 11). *Türkiye'de son 7 yılda 41 AVM kapandı*. <https://emlakkulisi.com.tr/turkiyede-son-7-yilda-41-avm-kapandi/150647> adresinden alındı
- Emplate. (2021, Ocak 25). *Some of the biggest challenges for shopping malls*. <https://www.emplate.it/post/some-of-the-biggest-challenges-for-shopping-malls> adresinden alındı
- Endeksa. (2019, Ocak 25). *2018 yılında gayrimenkule yasal düzenlemeler ve imar barışı damgasını vurdu*. <https://www.endeksa.com/tr/blog/yazi/2018-yilinda-gayrimenkule-yasal-duzenlemeler-ve-imar-barisi-damgasini-vurdu> adresinden alındı

- Endeksa. (2024, Ocak 17). Endeksa açıkladı: Aralık ayında kira artışı hız kesti, bazı bölgelerde küçük düşüşler var. <https://www.endeksa.com/tr/blog/yazi/endeksa-acikladi-aralik-ayinda-kira-artisi-hiz-kesti-bazi-bolgelerde-kucuk-dususler-var> adresinden alındı
- Eskişehir.Net. (2023, Mayıs 25). *Eskişehir’de kullanılmayan avm harabeye döndü.* <https://www.eskisehir.net/eskisehirde-kullanilmayan-avm-harabeye-dondu> adresinden alındı
- Eva Gayrimenkul. (t.y.). *2017-2019 Avm araştırması.* Şubat 11, 2024 tarihinde <https://evagyd.com/basin-odasi/basin-odasi-1202821122> adresinden alındı
- Fox Haber. (2024, 12 Ocak). *Emekliler arasında zam ayrımcılığı... 12 Ocak 2024 Selçuk Tepeli İle Fox Ana Haber.* [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=ge8exd3rs5u>
- GGLO. (t.y.). *Avalon Alderwood Place.* Şubat 11, 2024 tarihinde <https://www.gglo.com/project/avalon-alderwood-place/> adresinden alındı.
- Girgin, H. A. (2024, Ocak 12). *AVM krizinin perde arkası.* Habertürk. <https://www.haberturk.com/avm-krizinin-perde-arkasi-3653017-ekonomi> adresinden alındı
- Goulston Storrs. (2018, Mart 7). *Bringing residential uses to existing shopping centers—a win win.* <https://www.goulstonstorrs.com/retail-law-advisor/bringing-residential-uses-to-existing-shopping-centers-a-win-win/> adresinden alındı
- Goulston ve Storrs. (2018, Ağustos 8). *On retailidential densification: unpacking the jargon and trends of adding residential uses to shopping centers.* <https://www.goulstonstorrs.com/retail-law-advisor/on-retailidential-densification-unpacking-the-jargon-and-trends-of-adding-residential-uses-to-shopping-centers/> adresinden alındı
- Governor New York. (2022, Mayıs 4). <https://www.governor.ny.gov/news/governor-hochul-announces-completion-44-million-affordable-housing-development-former> adresinden alındı
- GYODER. (t.y.). *AVM.* Şubat 11, 2024 tarihinde <https://gyodergosterge.com/detay/avm#:~:text=2023%20y%c4%b11%c4%b1%203.%c3%87eyre%c4%9fi%20%c4%b0tibariyle,merkezinde%2014milyon%20m%c2%b2%20seviyesine%20yakla%c5%9fm%c4%b1%c5%9ft%c4%b1r> adresinden alındı
- Habertürk Tv. (2024, Ocak 11). *Bacasız fabrikalar iflasın eşiğinde... Bendevi Palandöken ve Prof. Dr. Feride Bahar Işın yanıtladı.* [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=a0gv7zjkiuc> adresinden alındı
- Hayes ve Sherry ve Cushman ve Wakefield. (t.y.). *The Arcade Providence a historic revival.* Şubat 11, 2024 tarihinde <https://images1.loopnet.com/d2/3eteld09bwe1b-xhxwby5hln44f3mte-b82rsvnm9s/document.pdf> adresinden alındı.
- Homes ve Community Renewal. (2022, Mayıs 4). *Governor hochul announces completion of \$44 million affordable housing development at former irondequoit mall.* <https://hcr.ny.gov/news/governor-hochul-announces->

completion-44-million-affordable-housing-development-former  
adresinden alındı

International Council Of Shopping Centers. (1999). *Shopping center definitions*.  
<https://eduardoquiza.files.wordpress.com/2009/09/scdefinitions99.pdf>  
adresinden alındı

International Council Of Shopping Centers. (t.y.) *U.S. shopping-center classification  
and typical characteristics*. Şubat 11, 2024 tarihinde  
[https://www.icsc.com/uploads/t07-subpage/us-shopping-center-  
definition-standard.pdf](https://www.icsc.com/uploads/t07-subpage/us-shopping-center-definition-standard.pdf) adresinden alındı

JLL. (2023, Mart 9). *Alışveriş merkezlerindeki yeniden geliştirmeler karma kullanımı  
benimsiyor*. [https://www.us.jll.com/en/views/mall-redevelopments-  
embrace-mixed-use](https://www.us.jll.com/en/views/mall-redevelopments-embrace-mixed-use) adresinden alındı

Kavros, N. (2023, Mayıs 31). *380 apartments, new retail and dining coming to Brea  
Mall*. Voice Of Oc. [https://voiceofoc.org/2023/05/380-apartments-new-  
retail-and-dining-coming-to-brea-mall/](https://voiceofoc.org/2023/05/380-apartments-new-retail-and-dining-coming-to-brea-mall/) adresinden alındı

Kennedy, J. (2022, Aralık 22). *Florida plagued by affordable housing shortage. Could  
fading shopping malls be an answer?*. Tallahassee Democrat.  
[https://www.tallahassee.com/story/news/politics/2022/12/22/florida-is-  
plagued-by-housing-shortage-vacant-strip-malls-may-help/69744152007/](https://www.tallahassee.com/story/news/politics/2022/12/22/florida-is-plagued-by-housing-shortage-vacant-strip-malls-may-help/69744152007/)  
adresinden alındı.

Kennedy, J. (2022, Şubat 4). *Sizzling housing market in Florida hurts many, but help  
slow to come from legislature*. Tallahassee Democrat.  
[https://www.tallahassee.com/story/news/politics/2022/02/04/florida-  
affordable-housing-crisis-homes-legislature-bills-market-real-  
estate/9293475002/](https://www.tallahassee.com/story/news/politics/2022/02/04/florida-affordable-housing-crisis-homes-legislature-bills-market-real-estate/9293475002/) adresinden alındı

Litterst, R. (n.d.). *Malls have long been losing steam, but it's worse than we thought*.  
The Hustle. Şubat 02, 2024 tarihinde <https://thehustle.co/12132021-malls/>  
adresinden alındı

Mall Hall Of Fame. (t.y.). *Bergen mall*. Şubat 04, 2024 tarihinde [https://mall-hall-of-  
fame.blogspot.com/](https://mall-hall-of-fame.blogspot.com/) adresinden alındı

Mazarakis, A. (2018, Eylül 30). *A closed macy's store in a dead mall was turned into  
a homeless shelter — this is what it looks like inside now*. Business Insider.  
[https://www.businessinsider.com/macys-store-turned-homeless-shelter-  
phoos-2018-9](https://www.businessinsider.com/macys-store-turned-homeless-shelter-phoos-2018-9) adresinden alındı

Mcdermott, M. M. (n.d.). *Medley centre timeline*. Democratand ve Chronicle. Şubat  
10, 2024 tarihinde  
[https://www.democratandchronicle.com/story/money/business/2014/01/0  
8/medley-centre-timeline/4381747/](https://www.democratandchronicle.com/story/money/business/2014/01/08/medley-centre-timeline/4381747/) adresinden alındı

Miller, J. (2023, Şubat 28). *As latest retail apocolypse victim, o.c. shopping mall may  
become housing hybrid*. *Lamag Dergisi*. [https://lamag.com/news/as-latest-  
retail-apocolypse-victim-o-c-shopping-mall-may-become-housing-hybrid](https://lamag.com/news/as-latest-retail-apocolypse-victim-o-c-shopping-mall-may-become-housing-hybrid)  
adresinden alındı

Molla, R. (2020, Aralık 2). *The death and rebirth of America's department stores, in  
charts*. Vox. [https://www.vox.com/recode/21561046/death-rebirth-  
department-stores-retail-charts](https://www.vox.com/recode/21561046/death-rebirth-department-stores-retail-charts) adresinden alındı

- Mueller, K. (2023, Temmuz 20). Malls are being reborn as next-gen mixed-use properties. *Forbes Dergisi*.  
<https://www.forbes.com/sites/kristinmueller/2023/07/20/malls-are-being-reborn-as-next-gen-mixed-use-properties/?sh=1b4120f37a66> adresinden alındı
- Nelson, A. (2021, Kasım 7). *\$2 billion preliminary masterplan published for stonestown development project, San Francisco*. San Francisco Yimby.  
<https://sfyimby.com/2021/10/2-billion-preliminary-masterplan-published-for-stonestown-development-project-san-francisco.html> adresinden alındı
- Oda Tv. (2023, Aralık 28). *AVM'ler satışa değil batışa geçti: mahkeme üç ay mühlet verdi, toplam ziyaretçi sayıları 76 milyon*.  
<https://www.odatv4.com/ekonomi/alisveris-merkezleri-avm-satisa-degil-batisa-gecti-konkordato-iflas-erteleme-ilan-edildi-120018475> adresinden alındı
- Outsidelands. (t.y.). *Stonestown*. Ocak 20, 2024 tarihinde  
<https://www.outsidelands.org/stonestown.php> adresinden alındı
- Passero Associates. (t.y.). *Abandoned mall transformed into senior housing*. Ocak 20, 2024 tarihinde  
<https://www.passero.com/files/r2efcy/mall%20housing%20transformation%20at%20skyview%20park.pdf> adresinden alındı
- Passero Associates. (t.y.). *Skyview park senior housing at former Sears*. Ocak 20, 2024 tarihinde  
<https://www.passero.com/projects/skyview-park-senior-housing-at-former-sears> adresinden alındı
- Pehlivan, S. A. (2016, Eylül 6). *Eski avm'lerde yenileme yarışı*. Ekonomist.  
<https://www.ekonomist.com.tr/makale/eski-avmlerde-yenileme-yarisi-1205> adresinden alındı
- Rafter, D. (2023, Haziran 30). *Apartments, experiences and green spaces: changing consumer demands are pushing malls to evolve*. Rejournals.  
<https://rejournal.com/apartments-experiences-and-green-spaces-changing-consumer-demands-are-pushing-malls-to-evolve/> adresinden alındı
- Resmi Gazete. (18113). Ocak 20, 2024 tarihinde  
<https://mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.2863.pdf> adresinden alındı
- Resmi Gazete. (27836). Ocak 20, 2024 tarihinde  
<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6098.pdf> adresinden alındı
- Resmi Gazete. (29636). Ocak 20, 2024 tarihinde  
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/12/20161230-9.htm> adresinden alındı
- Resmi Gazete. (30557). Ocak 20, 2024 tarihinde  
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/10/20181006-4.htm> adresinden alındı
- Rojo, C. (2023, Ağustos 16). *A new push is underway in massachusetts to develop strip malls into housing*. NBC Boston.  
<https://www.nbcboston.com/news/local/a-new-push-is-underway-in->

massachusetts-to-develop-strip-malls-into-housing/3114877/ adresinden alındı

- SACSC. (2016). *Major retail types, classification and the hierarchy of retail facilities in South Africa*. Urbanstudies. <https://urbanstudies.co.za/wp-content/uploads/2016/11/classification-2016.pdf> adresinden alındı
- Seemuth, M. (2021, Ekim 25). *New lease on life: apartment projects popping up at distressed south florida shopping centers*. The Real Deal. <https://therealdeal.com/miami/2021/10/25/new-lease-on-life-apartment-projects-popping-up-at-distressed-south-florida-shopping-centers/> adresinden alındı
- Serrao, E. K. (2022, Kasım 29). *Reviving old strip malls: what can mansfield learn from woburn, mass.?* Richland Source. <https://www.richlandsource.com/2022/11/29/reviving-old-strip-malls-what-can-mansfield-learn-from-woburn-mass/> adresinden alındı
- Smolens, M. (2023, Temmuz 26). *Michael smolens: are mission valley east and west shopping centers the future of housing?*. Sandiegouniontribune. <https://www.sandiegouniontribune.com/columnists/story/2023-07-26/michael-smolens-are-the-mission-valley-shopping-centers-the-future-of-housing> adresinden alındı
- Steuteville, R. (2019, Ekim 8). *Malls to mixed-use centers and other opportunities*. Public Square CNU Dergisi. <https://www.cnu.org/publicsquare/2019/10/08/malls-mixed-use-centers-and-other-opportunities> adresinden alındı
- Stonestown. (t.y.). *Stonestown concept plan*. Şubat 03, 2024 tarihinde <https://www.stonestown.com/conceptplan> adresinden alındı
- T.C. İstanbul Valiliği. (2020, Mayıs 11). *AVM'lere yönelik koronavirüs tedbirleri*. <http://www.istanbul.gov.tr/avmlere-yonelik-koronavirus-tedbirleri> adresinden alındı
- TCMB. (2024). *Konut fiyat endeksi*. Veri Yönetişimi ve İstatistik Genel Müdürlüğü Anketler ve Endeksler Müdürlüğü. Şubat 03, 2024 tarihinde <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/8bbac42a-c854-4c58-8b0c-e7e55c35ec2d/KFE.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-8bbac42a-c854-4c58-8b0c-e7e55c35ec2d-n> adresinden alındı
- The Overlook on Prospect. (t.y.). *Unit 213-313-413-513*. Ocak 20, 2024 tarihinde <https://theoverlookonprospect.com/wp-content/uploads/Overlook-Floor-Plan-C.pdf> adresinden alındı
- The Real Deal. (2021, Aralık 8). *Us mall values plummeted by one-third in 4 years*. The Real Deal. <https://therealdeal.com/new-york/2021/12/08/us-mall-values-plummeted-one-third-in-4-years/> adresinden alındı
- The Rhode Island Historical Society. (t.y.). *Russell warren project*. Ocak 20, 2024 tarihinde <https://www.rihs.org/russell-warren-project/> adresinden alındı
- Thrasher, T. (2020, Nisan 27). *Mall redevelopment is a growing trend*. Seniors Housing Business. <https://seniorshousingbusiness.com/mall-redevelopment-is-a-growing-trend/> adresinden alındı
- TUİK. (2023, Haziran 9). *Hanehalkı tüketim harcaması, 2022*.

- <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Tuketim-Harcamasi-2022-49690> adresinden alındı
- TUİK. (2024, Ocak 29). *Gelir dağılımı istatistikleri, 2023*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Gelir-Dagilimi-Istatistikleri-2023-53711> adresinden alındı
- TUİK. (2024, Ocak 3). *Tüketici fiyat endeksi, Aralık 2023*. <https://data.tuik.gov.tr/bulten/index?p=tuketici-fiyat-endeksi-aralik-2023-49657> adresinden alındı
- Türk Dil Kurumu. (t.y.). *Alışveriş. Türkçe Sözlük*. Ocak 20, 2024 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- U.S. Census Bureau. (2023, Kasım 17). *Quarterly retail e-commerce sales 3 rd quarter 2023*. [https://www.census.gov/retail/mrts/www/data/pdf/ec\\_current.pdf](https://www.census.gov/retail/mrts/www/data/pdf/ec_current.pdf) adresinden alındı
- United Nations. (1948). *Universal declaration of human rights*. [https://www.ohchr.org/sites/default/files/udhr/documents/udhr\\_translations/eng.pdf](https://www.ohchr.org/sites/default/files/udhr/documents/udhr_translations/eng.pdf) adresinden alındı
- Urban Milwaukee. (t.y.). *The Overlook On Prospect (Prospect Mall Apartments)*. Şubat 11, 2024 tarihinde <https://urbanmilwaukee.com/building/prospect-mall-apartments/> adresinden alındı
- Valensky, L. (2023, Temmuz 27). *Why are shopping malls dying, and how can they make a comeback?* Epos Now. <https://www.eposnow.com/us/resources/why-are-shopping-malls-dying/> adresinden alındı
- Welch, A. (2020, Aralık 18). *Retail vacancy & homelessness: Can two issues accelerated by the pandemic be addressed simultaneously?*. Cornell Real Estate Review. <https://blog.realestate.cornell.edu/2020/12/18/retail-vacancy-homelessness-can-two-issues-accelerated-by-the-pandemic-be-addressed-simultaneously/> adresinden alındı
- Woburnvillage. (t.y.). *Living at woburn village*. Ocak 12, 2024 tarihinde <https://woburnvillage.com/> adresinde alındı
- Url-1. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://static.wixstatic.com/media/c5edfe\\_4edbce047059499481d254a9bebf7f37~mv2.jpg](https://static.wixstatic.com/media/c5edfe_4edbce047059499481d254a9bebf7f37~mv2.jpg) adresinden alındı
- Url-2. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://www.protravel.cz/img/\\_\\_\\_galerie/80551-17897-39889-47378-62633.jpg](https://www.protravel.cz/img/___galerie/80551-17897-39889-47378-62633.jpg) adresinden alındı
- Url-3. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://intertongroup.com/wp-content/uploads/2021/03/interton-referencia-38.jpg> adresinden alındı
- Url-4. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://cdn.mopo.de/uploads/sites/4/2021/06/1090e316fff4a9a8fd347484695ea1df\\_das-alstertal-einkaufszentrum-an-der-strasse-heegbarg-in-hamburg-poppenbuettel.jpg?webp=1](https://cdn.mopo.de/uploads/sites/4/2021/06/1090e316fff4a9a8fd347484695ea1df_das-alstertal-einkaufszentrum-an-der-strasse-heegbarg-in-hamburg-poppenbuettel.jpg?webp=1) adresinden alındı
- Url-5. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://evotech.hu/wp-content/uploads/2021/02/family\\_1.jpg](https://evotech.hu/wp-content/uploads/2021/02/family_1.jpg) adresinden alındı

- Url-6. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://gezentianne.com/wp-content/uploads/2018/01/viaport\\_lunapark.jpg](https://gezentianne.com/wp-content/uploads/2018/01/viaport_lunapark.jpg) adresinden alındı
- Url-7. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://kraft-fm.hu/uploads/services/tmp/1/1570546752market.jpg> adresinden alındı
- Url-8. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://lensyasammerkezi.com/images/galeri/1.jpg> adresinden alındı
- Url-9. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://www.bvz.at/image/650x366-c-jpg/3426056/440\\_0008\\_6303019\\_nsd31pia\\_mcarthurglendesigneroutlet\\_par.jpg](https://www.bvz.at/image/650x366-c-jpg/3426056/440_0008_6303019_nsd31pia_mcarthurglendesigneroutlet_par.jpg) adresinden alındı
- Url-10. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://trthaberstatic.cdn.wp.trt.com.tr/resimler/1984000/1984221.jpg> adresinden alındı
- Url-11. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://www.galleria.com.tr/wp-content/uploads/2022/06/giri%c5%9f-kat%c4%b1.jpg> adresinden alındı
- Url-12. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://anelsis.com/wp-content/uploads/2018/10/galleria\\_project-570x380.png](https://anelsis.com/wp-content/uploads/2018/10/galleria_project-570x380.png) adresinden alındı
- Url-13. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://tiac-aitc.ca/\\_Modules/Zine/470/913\\_MTCC-South\\_Exterior\\_SM.jpg](https://tiac-aitc.ca/_Modules/Zine/470/913_MTCC-South_Exterior_SM.jpg) adresinden alındı
- Url-14. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <http://en.besiktas.bel.tr/media/gallery/akmerkez/akmerkez.png> adresinden alındı
- Url-15. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://staticbiassets.in/thumb/msid-57965248,width-700,height-525,imgsize-102929/the-one-hundred-oaks-mall-which-opened-in-1967-was-nashville-tennessees-first-large-scale-enclosed-shopping-mall-over-time-the-malls-profits-plummeted-.jpg> adresinden alındı
- Url-16. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://www.greshamsmith.com/wp-content/uploads/2018/12/25721\\_00\\_n123\\_medium.jpg](https://www.greshamsmith.com/wp-content/uploads/2018/12/25721_00_n123_medium.jpg) adresinden alındı
- Url-17. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://quahog.org/sites/default/files/aht/attractions/arcade/18900000c\\_ph\\_rose-06e.jpg](https://quahog.org/sites/default/files/aht/attractions/arcade/18900000c_ph_rose-06e.jpg) adresinden alındı
- Url-18. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://quahog.org/sites/default/files/aht/attractions/arcade/19580400\\_lawrence\\_e\\_tilley-01c.jpg](https://quahog.org/sites/default/files/aht/attractions/arcade/19580400_lawrence_e_tilley-01c.jpg) adresinden alındı
- Url-19. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://www.rihs.org/wp-content/uploads/2016/10/rhix172815w.jpg> adresinden alındı
- Url-20. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://assets.simpleviewinc.com/simpleview/image/upload/c\\_limit,q\\_75,w\\_1200/v1/crm/providence/arcade0-1db2ad7a5056a36\\_1db2aef8-5056-a36a-0915552898b9073b.jpg](https://assets.simpleviewinc.com/simpleview/image/upload/c_limit,q_75,w_1200/v1/crm/providence/arcade0-1db2ad7a5056a36_1db2aef8-5056-a36a-0915552898b9073b.jpg) adresinden alındı
- Url-21. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/598638d0be6594b05b2ff1fd/1505274292207-5q4wwyzf869lac1qo61g/arc31.jpg?Format=1500w> adresinden alındı

- Url-22. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/5ecd35cca30a5f7e77487e9b/1590508254199-pfsljlohisu2yskgdv19/img\\_1997.jpg?Format=500w](https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/5ecd35cca30a5f7e77487e9b/1590508254199-pfsljlohisu2yskgdv19/img_1997.jpg?Format=500w) adresinden alındı
- Url-23. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/598638d0be6594b05b2ff1fd/1505273931489-01tdbjo88qkt2oa5lxzi/arc23.jpg?Format=1500w> adresinden alındı
- Url-24. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/598638d0be6594b05b2ff1fd/1505273675230-cg5kw58sh4pwwm4ldas0/arc29.jpg?Format=1500w> adresinden alındı
- Url-25. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/598638d0be6594b05b2ff1fd/1505184409459-afrrsv6ug6i0rmetd6td1/arc3.jpg?Format=1500w> adresinden alındı
- Url-26. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://i.guim.co.uk/img/media/6c0e432d2d4438747d4062c5d775c26f6bf28953/0\\_145\\_2848\\_1709/master/2848.jpg?width=1300&dpr=1&s=none](https://i.guim.co.uk/img/media/6c0e432d2d4438747d4062c5d775c26f6bf28953/0_145_2848_1709/master/2848.jpg?width=1300&dpr=1&s=none) adresinden alındı
- Url-27. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/598638d0be6594b05b2ff1fd/1505273889650-tot3cw1neqevzgsr9wg/arc24.jpg?Format=1000w> adresinden alındı
- Url-28. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://www.historylink.org/content/media/photos/large/plan-for-alderwood-mall-john-graham-and-co-1978-1979-lynnwood-ca-1978.jpg> adresinden alındı
- Url-29. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://2.bp.blogspot.com/-bx8a8pvtc7u/ux2\\_v1e-sbi/aaaaaaaamu/2gsgmwdijsu/s1600/alderwoodmalllynnwoodwa3a.jpg](https://2.bp.blogspot.com/-bx8a8pvtc7u/ux2_v1e-sbi/aaaaaaaamu/2gsgmwdijsu/s1600/alderwoodmalllynnwoodwa3a.jpg) adresinden alındı
- Url-30. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://1.bp.blogspot.com/-usu8waex9ho/ux2-we2-gsi/aaaaaaaakk/gwg79i9u56k/s1600/alderwoodmalllynnwoodwa3b.jpg> adresinden alındı
- Url-31. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://4.bp.blogspot.com/-fsd1hchh5-8/ukdw6-0zrz1/aaaaaaaab6m/yn8cargk3z1/s1600/alderwoodmalllynnwoodwa7a.jpg> adresinden alındı
- Url-32. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://shepherdexpress.com/downloads/58582/download/prospect-mall-1977.jpg?cb=59f7da24445bf17cece0b784b0acd403&w=1200&h=> adresinden alındı
- Url-33. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://i.insider.com/5bab836dde9560b46d8b456a?width=700&format=jpeg&auto=webp> adresinden alındı
- Url-34. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://eskisehirnet.teimg.com/crop/1280x720/eskisehir-net/uploads/2023/05/sdf00000010-2023-05-25t121159674.png>

adresinden alındı

- Url-35. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://i.insider.com/5bab831e304c38486d8b4569?width=700&format=jpeg&auto=webp> adresinden alındı
- Url-37. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <http://cushbakisi.com/blog/wp-content/uploads/2020/05/derya-grafik-1024x416.png> adresinden alındı
- Url-38. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://content.presspage.com/uploads/1193/1920\\_cbreshareofretailreales-tateinvestmenteng.jpg?10000](https://content.presspage.com/uploads/1193/1920_cbreshareofretailreales-tateinvestmenteng.jpg?10000) adresinden alındı
- Url-39. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [http://cushbakisi.com/blog/wp-content/uploads/2020/05/Derya\\_Blog\\_Map-Son-1024x576.jpg](http://cushbakisi.com/blog/wp-content/uploads/2020/05/Derya_Blog_Map-Son-1024x576.jpg) adresinden alındı
- Url-40. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://www.rochestersubway.com/images/photos/rochester-medley-center-irondequoit-mall-28.jpg> adresinden alındı
- Url-41. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://www.outsidelands.org/image/700//images/stonestown-aerial-1957.jpg> adresinden alındı
- Url-42. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://inhabitat.com/wp-content/blogs.dir/1/files/2016/01/Arcade-Providence-micro-lofts-by-Northeast-Collaborative-Architects-5-889x712.jpg> adresinden alındı
- Url-43. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://inhabitat.com/wp-content/blogs.dir/1/files/2016/01/Arcade-Providence-micro-lofts-by-Northeast-Collaborative-Architects-2-889x662.jpg> adresinden alındı
- Url-44. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTDMDcKP23sjY-MwnZOuslBkhGz7Yn1XBeuwCe\\_iVcYww&s](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTDMDcKP23sjY-MwnZOuslBkhGz7Yn1XBeuwCe_iVcYww&s) adresinden alındı
- Url-45. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://patch.com/img/cdn20/users/22924509/20170927/104023/styles/raw/public/processed\\_images/17169195727\\_2db9b9630a\\_k-1506522780-1868.jpg?width=1200](https://patch.com/img/cdn20/users/22924509/20170927/104023/styles/raw/public/processed_images/17169195727_2db9b9630a_k-1506522780-1868.jpg?width=1200) adresinden alındı
- Url-46. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://rbj.net/wp-content/blogs.dir/1/files/2017/08/skyview2.jpg> adresinden alındı
- Url-47. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://christa.com/wp-content/uploads/2020/06/Christa-Medley-Centre-091221-Small-100.jpg> adresinden alındı
- Url-48. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://www.passero.com/images/AcDMUf.1cae/1180w800h/Skyview%20Exterior%207.jpg> adresinden alındı
- Url-49. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://www.democratandchronicle.com/gcdn/presto/2018/08/13/PROC/0e2c16ac-17d5-4442-a37d-c94c92085a47-SearsApts3.JPG?width=660&height=429&fit=crop&format=pjpg&auto=webp> adresinden alındı

- Url-50. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://cdngeneralcf.rentcafe.com/dmslivecafe/2/105920/1%20bdm%20Acc.jpg?&maxwidth=800&quality=85&> adresinden alındı
- Url-51. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/543f28afe4b04bbe6d9e6897/1555095631695-085GBR2TCTN6HJ3AELEP/aerial\\_site.JPG](https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/543f28afe4b04bbe6d9e6897/1555095631695-085GBR2TCTN6HJ3AELEP/aerial_site.JPG) adresinden alındı
- Url-52. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://media.bizj.us/view/img/12104517/woburn-village-17\\*660xx6720-3780-0-350.jpg](https://media.bizj.us/view/img/12104517/woburn-village-17*660xx6720-3780-0-350.jpg) adresinden alındı
- Url-53. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://calisphere.org/clip/500x500/64ea2ba137cc506f6b83daee056bbd8d> adresinden alındı
- Url-54. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://s7d2.scene7.com/is/image/TWCNews/BreaMall\\_rendering\\_Courtesy\\_SimonProperties?wid=1250&hei=703&\\$wide-bg\\$](https://s7d2.scene7.com/is/image/TWCNews/BreaMall_rendering_Courtesy_SimonProperties?wid=1250&hei=703&$wide-bg$) adresinden alındı
- Url-55. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://www.ocreger.com/wp-content/uploads/2022/11/OCR-L-WESTMALL-1104-JG-07.jpg?w=768> adresinden alındı
- Url-56. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://tca-arch.com/wp-content/uploads/2019/10/Screen-Shot-2019-05-02-at-4.48.49-PM.jpg> adresinden alındı
- Url-57. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://urbanmilwaukee.com/wp-content/gallery/lower-east-side/img\\_9747.jpg](https://urbanmilwaukee.com/wp-content/gallery/lower-east-side/img_9747.jpg) adresinden alındı
- Url-58. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://theoverlookonprospect.com/wp-content/uploads/DJI\\_0518.jpg](https://theoverlookonprospect.com/wp-content/uploads/DJI_0518.jpg) adresinden alındı
- Url-59. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://theoverlookonprospect.com/wp-content/uploads/OverlookonProspect\\_exterior1.jpg](https://theoverlookonprospect.com/wp-content/uploads/OverlookonProspect_exterior1.jpg) adresinden alındı
- Url-60. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://urbanmilwaukee.com/wp-content/gallery/lower-east-side/keith-0912.jpg> adresinden alındı
- Url-61. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://urbanmilwaukee.com/wp-content/gallery/lower-east-side/ff-033.jpg> adresinden alındı
- Url-62. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://cdn-thumbor.immofinanz.com/q9dLU9nnoyMp-Xy7viebY2owFI=/1920x1080/filters:quality\(90\)/https%3A/cdn.immofinanz.com/uploads/production/602b986b5851a4f31d39b6b0/stop-shop-obuda.jpg](https://cdn-thumbor.immofinanz.com/q9dLU9nnoyMp-Xy7viebY2owFI=/1920x1080/filters:quality(90)/https%3A/cdn.immofinanz.com/uploads/production/602b986b5851a4f31d39b6b0/stop-shop-obuda.jpg) adresinden alındı
- Url-63. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://www.arte.it/foto/600x450/f7/51709-221110522.jpg> adresinden alındı
- Url-64. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://patch.com/img/cdn/users/86611/2012/10/raw/83b846c46b717a29b257c25f38f83c17.jpg?width=1200> adresinden alındı
- Url-65. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://image.cnnturk.com/i/cnnturk/75/770x0/5ce54f40ae784911ecb496>

e5.jpg adresinden alındı

- Url-66. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://ca-times.brightspotcdn.com/dims4/default/3454baf/2147483647/strip/true/crop/5464x3640+0+0/resize/1200x799!/format/webp/quality/75/?url=https%3A%2F%2Fcalifornia-times-brightspot.s3.amazonaws.com%2F69%2F56%2F048183b74a1a8ed1b3785f84ad78%2Faerial-2.jpg> adresinden alındı
- Url-67. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://avalonbay-avalon-communities-prod.cdn.arcpublishing.com/resizer/pLmX2\\_2ud0zn26cQIuhJQejaqq8=/2400x1090/filters:quality\(85\)/cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/avalonbay/VYYH5VXRTVDCNLZP7GSA G27W5U.jpg](https://avalonbay-avalon-communities-prod.cdn.arcpublishing.com/resizer/pLmX2_2ud0zn26cQIuhJQejaqq8=/2400x1090/filters:quality(85)/cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/avalonbay/VYYH5VXRTVDCNLZP7GSA G27W5U.jpg) adresinden alındı
- Url-68. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://avalonbay-avalon-communities-prod.cdn.arcpublishing.com/resizer/LdaIPU7ANe5bOahCrBe72Hb7oU0=/2400x1090/filters:quality\(85\)/cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/avalonbay/GQ7ON3RLCFHWTHGBQL5R AFOBEE.jpg](https://avalonbay-avalon-communities-prod.cdn.arcpublishing.com/resizer/LdaIPU7ANe5bOahCrBe72Hb7oU0=/2400x1090/filters:quality(85)/cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/avalonbay/GQ7ON3RLCFHWTHGBQL5R AFOBEE.jpg) adresinden alındı
- Url-69. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://avalonbay-avalon-communities-prod.cdn.arcpublishing.com/resizer/frDApVcdkan69ZYejmNj-xijZM=/2400x1090/filters:quality\(85\)/cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/avalonbay/LC3YJCFJARCJPHPUMENFW V2444.jpg](https://avalonbay-avalon-communities-prod.cdn.arcpublishing.com/resizer/frDApVcdkan69ZYejmNj-xijZM=/2400x1090/filters:quality(85)/cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/avalonbay/LC3YJCFJARCJPHPUMENFW V2444.jpg) adresinden alındı
- Url-70. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://avalonbay-avalon-communities-prod.cdn.arcpublishing.com/resizer/LvaAvFWQaxlY1HLe73JdWBwAu4Y=/2400x1090/filters:quality\(85\)/cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/avalonbay/6JT2HSSH6BHQVMTY3RPPK6 C45E.jpg](https://avalonbay-avalon-communities-prod.cdn.arcpublishing.com/resizer/LvaAvFWQaxlY1HLe73JdWBwAu4Y=/2400x1090/filters:quality(85)/cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/avalonbay/6JT2HSSH6BHQVMTY3RPPK6 C45E.jpg) adresinden alındı
- Url-71. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://avalonbay-avalon-communities-prod.cdn.arcpublishing.com/resizer/FQ6GE58EsEmjhanj2LDnveWT2Xc=/2400x1090/filters:quality\(85\)/cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/avalonbay/NMOVTCCK5NBXPBP5PGJXE 5SKBA.jpg](https://avalonbay-avalon-communities-prod.cdn.arcpublishing.com/resizer/FQ6GE58EsEmjhanj2LDnveWT2Xc=/2400x1090/filters:quality(85)/cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/avalonbay/NMOVTCCK5NBXPBP5PGJXE 5SKBA.jpg) adresinden alındı
- Url-72. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://avalonbay-avalon-communities-prod.cdn.arcpublishing.com/resizer/U3D02uNPJRfo91ROV5cWIT1tjn4=/2400x1090/filters:quality\(85\)/cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/avalonbay/UXWY4P4UTFB5XOKGOW6S 5GKUAQ.jpg](https://avalonbay-avalon-communities-prod.cdn.arcpublishing.com/resizer/U3D02uNPJRfo91ROV5cWIT1tjn4=/2400x1090/filters:quality(85)/cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/avalonbay/UXWY4P4UTFB5XOKGOW6S 5GKUAQ.jpg) adresinden alındı
- Url-73. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://theoverlookonprospect.com/wp-content/uploads/DSC\\_2025M\\_FLAT.jpg](https://theoverlookonprospect.com/wp-content/uploads/DSC_2025M_FLAT.jpg) adresinden alındı
- Url-74. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://theoverlookonprospect.com/wp-content/uploads/DSC\\_2682M\\_R2\\_FLAT\\_BRT.jpg](https://theoverlookonprospect.com/wp-content/uploads/DSC_2682M_R2_FLAT_BRT.jpg) adresinden alındı
- Url-75. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://theoverlookonprospect.com/wp-content/uploads/Overlook-on-Prospect-Interior-1.jpg> adresinden alındı
- Url-76. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://theoverlookonprospect.com/wp-content/uploads/OverlookonProspect\\_Lobby.jpg](https://theoverlookonprospect.com/wp-content/uploads/OverlookonProspect_Lobby.jpg) adresinden alındı

- Url-77. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://www.passero.com/images/OpZAYW.f666/1180w800h/Skyview%20Park%2013.jpg> adresinden alındı
- Url-78. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://www.passero.com/images/3C7SBz.b979/1180w800h/Skyview%20Park%2011.jpg> adresinden alındı
- Url-79. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://www.passero.com/images/BvNPQ4.f2b1/1180w800h/Skyview%20Park%2019.jpg> adresinden alındı
- Url-80. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://www.passero.com/images/A5FaIg.47f5/1180w800h/Skyview%20Park1.jpg> adresinden alındı
- Url-81. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://theoverlookonprospect.com/wp-content/uploads/OverlookonProspect\\_Neighborhood.jpg](https://theoverlookonprospect.com/wp-content/uploads/OverlookonProspect_Neighborhood.jpg) adresinden alındı
- Url-82. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://earth.google.com/web/search/Irondequoit+Mall+Drive,+Irondequoit,+New+York,+Amerika+Birle%20Devletleri/@43.20313447,-77.56848302,125.54777295a,6207.15357533d,35y,0h,0t,0r/data=CigiJgokCc2bLc3fTJAecY2bLc3fTLAGUPpYEzK0khAIULpYEzK0kjAOgMKATA> adresinden alındı
- Url-83. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://earth.google.com/web/search/Overlook+on+Prospect/@43.06135982,-87.88426244,194.5045372a,2484.72598456d,35y,0h,0t,0r/data=CigiJgokCdWVrHNMnEVAEePLIUqzl0VAGaosBjTVYFPAIfdqONnuZ1PAOgMKATA> adresinden alındı
- Url-84. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://earth.google.com/web/search/The+Arcade+Providence/@41.82027442,-71.41458746,8.28654786a,3444.60401155d,35y,0h,0t,0r/data=CigiJgokCUKxeojTiEVAEfAedpbhkvVAGdyAQkYY91XAIZ-xuTwX-lXAOgMKATA> adresinden alındı
- Url-85. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde <https://earth.google.com/web/search/Atak%20Galleria+Al%20Merkezi,+Kennedy+Caddesi,+Bak%20Irk%20Istanbul/@40.97415855,28.87006661,3.92544505a,861.28682362d,35y,0h,0t,0r/data=CigiJgokCRAnbl55g0RAEX804XT6gkRAGdpulLss8jxAIb3Ebo837zxAOgMKATA> adresinden alındı
- Url-86. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://yapidergisi.com/wp-content/uploads/2019/06/Gorsel\\_07-Large-1030x626.jpg](https://yapidergisi.com/wp-content/uploads/2019/06/Gorsel_07-Large-1030x626.jpg) adresinden alındı
- Url-87. (tarih yok). Şubat 11, 2024 tarihinde [https://www.papercitymag.com/wp-content/uploads/2022/07/The-Galleria\\_Ice-Rink-1024x682.jpg](https://www.papercitymag.com/wp-content/uploads/2022/07/The-Galleria_Ice-Rink-1024x682.jpg) adresinden alındı

## EKLER



## Ek-1: Konut İşlevli Dönüşen ve Dönüşümü Planlanan Alışveriş Merkezleri

Yapı	Yapı Yapım Tarihi	Ülke/ Şehir	Proje Müellifleri	Sınıflandırma
Westlake Mall	1951	ABD/ Kaliforniya	Kimco Realty Corp./ SGPA	Bölgesel Merkez
Brea Mall	1977	ABD /Brea	Simon Property Group/ Homart Geliştirme Şirketi	Süper Bölgesel Merkez
Stoneridge Mall	1980	Kaliforniya/ABD	Simon Property Group/The Pleasanton City Council	Süper Bölgesel Merkez
Swansea Alışveriş Merkezi	1975	Massachusetts/ ABD	Anagnost Companies/Kraft Group	Bölgesel Merkez
Pembroke Mall	196	Pembroke/ ABD	Pembroke Square Associates.	Bölgesel Merkez
Moorestown Mall	1963	New Jersey/ABD	Pennsylvania Real Estate Investment Trust/ Bel Canto	Süper Bölgesel Merkez
Northland Village Mall	1971	Calgary, Kanada	The Primaris	Bölgesel Merkez
Westminster Mall	1974	Kaliforniya /ABD	Washington Prime Group/ TCA	Süper Bölgesel Merkez
Metrocenter Mall	1973	ABD/ Phoenix,	Carlyle Development Group	Süper Bölgesel Merkez
Paradise Valley Mall	1978	Phoenix /ABD	Macerich and RED Development /-	Süper Bölgesel Merkez
RiverGate Mall	1971	Goodlettsville/ABD	Hendon Properties	Süper Bölgesel Merkez
Danbury Mall	1986	Danbury/ABD	Macerich/-	Süper Bölgesel Merkez
Oakridge Center	1959	Columbia, Kanada	QuadReal/ QuadReal Property Group	Süper Bölgesel Merkez
Cloverdale Mall	195	Etobicoke Kanada	QuadReal Property Group/ Giannone Petricone Associates	Bölgesel Merkez
CF Masonville Place	1985	Kanada/ Ontario	Cadillac Fairview/ Cadillac Fairview	Bölgesel Merkez
Long Beach City Place	1982	ABD	DDR Corp. , Coventry Real Estate Partners ve Prudential Real Estate/ DDR Corp.	Bölgesel Merkez
Southridge Mall	1970	Wisconsin/ ABD	Spinoso Real Estate Group/-	Bölgesel Merkez
Short Pump Town Center	2003	Henrico County ABD	Queensland Investment Corporation/-	Bölgesel Merkez
Galleria at White Plains	1980	New York/ ABD	Farallon Cap. Mgt./Pacific Retail Capital Partners (PRCP)	Süper Bölgesel Merkez
Mission ValleyMall	1961	Kaliforniya/ ABD	Real Capital Solutions (Mission Valley East) Sunbelt Investment Holdings Inc.	Süper Bölgesel Merkez
Lakeside Mall	1976	Michigan/ ABD	Out Of The Box Ventures/-	Süper Bölgesel Merkez
Westfield Old Orchard Mall	1956	Illinois/ ABD	Unibail-Rodamco-Westfield/-	Süper Bölgesel Merkez
Wilton Mall	1990	ABD /New York	Macerich- Wilmorite Properties	Bölgesel Merkez
MainPlace Mall	1987	ABD/ Kaliforniya	Centennial Real Estate (Texas)	Süper Bölgesel Merkez
Maine Mall	1971	ABD/ Maine	Brookfield Properties-Greater Portland Council of Governments	Süper Bölgesel Merkez
Garden State Plaza	1957	New Jersey -ABD	Unibail-Rodamco Westfield-	Süper Bölgesel Merkez
Buena Park	1961	ABD/ Kaliforniya	Cirrus Asset Management Inc-	Süper Bölgesel Merkez
Tanforan Mall	1971	ABD/ Kaliforniya	QIC GRE-	Bölgesel Merkez
Sherway Gardens	1971	Kanada/Ontario	The Ontario Teachers Pension Plan-	Perakende Parkı
Scarborough Town Center	1973	Kanada/Ontario	Alberta Investment Management Corporation ve OMERS/-	Süper Bölgesel Merkez
Yorkgate Mall	1991	Kanada/North York	Great Northern Development	Süper Bölgesel Merkez

## Ek-1: (Devamı) Konut İşlevli Dönüşen ve Dönüşümü Planlanan Alışveriş Merkezleri

Yapı	Yapı Yapım Tarihi	Ülke/ Şehir	Proje Müellifleri	Sınıflandırma
Yorkdale Mall	1964	Kanada/Ontario	AIMCo ve OMERS-	Süper Bölgesel Merkez
Centrepoint Mall	1966	Kanada/Ontario	Revenue Properties Company Limited-	Bölgesel Merkez
Dufferin Mall	1973	Kanada/Ontario	Primaris GYO	Bölgesel Merkez
Concord Mall	1972	ABD / Indiana	Triyar/-	Bölgesel Merkez
Moorestown Mall	1963	ABD/ New Jersey	Pennsylvania Real Estate Investment Trust	Süper Bölgesel Merkez
Lime Ridge Mall	1981	Kanada/Ontario	Cadillac Fairview	Bölgesel Mzrkez
Richland Mall	1961	ABD/ Güney Karolina	Southeastern Development	Bölgesel Merkez
Music City Mall	1980	ABD/ Teksas	ICA Properties/ JMB Urban Development	Bölgesel Merkez
Northgate Mall	1966	ABD/ Kaliforniya	Merlone Geier Partners	Bölgesel Merkez
Palisades Center	1998	ABD/ New York	The Pyramid Companies	Süper Bölgesel Merkez
Mazza-Gallerie Mall	1977	ABD/ Washington	Tishman Speyer	Topluluk Merkezi
Volusia Mall	1974	ABD/ Florida	CBL & Associates Properties, Inc./-	Süper Bölgesel Merkez
Richmond Lansdowne Center	1977	Kanada/ Richmond	Vanprop Investments Ltd./-	Bölgesel Merkez
Capilano Mall	1967	Kanada/ Kuzey Vancouver	bcIMC Realty Corporation/-	Bölgesel Merkez
Bayview Village Mall	1963	Kanada/ Ontario	QuadReal (BCIMC)/-	Bölgesel Merkez
Sarasota Square Mall	1977	ABD/ Florida	Torburn Partners/-	Süper Bölgesel Merkez
Savannah Mall	1990	ABD/ Georgia	BCHM Investment Group/-	Bölgesel Merkez
Circle Centre Mall	1995	ABD/ Indiana	Circle Centre Development Company/-	Bölgesel Merkez
Ocean County Mall	1976	ABD/New Jersey	Simon Property Group	Bölgesel Merkez
Stadium Mall	1962	Calgary/ Kanada	Western Securities/MTA	Bölgesel Merkez
Charlestowne Mall	1991	Illinois/ ABD	Urban Street Group/	Süper Bölgesel Merkez
Pompano Citi Centre	2006	Florida /ABD	The Morgan Group	Topluluk Merkezi
Boynton Beach Mall	1985	Florida /ABD	Washington Prime Group	Süper Bölgesel Merkez
Brea Mall	1977	Kaliforniya/ABD	Simon Property Group/ Homart Development Company	Süper Bölgesel Merkez
Connecticut Post Mall	1960	Milford, Connecticut/ABD	Centennial Real Estate Company/-	Süper Bölgesel Merkez
Queensmere Observatory Mall	1970	Slough, İngiltere	Abu Dhabi InvestmentNAuthority	Süper Bölgesel Merkez
Valley West Mall	1975	ABD/ Iowa	Watson Centers Inc.	Süper Bölgesel Merkez
Lakeforest Mall	1978	Maryland/ ABD	WRS Inc. Real Estate Investments/ WRS Inc. Real Estate Investments	Süper Bölgesel Merkez
Uptown Harbour Mall	1970	ABD/ Florida	Dezer Development	Süper Bölgesel Merkez
Eastgate Mall	1979	ABD/Virginia	Insight Property Group / American Properties of MD LLC	Bölgesel Merkez
Midway Mall	1966	ABD/ Ohio	Lorain County Port Authority- Richard E Jacobs Company	Süper Bölgesel Merkez
The Rise (Valco Mall)	1976	Kaliforniya / ABD	Sand Hill Property Co/ Valco Fashion Park Venture (Phillip Lyon, Gordon & Co. and Valco Park Ltd.)	Süper Bölgesel Merkez
Kingsdale Mall	1959	ABD/ Ohio	Continental Real Estate Companies	Süper Bölgesel Merkez
Tri-County Mall	1960	ABD/ Ohio	MarketSpace Capital, Park Harbor Capita	Bölgesel Merkez
Glendale Town Center	1958	Indiana/ ABD	Kite Realty	Bölgesel Merkez
North Point Mall	1993	Georgia/ ABD	Trademark Property/ New York Life Insurance Co.	Süper Bölgesel Merkez

## Ek-1: (Devamı) Konut İşlevli Dönüşen ve Dönüşümü Planlanan Alışveriş Merkezleri

Yapı	Yapı Yapım Tarihi	Ülke/ Şehir	Proje Müellifleri	Sınıflandırma
Edmonton Green Mall	1967	Londra/ İngiltere	Crosstree/-	Süper Bölgesel Merkez
Westmont Mall	1976	ABD Virginia	/ Republic Land Development (Westmont Properties, L.C. )	Bölgesel Merkez
Crestwood Court	1957	Crestwood, Missouri ABD	Centrum Properties/ Dierbergs and McBride Homes	Süper Bölgesel Merkez
Burnsville Center	1977	ABD Minnesota	Pacifica Burnsville/ Kohan Retail Investment	Süper Bölgesel Merkez
Aiken Mall	1989	South Carolina ABD	/ Southeastern Development Associates	Bölgesel Merkez
Diagonal Plaza	1960	ABD/ Colorado	Boulder Housing Partners, Trammell Crow Co., and Coburn Partners	Süper Bölgesel Merkez
The Marketplace at Factoria	1993	ABD/ Washington	/Kimco Realty Corp.	Bölgesel Merkez
Golf Mill Mall	1960	Illinois/ ABD	Sterling Organization	Süper Bölgesel Merkez
Brodie Oaks Mall	1980	Texas/ ABD	Barshop & Oles Co. / Lionstone Investments	Bölgesel Merkez
Landmark Mall	1965	Virginia/ ABD	Howard Hughes Corp.	Bölgesel Merkez
Sandusky 4314 Alışveriş Merkezi	1977	Ohio	Cafaro Company/Cafaro Company	Süper Bölgesel Merkez
Markville Mall	1982	Markham	CF- Cadillac Fairview	Süper Bölgesel Merkez
Fairview Mall	1970	Toronto/ ABD	Cadillac Fairview ve TD Greystone Asset Management funds / Fairview Corp. Kanada Ltd.	Süper Bölgesel Merkez
Square One Mall	1973	Mississauga/ ABD	Oxford Properties Group/ JPRS Architects	Süper Bölgesel Merkez
Fair Oaks Mall	1982	Fairfax/ ABD	Taubman Centers/ A. Alfred Taubman	Süper Bölgesel Merkez
Regency Square Mall	1967	Jacksonville/ ABD	Namdar Realty Group Mason Asset Management/-	Süper Bölgesel Merkez
Oviedo Mall	1998	Oviedo/ ABD	International Growth Properties/ Marc Hagle	Süper Bölgesel Merkez
Hawthorn Mall	1973	Vernon Hills/ ABD	Centennial Real Estate Montgomery Street Partners USAA Real Estate Westfield Corporation/ Centennial Real Estate Co.	Süper Bölgesel Merkez
Collin Creek Mall	1981	Plano/ ABD	Centurion American/ Centurion American Development	Süper Bölgesel Merkez
Fox Valley Mall	1975	Illinois/ ABD	Centennial Real Estate	Süper Bölgesel Merkez
Tim Tiny Plaza	-	Kalifornia/ ABD	Community Development Partners	Semt Merkezi
Grand Avenue Mall	-	Wisconsin/ABD	The Aggero Group, Hempel Companies TKWA	Bölgesel Merkez
Westminster Arcade	1828	Wisconsin/ABD	Interstate Development ve Hempel Companies	Bölgesel Merkez
Prospect Mall	1976	Wisconsin/ABD	Joseph Property Development Miller Architectural Group	Semt Merkezi
Alderwood Mall	1979	Wisconsin/ ABD	GGLO	Süper Bölgesel Merkez
Stonestown Galleria	1952	San Francisco/ ABD	Brookfield Properties Sitelab Urban Studio, Einwiller Kuchl Landscape Architect, David Baker Architect, Fehr & Peers ve CBG Architects	Süper Bölgesel Merkez
Irondequoit Mall	1990	New York/ABD	PathStone Corp.	Bölgesel Merkez
Monmouth Mall	1960	New Jersey/ ABD	Kushner Companies/-	Süper Bölgesel Merkez

## Ek-2: Stonestown Yeniden Canlandırma Projesi'nin Parsel Başına İzin Verilen Arazi Kullanımları

Parsel/ Kullanım	Konut	Ticari	Kurumsal	Perakende Dışı Satış ve Hizmet	Rekreasyon, Sanat, Eğlence	Ofis	Özel Otopark	Halka Açık Kapalı Otopark
E1	Var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	Var	Var	Yok
E2	Var	Var	Var	Var	Var	Var	Var	Yok
E3E	Var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	Var	Var	Yok
E4	Var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	Var	Var	Yok
E5	Var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	Var	Var	Yok
E6	Var	Var	Var	Var	Var	Var	Var	Yok
W1	Var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	Var	Var	Yok
W2	Var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	Var	Var	Var
W3/4	Var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	Var	Var	Yok
S1	Var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	Var	Var	Yok
S2	Var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	Var	Var	Yok
S3	Var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	Var	Var	Var
NW1	Var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	Var	Var	Yok
NW2	Var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	Var	Var	Yok
NW3	Var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	İlk 3 kata kadar var	Var	Var	Yok
AÇIK ALAN	Yok	Var	Var	Yok	Var	Yok	Var	Yok

### Ek-3: İstanbul'da Faliyette Olan Alışveriş Merkezleri

İLÇE	AVM'nin İsmi	Açılış Yılı	Plan Şeması
ATAŞEHİR	Optimum Outlet AVM	2008	Dal Ağaç
	Palladium AVM	2008	Hibrid
	Kozyatağı Carrefour AVM	1993	Dal Ağaç
	Watergarden AVM	2016	Dal/Ağaç
	Novada Ataşehir Avm	2013	Dal/Ağaç
	Metropol İstanbul	2019	Halter
	Bulvar 216	2014	Dal/Ağaç
	Brandium AVM	2013	Hibrid
ARNAVUTKÖY	Avlu 34 AVM	2018	U Şekilli Merkez
AVCILAR	Pelican Mall AVM	2010	Halter
	Torium Avm	2010	Doğrusal
BAĞCILAR	212 İst. Power Outlet AVM	2009	Dal Ağaç
	Güneşli Park AVM	2012	Hibrid
	Güneşli Metro AVM	1990	Dal Ağaç
	Oasis Designer Outlet AVM	2017	Hibrid
BAHÇELİEVLER	Ömür Plaza AVM	2006	Doğrusal
	Metroport AVM	2008	Dal Ağaç
	Kadir Has AVM	2000	Dal Ağaç
	Star City AVM	2010	Hibrid
	İstwest AVM	2013	Hibrid
	Koçtaş AVM Yenibosna	2006	Dal Ağaç
BAKIRKÖY	Galleria AVM	1988	Halter
	Capacity AVM	2007	Dal Ağaç
	Carousel AVM	1995	Dal Ağaç
	Airport AVM	2008	Dal Ağaç
	Ataköy A Plus AVM	2010	Doğrusal
	Aqua Florya AVM *	2012	Doğrusal
	Marmara Forum AVM	2011	Hibrid
	Fly Inn AVM	2003	Dal Ağaç
	Koru Florya AVM	2014	Dal Ağaç
BAŞAKŞEHİR	Mall Of İstanbul AVM	2014	Hibrid
	Prestige Mall AVM	2007	Doğrusal
	Olimpa AVM	2010	Doğrusal
	Deposit Outlet AVM	2008	Dal Ağaç
	Metronom AVM	2004	Dal Ağaç
BAYRAMPAŞA	Pashador Cadde AVM	2016	L Şekilli Merkez
	Forum İstanbul AVM	2009	Doğrusal
BEŞİKTAŞ	Akmerkez AVM	1993	Hibrid
	Zorlu Center AVM	2013	Dal Ağaç
BEYKOZ	ACR Loft AVM	2012	Doğrusal
BEYLİKDÜZÜ	Perlavista AVM	2010	Hibrid
	Migros AVM	1997	L Şekilli Merkez
	Paradise AVM	2006	Dal Ağaç
	Beylicium AVM	2006	Hibrid

**Ek-3: (Devamı) İstanbul'da Faliyette Olan Alışveriş Merkezleri**

İLÇE	AVM'nin İsmi	Açılış Yılı	Plan Şeması
BEYOĞLU	Demirören İstiklal AVM	2011	Dal Ağaç
	Grand Pera AVM	1882	Dal Ağaç
	Galataport AVM	2021	Kartezyen
BÜYÜKÇEKMECE	Atirus AVM	2005	Dal Ağaç
ÇEKMEKÖY	Kardiyum AVM	2010	Dal Ağaç
ESENLYURT	Marmara Park AVM	2012	Doğrusal
	City Center Outlet AVM	2017	Dal Ağaç
	Torium AVM	2010	Doğrusal
	Eskule AVM	2010	Hibrid
	Akbatı AVM	2011	Hibrid
	Parkway AVM	2007	Doğrusal
EYÜP	İstanbul Tema Park (VİALAND)	2013	Hibrid
	Biz Cevahir Haliç AVM	2005	Hibrid
	Axis İstanbul AVM	2016	Dal Ağaç
	Eyüp Park AVM	2018	Dal Ağaç
	White Hill AVM	2011	Dal Ağaç
FATİH	Historia AVM	2008	Dal Ağaç
G.O. PAŞA	Venezia Mega Outlet AVM	2015	Hibrid
GÜNGÖREN	Kale Center AVM	2007	Hibrid
	Güngören Park AVM	2015	Hibrid
	Platform Merter AVM	2013	Hibrid
KADIKÖY	Tepe Natulius AVM	2002	Dal Ağaç
KÂĞITHANE	Axis AVM	2013	Dal Ağaç
	İstanbul Sapphire AVM	2011	Doğrusal
KARTAL	İstmarina AVM	2018	Dal Ağaç
	M1 Kartal AVM	2021	Dal Ağaç
	Anatolium AVM	2018	Hibrid
KÜÇÜKÇEKMECE	Arena Park AVM	2011	Dal Ağaç
	Armoni Park AVM	2008	Doğrusal
MALTEPE	Maltepe Park AVM	2013	Dal Ağaç
	Süreyya AVM Sahil	1992	Doğrusal
	Hilltown AVM	2017	Dal Ağaç
	Ritim İstanbul AVM	2016	Dal Ağaç
	Piazza AVM	2013	Hibrid
PENDİK	Neomarin AVM	2009	Dal Ağaç
	Pendorya AVM	2009	Dal Ağaç
	Marintürk AVM	2010	Kartezyen
	World Atlantis AVM	2009	Dal Ağaç
	Home City Avm	2018	Doğrusal
	Kozzy Avm	2010	Dal Ağaç
	Zeruj Mall Anatolia	2021	Dal Ağaç
	Lens AVM	2019	Dal Ağaç
	Viaport Asya Outlet AVM	2008	Dal Ağaç

**Ek-3: (Devamı) İstanbul'da Faliyette Olan Alışveriş Merkezleri**

İLÇE	AVM'nin İsmi	Açılış Yılı	Plan Şeması
SANCAKTEPE	Rings AVM	2014	Hibrid
	Çamsan Park Alışveriş ve Yaşam Merkezi	2020	Dal Ağaç
	Sancakpark AVM	2011	Dal Ağaç
SARIYER	İstinye Park AVM	2007	Dal Ağaç
	Vadi İstanbul AVM	2017	Dal Ağaç
	Skyland İstanbul AVM	2017	Hibrid
	Uniq İstanbul AVM	2014	Dal Ağaç
SULTANBEYLİ	Atlas park AVM	2015	Doğrusal
	Plato AVM	2012	Dal Ağaç
SULTANGAZİ	Neva AVM	2017	Dal Ağaç
	Vega İstanbul AVM	2020	Dal Ağaç
ŞİŞLİ	Özdilek Park AVM	2014	Doğrusal
	Metrocity AVM	2002	Doğrusal
	Cevahir AVM	2005	Dal Ağaç
	Adress İstanbul AVM	2005	Dal Ağaç
	Astoria AVM	2008	Hibrid
	Trumph Towers AVM	2012	Halter
	City's Nişantaşı AVM	2008	Doğrusal
	Gmall AVM	2003	Dal Ağaç
	Kanyon AVM	2006	Halter
	TUZLA	Viaport Marina/Outlet	2015
Şifa Park Avm		2017	Dal Ağaç
TRC TUZLA PORT		2018	U Şekilli Merkez
ÜMRANIYE	Metro Garden AVM	2014	Dal Ağaç
	Canpark AVM	2014	Doğrusal
	Akyaka Park AVM	2016	Dal Ağaç
	Meydan İstanbul Avm	2007	Dal Ağaç
	Buyaka Avm	2012	Doğrusal
	Asya Park AVM	2007	Dal Ağaç
	Metrocorner AVM	2017	Dal Ağaç
ÜSKÜDAR	Capitol AVM	1993	Doğrusal
	NevÇarşı Üsküdar	2020	Dal Ağaç
	Akasya AVM	2014	Dal Ağaç
	Emaar Square AVM	2017	Hibrid
ZEYTİNBURNU	Olivium AVM	2000	Dal Ağaç
	Zeruj Port Avm	2018	L Şekilli Merkez

## ÖZGEÇMİŞ

### ÖĞRENİM DURUMU

- **Lisans** : 2020, Çukurova Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık
- **Yüksek lisans** : 2024, İstanbul Gedik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Mimarlık Tezli Yüksek Lisans Programı

### MESLEKİ DENEYİM VE ÖDÜLLER:

- 2019-2023, Polin Group, Tasarım Uzmanı ve Tasarım Merkezi Proje Yöneticisi