

DOSYA:
NEW YORK

FORMULA PİSTLERİ

**ABBINK X DE HAAS
ARCHITECTURES**

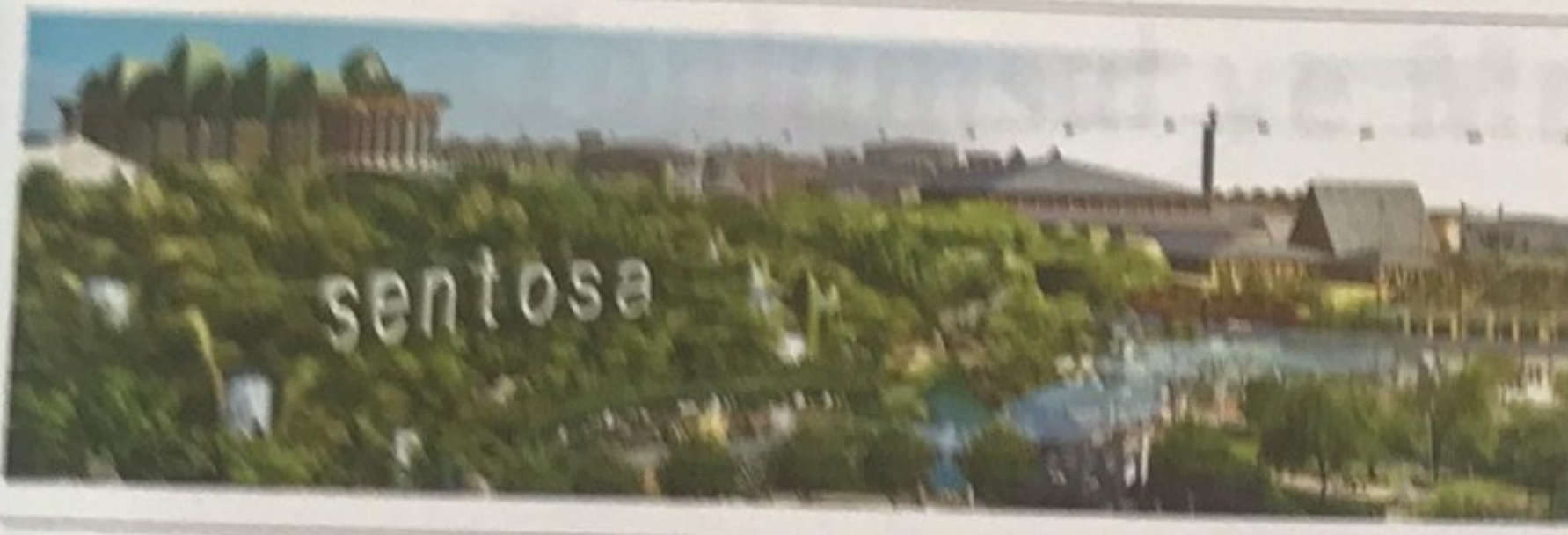
**ABDURRAHMAN
ÇEKİM**

**YOK-MEKAN
OLARAK
MARDAN PALACE**

**SUUDİ
ARABİSTAN'DA
TİCARET KAOSU**

**GRAVES:
RESORTS WORLD
SENTOSA**





Singapur'da
Konaklama
Kompleksi:
Resorts World
Sentosa
Michael Graves
& Associates
81.



Abdurrahman
Çekim
86.



Yok-
Mekanlarda
Kaybolma
Algısı:
Mardan Palace
Otel
96.



Doğu
Arabistan'da
Ticaret Kaosu
110.

İstanbul Park F1 Pisti
Bir Değerlendirme
120.



86 Genç Mimar Abdurrahman Çekim

Bu sayıdan başlayarak "Genç Mimar" üstbaşlığı altında mimarlık alanındaki genç pratiklere yer vermeye başlıyoruz. Amaç, mesleğe yeni başlayan tasarımcıları gündeme taşımak. .

96 Düşünce Yok-Mekanlarda Kaybolma Algısı Mardan Palace Otel

Antalya'da yeni açılan bir otel turizm mimarlığı ve toplumsal uzanımlarını tartışmak için zemin tanımlıyor. Duygu Karasakaloğlu ile Rengin Zengel tartışıyorlar.

105 Eğitim Bir Atölye Çalışması: "Kent Düşleri"

Katılımcıların fikirlerinin yasal, bürokratik ya da yapısal engellerle sınırlandırılmadığı, "Kent Düşleri" adlı bir mimari tasarım atölye çalışması... İlnur Türkseven Doğrusoy ve Özlem Arıtan yazdı.

110 Düşünce Doğu Arabistan'da Ticaret Kaosu: Farklı Alışveriş Davranışı ve Mekan Tiplerinin Eşzamanlı Varoluşu

Alışveriş tiyolojileri ve mekanları genellikle birbirlerini dışlarlar. Bildik terimlerle konuşulursa, bakkal süpermarketle birlikte varolamaz. Bunların kendi özgül varoluş bölgeleri ve hedef kitleleri bulunur. Yazı Suudi Arabistan'da farklı alışveriş tiyolojilerinin hep birlikte perakende alanını paylaşmaları olgusu irdeleniyor. Murat Çetin'in metni...

120 Mimarlık İstanbul Park F1 Pisti Bir Değerlendirme

İstanbul'un otomobil yarışı evreninin ara duraklarından biri haline gelişi, pist tasarımı konusunu da ilgi odağına dönüştürdü. Berk Sarıoğlu, konuyu tasarım açısından tartışıyor.

128 Yayın A History of Visual Culture: Western Civilisation from the 18th to the 21st Century; Yeni Sanat Düzeni ve Çağdaş Estetik 1; Architecture's Desire: Reading the Late Avant-Garde

Yönetim / Reklam

Genel Müdür **Nilgün Özukan**

Genel Müdür Yardımcıları

Matbaa Müdürü **Memduh Arslan**

Müessese Müdürü **Ejvet Oktay**

Reklam Satış Yönetmeni **Şebnem Ünlü**

Reklam Satış/Pazarlama **Zeynep Gökırmak Biçici**

Basıldığı Yer: Boyut Matbaacılık A.Ş.

Matbaacılar Sitesi 1. Cadde No:115 34204 Bağcılar / İSTANBUL

Yönetim Yeri:

Koza Plaza A26 Tekstilkent 34235 Esenler / İSTANBUL

Telefon: +90 212 413 3333 Faks: +90 212 413 3334

E-posta: bilgi@arredamento.com.tr



BOYUT YAYIN GRUBU

© 2010 BOYUT YAYINCILIK ve TİCARET A.Ş.

Abone Sadece Varım
sadece.varim@boyut.com.tr

Kapak Prodüksiyonu

DKFY

Kapak Fotoğrafı

Fethi İnan, Utopya

Kapak Uygulama

Pınar Akkurt, BEK

Temsilciler

Kaya Arıkoğlu Adana

Oya Atalay Franck Zürich

Zeynep Çelik Boston

Burçak Özlüül Altın, Ersin Altın New York

Begüm Yazgan Ankara

Doğu Arabistan'da Ticaret Kaosu: Farklı Alışveriş Davranışı ve Mekan Tiplerinin Eşzamanlı Varoluşu

Alışveriş tiyolojileri ve mekanları genellikle birbirlerini dışlarlar. Bildik terimlerle konuşulursa, bakkal süpermarketle birlikte varolamaz. Bunların kendi özgül varoluş bölgeleri ve hedef kitleleri bulunur. Bu yazı ise Suudi Arabistan'da farklı alışveriş tiyolojilerinin neredeyse hep birlikte perakende alanını paylaşmaları olgusu irdeleniyor.



Murat Çetin ■ Bu yazıda Suudi Arabistan'ın Doğu Eyaleti'nde gözlemlenen farklı ve oldukça da özgün alışveriş mekanlarının eşzamanlı varlığı üzerinden, bu bölgede süregelen çevre-davranış ilişkileri dönüşümünün bir değerlendirmesi yapılmaktadır. Gözlemlenen bu dört farklı alışveriş tür ve mekanlarının konvansiyonel değerlendirmeler ışığında birarada varolamaması ya da gerek kullanıcıları, gerek lokasyonları, gerekse kullanım zamanları açısından ayrışmaları gerekirken, birbirine pek çok açıdan şaşırtıcı derecede entegre olmuş bir

görüntü sergilemeleri incelemeye değer özgün bir durumdur. Bu ilginç durumun açıklanabilmesine, günümüzün küresel sosyoekonomik ve kültürel bağlamında değerlendirilmesine kuramsal çerçevede ışık tutması amacıyla konuya iki farklı pencereden bakılması uygundur. Bunlardan birincisi 'insanın mekansal zekası' (Van Schaik, 2008) penceresidir ki bu pencere bize bu bambaşka alışveriş türlerinin bu karmaşık zihinsel yapıya nasıl hitap ederek birarada varolabildiklerini aydınlatmaktadır. İkinci pencere ise doğal, sosyal ve kültürel evrim tarihinin tamamıyla madde ve enerji akışlarının artan yoğunlaşmaları sonucu oluşan evre geçişlerinde beliren mineralleşme tarihinden (de Landa, 1997) ibaret olduğuna ilişkin düşünsel çerçevedir. Bu pencere de bize alışveriş türlerinin hızla dönüşen toplumlarda gerek ticaret malları gerek insan akış ve yoğunlaşmalarının nasıl farklı ve hızlı kristalleşmeler yaratarak yine bu bambaşka alışveriş tür ve mekanlarını eşzamanlı olarak var ettiğini ortaya koymaktadır. Bu iki kuramsal çerçeveye ilişkin kısa bir değerlendirmenin ardından, bu düşünsel yaklaşımın, kent, mimari ve alışveriş mekanlarıyla ilişkisi Arabistan sosyokültürel bağlamında ele alınacaktır. Daha sonra ise gözlemlenen dört farklı alışveriş tür ve mekanları bu iki kuramsal çerçeve ışığında ayrı ayrı incelenecek ve sonuç bölümünde karşılaştırmalı olarak ele alınarak bunların eşzamanlı varlığı yorumlanacaktır.

Burada, kamusal alanın ve fiziki-mekansal boyutunun, çizgisel olmayan, çok boyutlu, çok katmanlı ve çok evreli bir dönüşümün farklı aşamalarının eşzamanlı olarak kristalleşmeleri olduğu varsayılmaktadır. Bu kabul doğrultusunda, sözü edilen

kentsel mekandaki eşzamanlı kristalleşme olgusunu sergileyen alışveriş mekanlarına dair örnekler üzerinden kentsel dönüşüm kavramı özellikle küresel - yerel ikilemi bağlamında incelenmektedir. Yerel kamusal alan üzerinde eşzamanlı olarak etkileşim halinde bulunan küresel dinamiklerin ve yerel direnişlerin, gündelik yaşam pratiklerine paralel şekilde kurdukları hassas dengeyi oluşturan ikili süreçler ve bunların etkisinde şekillenen davranış ve mekanlar alışveriş mekanları özelinde incelenmektedir. Konu, insanın yakın çevresine, mimarlığa ve giderek kamusal alana yabancılaşmasında önemli rol oynayan 'insanın mekansal zekasındaki radikal değişimlere' de referans verilerek tartışılmaktadır. Modernite, teknoloji ve beraberinde getirdiği hızlı değişim olgusu karşısında insan zihninin bir adaptasyon mekanizması olarak geliştirdiği ancak zamanla kendi doğası, coğrafyası ve kültüründen uzaklaşmasına sebep olan süreçler ve bunların gerek davranış biçimlerine gerekse mekansal oluşumlara yansımaları değerlendirilmektedir. Alışveriş eyleminin bu dönüşüm süreçleri içindeki yeri ve önemi ile, kent organizmasının bu süreçler karşısında aldığı tavır ve bu tavrın somutlaştığı mimari-kentsel oluşumlar alışveriş mekanlarına odaklanılarak incelenecektir.

Kamusal alandaki yaşam süreçlerinin bir belirteci olarak alışveriş eylemi

Alışveriş eyleminin kentin dönüşüm süreçlerine etkisi konusunda de Landa (1997) ekonomi ve pazar olgusunun kentleri, dolayısıyla da kültürel coğrafyayı, şekillendiren ana aktör olduğunu vurgular. Tarih boyunca sosyal değişimleri tetikleyen en önemli unsurlardan biri olan ticaret ve alışveriş eylemi, günümüzdeki sosyal ve politik değişimlerin de arkasındaki itici gücü oluşturmaktadır. Bu nedenle, Orta Doğu ülkelerindeki, özellikle de Suudi Arabistan'ın son dönemindeki süregelen dönüşüm ve bu dönüşümün alışveriş davranışlarına ve alışveriş mekanlarına yansımaları, kamusal alanda etkisini gösteren eşzamanlı ticari ve sosyal süreçlerin anlaşılması için elverişli bir ortam sergiler. De Landa, kent tarihini kentsel yaşamı destekleyen organik maddelerin akışının bir tarihçesi olarak tanımlar. Kentsel mimarinin morfolojisini (toplumlar da dahil olmak üzere) tüm madde ve enerji akışlarının mineralleştiği değişik yoğunlaşma aşamaları ve kristalleşmeler olarak algılar. Bu bağlamda, kentler çevrelerindeki enerji ve



madde akışını organize ve kontrol eden pazarlar olarak görülebilir. De Landa'nın kentlere bu doğrultudaki (fizik ve coğrafya disiplinlerine referanslarla) bakışı, alışveriş eyleminin kentsel morfolojinin (kristalleşmenin) dönüşümü üzerindeki etkilerini araştırma zeminini oluşturmaktadır.

Kuskusuz, gerek kişiler (ve toplumlar) gerek kentler sürekli bir dönüşüm içindedir (Dovey, 2010). Sorulması gereken, bu dönüşümün çizgisel olup olmadığıdır. Gerek literatür, gerekse farklı toplumlara genel bir bakış cevabın hiç de çizgisel olmadığını ortaya koymaya yeterlidir. Bir sonraki bölüm farklı alışveriş (madde akışı) tipleriyle onlara ait mimari (kristalleşmiş kabuk) dekorların dönüşümünü değerlendirmek için benimsenecek bakış açılarını belirleyecektir.

1 Al-Khobar yakınında Perşembe Pazarı.

2 Sosyal etkileşimleri olanaklı kılan açık hava pazarı.

3
4

5



3 Al-Khobar'da arabalı Aziziya pazarı.

4 Çelişen özelliklerden kaynaklanan içsel karmaşa.

5 Görünürdeki düzensiz ortamda satıcı, yaya ve sürücü müşteriler arasındaki yoğun iletişim.

6 Al-Khobar'daki SwaiKET Souq içerisindeki dolaşım ve alışveriş faaliyeti.

Evrilen kent organizması ve kristalleşmiş tektonik kabuğu

Yazının bu bölümünde, de Landa (1997)'nin tüm doğal oluşumlar gibi kentleri tanımlamakta kullandığı "doğadaki malzeme akışı ve kritik dönüşüm eşiklerine geldiğinde bu malzemenin kabuğunun kristalleşmesi" olguları arasındaki ilişkiyi, kentin alışveriş mekanlarının dönüşümü bazında, iki mecrada ele almaya çalışacağım: Birinci olarak, *insan davranışı* ve *fiziki çevre* arasındaki ilişkinin bu her iki bileşenin de birbirleri üzerinden anlaşıldığı bir araç olarak incelenmesi. İkinci olarak da, alışveriş mekanlarının kent morfolojisini mikro-ölçekte biçimlendiren gündelik hayatın geçtiği mekanlar olarak incelenmesi.

Makro-planlamanın soyut kavram ve ilkelerinin ötesinde kenti içinden şekillendiren mekanizmalar olarak gündelik pratiklerin ve bunların kentsel mekan kristalleşmeleri üzerindeki etkilerinin araştırılması için alışveriş mekanları oldukça uygun bir ortam sunar. Bu iki temel bakış açısının yanı sıra, çalışma fenomenolojik bir perspektifle alışveriş mekanlarının duyulara nasıl hitap ederek kentlerde diğer mekanlardan farklı olarak kentin kalbini oluşturduklarını ortaya koymaktadır. Ayrıca alışveriş mekanları, kurumlar, politikalar ve bürokrasi süreçleri gibi çeşitli insan ürünü sistemlerin etkileri açısından da değerlendirilecektir. Son olarak, bu alışveriş mekanları, başta Suudi Arabistan olmak üzere özellikle Orta Doğu kentlerinin büyük kısmında toplum ve kent formunun biçimlenmesinde önemli belirleyicilerden biri konumundaki cinsiyet konusu açısından da ele alınacaktır. Sonuçta bu farklı bakış açıları, kent organizmasının kendi-kendini sürdürülebilirliğini sağlayan sürekli madde ve enerji akışlarının tamamlayıcı boyutları olarak birbiriyle bağlantılandırılacaktır. Bu doğrultuda, Al-Khobar'da mevcut dört farklı alışveriş davranışı biçimi ve onlarla özdeşleşen mekan tipleri yukarıda sayılan bakış açılarıyla incelenecektir.

Bilindiği üzere, insan davranışı ve fiziksel çevre birbirini karşılıklı olarak etkiler (Massey, 1993). Mimarlık toplumun bir yansıması olarak ele alındığında mimarlığın ve mekansal tipolojilerin davranışsal boyutları önem kazanır. Bu bağlamda, alışveriş mekanları gerçek ve yoğun değişim yerleridir (Dovey, 2010).

Alışveriş mekanları çevre-davranış ilişkilerinin tipik göstergelerindedir (Çetin, 2004). Alışveriş mekanlarının sistematik değerlendirmesi alışveriş ve sosyal hayat arasındaki doğrudan bağlantı ve yüksek entegrasyonu sergilemektedir (Çetin, 2003). Bu mekanlar sadece ihtiyaçların karşılandığı ve ekonomik işlemlerin yürütüldüğü işlevsel formasyonlar olmayıp, sivil hayatın ve kamusal mekanın ta kendisini oluşturur (Çetin, 2010). Bu nedenle, alışveriş mekanlarının karşılaştırmalı ve eleştirel bir okuması, kent organizmasının yaşam süreçleriyle onlara ait kristalleşmiş tektonik kabuklar arasındaki ilişkilerin biçimsel doğasını da ortaya çıkarır.

Alışveriş mekanları, mimarlık ve kentsel tasarımın soyut biçimsel boyutlarındansa gerçek gündelik yaşamla kurulan ilişkiyi gözlemek için uygun bir ortam sergiler. Bu mekanlar yerel kültürün ve gündelik yaşam pratiklerinin özgün değerlerinin anlaşılabilirliği önemli bir araç olarak karşımıza çıkar (Lefebvre, 1991). Aşağıdaki bölümler, zenginlik ve gücün dönüştürücü baskısı karşısında sıradan insanların gündelik yaşantılarının devamı için sığındıkları bir dayanak olarak geleneksel alışveriş mekanlarının çağdaş alışveriş mekanlarından farklarına odaklanacaktır (Dovey, 2010). Bu bakış açısı, özellikle de son dönemde gerek kamusal özel alanlar arasında (Deamer, 1997) ve gerekse sosyo-ekonomik yapılarda önemli kaymaların meydana gelmeye başladığı Arap ülkeleri bağlamında (Çetin, 2010) önem taşımaktadır. Bu kaymalar de Landa'nın evrimdeki aşama geçişlerine özdeş unsurlar olarak değerlendirilebilir. Bu noktada, alışveriş mekanlarının bu tür türbülanslı evre değişikliklerindeki hayati önemi, McLeod (1997; 14)'un Lefebvre'in postüle ettiği 'ancak gündelik hayatın artık sürdürülemez hale gelmesiyle devrimler gerçekleşebilir' söyleminde ifadesini bulur. Bu noktaya ileride Orta Doğu kentleri üzerinde etkili olan global ve yerel kuvvetlerin yarattığı polarite ve bu uçların birbirine yaklaştırılması süreçleri konusunda tekrar değinilecektir. Bu mekanların incelenmesi, bize asırlardır süregelen değişimle baş etme olgusunun ipuçlarını sunabilecek kapasiteye sahiptir (Sennett, 1992). Farklı kristalleşmiş kabukların farklı alışveriş davranışlarına nasıl tepki vererek oluştuklarının incelenmesi kent evriminin altında yatan mantığı ortaya çıkarabilir (Thorns, 2002).



Ayrıca alışverişin, gündelik hayatın festival nitelikli, törensel boyutuna odaklanılarak, bu özel anların nasıl özgün mekanlar yarattığına dair bilgi edinilebilir. McLeod (1997; 15) bu etkinliklerin sadece ayrıcalıklı bir kutlama olmayıp, özgürlük, keyif ve toplum bilincinin göstergeleri olduğunu belirtirken, Dovey (2010) bu özel etkinliklerin kimi zaman oldukça ağır koşullar sunan ekonomik sistemle baş etmedeki rolünü vurgular.

Fenomenolojik yaklaşım bağlamında, mekanın insan duyularına hitap edebilme özelliği (Rapaport, 1980-82-90) alışveriş eyleminin ayrılmaz bir parçasıdır. Alışveriş etkinliği çerçevesinde sadece görsel imgeler değil, kokular sesler tadlar ve dokular da yukarıda sözü edilen materyal ve enerji akışının temel unsurlarıdır. Özellikle de, çağdaş alışveriş merkezlerinin steril atmosferlerinin aksine, geleneksel alışveriş

mekanlarının ayırt edici özellikleri olan (ve bir sonraki bölümde görüleceği gibi); yerel baharatların kokuları, satışı yapılan yerel hayvanların sesleri, ürünlerini pazarlayan satıcıların sesleri, yerel sanatçıların albümlerinin sesleri, ve yoğun pazar yerinde hareket halindeyken edinilen/uyarılan dokunma algısı gibi unsurlar kentsel mimarinin duyuşal boyutlarına hitap eder. Bunun yanı sıra, mekansal oluşumun insan algılarını yönlendirerek ve hatta yanıltarak zaman ve mekanla olan bağlarını koparıp kullanıcıyı tamamen tüketime yönelttiği çağdaş alışveriş merkezlerinin aksine, geleneksel alışveriş mekanlarının insan algısını aktif olarak harekete geçirerek çevreye hakim olmasına aracı olduğunu da vurgulamak gerekir. Bu bağlamda, van Schaik'in (2008) moderniteyle birlikte mekansal zekamızın sade ancak zengin, ölçekli ve hatta ilkel denebilecek derecedeki doğal mekan

hissinden, giderek global ve tüzel olarak biçimlendirilmiş, karışık, ezici, steril, yapay mekan hissine geçişte yitirilen değerlere dair argümanı, kimilerince insan evriminin farklı aşamalarının çizgisel göstergesi olarak da algılanan farklı alışveriş biçimlerinin eşzamanlı var oluşunun önemini ve kıymetini anlamamızda hayati rolü üstlenir. Bunun sebebi gayet basittir; geleneksel alışveriş biçimleri bizim mekanla kurduğumuz derin zihinsel bağlarımızı destekler niteliktedir. Bu mekanlar görülebilirlik, geçirgenlik, bağlantısallık, dinamik mekanın esnek ve geçici tanımları, organik sirkülasyon, diğer insanlarla, canlılarla ve doğayla yakın temas, iklimsel çözümlere basit ve dolaysız çözümler aracılığıyla, bir zamanlar sürdürülebilir ve insancıl olarak inşa edilmiş bir mekansal çevrede hayati devam ettirmek için gerekli zihinsel mekanizmalara hitap etmektedir. Aksine, çağdaş alışveriş mekanları ise, son dönemlerde edindiğimiz teknolojik, küresel ve ticari olarak biçimlenmiş mekansal zekamıza hitap edecek biçimde kurgulanmış ve bu tür araçlarla donatılmıştır.

Iberall (1972) kenti üretim ve ticaretle sağlanan insan yığılmaları olarak tanımlar. Buna paralel olarak, De Landa (1997)'nin kentsel yerleşimlerin giderek yoğunlaşan insan topluluklarını ve onlara dair mal ve enerji trafiğini kontrol üzere ortaya çıkan (*evrim sürecinde kas gibi diğer bazı dokuların kontrol edebilmek için kemik dokuların oluşumuna benzer*) doğal kristalleşmeler olduğu görüşü de kent morfolojisi ve alışveriş arasındaki güçlü bağa ilişkin argümanı destekler. Kuşkusuz, (de Landa'ya göre 15. Yüzyıldan bu yana işleyen) kapitalizm, çağlardır süregelen bu süreci önemli ölçüde şekillendirmiştir (Galbraith, 2010; Jameson, 1992; Sawyer, 1986; Evans *et al*, 2006). Ancak, postmodernizm alışverişin doğasını ve mekansal örgütlenmesini de radikal olarak değiştirmiştir (Harvey, 1991; Lyotard, 1984; Ritzer, 2007). Alışveriş aşırı tüketime, statü satışına ve markaya odaklı (Shields, 1992; Clarke, 2003; Edwards, 2000), bağımlılık yaratan bir etkinliğe ve deneyime (Falk, 1997) dönüşürken, boyutları da giderek büyüyen ve kontrollü mekansal kutular içinde gerçekleşmeye başlamıştır (Weib, 1996). Böylece, bu mekanlar kamusal alanlar olmaktan çıkıp, özel kişi ve kurumlarca sahip olunan, işletilen, iklimlendirilen ve kontrol edilen mülklere dönüşmüştür (Weib, 1996; Sennett, 1977). Yine, kapitalist gelişim

stratejileri ve fizik kanunları gereği, bir tür enerji akışı olarak algılanması gereken toplu tüketimin de küresel markalar ve zincirler aracılığıyla şekillendirilmesi, yerel pazarların, bireysel esnafın ve yerel tadların pahasına, teşvik edilmiştir (Baudrillard, 1970).

Tüm bunlara rağmen, aşağıdaki örnekler, yine fizik kanunlarına uygun olarak (de Landa, 1997), bu yerel kurumların küresel kurumlarla eşzamanlı varoluş yoluyla direnişlerinin kanıtlarını ortaya koymaktadır (Markham, 1998). Bu özgün direniş olgusu yukarıda tekrar değinileceği belirtilen ve McLeod'un (1997) Lefebvre'in belirttiği pazaryerindeki insan kitleleri ile bürokrasiler ve kontrol sistemlerine karşı gerçekleştirilecek devrim konusu arasındaki ilişkiyle örtüşmekte ve pazaryerlerinin bu anlamdaki önemini ortaya koymaktadır. McNeill (1982) geçmişte Batı'ya Doğu medeniyetleri karşısında üstünlük sağlayan olgunun, gerek merkezi gerek çepersel karar alma sistemlerinin farklı ölçeklerde eşzamanlı var olabilmesi olduğunu ileri sürer. Bugün, Doğu kentlerinde gözlenen bu eşzamanlı davranışlar ve mekanların, bir tür simbiyotik sürecin göstergeleri olup olmadığını zaman gösterecektir.

Yukarıda tanımlanan insan ve eşya birikimini organize eden gelen morfolojik süreçlere ek olarak, kurumlar ve bürokrasiler de bu akışları kontrol eden ek dinamikler olarak belirirler. Bu tür kontrol mekanizmaları yasal yönetsel düzenlemeler, sözleşmeler kredi, çek senet gibi bankacılık araçları, gibi enstrümanlarla uygulanır. Bu doğrultuda, kristalleşmiş fiziksel form (kentsel mimari form) da, sosyal paylaşım sistemleri olarak görev üstlenen bu karar verme süreçlerinin bir sonucu olarak tezahür eder. Diğer bir deyişle, planlı (*devlet*) ve kendiliğinden oluşan (*pazar*) süreçler arasındaki ikili süreçler sonucunda, kentsel biçim oluşur (Braudel, 1973; Sawyer, 1986; de Landa, s.34). Ekonomiyi, diğer deyişle mal ve enerji akışını, yönlendiren merkezi otoriteye karşın, bağımsız karar vericilerin periyodik olarak bir araya gelerek alım satım işlerini gerçekleştirdiği pazarlar, kentin yalnız merkezi gücün talepleri doğrultusunda gelişmesine karşı bir denge unsuru oluştururlar. Bu ikili mekanizmanın bileşenlerini de Landa (1997) *hiyerarşiler* ve *ağlar* olarak adlandırır, ve Bridbury (1986)'e atıfta bulunarak, bu iki sistemin sürekli etkileşim halinde işlediğini belirtir.

Bu ikili sistem içinde pazaryerinin merkezi hükümetle çelişki içinde olduğu örnekler bulunabilir (Doyduk, 2010). De Landa (1997)'ya göre bürokrasi bu tür çelişkilere çözüm sağlamaya hizmet eder. Dolayısıyla, kentsel mekanda planlı ve kendiliğinden oluşan bileşenler eşzamanlı olarak yer alırlar (Kostof, 1993 & 2005). Bu nedenle, aşağıda da gösterildiği gibi, eşzamanlı var olan alışveriş mekanlarının çeşitliliği Orta Doğu kentlerinde yerel değerlerin sürdürülebilirliği açısından hayati önem taşır. Bu tartışmaların ışığında, pazarlar daha basit organizasyonel nitelikleri barındırırken, alışveriş merkezleri çok daha karmaşık yönetim sistemlerine sahiptirler. Dolayısıyla, alışveriş merkezleri planlı ve düzenli iken, pazaryerleri daha spontane ve dağınıktır.

Alışveriş mekanlarının cinsiyet konusuyla ilişkileri bağlamında ise, öncelikle Orta Doğu kentlerinde, özellikle de Suudi Arabistan'da, cinsiyet ayrımının gerek kentin sosyal yaşamını gerekse morfolojisini belirleyen en temel ilkelerden biri olduğunu vurgulamak gerekir. Bu yüzden pazaryerlerinin bu konudaki pozisyonu kentin dönüşümü ve sürdürülebilirliği açısından temel faktörlerdendir. Yine Lefebvre'in gündelik hayatta, doğa döngülerine yakınlık, kendiliğindenlik ve dokunsallık gibi özelliklere sahip olan kadının rolüne ilişkin görüşlerine referansla (McLeod, 1997; 18), kentlerin globalizmin dayattığı hızlı ve radikal dönüşüm baskısı altında bu karakteristikleri adapte etmesi gerektiği ileri sürülebilir. Dolayısıyla, Rönesans ve Barok dönemden, katı ilkelerle düzenlenen çağdaş planlı kentlere kadar uzanan perspektifte katı biçimde kontrol ve rasyonalize edilen maskülen kentsel mekanlarla, bu mekanlardaki feminen karakterlerin dengelenmesi gerektiği söylenebilir. Alışveriş mekanlarının, özellikle de Orta Doğu kentlerindeki, rolü bu noktada bir kez daha önem kazanmaktadır. Özellikle geleneksel alışveriş mekanları, kendi korunaklı, özel avlularından çıktıklarında, kadınların dahil olabildiği, kamusal alanla etkileşim içine girdiği yerler olarak karşımıza çıkar.

Bu farklı bakış açılarının ışığında, alışveriş mekanları süregelen dönüşüme ilişkin daha geniş bir çerçeveye oturtulabilmektedir. Kentlerde yoğunlaşan insan grupları içinde doğal olarak tüketim artmakta, pazaryerleri ve marketler ön plana çıkmaktadır. DeLanda (1997), ekonomi

disiplininde Marksist üretim ve sınıf kategorilerinden kitle kültürü, tüketimi ve global kamusal alan konularına doğru gelişen kaymaya vurgu yapar. Lefebvre (1991) de bu mekanların kendi içsel çelişkilerine (ve eşzamanlı var oluşlarına) dikkati çeker. Dovey (2010; 3)'e göre "bir mekana etkisini ve üstünlüğünü sağlayan o yerin yoğunluğudur". Alışveriş mekanları bu tür yoğunluğu ve çelişkileri içsel olarak barındıran mekanlar olarak karşımıza çıkıyor. Bu nedenle, çalışmanın bundan sonraki bölümü gözlenen dört farklı tip alışveriş davranış biçimi ve zamanını karşılaştırmalı olarak ele almaktadır.

Alışveriş türleri ve mekansal tipolojileri

Gösterdiği hızlı kentsel değişim ve ticari yoğunluğundan ötürü (Çetin, 2010a) Arabistan yarımadasının doğu eyaletindeki Al-Khobar kentinden seçilen alışveriş tipleri, yukarıda tanımlanan farklı yaklaşımları açıkça göstermektedir. Bu örnekler, değişen derecelerde aşağıdaki şu nosyonları sergilemektedir; öncelikle, Bourdieu'nin (1993) *habitat*'indeki *atalet* ve *ketlenme* vurgusu, ayrıca Delueze & Guattari'nin (1987) akış ve değişim olguları, ve son olarak Dovey (2010; 21)'in işaret ettiği *bağlantısallık* ve *geçirgenlik* kavramları, pazar yerlerinin dayandığı çizgisel olmayan hareketlere karşılık gelmektedir. Bu özellikler/nitelikler, alışveriş mekanlarında ürün ve hareket rotası seçeneklerinin çokluğunu sağlayan mekansal ağların geçirgenliğiyle olanaklı hale gelir. Yukarıda tartışıldığı gibi, dört farklı temel alışveriş biçiminin Al-Khobar da kendine özgü nitelikler sergilemektedir. Bunlar *pazar*, *arabalı pazar*, *suk* ve *mall* olarak gruplanmıştır.

1. Pazar

Perşembe Pazarı, Al-Khobar'ın kuzeyinde Qatif civarında kurulan, geleneksel, yerel, haftalık bir açık hava semt pazarıdır (Şekil 1). Sabahın çok erken saatlerinde, yaklaşık 7:00 civarında, kurulan bu pazar öğlene doğru işlevini tamamlayarak kaldırılmaktadır. Bölgeden çeşitli satıcı ve müşterilerin ziyaret ettiği bu pazar oldukça yoğun bir aktivite mekanıdır. Görünüşte oldukça informal ve düzensiz bir görünüm sergiler, ancak bu durum oldukça yoğun bir sosyal temas alanı oluşturmaktadır (Şekil 2). Sirkülasyonu oldukça karmaşık bit nitelik sergilemekle birlikte etkili bir bağlantısallık derecesi sağlar. Dolaşım ve satış alanları arasındaki ayırım kesinlikle net değildir. Öyle ki, kimi yerlerde bir zeminde çeşitli



örtülerle oluşturulmuş satış ve sergileme alanlarının üzerinden yürümek zorunlu hale gelmektedir. Ancak bu çözüm ne dolaşımı ne de satışı aksatmamaktadır. Bu kaotik mekansal örgütlenme insan algısı ve duyularının yüksek derecede uyarılmasında da etkili rol oynar. Belediye tarafından giderek artan müşteri kapasitesine cevap verebilmek için yeni yapılan ek alandaki strüktürler dışında neredeyse hiç bir yapı unsura rastlanmadığından bir objeden çok akışkan mekansal alan (Allen, 1997) tanımına daha uygundur.

2. Pazar (Arabalı)

Aziziyah Pazarı Al-Khobar'ın güneyinde Aziziyah sahili boyunca panayır yeri gibi

7 Al-Khobar'daki Swaiket Souq.

8 Mall of Dhahran içinden görünüm.



sosyal etkinliklerle bütünleşmiş ve arabalı alışveriş imkanının sağlandığı oldukça özgün bir haftalık pazaryeridir. Ziyaretçiler arabalarıyla düşük denebilecek bir hızda gezinerek ve ilgilendikleri tezgahların önünde durarak alışverişlerini gerçekleştirirken, tezgahlar arasında yaya olarak alışveriş yapan kişilere de rastlanmaktadır (Şekil 3). Bunun yanı sıra, arabalar arasında, develer ve atlarla gezinti yapan kişiler ile ve atlı gezinti arabalarına da rastlamak ve bunların yarattığı trafik karmaşasını da gözlemek bu pazaryerini diğerlerinden oldukça farklı ve dolayısıyla da özgün kılmaktadır (Şekil 4). Genellikle burada satılan ürünler oldukça ucuz ve düşük kaliteli mallardan oluşmaktadır. Yiyecek, giyecek ve hediyelik eşyadan oluşan ürün profili pazarın çeşitli bölgelerine düzensiz olarak dağılmış durumda satışa sunulmaktadır. Diğer bir deyişle, herhangi bir kategorik işlevsel

bölgelemeye rastlanmamaktadır. Genellikle bu alışveriş tezgahları lineer olarak düzenlenmiş ana sirkülasyon alanının etrafında iki yanda dizili tezgahlar olarak organize edilmiştir. Bu düzen içerisinde arada tanımsız boşluklara rastlanmakta, bunlar kimi zaman park yeri kimi zaman çocuklar için eğlence alanı olarak kullanılmaktadır. Sürücüler, yayalar ve satıcılar arasında yoğun ve spontane bir karşılıklı iletişim gözlenmektedir. Bu yoğun trafik ortamı oldukça düzensiz ve (yaya olarak dolaşan çocuklar açısından) tehlikeli görünmektedir (Şekil 5). Ancak, bu kaotik görünümlü alanın arka planında lineer ve dairesel hareketlerin karmaşık kombinasyonundan ibaret bir dolaşım mantığı bulunmaktadır. Bu dolaşım sistemi yoğun bir bağlantısallık ve yüksek derecede bir algısal/duyusal uyarı seviyesi barındırmaktadır. Burada da ahşap tezgahlar ve bir takım tenteler dışında obje

niteliği taşıyan neredeyse hiçbir yapıya rastlanmaz. Bu yüzden akışkan alan tanımına uyan bir başka mekan tipi olarak karşımıza çıkar (Allen, 1997). Gerek alışveriş gerek sirkülasyon aktiviteleri alanda o kadar yoğundur ki çok yoğun sosyal ilişkiler ağı ve yüksek düzeyde bağlantısallık kaçınılmaz olarak sağlanmaktadır. Genel görünüm ilkel ancak törensel (Lefebvre, 1991) bir nitelik sergilemenin yanı sıra, yerel halkın aşına olduğu ve geçmişten miras kalan mekansal zekayla (van Schaik, 2008) da uyum göstermektedir. Sözü edilen bu araba, yaya ve hayvanlı trafiğin yoğun karışımı yüksek düzeyde bir algısal uyarı ortamı sağlamakta ve mekansal farkındalığımızı (van Schaik, 2010) artırarak çevremizi okuyabilmemizi ve onunla birlikte yaşayabilmemizi sağlar. Alışverişin mobil karakteri de mekansallığın kinetik zekayla ilişkisinde de önemli rol oynamaktadır (van Schaik, 2008; 25). Ayrıca, haftalık ritmin yanı sıra, dairesel hareket de insan bilincine yerleşmiş olan döngüsel zaman algısıyla da örtüşmekte olduğundan bu pazaryeri geleneksel kent ve onun davranış biçimlerine dair önemli izler taşımaktadır.

3. Suk

The Al-Swaiket Souq adı verilen (Şekil 6) bu geleneksel alışveriş yapısı Al-Khobar'ın şehir merkezinde Dhahran caddesi adı verilen ana trafik arteri üzerinde yer almaktadır. Ana cadde üzerindeki geniş kaldırımdan yaya olarak, yol kenarında oluşan otopark olanaklarının avantajıyla arkadaki paralel sokaktan da araçla yaklaşılabilen bu alışveriş mekanı kent gridinin içinde birbirine bitişik iki blok üzerinde konumlanmıştır. Yukarıdaki örneklerden farklı olarak, geçici bir pazaryeri olmayıp arkadlı birkaç binadan ibarettir. Dolayısıyla, görece daha fazla organize olmuş ve tektonik olarak daha katı şekilde tanımlanmış mimari mekanlardan oluşmaktadır. Buna rağmen, geleneksel informal ve sosyal alışveriş yeri karakterini korumaktadır. Ortogonal düzende kurulmuş dolaşım şemasıyla, orta düzeyde bir bağlantısallık sergiler. Mekansal kurguyu belirleyen tektonik yapısına bağlı olarak ortaya çıkan bu görece düşük bağlantısallık derecesi alışveriş mekanının küçük ölçeği ile dengelenmiş görünmektedir. Mimari bir kabukla tanımlanmış olmasına rağmen, iç alışveriş sokakları (ısı rüzgar yağmur vs. gibi) iklimsel koşullara ve gün ışığının girişine izin verecek şekilde açık olarak tasarlanmıştır (Şekil 7). Bu doğal faktörlere

ek olarak, içinde yan yana yer alan dükkanların işlevsel çeşitliliği de mekanın sahip olduğu yüksek derecede algısal ve duygusal uyartıcılık özelliklerini artırmaya yardımcı olmaktadır. Yukarıda tartışılan ve insan eylemleri, hareketleri ve yoğunlaşmalarının mineralize olmasıyla meydana geldiği kabul edilen bu özel alışveriş biçimine ait kabuk, obje ve alan yaratımı (Allen, 1997) açısından hassas bir denge oluşturur niteliktedir. Bu bağlamda, Al-Swaiket Souq, Al-Khobar örneğinde insan akışlarının yapıyı biçime dönüştürüp mineralleştiği ilk tipolojinin bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar katılmış bir alışveriş formu olarak belirse de efektif bir sosyal etkileşimler alanının işleyişini destekleyici özelliklere sahiptir.

4. Alışveriş merkezi – Mall (AVM)

Al-Khobar'da oldukça popüler ve çok yoğun biçimde kullanılan alışveriş merkezleri Mall of Dhahran (Şekil 8) ve Al-Rashid Mall'dur (Şekil 9). Her ikisi de ana arterler üzerinde konumlanmıştır. Bilindiği üzere bunlar da, suk tipolojisi gibi, pazaryerlerinin aksine sabit mekanlar olup, insan akışının mineralleştiği katı formlar olarak algılanabilirler. Al-Rashid Mall kent merkezine daha yakın ve dolayısıyla kentsel ağlarla daha çok entegre olmuşken, Mall of Dhahran kentten ve onun ulaşım arterlerinden izole olmamasına rağmen kent dışı sayılabilecek konumuyla AVM biçimlenmesinin özüne uygun bir karakter sergilemektedir. Ayrıca Mall of Dhahran bulunduğu ana otoyolun karşısında yer alan diğer alışveriş mekanlarının (Jarir olarak bilinen ancak yakın zamanda el değiştirilerek Amwaj adını alan bir diğer küçük alışveriş merkezi ile IKEA mobilya mağazası) oluşturduğu çekim gücünden de faydalanmaktadır. Al-Rashid Mall ve Mall of Dhahran planları açısından önemli farklar göstermekle birlikte, her ikisi de *dumb-bell diagram* (Dovey, 2010) adı verilen çift kutuplu şemayı temsil etmektedirler. Al-Rashid Mall ortogonal düzende kurulmuş grid dolaşım sistemi ve bu ana yapının ana eksenine 45 derece açıyla eklenerek konumlanmış iki kanattan oluşan bir plan şemasına sahiptir. Diğer yanda, Mall of Dhahran yukarıda belirtilen diagramı tamamlamak üzere oluşturulmuş sürekli eğrisel bir döngüden oluşan bir plan şeması sergiler. Her iki alışveriş merkezinin dış görünüşleri, parlak malzeme, kaplama, bitiş ve efektlerle, popülist ve tüketim odaklı bir karakteri yansıtırlar. Bu görüntü



ve etki kimi zaman projektörler, neon aydınlatma elemanları, LED ışık animasyonları ve ışıldaklarla daha da ileri boyuta taşınmaktadır. Alışveriş merkezleri görece olarak daha formal alışveriş ortamları, dolayısıyla alışveriş sırasında daha az sosyal etkileşim olanağı sunarlar (Şekil 10). Bu anlamda, alışveriş merkezlerinde alışveriş, tek büyük bir çatı altında hipermarketlerden megastorlara, küçük dükkanlara kadar çeşitli mekanlarda sunulan ve çok farklı ihtiyaçların daha hızlı ve kompakt bir alanda karşılanmasında daha fonksiyonel ve mekanik bir nitelik sergiler. Bu tür alışveriş mekanları gerek dumb-bell diagramın sunduğu ve tüketimi artırmaya

9 Al-Khobar'daki Al-Rashid Mall'e ait atriumlardan bir görünüm.

10 Al-Khobar'daki alışveriş merkezlerinde gözlenen sınırlı seviyedeki iletişim ve etkileşim.

11 Al-Khobar alışveriş merkezlerinde gözlenen yersizlik (non-place) hissi.

yönelik hareket organizasyona gerekse de ölçeğin büyüklüğüne bağlı olarak daha düşük bir bağlantısallık seviyesi sunar. Bu mekanların diğer tipolojilerden en önemli farkı, yapay aydınlatma ve havalandırma gibi çeşitli teknolojik donanımlarla zaman hissini ortadan kaldırıp sınırsız bir tüketim için ortam hazırlamaya yönelik olarak tasarlanmış olmalarıdır. Ayrıca, boyutlarının büyüklüğü ve morfolojik yapıları da bilinçli bir mekansızlık hissini (*non-space*) destekler niteliktedir (Şekil 11). Bu mekanlarda, duyu ve algılar moda, reklam, medya ve teknoloji gibi enstrümanlarla renklenmiş arzu olgusuna ilişkilendirilecek şekilde tasarlanmıştır.

Dolayısıyla, alışveriş merkezleri küresel (ekonomik, politik ve mesleki) güçlerin mekan örgütlenmesi (van Schaik, 2008; 9) üzerinde nasıl işlediğini ve mekansal algımızın bu tür mekanlarda nasıl çarpıtıldığını da açıkça ortaya koyar. Diğer bir deyişle, bu mekanlar fiziksel ve doğal çevreyle kurulan toplumsal, spontane, ve yakın ilişkilerden yapay, kontrollü ve evrensel ölçekte tekdüzeleştirilmiş kamusal alanlardaki ayrılmış davranış biçimlerine doğru evrilen dönüşümü net bir şekilde sergilerler. Daha önce de belirtildiği üzere, Dovey (2008) alışveriş mekanlarının arka planındaki şemanın iki manyetik kutup arasında çekilen insanların daha fazla tüketime yönlendirildiği bir soyut makine şeması olduğunu ileri sürer. Daha önce tartışılan akışkan alanlar olarak nitelenen alışveriş türleriyle karşılaştırıldığında, alışveriş merkezleri oldukça katı şekilde mineralleşmiş objeler olarak belirirler (Allen, 1997). Bunun sebebi de, yine Dovey'e göre, kamusal alan üzerinde daha fazla güç mekanizması uygulayabilmektir. Bu anlamda, insan akışının yapıli form şeklinde mineralleşmesi sürecinin en son ve en yoğun evresi olarak değerlendirilebilirler.

Alışveriş eyleminin dönüşümü ve çeşitli mekanların eşzamanlı varlığı

Alışveriş mekanlarının evrimi, daha konforla ve daha kaliteli alışveriş ortamlarına doğru bir çizgi izlemiştir. Ancak bu süreçte, alışveriş mekanlarına sadece kimlik tüketimine değil ayrıca statü inşasına (Featherstone, 2007) dayalı bir başka anlam da ekleyen paralel bir süreç de eşlik etmiştir. Dolayısıyla alışveriş eylemi gereksinimlerin karşılanması ve sosyal etkileşim (Du Gay & Pryke, 2002) kadar kimlik satın alınması (Langman, 1992) da içeren bir rol üstlenmiştir. Bu

evrimde, çocukluktan itibaren bilinçsizce içinden öğrenilen, biriktirilen ve inşa edilen sosyal pratiğin gündelik dünyasından, giderek, etkileyici biçim, yüzey, malzeme, kaplama ve parıltılı ürünlerin yanı sıra mekanik dolaşım araçları, elektronik ve interaktif yüzeyler, monitörler, görsel-işitsel efektler, yapay ışıklar ve havayla desteklenmiş, dolayısıyla izole ve yapay olarak dekore edilmiş devasa, gösterişli ve çarpıcı ortamlara doğru kayma göstermiştir. Tüm bu unsurlarla gelişen dönüşüm bireyi modern ticaretin mekanında pasifize edip yabancılaştırarak etkisiz hale getirmektedir.

Mekanın zihinsel olarak algılanışındaki bu büyük sıçrama da Gadamer'in zihinsel mekanın katmanları nosyonuna (van Schaik, 2008) uygun olarak insan zihninin inşasında kuskusuz yeni bir katman oluşturmuştur. Yine aynı nedenle, bu katmanlar insan zihninde eşzamanlı olarak yer almakla kalmaz ayrıca birbiriyle etkileşim içine girerler. İnsanın mekansal zekası da buna bağlı olarak alışveriş biçimlerinin farklı katmanları arasında gidip gelir. İncelenen örneklerde de bu farklı katmanlara hitap eden farklı davranış ve mekan tiplerinin eşzamanlı olarak kentte yer alması, bu etkileşimi destekler niteliktedir.

İlginçtir ki, Al-Khobar örneğinde bu farklı mekan ve davranış tipleri bir sosyal veya sınıfsal ayrımı işaret etmez. Diğer deyişle, aynı grup insanları farklı zamanlarda bu dört farklı alışveriş davranışı ve alışveriş mekanı içinde görmek oldukça doğaldır.

Karşılaştırma

Bu dört farklı tip alışveriş mekanı arasında, ilk iki tipolojiyi oluşturan *pazar* ve *arabali pazar*, sosyo-mekansal düzen açısından her ne kadar kaotik ve dağınık da görünseler karmaşık sosyo-fiziksel montajlar (*assemblage*) (Dovey, 2010, 13; Deleuze & Guattari, 1987; De Landa, 2006) olarak belirirler ve oldukça sofistike, verimli ve özgün bir karakter sergilerler. Bu iki tipolojinin belirlediği ortamlarda çoklu mekansal, kinetik, kokusal, görsel, dokunsal duyu etkileşimleri (Rasmussen, 1959) başarıyla oluşturulur. Bu bağlamda, kesinlikle toplumsal mekansal zekayla uyum sergilerler (Vesely, 2004; van Schaik, 2008; 45). Ayrıca, çağdaş alışveriş mekanlarında belli bölümlerde izole edilmelerine karşın, ilk iki, hatta üç, tipolojide çocukların aktif olarak (Rasmussen, 1959; van Schaik, 2008) ortama dahil olabilmeleri, van Schaik

(2008;149)'in sözünü ettiği oyuncak güdüsünün mekan tasarlama eylemine geleneksel mekanlarda dahil edilirken çağdaş mekanlarda göz ardı edilmesi olgusuna bağlanabilir. Yine bu çerçevede, geleneksel alışveriş mekanları cinsiyet ayrımı konusunu bünyesinde çözmüşken, alışveriş merkezleri, özellikle Suudi Arabistan kültüründe, bu tür bir sosyal birlikteliği kendi mekansal formatında, en azından henüz, sağlayabilmiş görünmemektedir. Kimi alışveriş merkezlerine bekar erkeklerin girişi hafta sonları sınırlandırılırken, içerideki kimi mekanlara bu kişilerin erişimi tamamen engellenmektedir. Ayrıca kadınların da genellikle erkeklerin ibadet vakitlerine karşılık gelen belirli zamanlarda buralarda yoğunlaştığı gözlenebilmektedir. Oysa geleneksel mekanlarda kadın erkek oranının, kullanımının ve iletişiminin zaman ve mekandan bağımsız ve her kesime eşit olarak sunulduğu açıkça gözlenmektedir. Sonuç olarak, ilk iki tipolojinin yerel karakter ve iklimi yansıtan daha özgün bir karakter sergilediği, son iki tipolojinin ise daha düzenli ve kontrollü bir alışveriş organizasyonu sağladığı ileri sürülebilir. Bu son iki tipolojide geometri ve tektonik unsurlar pazaryerlerine oranla daha baskındır. Ancak suk, halen ilk iki tipolojinin sahip olduğu sosyal, insani ve sivil unsurları belli ölçüde barındırır. Açıkça ki, son tipolojiyi oluşturan alışveriş merkezleri diğerleri arasında en çok tüketime odaklı, teknoloji merkezli ve küreselleşmiş olanıdır. Dolayısıyla, ilk ve son iki tipoloji arasındaki fark, özellikle kentsel mekanın kontrolü, mekanın gücü temsil ve gerçek insanların genel olarak kullandığı kamusal alana empoze etmesi açılarından (Dovey, 2008), Deleuze & Guattari (1987)'nin tanımladığı *düzensiz ve oluklu* mekanlar (*smooth and striated spaces*) arasındaki belirgin ayrımı örnekler.

Değerlendirme

Görülüyor ki, Al-Khobar kamusal alanda alışveriş tür ve mekanlarının çokluğunu oldukça belirgin bir şekilde temsil etmektedir. Alışveriş eyleminin evrimindeki bu farklı türler, davranış ve mekan organizasyonu bakımından birbirleriyle etkileşim halindedir. Özellikle, geleneksel alışveriş tipleri, yukarıda da tartışıldığı gibi, yerel malzeme ve enerji akışımı olanaklı kılarak, yerel heterojenliğin korunmasına ve yerel pazarlardaki küresel kontrol olgusunun dengelenmesine katkıda bulunurlar. Dolayısıyla, bu iki tipolojinin

biçimsel karakterleri amorf ve çizgisel olmayan nitelikler sergiler. Ayrıca, evrimin daha sonraki aşamalarında ortaya çıkan diğer çizgisel ve düzenli mekansal kurgu biçimleriyle de eşzamanlı olarak kentte yer almaktadırlar. Dovey (2010; 167) bu tür mekanlarda gözlenen ve biçimlerin, pratiklerin ve anlamların akışkanlığı aracılığıyla elde edilen kaymaların (*slippages of place*) yerel kimliğin sürdürülebilirliğini garanti altına aldığını belirtir. Bu geleneksel mekanların geçici ve dengesiz karakteri kamusal alana geleneksel ve çağdaş kutuplar arasında sürekli olarak hareket etme esnekliği ve bunlar arasındaki gerilimi çözme olanağı tanır. Katmanlaşmış sosyal var oluş, bunlar arasındaki etkileşim ve akışların çokluğu kamusal alandaki yerel kültürün zenginliğinin temelini oluşturur. Belki de, Rudofsky'nin (1964) *Architecture Without Architects* adlı çalışmasında da tartışıldığı gibi mekansal üretim bilgi ve sorumluluğunun profesyonellere devredilmeden bu işin bizzat gerçek insanlarca kendi gereksinimlerine göre gerçekleştirilmesinin ardında da bu bilinç yatmaktadır. Van Schaik (2010)'e göre aksi durum, yabancı mekansal tarihlerin ve geleneklerin uyumsuz bir zihinsel şemaya zorla ithal edilmesi bilinçsizliği olarak tanımlanmalıdır. Burada incelenen ve görünürde ilkel karaktere sahip geleneksel alışveriş mekanları mekansal zekanın orijinlerine, van Schaik (2008; 108-114)'in ifadesiyle mağara, kulübe ve çadır ontolojilerine, doğrudan bağlantıları temsil ederler. McNeill'e (1982) göre, Orta Doğu kentleri, günümüzde, bir zamanlar Batı'nın Asya ve İslam uygarlıkları karşısında sağladığı üstünlüğün geri planını oluşturan ve farklı sistemlerin farklı ölçeklerde eşzamanlı olarak işlemesi olgusunu içselleştirmiş görünüyor. Bu durum, özellikle de merkezi devletin yerini giderek küresel güçlerin devraldığı göz önünde bulundurulduğunda (de Landa, 1997; 39), kendi-kendini organize eden kent organizmasının içsel dinamikleri kontrol etmek isteyen küresel baskılar altında geliştirdiği ve kendiliğinden ortaya çıkan bir savunma mekanizması olarak da yorumlanabilir.

Dolayısıyla, Doğu Arabistan kentleri kamusal alanının küresel kuvvetlerin kendi üzerindeki güç denemelerine endüstri öncesi pazarların merkezi devlet otoritesine direndiği biçimde karşı koymakta olduğu görülmektedir. Sonuç olarak, Al-Khobar'ın, Orta Doğu bölgesindeki küresel dönüştürme etkilerine, gerek

davranışlar gerekse mekanlar bağlamında, obje ve alan, düzenli ve düzensiz, çizgisel ve çizgisel olmayan gibi ikili organizasyonel stratejiler yoluyla direnç gösteren kentleri temsil etmekte olduğu söylenebilir. ■ Yrd.Doç.Dr. Murat Çetin, KFUPM, KSA

Kaynaklar

- Allen, S., 1997, "From Object to Field", *Architectural Design*, 127, 24-31.
- Baudrillard, J., {1970}, *Consumption Society; Myths & Structures*, Sage.
- Bourdieu, P., 1993, *The Field of Cultural Production*, Columbia UP.
- Bridbury, A.R., 1986, "Markets and Freedom in Middle Ages", In A.J.E. Latham (ed.), *The Market in History* Croom Helm: London.
- Braudel, F., 1973, *Capitalism and Material Life; 1400-1800*, Herper & Row: NY.
- Cetin, M. & Birol, G., 2003, "A Callous Diversion from A Livable Stage-Set; The 75 Year Story of A High-Market Street", *Proceedings of 2nd International Livable Environments and Architecture Congress*, 1-4 July, Trabzon, pp. 309-316.
- Cetin, M., Doyduk, S. & Birol, G., 2004, "Conservation Of Traditional Shopping Places As A Device For Regeneration Of A Turkish Town In Recession", *Proceedings of the 1st International Conference on Architectural Conservation between Theory and Practice*, Dubai, March 14-16, pp. 444-463
- Cetin, M., 2010, "Analysis & Conservation of Social Attributes in Traditional Shopping Districts Towards Revitalisation of Town Centres on Recession; Balıkesir as a Case Study", *International Journal of Arab Culture, Management & Sustainable Development*,
- Cetin, M., 2010a, "Dualite, Hız, ve Duvar; Doğu Arabistan'ın Yeni Kent Dokusu Üzerine Bir Okuma...", *Arredamento Mimarlık*, 224, 63-70.
- Clarke, D.B., 2003, *Consumer Society and the Post-Modern City*, Routledge; London.
- Deamer, P., 1997, "The Everyday and the Utopian", *Architecture of the Everyday* (ed. S.Harris & D.Berke), Princeton Architectural Press: NY.
- De Landa, M., 1997, *A Thousand Years of Nonlinear History*, Zone books, NY.
- De Landa, M., 2006, *A New Philosophy of Society*, Continuum, NY.
- Deleuze G., Guattari F. & Massumi, B., 1987, *A Thousand Plateaus; Capitalism and Schizophrenia*, University of Minnesota Press.
- Dovey, K., 2008, *Framing Places; Mediating Power in Built Form*, Routledge; London.
- Dovey, K., 2010, *Becoming Places; Urbanism, Architecture, Identity, Power*, Routledge; London.
- Doyduk, S., "Conservation of Layers of Historic Cities; Problems of Urban-Archaeological Heritage in Islamic Countries", *Proceedings of FICUAHIC*, Riyadh, Saudi Arabia.
- Du Gay, P. & Pryke, M., 2002, *Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life*, Sage .
- Edwards, T., 2000, *Contradictions of Consumption: Concepts, Practices, and Politics in Consumer Society*, Open University Press
- Evans, M.M., Jamal, A. & Foxall, G, 2006, *Consumer Behaviour*, Wiley.
- Falk, P., 1997, *The Shopping Experience* (ed.C. B Campbell), Sage
- Featherstone, M., 2007, *Consumer Culture and Postmodernism*, Sage
- Galbraith, K., 2010, *Galbraith: The Affluent Society & Other Writings, 1952-1967: American Capitalism / The Great Crash, 1929 / The Affluent Society / The New Industrial State* (ed. J.K. Galbraith), Library of America.
- Harris, S. & Berke, D., 1997, *Architecture of the Everyday*, Princeton Architectural Press: NY.
- Harvey, D., 1991 *The Condition of Post-Modernity; An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Wiley-Blackwell; London.
- Iberall, A., 1972, *Toward a General Science of Viable Systems*, McGraw Hill, NY.
- Iberall, A., 1987, "A Physics for the Study of Civilizations", In E.Yates (ed.), *Self Organizing Systems; The Emergence of Order* (pp.531-3), Plenum: NY.
- Jameson, F., 1992, *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, Duke University Press.
- Kostof, S., 1993, *City Shaped; Urban Patterns and Meanings Through History*, Bulfinch.
- Kostof, S., 2005, *City Assembled; Elements of Urban Form Through History*, Thames & Hudson.
- Langman, L., (1992), "Shopping for Subjectivity", In Rob Shields (ed.), *Lifestyle Shopping; the Subject of Consumption* (pp: 40-82), Routledge: London.
- Lefebvre, H., 1991 {1947} , *Critique of Everyday Life*, Verso; London .
- Lefebvre, H., 1991 {1974} , *Production of Space*, Blackwell; Oxford.
- Lyotard, J.F., 1984, *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*, Univ Of Minnesota Press, MN.
- Markham, J.E., (1998), *The Future of Shopping*, Macmillan Press, London
- McLeod, N., 1997, "Henry Lefebvre's Critique of Everyday Life", In S.Harris & D.Berke (eds.), *Architecture of the Everyday*, Princeton Architectural Press: NY.
- McNeill, W.H., 1982, *The Pursuit of Power; Technology, Armed Force and Society Since AD 1000*, Chicago UP; Chicago.
- Rapoport, A., (1980), "Vernacular Architecture and the Cultural Determinants of Form". In A.D. King (ed.), *Buildings and Society: Essays on the Social Development of the Built Environment* , Routledge & Kegan Paul: London.
- Rapoport, A., (1982), *The Meaning of the Built Environment: A Non-Verbal Communication Approach*, Sage: Beverly Hills, Calif.; London.
- Rapoport, A., (1990), *History and Precedent in Environmental Design*, Plenum Press: London, New York.
- Rasmussen, S.E., 1959, *Experiencing Architecture*, Chapman & Hall; London.
- Ritzer, G., 2007, *The McDonaldization of Society*, Pine Forge Press.
- Rudofsky, B., 1964, *Architecture Without Architects*, Doubleday, NY.
- Said, E., 1978, *Orientalism*, Routledge; NY.
- Sawyer, P., 1986, "Early Fairs and Markets in England and Scandinavia", In A.J.E. Latham (ed.), *The Market in History* (pp.62-4), Croom Helm: London.
- Senett, R., (1992), *The Conscience of the Eye; The Design & Social Life of Cities*, W.W. Norton & Company.
- Sennett, R., (1977), *The Fall of Public Man*, Faber&Faber, London.
- Shields, R., (1992), "Spaces for the Subject of Consumption", In R. Shields(ed.), *Lifestyle Shopping, The Subject of Consumption* (pp.1-21), Routledge: London.
- Thorns, D.C., 2002, *The Transformation of Cities: Urban Theory and Urban Life*, Palgrave Macmillan.
- Van Schaik, L., 2008, *Spatial Intelligence; New Futures for Architecture*, Wiley; London.
- Vesely, D., 2004, *Architecture in the Age of Divided Representation*, MIT press; Camb. Mass.
- Weib, K. D., (1996), "Merchandising, American Style Shopping Centres and Mega Malls", *Architecture for the Retail Trade, Department Stores, Shopping Centres, Arcades- History and Current Tendencies*, Birkhauser Verlag, Berlin.