

**YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

BÜRO BİNALARINDA GÜÇ VE PRESTİJ UNSURLARI

Mimar Sinem YALÇINPINAR

**FBE Mimarlık Anabilim Dalı Bina Araştırma ve Planlama Programında
Hazırlanan**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Ülkü ALTINOLUK

İSTANBUL, 2009

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ŞEKİL LİSTESİ	iv
ÇİZELGE LİSTESİ	vi
ÖNSÖZ	vii
ÖZET	viii
ABSTRACT	ix
1 GİRİŞ	1
2 TANIMLAR: İKTİDAR VE GÜÇ	2
2.1 Güç Kavramının Tanımı	2
2.2 İktidar Kavramının Tanımı	2
2.3 Güç ve İktidar Kavramının Birbiriyle İlişkisi	4
3 TARİHTE GÜÇ VE İKTİDAR KAVRAMLARININ MİMAR ARACILIĞIYLA YANSITILMASI	5
3.1 Dini İradenin İktidarı ve Mimari	6
3.2 Mutlak İradenin İktidarı ve Mimari	13
3.2.1 Tekil Mutlak İktidar ve Mimari	13
3.2.2 Demokratik İktidar ve Mimari	18
3.3 Toplumsal Hareketlerden Doğan İktidar ve Mimari	19
3.4 Kapitalin İktidarı ve Mimari	25
3.5 Soyut İktidar ve Mimari	33
3.6 Düşüncenin İktidarı ve Mimari	34
4 BÜRO BİNALARININ YAPISAL ÖZELLİKLERİ	37
4.1 Ofis ve Büro Kavramlarının Tanımı	37
4.2 Büro Binalarının Tarihsel Süreçte Geçirdiği Değişimler	38
4.3 Büro Binalarının Tasarım Prensibi	40
4.3.1 Genel Tasarım Prensipleri	42
4.3.2 Yüzeysel ve Hacimsel Faktörlerin Tasarlanma Prensibi	44
4.3.3 Bina Yükseklik Kararları	45
4.3.4 A, B, C Sınıfı Büro Binaları	46
4.3.5 Teknolojik Gelişmelerle Değişen Büro Anlayışı	47
4.4 Büro Binalarının Tasarımsal Farklılıklar ve İçeriklerine Göre Gruplandırılması	48
4.4.1 İş merkezleri ve Genel Merkezler	50
4.4.2 Büro İşlevi Olan Gökdelenler	58
4.4.2.1 Gökdelenlerin Oluşması	59
4.4.2.2 Gökdelenlerin Gelişmesini Etkileyen Faktörler	61
4.4.2.2.1 Teknolojik Gelişmeler	62
4.4.2.2.2 Sosyal Etkiler	62
4.4.2.2.3 Şehirleşme	63
4.4.2.2.4 Firmaların Büyümesi	63

4.4.2.2.5	Reklam ve Prestij Unsuru Olmaları.....	64
4.4.2.2.6	Mimari Akım ve Eğilimler	64
4.4.2.3	Gökdelenlerin Gelişim Süreci.....	65
4.4.2.3.1	1885’e Kadar Olan Dönem.....	65
4.4.2.3.2	1885 – 1930 Dönemi	65
4.4.2.3.3	1930 – 1960 Dönemi	66
4.4.2.3.4	1960 – 2001 Dönemi	68
4.4.2.3.5	11 Eylül 2001 Sonrası Dönem.....	69
4.4.2.4	Büro Binası ve Genel Merkez Olan Gökdelenlerin İncelenmesi.....	70
4.4.3	Karma Yapılar İçinde Bürolar	83
4.4.3.1	Karma Yapıların Özellikleri	83
4.4.3.2	Karma Yapıların Yaygınlaşma Nedenleri	86
4.4.4	Büro Yerleşkeleri ve Büro Parklar	97
4.4.4.1	Büro Yerleşkeleri ve Büro Parkların Yaygınlaşma Nedenleri	102
5	BÜRO BİNALARI İLE GÜÇ VE PRESTİJ KAVRAMININ İLİŞKİSİ.....	109
5.1	Güç ve Prestijin Büro Binaları Aracılığıyla Gösterilmesi	116
5.2	Güç ve Prestij Simgesi Olan Büro Binalarının Fiziksel Çevrede Yarattığı Etkiler	121
5.2.1	Çevresel İmaj Sistemi ve Simgesel İfade	122
5.2.2	Kentsel Ufuk Çizgisi	126
5.2.3	Bilbao Etkisi ya da Gösteri Mimarlığı.....	127
5.2.4	Olumlu ve Olumsuz Etkiler	133
5.3	Güç ve Prestij Simgesi Olan Binaların Bireyler, Toplumlar ve Yönetimsel Sistemler Üzerinde Yarattığı Etkiler	134
6	MİMAR-MÜŞTERİ-TOPLUM İLİŞKİSİNİN TASARIM SÜREÇLERİNE İKTİDAR VE GÜÇ KAVRAMI AÇISINDAN YANSIMALARI.....	138
6.1	Tarihsel Süreçte ve Günümüzdeki Yeri	141
6.2	Mimar-Müşteri-Toplum İlişkilerinin Büro Binalarına Tasarımsal Yansımaları .	142
7	SONUÇ.....	144
	KAYNAKLAR.....	146
	ÖZGEÇMİŞ.....	153

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 3.1	Mısır Piramitleri. 7
Şekil 3.2	Mısır Piramitlerinin Kuşbakışı Görünüşü 7
Şekil 3.3	Ziggurat 8
Şekil 3.4	Parthenon..... 9
Şekil 3.5	Parthenon Kroki Çizimi 9
Şekil 3.6	Notre dame Katedrali Cephe Detayları 10
Şekil 3.7	Notre dame Katedrali 11
Şekil 3.8	Sultanahmet Cami 12
Şekil 3.9	Tac Mahal..... 12
Şekil 3.10	Zeppelinfeld Tribünü..... 14
Şekil 3.11	Kongre Sarayı ve Çevresi..... 14
Şekil 3.12	Casa Del Fasio Çizimi..... 16
Şekil 3.13	Casa Del Fasio..... 16
Şekil 3.14	Stalin Gökdelenleri..... 18
Şekil 3.15	Eşitlik Tapınağı Önerilerinden biri..... 21
Şekil 3.16	Sovyetler Birliği İşçi Kulüpleri Tiyatro Aktiviteleri..... 23
Şekil 3.17	Yüksek Sanat ve Teknoloji Stüdyoları "Mekan" isimli öğrenci çalışmaları maket sergisinden görüntü..... 23
Şekil 3.18	Vladimir Krinsky tasarımı Yüksek Sovyet Milli Ekonomi Merkezi 24
Şekil 3.19	Vladimir Tatlin'in 3. Enternasyon Kapsamında Tasarladığı Kule. 24
Şekil 3.20	Zuev İşçi Kulübü 1927 - 1929..... 25
Şekil 3.21	Rusakov İşçi Kulübü 1927 - 1929..... 25
Şekil 3.22	Trump Tower..... 28
Şekil 3.23	Getty Center 28
Şekil 3.24	Koç Holding Genel Merkezi Binalarından Biri 29
Şekil 3.25	Sabancı Holding Genel Merkez Binaları..... 30
Şekil 3.26	Hong Kong Shanghai Banking Corporation Genel Merkez Binası 31
Şekil 3.27	Bank of China Genel Merkez Binası..... 32
Şekil 3.28	Yes Is More Kitabı Kapağı..... 35
Şekil 3.29	Yes Is More Kitabından Örnekler 35
Şekil 3.30	Yes Is More Sergisinden Görüntüler..... 36
Şekil 4.1	Uffizzi Binasının Avlusundan Görünüşler 38
Şekil 4.2	İş Merkezlerinin Bulunduğu Manhattan Adasının Görünüşü 41
Şekil 4.3	İş Merkezlerinin Bulunduğu Chicago'nun Görünüşü..... 42
Şekil 4.4	Googleplex 47
Şekil 4.5	Googleplex Çalışma Alanları 48
Şekil 4.6	Vakko Genel Merkezi ve Power Medya Merkezi..... 51
Şekil 4.7	Vakko Genel Merkezi ve Power Medya Merkezi'nin Caddeden Görünüşü... 51
Şekil 4.8	Cam Cephe Üretim Detayları 52
Şekil 4.9	Cam Cephe Uygulaması..... 52
Şekil 4.10	Willis Group Holding'in Londra Genel Merkezi 53
Şekil 4.11	Willis Group Holding'in Londra Genel Merkezinden Görünüşler 54
Şekil 4.12	Kraanspoor Büro Binasına Genel Bakış..... 55
Şekil 4.13	Kraanspoor Vinç Yolu 55
Şekil 4.14	Kraanspoor Vinç Yolu(Büro Bloğu Yapılmadan Önceki Hali)..... 56
Şekil 4.15	Kraanspoor Büro Binasına Bakış 57
Şekil 4.16	Home Insurance Building..... 60
Şekil 4.17	Woolworth Building..... 66

Şekil 4.18	Chrysler Building	67
Şekil 4.19	Empire State Building	68
Şekil 4.20	Dünya Ticaret Merkezi.....	69
Şekil 4.21	CCTV Binasının Arazi ve Kütle Modeli.....	71
Şekil 4.22	CCTV Binasının Çevresinden Algılanışı	71
Şekil 4.23	CCTV Binasının İnşaat Sonrası Görüntüsü	72
Şekil 4.24	Torre Agbar Binasının Çevresinden Algılanışı	74
Şekil 4.25	Torre Agbar İnşaat Süreci	75
Şekil 4.26	Jean Nouvel ve Torre Agbar	76
Şekil 4.27	Sears/Willis Kulesi ve Çevresi	77
Şekil 4.28	Sears/Willis Kulesi İsim Değişikliği İle İlgili Hazırlanmış Afişler	78
Şekil 4.29	Sears/Willis Kulesi Cephe Değişiklikleri.....	79
Şekil 4.30	Swiss Re Genel Merkezi	80
Şekil 4.31	Kanyon'un Gece Görünüşü	84
Şekil 4.32	Yapılara Yukarıdan Bakış	87
Şekil 4.33	Kanyon Ofis Kulelerine Bakış	88
Şekil 4.34	Museum Plaza Binasına Bakış	89
Şekil 4.35	Museum Plaza Binasının Tasarım Grafikleri	90
Şekil 4.36	Museum Plaza Binasının Görünüşü	91
Şekil 4.37	Zorlu Center Projesi Görselleri	92
Şekil 4.38	Zorlu Center Projesi Genel Görünüşü.....	93
Şekil 4.39	Petronas Kulelerine Bakış	95
Şekil 4.40	Petronas Kulelerini Birbirine Bağlayan Köprü	96
Şekil 4.41	Yapı Kredi Bankacılık Üssü.....	98
Şekil 4.42	La Defense Ofis Yerleşkesi.....	101
Şekil 4.43	La Defense Ofis Yerleşkesine Bakış.....	102
Şekil 4.44	Shell Company Genel Merkezi Ön Görünüşü.....	104
Şekil 4.45	Shell Company Genel Merkezi Görünüşü.....	105
Şekil 4.46	Shell Company Genel Merkezi Binaları	106
Şekil 4.47	Masdar City Genel Merkez Binası	107
Şekil 4.48	Masdar City Genel Merkez Binası Görünüşleri.....	107
Şekil 4.49	Masdar City Genel Merkez Binası Grafikleri	108
Şekil 5.1	MoMa sergisi.....	112
Şekil 5.2	MoMa serginde Rem Koolhaas ve Ole Scheeren.....	113
Şekil 5.3	Norddeutsche Landesbank Büro Binasının Çevreden Algılanması	123
Şekil 5.4	Phare Kulesinin La Défense Bölgesindeki konumu.....	124
Şekil 5.5	Phare Kulesinin La Défense Bölgesindeki konumu.....	125
Şekil 5.6	Petronas Kulelerini Birbirine Bağlayan Köprünün İçinden Görüntü.....	129
Şekil 5.7	Sears/Willis Kulesi Gökyüzü Platformu	130
Şekil 5.8	Sears/Willis Kulesi Gökyüzü Platformu	131
Şekil 5.9	Museum Plaza Binası İnşaatının Açılışı.....	132

ÇİZELGE LİSTESİ

	Sayfa
Çizelge 4.1 Gökdelenlerle İlgili Olumlu – Olumsuz Yönler.....	82
Çizelge 5.1 Değerlendirme ölçüleri.....	110
Çizelge 5.2 Güç Ve Prestijin Büro Binaları Aracılığıyla Gösterilmesi.....	119
Çizelge 5.3 Büro Binalarının Fiziksel Çevreye Etkileri	133
Çizelge 5.4 Büro Binalarının Bireyler, Toplumsal Ve Yönetimsel Sistemler Üzerinde Etkileri.....	137

ÖNSÖZ

Güç, sahip olduğumuz her şeydir. Bu bağlamda mimari, gücün ve iktidarın gösterilmesi için kullanılan en etkili yoldur. Etkisinin büyüklüğü ve yaygınlığından dolayı seçilen yoldur. Geçmişten günümüze değişen iktidar odaklarının ortak olarak güç göstergesi mimari olmuştur. Bu çalışmada; büro binalarının iktidar sahipliğini ve güçlerini göstermede duyulan ihtiyaçları incelenmiştir. Tasarımsal ve içerik olarak ayrılan özelliklerine, büro binalarını kullanan şirketlerin ve kurumların yapısal özellikleri de eklenerek ortaya konulmuştur.

Desteklerinden dolayı Tez Danışmanım Prof. Dr. Ülkü Altınoluk 'a, yazmak istediğim konuyu bulmama yardım eden eşim Zafer Yalçınpınar'a, bugüne kadar bana her konuda destek olan anneme, babama ve ablama, yanımda olduğu için Fatma İmal'e teşekkür ederim. Ayrıca Bengi Gizem Turna'ya, Hakan Gürel'e, Ayten Okur'a, Gözde Okur'a, Nuray Ayırkan ve Deniz Ayırkan'a, Bediha Güngör'e, Aslı Sarıgül'e yardımlarından dolayı teşekkür ederim.

ÖZET

Günümüzde rekabetçi piyasa koşullarında firmaların ürün kalitesi, iş geliştirme anlayışı veya faaliyetleri kadar sahip oldukları güç ve iktidarı doğrultusunda pazara sundukları imajları da son derece önemlidir. Kurumlar ürünlerinin yanı sıra sahip olduğu fiziksel imkânlarının seçkinliğine önem vererek güçlerini kanıtlamaktadır. Bu noktada mimari tasarım gücü şirketlerin aradığı fiziksel seçkinliği sağlamaktadır. Mimarlar bu noktada hem şirketin yapısını hem de kendi tasarım özelliklerini yansıtacak fikirlerle binanın estetik yapısı oluşturur.

Büro binaların ilk yapıldığı tarihlerden günümüze kadar tasarımda seçkinlik anlayışında bir takım değişiklik olmuştur. İktidarların değişimi, kültürel farklılıklar, ofis çalışma hayatındaki değişiklikler, teknolojik imkânlar, çevresel koşullar, ekonomik durumdaki değişimler, politik değişimler, dünyadaki güç unsurlarındaki değişimler gibi faktörler mimari ürünün niteliğinde de değişimlere neden olmuştur.

Bir büro binasının tasarımında güç ve prestij unsuru olması işlevinden daha önde olabilir. Yapısal olarak geçirdiği değişimlerin dışında güç göstergesi olan büro binaları iktidarını yansıtmaya eğilimindedir. Bu faktör göz önüne alınarak yapılan büro binalardaki farklılıklar o binaların simgesel nitelik kazanmasını sağlamaktadır. Simgesel nitelik kazanan büro binalarının kentlerde belirleyici noktalar olması, kentsel planlamada farklılıklar yaratabilmesi ve bireyler üzerinde belirgin etkiler yapması tasarım sürecinde önemli bir analiz noktasıdır.

Bu süreçlerde mimarın konumu geçmişten günümüze farklılık göstermektedir. Yönetim ve yaşayış sistemlerindeki değişiklik mimarların mesleklerinde durdukları yerleri de değiştirmiştir. Ama işin özü olan iktidar ve güç sahibi olmak ve bunu yansıtmak için mimari öğelerin kullanılması değişmemiştir.

Anahtar Kelimeler: Büro binaları, Mimaride Prestij Unsurları, Mimaride Güç Göstergeleri, İktidar, Simge Yapılar, Nirengi Noktası, Bilbao Etkisi, Gösteri mimarlığı, Kurumsal Kimlik

ABSTRACT

Nowadays, companies have understanding of product quality, business development and operations structure in competitive market conditions. Besides these, they offer images which are including their strength and power, are also extremely important. Institutions, as well as their products, have the physical facilities that are proving their power by giving importance to their exclusivity. At this point, companies are looking for power of architectural design that provides physical exclusivity. In this case, architects create aesthetic structure of the building with the company's structure and design features to reflect their own ideas.

From the date of the first office building to the present, many changes have been done power and exclusivity in design concept. Exchange of power, cultural differences, changes in the office working life, technological opportunities, environmental conditions, changes in economic conditions, political changes, changes in elements of power in the world such as architectural factors in the quality of products has led to changes.

The power and the prestige may be more important than the function in to the design of an office building. Besides structural changes in the office buildings that have the power indicator, tend to reflect the ruling. By taking these factors into consideration the office building provides a symbolic quality to win. Office building that has a symbolic quality, is an important point of analysis on the design process with become landmark in the city, urban planning and making significant effects on individuals.

In this process, the architect's position varies from the past to today. Changes in management systems and life styles of architects have changed their profession where they stand. But the essence of business is to have power and strength and it has not changed to use of architectural elements.

Key Words: Office Building, Prestige in Architecture, Power in Architecture, Iconic Buildings, Power, Landmark, Bilbao Effect, Showing Architecture, Corporate Identity

1. GİRİŞ

İnsanlığın yaşantısı mimarlık ile iç içe geçmiştir. Mimarlık bir kavram olarak insanlık ile birlikte yol almıştır. Her alanda bir ihtiyaç ve etkili bir ifade şeklidir. Mimarlık, fikirlerin, düşüncelerin, akımların, hareketlerin, ideolojilerin, iktidarların ve güç simgelerinin özlerini anlatma biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu olguların önem kazanabilmesi ve devamlılığını sağlayabilmesi için mimarlığa ihtiyaç duymaktadır. Geçmişten günümüze, her dönemde ve düzende sahip olunan güçlerin yansıtılması önemli bir gerçek olarak var olmaktadır. Dinler, inanışları kendi çıkarları için kullanan iktidar sahipleri, krallar, imparatorlar, akımlar, ideolojiler, diktatörler, ayrıcalıklı yönetimler, şirketler, ekonomik, sosyal ve yönetsel birliktelikler, medya tarihinde güç ve iktidara sahip olmuşlardır. Varlıklarının sürdürülebilmesi için toplumlar üzerinde görsel ifade ve etki olarak mimariyi kullanmışlardır.

Tarihte, gücün mimariyle ifade edildiği görülmüştür. Yaşadığımız çağda, çok uluslu şirketler, ekonomik, sosyal, yönetsel vb. birliktelikler ve medya sahip oldukları güçleri, üstünlüklerini vurgulamak için mimariyle ilişki içindedir. Etkileyici genel merkezler, elde edilen gayrimenkuller, teknolojinin ve söylevlerin yardımıyla, gücün ifadesi ve toplumlara gösterilmesi mimariye yön vermektedir. Bu noktada benim inceleyeceğim alan büro binaları olmaktadır.

Gücün ifadesinin ve etkisinin en yaygın olarak kullanıldığı büro binaları, şirketlerin ve yapısal birlikteliklerin ihtiyaçları dışında, kurumun yapısını, güvenilirliğini, üstünlüğünü, uzmanlığını ve ekonomik varlıklarını toplumlara göstermek ve etkilemek için yapılmaktadır.

Günümüzde teknolojinin hızlı gelişimi ve günlük hayata aktarımındaki kolaylıklar büro binalarının tasarımında ve uygulamasında farklılıklar yaratmaya olanak sağlamıştır. Bina sahipleri, arsa sahipleri ve şirket sahipleri teknolojik yenilikleri ve yeni malzemeleri kullanma konusunda daha açık fikirli ve girişimci olmuşlardır. Bu istek, piyasada, çalıştıkları alanda ve toplumda üstünlük ifadesi, “ilk” olma düşüncesinden çıkmaktadır. Başarılar ve yeniliklerle, güçler dengesinde bir adım öne çıkmak önemli bir bakış açısı olmaktadır. En basit örnek olarak, gökdelenlerin yükseklikleri önemli bir güç simgesi ve dünya üzerinde belirli bir zaman bile olsa “en” olmayı sağlayan bir unsurdur.

2. TANIMLAR: İKTİDAR VE GÜÇ

2.1. Güç Kavramının Tanımı

Güç kavramı isim ve sıfat olarak çeşitli anlamlar taşımaktadır. Bu konuyla ilgili olan güç kelimesi isim anlamındadır. Bir isim olarak güç, Türk Dil Kurumunun sözlüğünde 11 adet anlam başlığı bulunmaktadır:

- a. Fizik, düşünce ve ahlak yönünden bir etki yapabilme veya bir etkiye direnebilme yeteneği, kuvvet
- b. Bir olaya yol açan her türlü hareket, kuvvet, takat
- c. Sınırsız, mutlak nitelik
- d. Bir cihazın, bir mekanizmanın iş yapabilme niteliği
- e. Siyasi, ekonomik, askerî vb. bakımlardan etki ve önemi büyük olan devlet, devletler topluluğu
- f. Bir ulus, bir ordu vb.nin ekonomik, endüstriyel ve askerî potansiyeli
- g. Bir toprağın verimlilik yeteneği
- h. Yeterliliğini ve güvenilirliğini kanıtlamış kimse(Mecaz anlam)
- i. Bir akarsuyun aşındırma ve taşıma yeteneği(Coğrafik anlamı)
- j. Birim zamanda yapılan iş(Fizik anlamı).

Güç, bütün bu anlamlarıyla birlikte, geçmişten günümüze kadar, tarih boyunca belirleyici bir kavram olmuştur. Olayların, kişilerin, fikirlerin ve söylemlerin kuvvetlenmesi sosyal, kültürel ve ekonomik sonuçların güçlenmesiyle doğru orantılıdır. Tarihsel olaylarda ve günümüzde güç sahibi olan kişi, kurum ve ideolojiler yaşıttı önemli yerler edinmiştir. Bu etki, olayların ve ideolojilerin gelişmesine ve farklılaşmasına neden olmuştur. Güç sahibi olan, değişikliğe veya devamlılığa neden olmaktadır. Güç, insanların davranışlarını ve düşüncelerini etkilemekte, kontrol altında tutmaya da yardımcı olmaktadır.

2.2. İktidar Kavramının Tanımı

“İktidar” kelimesi Arapça kökenli olup, Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre dört anlamı bulunmaktadır:

- a. Bir işi yapabilme gücü, erk, kudret
- b. Bir işi başarabilme yetki ve yeteneği
- c. Devlet yönetimini elinde bulundurma ve devlet gücünü kullanma yetkisi
- d. Yetkiyi elinde bulunduran kişi ve kuruluşlar.

İktidar sözcüğünün anlamı, siyasal açıdan güç kullanmada yönetsel, sistematik ve hukuksal bağlamlarla biçimlenmektedir.

İlhan Tekeli'ye göre bir kişinin iktidar gücünü, başkalarının kararlarını belirleyebilmesi ya da etkileyebilmesi olarak tanımlanmaktadır. (Tekeli, 1998)

İktidar törensel bir anlam da barındırır. Etki bakımından geniş bir alanı, topluluğu ve fikirleri içerir; yönetsel bir kavramdır.

Foucault'ya göre iktidar her yerdedir, çünkü her yerden gelmektedir. İktidar her şeyin olmasını, şeylerin, bilginin, söylem biçimlerinin ve hazzın üretilmesini sağlayan bir araçtır. Kendi gerçekliğini, üzerinde olduğu alanı ve haklılaştırma mekanizmalarını üretir. İktidarın var olması bilgisiz mümkün değildir. Bununla birlikte bilginin iktidara yol açmadan var olması da olanaksızdır. Foucault'a göre toplumsal iktidarın üç biçimi vardır:

1. Ekonomik İktidar: Nadir olan mal, üretim kaynaklarını ve finansal kaynakları elinde tutan ve diğerlerin iş gücüne sahip olmak
2. İdeolojik İktidar: Otoriteler tarafından desteklenen belirlenmiş bir yapıya veya olguya ait fikirleri, inançları elde tutmak
3. Siyasal İktidar: Fiziksel zor kullanmayı, yönetsel ve hukuki araçları, ceza yetkisini elinde bulunduran; bütün bu işleyişlerin devamlılığını sağlayan donanımlara sahip olmaktır.

Günümüzde iktidarın, özel sektördeki firmalar ile ulusal düzeyde politikacılar arasındaki işbirliğinden doğan bir kuvvet olduğu da düşünülebilir. Yaşadığımız sosyal, ekonomik ve kültürel ortamda iletişim kaynaklarının çokluğu ve hızı iktidarların genelleşmesine neden olmuştur. Bölgesel olmaktan çıkıp etkisini toplumların her kesiminde göstermektedir. Bu etki görsel ve işlevsel yönleriyle bize ulaşmaktadır.

2.3. Güç Ve İktidar Kavramının Birbiriyle İlişkisi

Güç ve iktidar kavramları anlamsal olarak birbirini tamamlayan öğelerdir. Yeri geldiğinde eş anlamlı olarak da kullanılmaktadır. Bu iki kelimenin anlamsal olarak bağları sosyal, kültürel ve ekonomik verilerde kendini göstermektedir.

Güç ve iktidar kavramlarında görülen tamlayan – tamlanan ilişkisi, gücü iktidar sahibinin kendini ispat etmek için kullandığı soyut kavramlar olarak açıklamaktadır. Elias Canetti'ye göre güç sözcüğü etkisi bakımından doğrudandır ve iktidara göre daha az dolaysız bir zorlama aracıdır. Düzeysiz ve kaba iktidarın dışavurumları da güç sözcüğüyle daha iyi açıklanmaktadır. (Canetti, 1998)

İktidar ve güç kelimesinin farklılıklarından en belirleyici olanı iktidar daha geneldir ve güçten daha geniş bir anlam taşır. İçeriği daha geniştir ve daha statiktir.

Genel olarak baktığımızda her alanda iktidar unsurları ve bunların sahip olduğu gücü görmekteyiz. Ekonomik, sosyal, kültürel, ideolojik ve dinsel olgularda sahip olunan iktidar varlığını sürdürmek ve etkisinin devamlılığı için elinde bulundurduğu gücü, farklı ifade şekilleriyle karşımıza çıkarmaktadır. Güç insanlar tarafından somutlaştırılır ve etki alanı da insanlar olmaktadır.

Tarihten günümüze kadar geçirilen süreçlerde iktidar unsurları güçlerini yansıtmak için birçok yol izlemişlerdir. İzlenen bu yollar sahip olunan ekonomik güçle doğru orantılıdır. Ekonomik şartlar ne kadar büyükse gösterilen ve hissedilen güç o kadar büyük olmaktadır.

Tarihsel süreçte egemen olan iktidar türleri sahip oldukları ekonomik güçle varlıklarını sürdürmüşlerdir. Konumuzla ilgili olarak günümüzde sermaye sahibi olan büyük şirketler, hükümetler, kişiler oluşturdukları iktidar ortamını mimari aracılığıyla pekiştirmektedirler. Birer gösterge olarak ofis binaları en etkili yapı biçimi olmaktadır. Yapılan işin, sahip olunan hakların, yaptırım gücünün en iyi göstergesi o kurumun bütün işlerinin ve anlaşmaların döndüğü genel merkezler ve ofis binalarıdır. Bu yüzden binaların söylemlerinin etkili olması, kurumların veya kişilerin güçlerini göstermesi müşteri ve mimar tarafından istenen bir prensiptir.

3. TARİHTE GÜÇ VE İKTİDAR KAVRAMLARININ MİMARİ ARACILIĞIYLA YANSITILMASI

İktidar ve güç kavramlarının mimari aracılığıyla yansıtılması ve günümüze kadar gelmesi, bu yapıtların anıtsallığıyla açıklanabilir. Anıtsallığı üç ayrı boyuta ayırabiliriz:

1. Büyüklük, Ölçek: Yapının bulunduğu bölgedeki yerleşimi ve boyutunun farklılığı olarak açıklanabilir.
2. Simetri: Tekrarlanan yapısal öğeler, düzenin ve gücün simgesi olarak görülmektedir.
3. Ağırlık: Kullanılan malzemelerin farklılığı ve sağlamlığının vurgulanmasıdır. Örnek olarak, kullanılan cephe malzemesinin zemin katlarda küçük açıklıklar bırakacak şekilde kullanılması, cephelerin köşelerinin kapatılması verilebilir.

İktidar ve güç kavramlarının anlamlarındaki farklılıklar ve benzerlikler dışında tarihsel süreçte geçirdiği değişim toplumsal yaşamında değişmesine neden olmuştur. Anlamsal olarak büyük bir değişim yaşanmasa da ifade biçimi günümüze kadar farklılaşmıştır. Bu farklılığın temelinde ve sürekliliğinde ekonomik gücün iktidar tarafından sahip olunması çok büyük değişikliğe uğramamıştır.

Kavramsal inceleme yapıldığında Bertrand Russell, iktidarı şu bölümlere ayırmaktadır:

- Dinsel İktidar
- Hükümdar İktidarı
- Çıplak İktidar
- Düşünce İktidarı
- Devrim İktidarı
- Ekonomik İktidar

Russell'in yaptığı bu sınıflandırma Hasan Celal Çalışlar tarafından mimari göstergeler de eklenerek şu bölümlerde sadeleştirilmiştir:

1. Dini İradenin İktidarı ve Mimari
2. Mutlak İradenin İktidarı ve Mimari
3. Toplumsal Hareketlerden Doğan İktidar ve Mimari
4. Kapitalin İktidarı ve Mimari

5. Soyut İktidar ve Mimari
6. Düşüncenin İktidarı ve Mimari

Bu sınıflandırma belli bir kronoloji içermesine rağmen, bazılarının etkileri bölgesel olarak değişse de genel anlamıyla günümüzde yukarıdaki iktidar türleri mevcuttur. Aralarındaki en önemli ortak nokta ise ifade edilmek istenen iktidarın gücünü kapitalin oluşturmasıdır.

3.1. Dini İradenin İktidarı Ve Mimari

İnsanlık tarihinde en belirleyici etken dindir. İktidar unsuru olarak toplumları etkisi altına almıştır. Bu etki bölgesel olarak farklılık gösterse de temeldeki söylemler benzerdir. Din kavramının iktidar olarak etkinliğini sağlaması mimari yapılarla karşımıza çıkmaktadır. Bireyler ve toplumlar üzerindeki gücü, mimari olarak görkemli ibadet yerleri, mezarlar ve anıtlarla sağlanmıştır. Bu yapıların görkemli ve belirli bir söylemi olması etki alanını genişletmiş ve devamlılığı sağlanmıştır.

Dinin toplum üzerinde egemen olması ve ruhban sınıfının varlığıyla beraber oluşan “iktidarın gücü”, topluma binalarla yansıtılmış ve binalar yalnızca Tanrı’ya ulaşmak, Tanrının evi olmak gibi sembollerle eziciliği de sembolize etmek için inşa edilmiştir. Genel olarak bütün dinlerde yapılar gösterişli ve odak noktası olan binalardır. Tarihsel süreçte belirli dinler üzerinden oluşan yapıtları incelersek karşımıza aynı ortak etki çıkmaktadır.

Mısır Uygarlığında, Tanrı’nın oğlu olarak kabul, edilen Firavunların mezarları her yerden görülebilecek, piramitlerle simgelendi. Piramitler, Firavunların büyüklüklerini ifade eden prestij yapıları olarak tasarlanmıştır. Tapınakların kolosal sütunları da ihtişamın, gücün, prestijin göstergeleri olarak görülmekteydi.

Eski Mısır’da Piramitler günümüze kadar gelen nadir anıt mezarlardandır. Piramitlerin anıt mezar olması dışında dönemin dini iktidarının mimari ile ne kadar ilgili olduğu ortadadır. Piramitlerin şeklinden dolayı gökyüzünü işaret etmesi etkisi bakımından kutsal ve etkileyici bir merkez oluşturur. Piramitlerin yüksekliği firavunun gücünün simgesi olarak görülmüştür. İnşası sırasında kullanılan insan gücünün çokluğu iktidarın hükmediciliğinin de göstergesidir. Mısır piramitlerinin formu, kullanılan malzemenin dayanıklılığı ve kentte bulundukları noktalar açısından önemli bir etki alanı oluşturmaktadır. Günümüzde tarihsel iktidarın bireyler üzerinde nasıl etki yarattığı piramitler sayesinde ortadadır.



Şekil 3.1 Mısır Piramitleri.



Şekil 3.2 Mısır Piramitlerinin Kuşbakışı Görünüşü.

Mısırlıların piramitleri gibi Mezopotamya Uygarlıklarında görünen Zigguratlarda da dayanıklı malzeme ve mimari form arayışı bulunmaktadır. Birçok araştırmacının “Düğün Pastası” olarak adlandırdığı Zigguratların daha çok tören ve ibadete yönelik olmasına rağmen Mısır piramitlerinden biçimsel aykırılıklar göstermemesi hem inşa tekniği hem de

simgeselliğindendir. Yapının en üst bölümünde bulunan düzlükteki tapınağa büyük rampalar aracılığıyla ulaşılması ve bu noktada ibadet edilmesi merkez olma özelliğini kuvvetlendirmektedir. Yarattığı etki bakımından Mısır piramitlerine benzerlik göstermektedir.



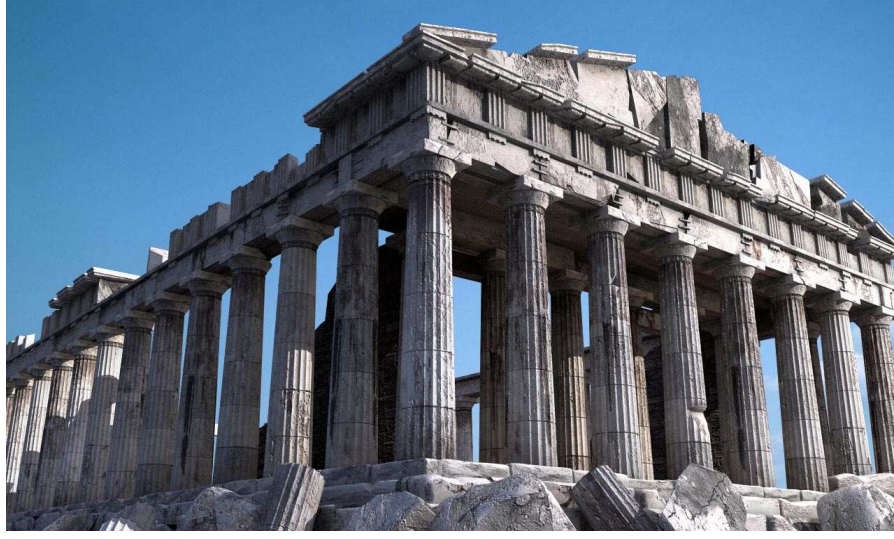
Şekil 3.3 Ziggurat.

Piramitler ve Zigguratlar gibi örnekler dinsel bir temelden yapılmamış olsalar da, o dönemde iktidarlara yüklenen kutsal anlamdan dolayı dinsel bir güç göstergesi olmuşlardır. Hükümdarlar ve imparatorlar hâkim oldukları bölgelerde imar hareketlerine fazlaca önem vermişlerdir. Toplumlar üzerinde etkilerini, devamlılıklarının göstergesi olarak görmüşlerdir. İnşa edilen bu tür tapınaklar, mezarlar, yönetim merkezleri ve ibadet yerleri, iktidar unsurlarını sonsuzlaştırma, unutulmaz kılma sevdasından üretilmişlerdir.

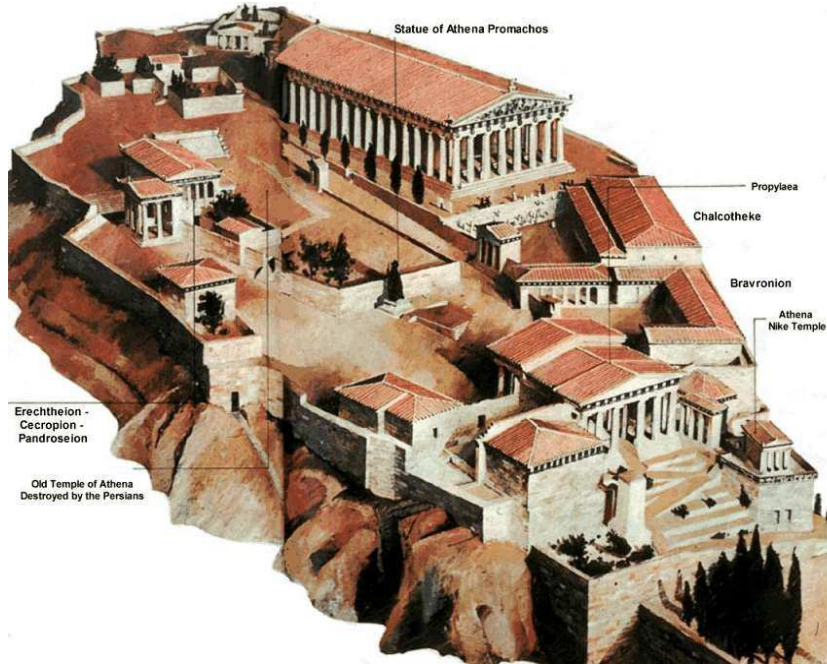
Romalılar dönemine baktığımızda, hükümdarlık alanı dünyanın büyük bir alanını etkilemiş, tarihsel süreçte önemli bir dönemi oluşturmuştur. Bu dönemde inşa edilen yapılar, imparatorluğun gücünün önemli bir göstergesidir. Yapılan kamu yapıları ve anıtlar devletin kalıcı üstünlüğünü ifade edecek şekilde yapılmıştır. Ayrıca din unsurunun da bu üstünlük ifadesinde etkisi ve yardımı olmuştur. İmparatorlar aracılığıyla yapılan her yapı, toplulukları daha kolay etkisi altına almak için dini amaçlarla, gerekçeler aracılığıyla inşa edilmiştir.

Partenon Athena'nın tapınağı olarak M.Ö. 5 yy.da Atina Akropolünde yapılmıştır. Yıkılan Athena tapınağının yerine yapılmış ve hazine olarak kullanılmıştır. Antik Yunan'ın demokrasi sembolü olmasına rağmen, o dönemde din temelli inşa edilen bir yapıdır. Şehrin en üst kısmında ve şehre hâkim bir noktada simgesel bir anlam düşünülerek yapılmıştır. Bulunduğu noktada şehrin konumundan dolayı gökyüzüne Tanrı/Tanrılar olgusuna gönderme yapmaktadır. Etki olarak hükmedici, yukarılarda, gökyüzüne yaklaşan ve insanlar tarafından

ulaşılmaz, sürekli gözetleyen bir anlam taşımaktadır. Tarihsel sürecinde savunma amaçlı kullanılması da şehre h kimiyeti bakımından önemlidir.



şekil 3.4 Parthenon.



şekil 3.5 Parthenon Kroki  izimi.

Hinduizm sistematik inanışlardan oluşan bir din değildir. Bireyin kendi özüne ulaşmasını içermektedir. Din olarak gösterişi içermemesine rağmen siyasal iktidarı paylaşan krallar* kimliklerini görkemli saraylarla ortaya koymuşlardır. Bunun yanında iktidarın gücünü

* Fransızca Raja, İngilizce Raca olarak yazılır. Hindistan'da hükümdarlara verilen isimdir.

belirleyen tanrılara yönelik yaptıkları tapınaklar ise saraylar kadar görkemli olmamıştır. Bölgeye hâkim olan sınıf farklılıkları bu durumun nedeni olarak gösterilebilir. Topluma bu farklılıklar benimsetilmiş, bunun sonucu krallar ve soylular alt sınıfına güçlerini bu çeşit bir kıyaslama şekilde ifade etmişlerdir.

Budizm de temelinde sadelik olan bir dindir. Fakat tapınaklarındaki gösterişin nedeni dinsel liderliğe sahip olan siyasal iktidarın güç göstergesi olarak kendini ifade etmektedir.

Tek tanrılı dinleri incelediğimizde, bu dinlere inanç duyan sayısının fazlalığı gözlenmektedir. Bu kitlenin büyüklüğü mimaride gösteriş ve gücün sınırlarını zorlamaktadır.

Hristiyanlığın hızla yaygınlaşması Ortaçağ döneminde farklılık göstermektedir. Ortaçağ boyunca Avrupa’da kilisenin ve din eğitiminin etkisini yaymasının bir yolu da devasa kiliseler aracılığıyla gerçekleşmişti. Bir katedralin büyüklüğü aynı zamanda o şehir için prestij demektir. Paralel olarak Selçuklu ve Osmanlı uygarlıklarında gördüğümüz, eğitim ve ibadetin bir arada yapılması mektep, medrese ve camiinin bir külliye kompozisyonu oluşturması ile skolâstik eğitimin kilisede yer alması benzerdir. Kilise, tüm siyasi güçlerden daha fazla olarak maddi gücü de edinmişti. Özellikle propaganda amacı olarak kullanılacak anıtsal yapılarda en önemli unsur olan maddi güç ve maliyetler kilise için sorun olmayabiliyordu. Halkın açlık, fakirlik, hastalık ve cehaletten kırıldığı bu çağlarda kilise her şeye ve herkese sahipti. Bu ezici gücünü zulmederek ve korkutucu olarak uyguluyordu. Kilise hem Tanrının evi, hem okul, hem banka, hem adliye hem de polisti. Bu egemenliğini, bir “güç” olarak yansıtmaya gerekiyordu.



Şekil 3.6 Notre dame Katedrali Cephe Detayları.



Şekil 3.7 Notre dame Katedrali.

Kiliseler ve katedrallerin mimari form olarak korkutucu etkisi ve işlev olarak bütün yönetsel birimleri barındırması, kiliselerin şehirler ve toplumlar için bir merkez olmasına neden olmuştur. Dini iktidarla siyasal iktidar birlikte yol almış, krallar dinin lideri ile toplum üzerinde yakın bir etki alanı oluşturmuştur. Kiliselerin ve dönemde yapılan sarayların heybetli görüntüsü, ezici bir etki bırakan iç mekânları, değerli taşlarla süslenen ayrıntılar, yapıların cephesine yapılan heykeller gücün ifadesi konusunda belirli ve önemli mesaj unsurlarıdır.

Musevilik dinine baktığımızda, dini iradenin etkisi diğer dinler gibi olmamıştır. Irklarının devamı savaşlar ve fetihler yoluyla olmamıştır. Bunun en büyük nedeni Musevi bir anneden doğan çocuk Musevi olmaktadır. Bu yüzden kapalı kitleler halinde toplumlar içinde yaşamışlardır. Toplumlara tam olarak bütünleşememişlerdir. Yahudi şehirleri ve köyleri olmuştur fakat Yahudi ülkesi olmamıştır. 1948 yılına kadar belirli bir iktidar unsurları olmadığı ve yaşadıkları toplumda göze batmamak için, kullandıkları dini binalar gösteriş ya da egemenlik ifadesi içermemektedir.

İslamiyet'te diğer dinlerde olduğu gibi simgesellik öndedir. Dini lider ve siyasi iktidar olan hükümdar egemenliğinin kanıtı olarak camiler ve saraylar inşa ettirmiştir. Mimarının anıtsallığından yararlanmıştır. Caminin büyüklüğü icraatın, dinin büyüklüğü ile anlatılır. Özellikle Osmanlı İmparatorluğu döneminde din lideri sıfatını da taşıyan imparator, şehirlerin en alıcı noktasına saraylar inşa etmiştir. Ayrıca imparatorluk emirleriyle yapılan camiler gücün büyüklüğünü gösterme konusunda kullanılmıştır.



Şekil 3.8 Sultanahmet Cami.



Şekil 3.9 Tac Mahal.

Dinsel iktidar kavramında imparatorun din adamı, din lideri sıfatına sahip olduğu durumlarda etki alanının, iktidar gücünün daha büyük olduğu görülür. Buna bağlı olarak mimari ifade de daha kuvvetli olmaktadır. Temelde halkı etkileyebilmek için tüm güç mekanizmalarına sahip olması gerekmektedir. Dini liderliği de eline alan iktidar daha büyük bir güç sahibi olur. Askeri güç, dini güç, devlet gücü, sistem gücü ilişkilerini rahat kuran ve bütün alanlarda tek söz sahibi olan iktidarlar yönetme ve hükmetme biçimlerinde daha özgür ve hızlı hareket özelliğine sahip olmuşlardır. Coğrafi farklılıklar ve dinsel alt temeller farklı olmasına rağmen hedeflenen dinsel öğelerin ifadesi düşüncesi ortaktır.

3.2. Mutlak İradenin İktidarı Ve Mimari

Mutlak irade dönemler arasında farklılık göstermektedir. Tanım olarak baktığımızda, mutlak iktidarlıkların farklılıklarına rağmen mimari anlayışında Tanrısallık hâkimdir. Mutlak iradenin Tanrı ile özdeşleşmesinden dolayı, inşa edilen yapılar toplumların üzerinde büyük ve ezici etki bırakır özellikle yapılmıştır. Yapılan ister kamu binası ister dini bir yapı olsun istenilen özellikler iktidarın gücünü göstermek ve devamlılığını sağlamaya yöneliktir.

“Modernizm öncesi Avrupa’daki monarşi, Barok vb. biçimleri kullanarak yaptırdığı sarayların mimari gücü sayesinde, iktidarın gücünü ifade ettiği gibi, halk üzerindeki görsel hegemonyasını da kurabiliyordu.” (Tokyay, 2005)

Mutlak iradeyi mimari ile ilişkilendirdiğimizde karşımıza iki iktidar türü çıkmaktadır:

- Tekil mutlak iktidar
- Demokratik iktidar

3.2.1. Tekil Mutlak İktidar Ve Mimari

Dini gücü ve yönetimi arkalarına alan tek bir kişinin iktidara ve güce sahip olmasıdır. Tarihsel süreçte baktığımızda dini liderlerle birlikte ya da dini lider vasfını da elinde bulundurarak iktidar olmaktadır.

İ. Tekeli, mimari ve iktidar arasında farklı yorumlara açık süregelen bir ilişki söz konusu olduğunu söyler. Mimarların güçlerini ve iradelerini binaları ile göstermek isterken politikacıların da halkları üstündeki etkilerini, mimarların yapıtlarını kullanarak göstermek istediklerini ekler. (Tekeli, 1998)

G. Tümer’e göre Mimari ve şehircilikle ilgilenen hükümdarların diğer alanlarla ilgilenenlerden daha fazla olduğunu ifade etmektedir. Bunun en büyük nedeni, gösterge olarak mimarlığın ve şehrin yapısının, hükümdarlar tarafından belirlenmesidir. Ayrıca toplumların şehirlerde yaşıyor olması ve hükümdarın gücünü en iyi mimari aracılığıyla hissetmesi de bu ilginin nedenleri olmaktadır. Temel olarak mimari gösterge biçiminin kendi kontrollerinde ve istekleri doğrultusunda olmasını istemekte ve bu hakkı kendilerinde görmektedirler. (Tümer, 1994)

Örnek olarak ele alabileceğimiz bir iktidar olan Hitler, mimariye ilgi duyan ve düşüncelerinin devamlılığını ve sağlamlığını ortaya koymak için yapılar inşa ettiren bir yönetici olmuştur. Sanata ve mimariye olan ilgisi mimari görüşünü de etkilemiştir. Sahip olduğu gücü ile toplumlara vereceği mesajları, çeşitli söylemler, eylemler ve mimari ile sağlamıştır. Roma'nın politik gücünün boyutundan ve onu sembolleştiren, temsil eden yönetim binalarının boyutundan etkilenererek bunu resmi bir ideoloji mimarisi haline getirmeye çalışmıştır. O dönemde yapılan kamu binaları sürekliliğin ve kalıcılığının sembolü olarak taş malzeme kullanılarak inşa edilmiştir. Bu süreklilik ve güç göstergesi tarihsel süreçte eski binalarla ilişki kurularak gösterilmeye çalışmıştır.



Şekil 3.10 Zeppelinfeld Tribünü*



Şekil 3.11 Kongre Sarayı ve Çevresi**

* 1933 – 1945 yılları arasında Almanya'yı yöneten Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi (NSDAP)'nin miting ve gösteri alanı olarak yapılmıştır.

** Almanya'nın Bavyera eyaletinde bulunan Nürnberg kentinde Nazi Partisinin toplanma alanı olarak tasarlanmış bölgedir. Bu alan içinde yapılan kongre sarayı çizimleri Hitler'in fotoğrafıyla birlikte afişlerde kullanılmıştır.

Hitler'in yönetsel döneminde sürekli yanında olan mimar Speer'in anılarından bir bölümde, Hitler'in, binaların yapılış sebebinin kendi devrini ve ruhunu gelecek nesillere aktarmak olduğunu söylediği ifade edilmiştir. Ayrıca Hitler'in mimari hakkında bir önemli görüşü de tarihin önemli devirlerini insanlara anlatmak için geriye kalanın sadece anıtsal mimari olduğudur.

Hitlerin mimariye verdiği önem, özünde, topluma karşı sahip olduğu gücün kanıtı şeklindedir. Hitlerin mimariye ilgisi kendi iktidarının işareti olarak ortaya çıkmaktadır.

Bütün bunların yanında tarihle kurulmak istenen ilişkiye bağlı olarak yapılarda taş malzeme kullanılması, rasyonel dünya ile ters düşmesinden dolayı Nazi Almanyası'nı betonarme ve çelik kullanımına da yöneltmiştir.

Mussolini dönemine baktığımızda, Roma şehrinin sahip olduğu tarihi birikim bu bölgede süren bir iktidarın Tanrısallık düşüncesiyle ilerlemesine neden olmuştur. Mussolini bu düşüncenin etkisiyle, Roma şehrinin bir sembol ve gücün ifadesi olarak tarihsel bir altyapıya sahip olduğunu düşünmektedir. Faşist ideoloji sahipleri Roma'nın kendi düşünceleri eşliğinde şekillenmesi ve ideolojilerinin güçlenmesi konusunda çeşitli mimari ve şehircilik çalışmaları yapmışlardır.

Mussolini'nin Roma için olan hayallerini anlatırken kullandığı sıfatlar, ideolojisi ile mekânsal yönde kurulan ilişkileri anlamak açısından ilginçtir: uçsuz bucaksız olma, kuvvet, düzen, anıtsallık, büyüklük gibi ifadelerdir. Bu sıfatların ortaya koyduğu esinlenmeler, dönemin birçok yapısında hayata geçirilmiş ve faşist ve totaliter rejimin değerler sisteminin doğrudan bir göstergesidir.

Bütün bunların dışında, genel bir izlenim olarak düşündüğümüzde, faşist liderlerin mimariye olan yakınlıkları, yapılarında kullandıkları malzemelerin ve mimari söylevlerin ortaklığı o dönemlerde rol oynayan mimarların görüş farklılıklarından dolayı ifadelerin başkalaşmasına da neden olmuştur. Seta* bunu şöyle ifade etmiştir: "Musiollini faşistti ve faşist mimariyi bir cam ev olarak anmayı tercih ediyordu." (Çalışlar, 1998)

Seta'nın bu söylevini en iyi yansıtan mimari eser Musollini zamanında yapılan Faşist partinin aktivitelerini barındıran bir yönetim binasıdır. "La casa del Fascio" adlı bina, şeffaf,

* İtalyan Prof. Cesare de'Seta, yazar ve sanat tarihçisidir.

bürokratlar yerine sürekli isyan halinde olan politik devrimcilerin oturacağı bir yapı olarak inşa edildi.



Şekil 3.12 Casa Del Fasio Çizimi.



Şekil 3.13 Casa Del Fasio.

“La casa del Fascio”, modernizmin henüz yaygın hale gelmediği yıllarda tarihi bir çevrede inşa edilmiş, ilgi çekici örneklerdendir. Bu yapı, çevresindeki binalardan çok belki de ideolojisi sebebiyle mimaride o yıllar için devrim sayılan çizgilere sahiptir. Cephelerdeki nötr,

yansız etki, büyük ebatlı camların kullanılmış olması, renginin açık tonları, yalınlığı binanın özelliklerindendir. Yalnız bile dursa çevresiyle iletişim içindedir.(Çalışlar, 1999)

İktidar göstergesi olarak kullanılan mimari akımlar ve ürünler, güç unsurlarının toplum tarafından benimsenmesi, özetle faşist mimarinin başarısı ve gücü, faşizmin başarısı ve gücü olarak algılanabilmekteydi.

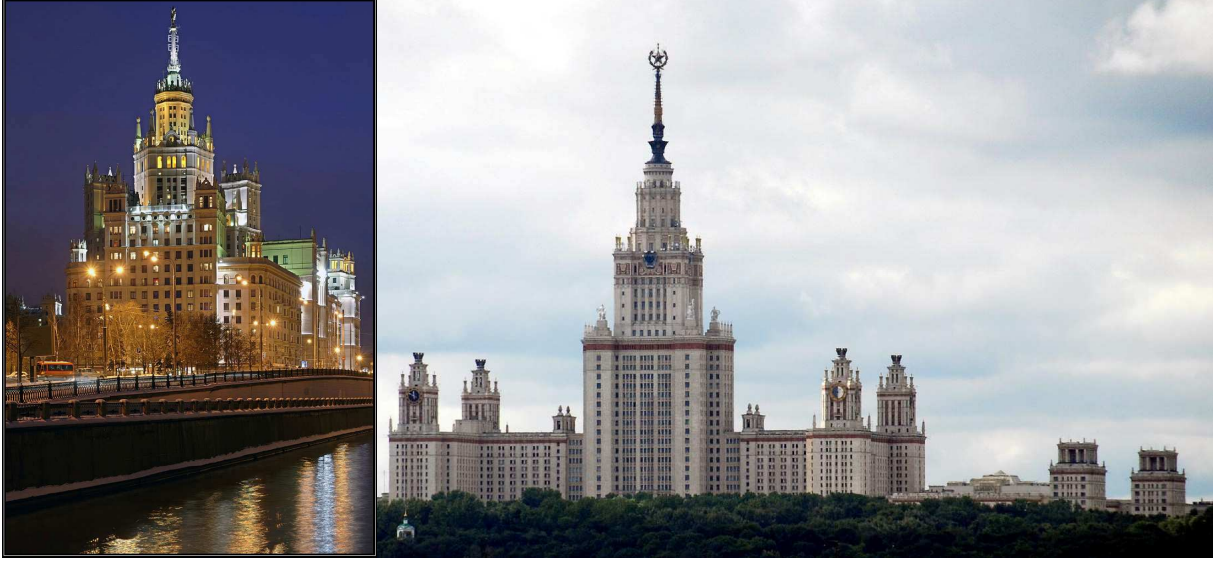
Rusya’da ki sosyalist dönemde ise diğer mutlak iktidarlardan farklı olarak yola çıkmış bir yönetim bulunmaktaydı. Fakat ideolojik farklılıkları olmasına rağmen Stalin dönemi mimarisi de diğer diktatörlerde olduğu gibi rejimin ve dönemin iktidar özelliklerini yansıtır.

Egemenliğin halka geçişinden dolayı, tarih boyunca gücün simgesi olan mimari ifadeler zayıflamıştır. Bunun en önemli nedeni, ihtilal öncesinde güce hizmet eden mimarların değişimden dolayı ilk ceza alanlar ya da öldürülenler olmasıdır. Krallara yakın olan mimarlar cezalandırılmıştır. Daha sonra bu iktidar değişimi bireylere doğru kaydığından pek bir değişiklik olmamıştır. Sonuçta iktidar sahibi kişilerin güçlerini halka göstermek için yaptırdığı binalar da daha önceki dönemlere ait özellikler taşımaktaydı.

Lenin’den farklı olarak Stalin işçi sınıfı iktidarını bir kenara bırakıp devlet iktidarına yönelmiştir. İktidar unsuru devlet olmuş ve Stalin bütün yönetsel hakları ele geçirmişti. Sovyetler Birliğinde mimari farklılık Stalin döneminde ortaya çıkmıştır. Kültürel altyapıyı hiçe sayarak, anıtsallığı ve işçi sınıfı ile daha rahat iletişim kuracağı zannedilen tarihsel motiflerin tekrarını devrimin avant-garde ruhuna tercih etmiştir. Bu tercihin gizli bir egemenliği kurma isteği barındırdığı ortadadır. Bu dönemde yükseklik, büyüklük, gereksiz anıtsallık vardır. Çar döneminden kalan şapellerin yerini amaçsız kulelere bırakması bu değişime örnek olarak gösterilebilir.

Stalin Rusya’sında yapılan kuleli cepheler, yüksek binalar da bu yönde eğilimlerle bağlantılıdır. Bu dönemde Sovyetler Birliği’nin ABD’yi yakalayıp geçme yarışına girmesi sanayi kadar kültüre de yansır. İster demir çelik üretimi olsun ister mimari, amaç her şeyin en büyüğünü ve en muhteşemi yapmaktır. Bu doğrultuda, Stalin ABD’den geri kalmamak için gökdelen yapılmasını emreder. Tabii, New York’da rantın yüksek olmasından dolayı gökdelenler birbiri ardına inşa edilirken, özel mülkiyetin bulunmadığı planlı sosyalist rejimde gökdelen gerektirecek hiçbir neden yoktur. Ama Stalin’in buyurmasıyla, bu istek yerine getirilir. Bugün, Moskova’da yer alan ve biri üniversite olan dört gökdelen böyle yapılmış ve

Stalin'in ölmesiyle temeli kazılan beşincisinin inşaatı durdurulup, temel çukuru bir yüzme havuzuna dönüştürülmüştür. (Çalışlar, 1999)



Şekil 3.14 Stalin Gökdelenleri.*

Stalin döneminde yapılan gösterişli binalar Stalin'in kendi görüşlerinin ve ideallerinin gerçekleşmesine ulaşmak için kullandığı araçlar olarak görülmüştür. Yaratılan bu güç göstergesi, Sovyetler Birliği'nde yönetimin esas sahibi olan işçi sınıfı üzerinde farklı bir baskı kurmuş, yönetim ve işçi sınıfı arasında bir mesafe yaratmıştır.

Sonuç olarak totaliter iktidarların ve liderlerin ortak bir üslubu olmasa bile mimaride bazı davranış biçimleri ortaktır. Mimari ile ifade edilmek istenen güç unsuru, egemenliklerinin büyüklüğü ve devamlılığını göstermekteydi.

3.2.2. Demokratik İktidar Ve Mimari

Mimarinin simgesel değeri, kalıcılığı, büyüklüğü, ihtişamı gibi özellikleriyle anıtsallaşması ve mesaj verirci konuma gelmesi, lider ve hükümdarların topluma savundukları siyasi mesajı verme aracı olarak kullanma talebi ile örtüşmektedir.

Tarihteki iktidar değişimleri, yakın geçmişimizde, toplumsal hareketlerin temelinde halkın egemenliği yönünde ve halkın yönetimde söz sahibi olduğu iktidar düzenlerine dönüşmüştür.

* Yedi Kız Kardeş, "Seven Sister" olarak da anılmaktadır.

Bunun etkisiyle demokratik sistemler güç unsurunun ifadesi olarak halk tarafından seçilen siyasi birliklerin ideolojileriyle şekillenmeye ve mimari üslup da bu değişimlerle ifade farklılığı kazanmaya başlamıştır.

Değişen ve gelişen mimari üslubun, hâkim olunan dönemde ifadesi çok açık bir şekilde görülmüştür. Demokratik yönetimlerin sahip olduğu güç, halkın çoğunluğunun gücü olarak devlet yapılarının ve kamusal alanların gücünün göstergesi olur. Güç, demokratik altyapıdan da gelse gücün büyüklüğü bu yapılara yansımaktadır.

Bütün bunların dışında mimarların tasarım yapma şansı bir kişiye bağlanmamış ve mimarlar karar mekanizmalarında daha etkin olmaya başlamıştır.

Siyasal ve tek merkezli olmayan demokratik iradeyi mimariyle ifade etme tutumuna günümüzde de rastlamaktayız. Özellikle Fransız devlet binaları için seçilen büyük projeler güçlü bir yönetimin sağlam ve ileri görüşlülüğünün simgesi olmaktadır. “Grands Paris Project – Büyük Paris Proje”leri halkın seçimiyle yapılmış izlenimi yaratmış olmasıyla başarılı bir politika ürünü olarak değerlendirilebilir. Dünyada demokrasinin en yoğun yaşandığı ülke olan Fransa demokratik iktidarını mimariyi kullanarak ciddi bir iletişim aracı haline getirmeyi başarmıştır. (Çalışlar, 1999)

Gelişen Fransız ekonomisini devletçilikle sağladığını iddia eden dönemin başbakanı Mitterand*, Bercy** bölgesinde devasa boyutlarda bir Maliye bakanlığı binası yaptırmıştır. Paul Chemetov tarafından tasarlanan bu bina, Mitterand döneminde kültür anıtı olarak yapılmış “Fransa Ulusal Kütüphanesi” ile Seine nehrinin, iki yakasında güç unsurları olmaktadır. (Çalışlar, 1999)

3.3. Toplumsal Hareketlerden Doğan İktidar Ve Mimari

Toplumsal hareketler ve devrimler genellikle halk hareketi olarak ortaya çıkmıştır. Temeline inildiğinde altında ekonomik nedenler bulunmaktadır. Başarılı devrimlerin sonrasında yeni iktisadi yapılar oluşmaktadır. Atatürk’ün “ Askeri alanda kazanılan zaferler ekonomik

* Fransız siyasetçi François Maurice Adrien Marie Mitterrand 26 Ekim 1916 yılında doğmuş, 8 Ocak 1996 yılında ölmüştür. 1981–1995 yılları arasında iki dönem Fransa Başkanı olarak görev yapmıştır.

** Bercy, Paris’te Seine Nehrinin doğusunda kalan bölgedir.

alandaki zaferlerle desteklenmezse, kısa zamanda yok olmaya mahkûmdur.”* sözü bu düşünceyi çok iyi açıklamaktadır.

İktisadi davranışın toplumsal hareketlere dönüşmesinden doğan iktidar alanının mimariye etkisi de kaçınılmazdır. İnsanların yaşadığı her dönem ve her değişim beraberinde mimari anlayış ve akımlarda da değişikliğe ve gelişmeye neden olmaktadır.

İktidar değişimlerinden dolayı, hâkim olan bir önceki iktidara göndermeler şeklinde mimari ifadede çeşitli farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Dini iradenin iktidar olduğu dönemlerden sonra ortaya çıkan toplumsal hareket kökenli iktidarlar dini binaların güç sembolü olan ifadelerini kendi iktidarı ile alakalı eserler ortaya çıkararak ezici üstünlük sağlamaya çalışmışlardır.

Toplumsal hareketlere ve sonrasındaki mimari etkilere bakmak için Fransız devrimini ele alabiliriz. Fransız devrimini gerçekleştiren halk hareketi üç temel prensip üzerine temellenmişti. Özgürlük, Eşitlik, Kardeşlik.** Bu üç fikir, aydınların elinde farklı olmuş ve politik yansımaları farklı olmuştur. Mimarlar ve sanatçılar da bu ideolojiyi eserlerine yansıtmaya çalışmışlardır.

Colordelle, Fransız devrimi boyunca mimarların birer düşünce adamı olarak politik bir kimlik kazandıklarını ve fikir hareketlerinde rol oynadıklarını söyler. Fransız devriminin aynı dönemdeki kültürel devrimle aynı köklere sahip olmakla beraber, bir tavır birlikteliğinin söz konusu olmadığını belirtir. Ancak devrim ve dönemin mimari üretimi arasında bir ilişki olduğu da ortadadır. Devrimin ilk yıllarında mimari üretimde bir durgunluk söz konusudur. Devrimin, fikri bir hareket olarak toplumun yapılanmasında ve klasik mimarinin yeniden ele alınarak yapılan biçim düzenlemeleri ile çağdaşlaşmasına etki ettiği hatta bu fikirlerin ileride modern mimariye de temel hazırladığı söylenebilir. (Çalışlar, 1999)

“In Armis Silent Artes” deyimini Fransız devrimi için kullanılmıştır. Anlam “Silahlar konuşunca, sanatlar susar” diye açıklanmaktadır. Fransız ihtilali son derece kanlı bir olaydır ve zaman zaman, “vahşi”, “ilkel”, “barbar” olarak nitelendirebileceğimiz katliamlara, infazlara sahne olmuştur. İhtilal süresince, birçok insanın yanı sıra, kral, kraliçe, İhtilal’in en önde gelen adları olan avukat Danton ve Robespierre, muhafız kıtası yarbayı Saint-Juste; ünlü

* Atatürk, İzmir’de 17 Şubat – 4 Mart 1923 tarihleri arasında yapılan ilk milli iktisat kongresinde bu konuşmayı yapmıştır.

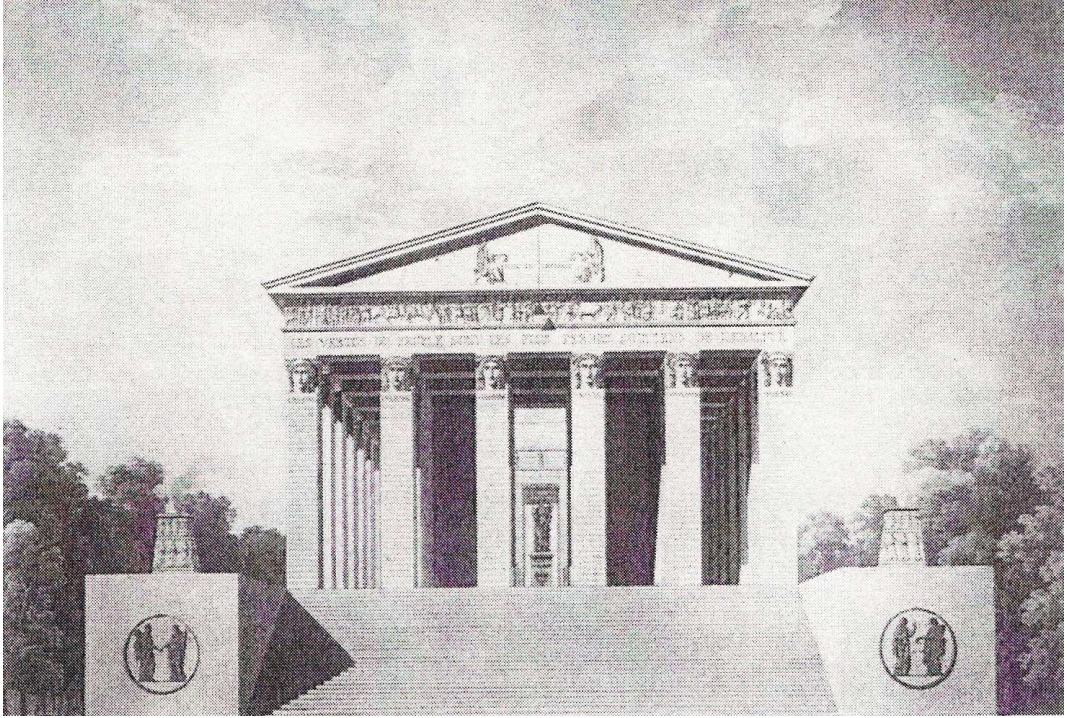
** Fransızca “Liberte, Egalite, Fraternite” diye yazılmaktadır.

kimyacı Lavoisier, ünlü ozan Andre Chenier de, “ulusal ustura” diye adlandırılan giyotinle öldürülmüşlerdir. (Çalışlar, 1999)

Bu durumdan, mimarlar da paylarını elbette ki almışlardır. Kimileri, yurt dışına kaçmışlardır; kimileri, örneğin P.L. Moreau-Desproux, R.Mique isimli mimarlar idam edilmişlerdir. Fransız mimarlık tarihinin dikkate değer mimarlarından biri olan C.N. Ledoux kendisini kurtarmayı başarmıştır, ama bir süre hapis yatmak zorunda kalmıştır. (Çalışlar, 1999)

Bu nedenlerden dolayı devrim sürecinde mimari olarak bir durgunluk yaşanmıştır. Kimi mimarlar yurt dışına kaçmışlardır. Devrim sonrasında mali krizlerden dolayı da mimari ve inşaat işleri azalmış veya durdurulmuştur.

Bu bakımdan, “ihtilal taşların belleğinde iz bırakmamıştır. İhtilal’in ideallerinin onların ölçeğine yakışır bir mimariye yazılması söz konusu değildir. Evrensel düşüncenin yansımaları sağlayan bir mimari oluşmamıştır” diyen Thierry Paquot*, haksız değildir. (Tümer 1998)



Şekil 3.15 Eşitlik Tapınağı Önerilerinden biri.**

* Fransız Profesör Thierry Paquot Paris-La Défense okulunda görev yapmaktadır.

** Fransızca “Temple de L’Égalité” olarak yazılır. Alman mimar L von Klenze tarafından tasarlanmıştır. 1790 yılında 6 Haziran da Federasyon Bayramı dolayısıyla tasarlanmış ama uygulanmamıştır. Alınlığının altında “Halkın erdemleri eşitliğin en sağlam dayanağıdır.” yazısı bulunmaktadır.

Mimaride yavaşlamaya rağmen devrim sonrasında dönemin ifadesi olarak birçok meydan yapılmış ve devrim sırasında ölen insanlar için onların kahramanlıklarını simgeleyen zafer takları planlanmıştır. Devrim sonrasında inşa edilen binalarda ya da anıtlarda devrimin altyapısını belirleyen halkın ve eşitliğin devrimi ilkelerini yansıtmadan dışında, Roma ve Helen mimarisi örnekleri temel alınmıştır. Roma ve Helen mimarisinin ezicilik fikirleri temelinde yapılmasından dolayı, Fransız devrimi sonrası tasarlanan ve sayı olarak az da olsa yapılan bu yapılarıdaki ezicilik ifadesi Fransız devrimi fikirlerinin gücünü temsil etmektedir.

İhtilal, Napolyon'un gerçekleştirdiği anti-devrimle sona ermiştir. Anti-devrimden dolayı ihtilalin fikri, pratik başarısı ve mimaride ifade farklılıklarına belirli bir süre ara verilmiştir.

Fransız devriminin aksine Bolşevik devrimi sanat ve mimarlıkta hak ettiği yansımayı bulmuştur. Bolşevik devriminin ortaya çıkış nedeni de Fransız devrimine benzerlik göstermektedir. Bolşevik devriminde ülke işçi sınıfıydı. Buna bağlı olarak iktidar da onlardı. Bu dönemde iktidarın gücünü yansıtmaya yönelik işçiler için konutlar ve kulüpler yapılmıştır.

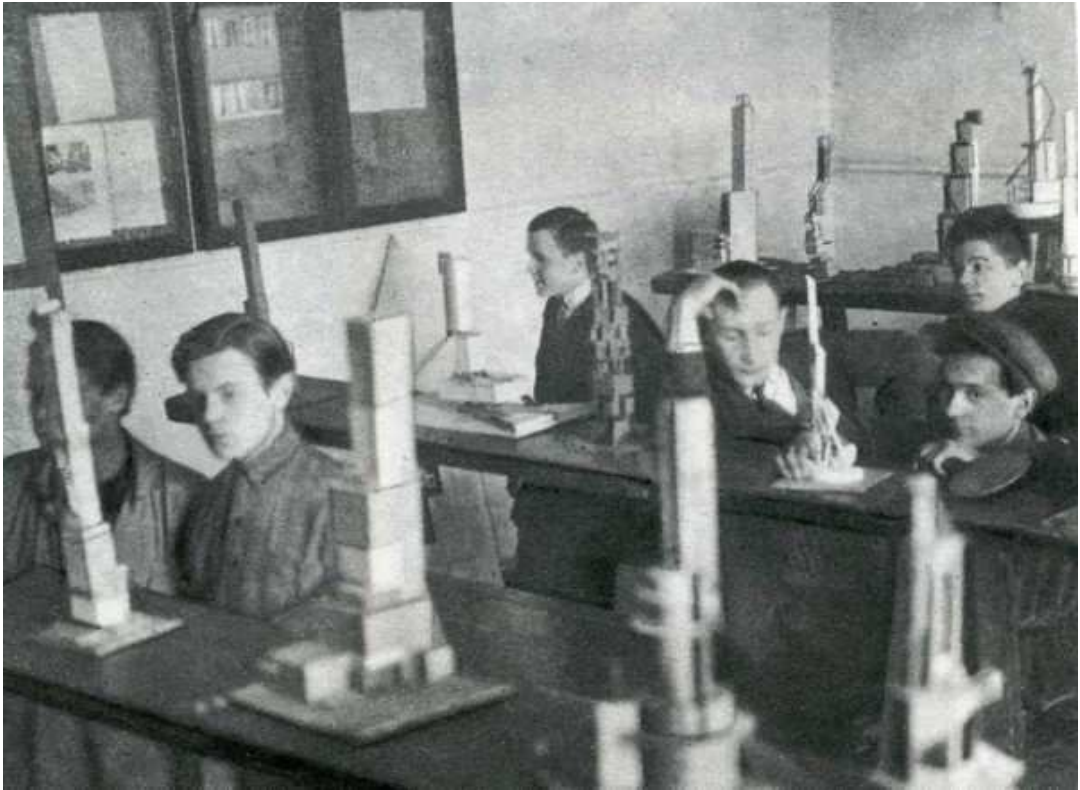
Aydınlar Moskova'da 'Yüksek sanat ve teknoloji stüdyoları' ve 'Sanat kültürü enstitüleri' kurarak halka açık tartışma toplantıları düzenlemekteydiler. Bu kurumlarda sanat ve mimarlıkla ilgili eğitimler de verilmekteydi. Bu tartışmalar sırasında ressam ve sanat kuramcılarını Malevitch ve Kandinsky kendilerini, mimar ve ressam olan Tatlin ve heykeltıraş, fotoğrafçı ve grafik sanatçısı olan Rodchenko gibi prodüktivistlerle karşı karşıya bulmuştur. Enstitüde Eiffel kulesi tartışmaları, sanatın yalnızca konstrüktif ve işlevi olan bir öge olması ile sanatın bir makinenin taklidi olmaması fikirleri üzerine yoğunlaşmaktaydı. Tatlin'in konstrüktivizmin başyapıtı olarak değerlendirebileceğimiz üçüncü uluslararası sergi kulesi ise prodüktivistlerin manifestolarını ifade ediyordu. (Çalışlar,1999)

Bann^{*}'a göre, Konstrüktivist grubun görevi, maddeci konstrüktif çalışmanın komünist bir bakış açısıyla ifadesini amaçlamıştı. Bilimsel hipotezlerden yola çıkılarak, Marksist ideoloji temel alınarak, mimari sorunlara çözüm aramayı hedeflemişlerdi. Grup, laboratuvar çalışmalarının pratik yaşamın izinde gerçekleşebilmesi için ideolojik ve biçimsel kavramların sentezinin yapılması gereğinin üstünde duruyordu.(Çalışlar,1999)

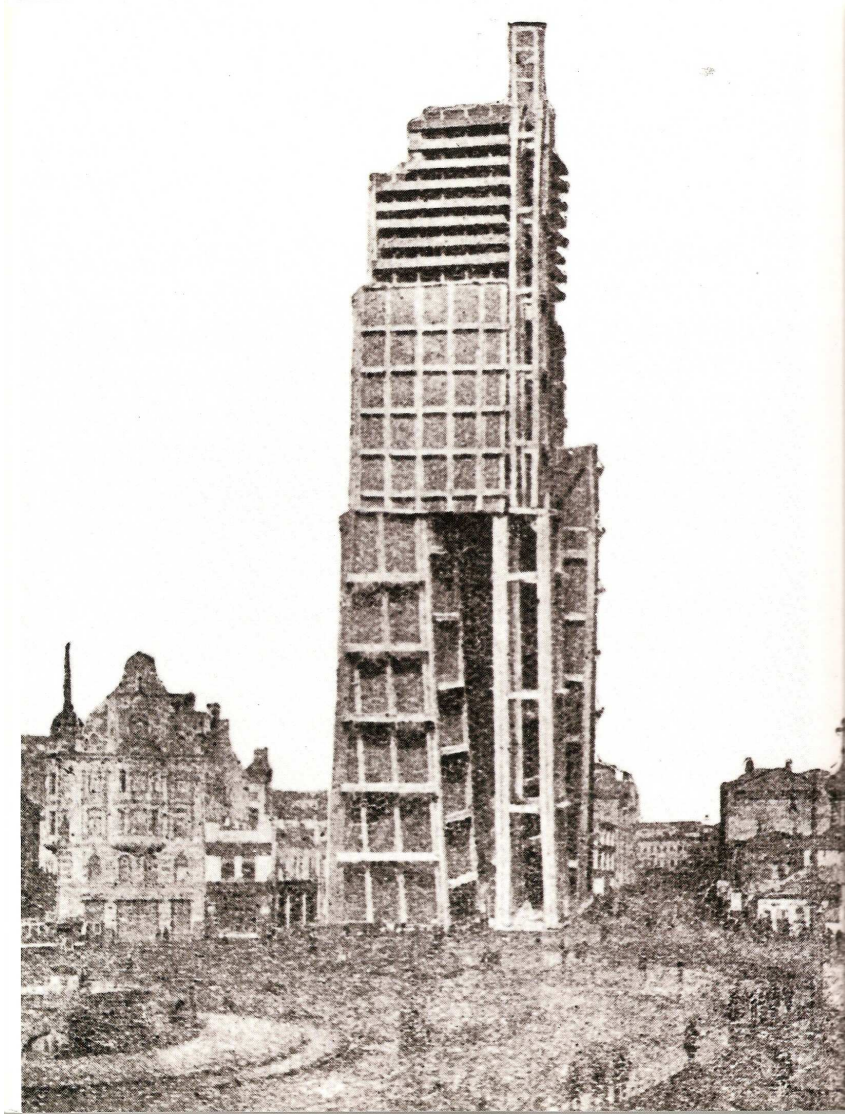
^{*} İngiliz asıllı sanat tarihi profesörü Stephen Bann, Bristol Üniversitesinde eğitim vermektedir.



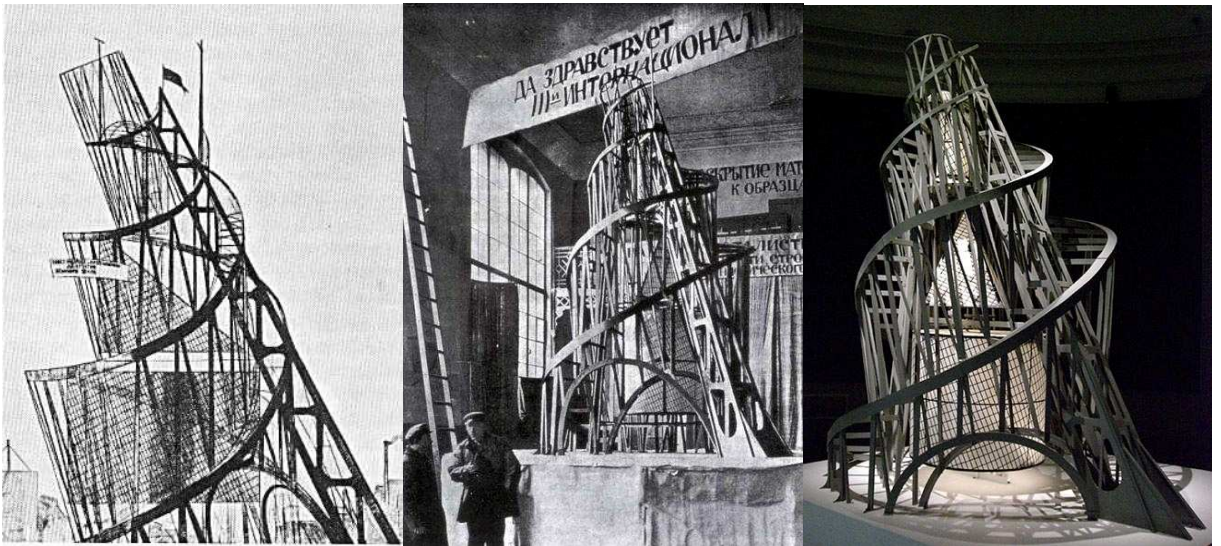
Şekil 3.16 Sovyetler Birliği İşçi Kulüpleri Tiyatro Aktiviteleri.



Şekil 3.17 Yüksek Sanat ve Teknoloji Stüdyoları “Mekân” isimli öğrenci çalışmaları maket sergisinden görüntü.



Şekil 3.18 Vladimir Krinsky tasarımı Yüksek Sovyet Milli Ekonomi Merkezi.



Şekil 3.19 Vladimir Tatlin'in 3. Enternasyonal Kapsamında Tasarladığı Kule.



Şekil 3.20 Zuev İşçi Kulübü 1927 – 1929



Şekil 3.21 Rusakov İşçi Kulübü 1927 – 1929

1932 yılında Sovyetler Birliği bu dernek ve kurumları kapatma kararı almıştır. Bu karardan sonra üzerinde çalışılan mimari bakışlar ve fikirler ortadan kalkmıştır. Stalin iktidarı sanat ve mimarlık üzerine ağırlığını koymuştur.

3.4. Kapitalin İktidarı Ve Mimari

Kapitalizm*, üretim araçlarının ağırlıklı bir bölümüne özel mülkiyetin sahip olduğu ve işlettiği; yatırım, dağılım, gelir, üretim ve mal ve hizmet fiyatlarını piyasa ekonomisinin belirlediği sosyal ve ekonomik sistemdir. Bu sistemde genellikle bireylerin ya da grupların

* Anamalcılık

oluşturduğu tüzel kişiliklerin ya da şirketlerin emek, yer, üretim aracı ve para ticareti yapabilmeye hakkı vardır.

Kapitalist ekonomi pratiği Avrupa’da 16. ve 19. yüzyıllar arasında kurumsallaşmıştır, ama bazı niteliklerine ilk çağda da rastlanabilir, Orta Çağ döneminde de tüccar kapitalizminin erken biçimleri ortaya çıkmıştır. Feodalizm sona erdiğinden beri kapitalizm Batı dünyasındaki hakim sistemdir, bütün dünyaya da İngiltere başta olmak üzere Avrupa’dan yayılmıştır.

Kapitalizm kavramı, tek başına ele alınırsa sınırlı bir analitik anlama sahiptir. Ama uygulandığı ülkelerde önemli farklılıklar olması, coğrafya, politika, zaman ve kültür öğeleriyle birlikte değişmesi yüzünden kimi iktisatçılar tarafından karma ekonomi tanımının günümüzdeki iktisadi sistemi veya sistemleri belirtmek için daha doğru olduğu söylenmektedir.

Tarihsel sürece baktığımızda, iktidarın gücünü göstermek, devamlılığını sağlamak ve amacına ulaşmak için güç kullanması, bunu da mimari ile yapması ifadenin etkinliği bakımından önemlidir. Mimarinin ve diğer unsurların gerçekleşebilmesi için gerekli bileşenleri bir araya toplayan para ya da mal varlığıdır. İktidar, ister dini, ister totaliter, ister çıplak olsun gücünü mimari eserle gösterecekse para bu ilişkide en önemli araçtır. Para bu bağlamda gücün ta kendisidir.

Her iktidar veya iktidar sahibi kişiler, güçlerini sahip oldukları paradan almaktadırlar. Her iktisadi yönetimin kendi sosyal sınıfını yarattığını düşünürsek kapitalizmin yarattığı aile ve kurumlardan, kapitalist sistemin uzantısı olan ayrıcalıklı bölge ve çok uluslu şirketlerden bahsedebiliriz.

Paranın güç olmaksızın iktidar haline geldiği durumlarda mimari ile anıtlştırma ihtiyacı hissedilmektedir. Bu ilişkide hem iktidar hem iktidarın elindeki güç para olmaktadır. Para bulunduğu ilk zamanlardan itibaren bütün iktidatların gücü olmuştur. Ancak kapital haline geldiği zaman gücün kendisi olmuştur. Paranın kapital olması ekonomik ilişkilerin uluslar arası olmasıyla başlamıştır. Rönesans zamanından başlayan kapital sahibi olan aileler günümüzde çok uluslu şirketlere dönüşmüştür.

Rönesans döneminde servet sahibi ailelerin ortaya çıkmasıyla derebeylik düzenindeki gibi toprak sahibi benzeri bir oluşum kentlerde de yaşanmaya başlamıştır. Kendini ortalama halktan daha üstün gören ve bu üstünlüğü gösteren yapılar inşa etmeye başlamışlardır.

Burjuvazi, kent yönetimiyle bir bağı olmadığı, kilise ve ruhbanlıkla ilişkisinin kopuk olduğu için sahip oldukları servetle birlikte yeni bir sosyal oluşum meydana getirmişlerdir. Kendi sınıfından olan insanlar da, ailelerden ayrılabilmek ve daha çok tanınmak için kent içinde diğerlerinden ayrılan binalar inşa etmişlerdir. Bu sayede toplum üzerinde bir güç unsuru haline gelmeye başlamışlardır.

Rönesans'tan itibaren bu kesim kiliseden ve kraldan daha farklı bir güç olduklarını topluma hissettirmeye başlamışlardır. Bunun nedeni sahip oldukları ekonomik güç, paradır. Paranın odak olması iktidar unsurunun değişmesine işaretler. Geçmişte “iktidar olunca sahip olunan para” kavramı kapitalizmle birlikte, “paranın kazanılmasıyla iktidar olmak” gibi bir değişime uğramıştır. Paranın bir güç olmaya başlamasıyla yaratılacak iktidar alanı ancak gücün gösterilmesi, kullanılması ya da hissettirilmesiyle mümkün olabileceğinden, mimari, bir güç gösterme aracı olarak belirir. Ekonomik iradenin iktidarını göstermesi için mimariyi kullanması kaçınılmazdır.

Kapitalist düzenin fırsat eşitliği ya da eşitsizliği, herhangi birinin bu iktidara sahip olabilmesine olanak sağlamaktadır. Soylu bir aileden gelmiş olmak, dini lider vasfına sahip olmak, yönetici sınıfına dâhil olmak, hükümdar olmak gibi, herhangi sınıfa dâhil olmak anlamında bir sınırı yoktur. Kapitalizmin anavatanı olmasa da en iyi yerleştiği ve geliştiği yer ABD’de ki güçlü ailelerdir. Bu aileler paralarını ve varlıklarını mimari ile farklı biçimlerde gösterirler. Sahip oldukları veya faaliyet gösterdikleri iş dalları dışında toplum tarafından tanınmalarına en büyük yardımcı olan öge mimaridir. New York’un ortasında gösterişli bir granit kütle diken Trump*, servetini emlak spekülörlüğünden kazanmıştır. Aslen göçmen olan Donald Trump kendi çabası ve başarısıyla, dünyanın en zengin insanlarından biri olarak ismini ve başarısını anıtlıştırmıştır. Günümüzde de bu başarısının ve gücünün devamlılığını sağlamak için önemli şehirlere bina yaptırmaktadır. (Çalışlar,1999)

Getty** ailesi, ABD’den başka bir örnek olarak gösterilebilir. Aile, daha entelektüel ve seçkin çevrelere iktidarını göstermek için kurduğu ve finanse ettiği vakıflarla bu etkiyi güçlendirmektedir. Çağdaş sanat ve bilimlere hizmet veren bu vakıflar Getty ailesinden aldığı parayı kendi imkânları ile kullanarak en seçkin çağdaş sanat koleksiyonlarından birini oluşturmuştur. Getty ailesi, yansıtmak istedikleri güçlerini pekiştirmek adına Los Angeles’da mimar Richard Meier tarafından tasarlanan, “Getty Center” adıyla hizmet veren kültür

* ABD’li Donald Trump işadamı, yönetici, girişimci ve yazardır.

** Getty ailesinin sahibi olduğu şirketlerin büyük bir çoğunluğu petrol ve doğalgaz sektörlerindedir.

merkezi alanı ile ismini tüm sanat ve mimarlık dünyasına duyurmuştur. Sanat ve mimarlık dünyası ya da cemiyet hayatını takip etmeyen pek çok kişi de Getty ismini bilinçli olmasa bile duymuş ve sahip oldukları güçten dolayı aileye saygı duymaktadır. (Çalışlar,1999)



Şekil 3.22 Trump Tower.



Şekil 3.23 Getty Center.

Trump ve Getty aileleri gibi ülkemizde de böyle aileler bulunmaktadır. Cumhuriyetimizin ilk yıllarında ticaret hayatına girerek büyüyen ve kurumsallaşan, günümüzde de en önemli iş sahalarında kendinden söz ettiren Koç ailesi bulunmaktadır. Kurulduğundan bu yana ilerleyen yıllarla hem ticari, hem de kurumsal hem aile yapılarında köklü reformlar yapmışlardır. İş hayatı dışında eğitim ve sanata olan katkıları ile ayrıcalıklı bir konumda bulunmaktadırlar. Anadolu tüccarlığından köklü bir kurum aristokrasisine geçişi ve gücünün eziciliği, yarattığı seçkin ve entelektüel alt yapıyla hissedilmektedir.



Şekil 3.24 Koç Holding Genel Merkezi Binalarından Biri.

Genel merkezleri İstanbul Boğazı'nın en hâkim noktalarından Nakkaştepe'de bulunmaktadır. Fakat binalar grubunun ölçekleri ve etrafındaki yapılarla gabari olarak benzerliği ezici gözükmemekle birlikte, yarattığı seçkinlikle, kurumun profiline uygun bir söylem oluşturmaktadır.

Bir diğer aile olarak Sabancı ailesini sayabiliriz. Koç ailesine oranla mal varlığını arttırma hareketleri daha yakın bir zamanda gerçekleşmiştir. Bu etki şirketin altyapısında da hissedilmektedir. Sabancı ailesi gücünü, kentin ortasına yaptıkları iki kule ile ifade etme arayışı Koç ailesinden farklıdır. Bulundukları ve faaliyet gösterdikleri alanlarda farklılaşmaktadır fakat şirketin yapısından dolayı toplum üzerinde daha başka bir etki bırakmaktadır.



Şekil 3.25 Sabancı Holding Genel Merkezi Binaları.

Türkiye ve dünyada para ve mal sahibi şirketlerin, ailelerin oluşturduğu yapılar yönetsel olarak siyasi düzenleri de etkilemektedir. Oluşturulan ticaret odaları ekonomiye yön veren önemli kuruluşlar arasındadır. Günümüzde yönetsel gücün temelinde kapital olmasından dolayı güç sahibi olan özel şirket ve kurumlar bulunmaktadır. Bu kurumların ve şirketlerin varlıklarının ve güçlerinin en önemli simgesi, toplum üzerinde ezici bir etki yaratabilmek, reklâm unsuru olarak insanları etkileyebilmek ve karar mekanizmalarını sahip oldukları güçle farklılaştırabilmektir. Bunu görsel etkisiyle ve mimariyle gerçekleştirmektedirler. Gücü, gösterişli genel merkezler, ofis binaları, karma içerikli yapılarla göstermektedirler.

Kapitalizmin geçirdiği değişim ve teknolojinin hızlı gelişimi mimaride güç göstergesi olan yapıların da değişim geçirmesine neden olmuştur. Kurumlar sahip oldukları gücü gösterme ve bundan kazanç sağlama ihtiyacı duyarlar. “Yükselmek” ve “ihtişamlı olmak” bir kurum için diğerlerinden farklılaşıp öne geçmenin en kuvvetli silahı olarak belirince gökdelenler kaçınılmaz bir ifade biçimi olmuşlardır.

Günümüzde iktisadi güç sahipleri varlıklarıyla övünme ihtiyacı duymalarından dolayı farkında olarak ya da olmayarak çağdaş mimarinin gelişimine katkıda bulunmuşlardır. Kapital sahipleri mimariyi kurumsallaşma aracı olarak görüp, mimari tasarımları ve teknoloji

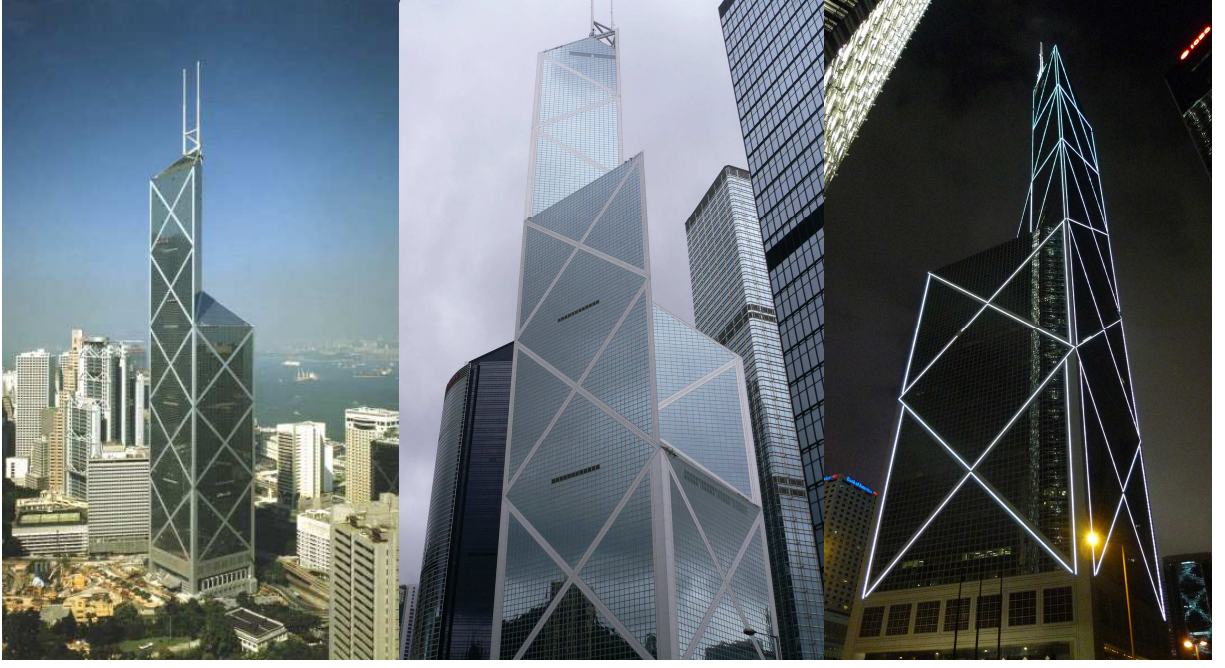
kullanımını serbest bırakmışlardır. Çok uluslu şirketler demokratik ve profesyonel yapılanmalarıyla bu gelişime destek olmuşlardır.

Dünya ekonomisinde yöresel kalkınma, ABD ve Avrupa dışında Asya kıtasında da mimari gelişimin hissedilir şekilde büyümesine buradan da önemli örneklerin çıkmasına neden olmuştur. En yüksek binanın kimde olduğu yarışı kurumlar dışında kurumların bulunduğu ülkeyi de ilgilendirmeye başlamıştır. Bunun sebebi olarak söz konusu ülkelerin vergi oranları, yasal düzenlemeler ve uluslararası finans çevrelerinde yarattıkları avantajlar gösterilebilir. Günümüzde devletler ve iktidarlar topraklarında bulunan şirketlerin iktidarlarını paylaşmaktadırlar. Diğer açıdan bakarsak şirketler de bulundukları ülkelerdeki iktidarı paylaşmaktadırlar. Örnek olarak Hong Kong'u verebiliriz. Adanın İngiliz yönetimine bağlı olduğu dönemlerde ekonomik iktidarın en güçlü olduğu kurumlar olan bankalar, uluslararası finans piyasalarında önem taşıyacak olacak olan bu bölgeye gelmişlerdir. Ticari hareketlilik de bununla birlikte artmıştır. Hong Kong'da bulunan Bank of Hong Kong binası dünyanın en pahalı binaları arasındadır. Norman Foster'ın tasarladığı bina, tasarımcısının da gücünü alarak dünyada örnek gösterilen binalar arasına girmiştir. Uzakdoğu'nun en yüksek binası olmamasına rağmen etkileyici bir mimarisi olan bina, 1986 yılında hizmete girmiştir.



Şekil 3.26 Hong Kong Shanghai Banking Corporation Genel Merkez Binası.

Ada yönetiminin Çin'e geçmesiyle ekonomik dengeler de değişir. 1988 yılında Çinli mimar I.M.Pei'nin tasarladığı Bank of China binası, bölgedeki kapitalizmin iktidarında milliyet değişimini görülmektedir. Bu durum mülkiyetin el değiştirmesiyle de oluşmuştur. İdeolojik temelli olmasa da her ülkede, her yönetimde resmi binalar öne çıkmaktadır.



Şekil 3.27 Bank of China Genel Merkez Binası.

Şehir merkezlerinde yer alan şirketlerin genel merkezleri veya büro binaları, arsa değerlerinin artmasından dolayı yükselmiştir. Binalardaki bu kontrolsüz yükselme imar planlarında kısıtlamalar getirilmesine neden olmuştur. Ancak, var olan planları ve bürokratik kısıtlamaları aşp gerekli izni almak da gökdelen yapmanın ilk aşaması olarak ayrı bir güç ve prestij göstergesidir. (Hasol, 2001)

Getirilen kısıtlamalar ve çözümler kapitalizmin işlevsel bir gereksinmesini de karşılıyordu: Bir beyaz yakalılar ordusunu tek bir noktada barındırarak bir arada çalıştırmak, aynı iş ortamını, aynı iş araçlarını kullanırmak ve çalışanları bir hiyerarşi içinde denetlemek, kapitalist iş yaşamının gereksinmesiydi. Bu nedenle ortaya çıkan büro binalarının, kamu yararı olmalarından çok sahibinin gücünü göstermek için bir araç olarak görülmesi de kaçınılmazdır.(Hasol, 2007)

3.5. Soyut İktidar Ve Mimari

Soyut iktidar; kişinin veya toplumun inandığı kültürel ve ahlaki kurallar, ideolojik olarak toplumları etkileyebilen kişilerin varlıkları, yaşanan toplumsal olaylar sonrası oluşan taraflar ve medya gibi örneklerle açıklanabilir.

Soyut iktidarlardan biri, toplumsal yaşamımızın odaklarından ‘Medya’ olarak tanımlanabilir. Tanımlanmış, belirlenmiş genel kabul görmüş bir işlevi, görevi yoktur ama haberleşmeyi sağlarken etkinliğiyle doğru orantılı bir güç odağı oluşturur. (Çalışlar, 1999) Toplumsal olayları, kişilerin davranış ve fikirlerini, ideolojileri, siyasi iktidarı ve yönelimleri etkileyen güç odağı olan medya, günümüzde ülkelerin sınırlarını iletişim aracılığıyla ortadan kaldırıp iktidar alanını tüm dünya üzerinde göstermektedir.

Farklı açılardan medyanın etkisi her alanda hissedilmektedir. Mimari ile ilişkilendirirsek, herhangi bir mimari ürünün simge haline gelmesi medya aracılığıyla gerçekleşmektedir. Diğer bir açıdan karşı çıkılan bir imar değişikliği ya da yeni bir yapı ile ilgili yapılan haberler, bireylerin ve kurumların aksi yönde harekete geçmelerine neden olabilmektedir. Bunun en büyük örnekleri, İstanbul’da yapımı durdurulan Park Otel inşaatı, Dubai Towers ve diğer “yağma” projeler için değiştirilen nazım imar planının iptali gibi olaylardır. Bu örneklerde medyanın rolü büyüktür.

Medya kuruluşlarının sahip olduğu güç, genel merkezleri sayesinde toplum üzerinde etkisini göstermektedir. Güç ile kazanılan sermaye, uluslararası şirketlerde olduğu gibi yaptıkları genel merkez binaları aracılığıyla şehirler, toplumlar ve bireyler üzerinde benzer etkiler bırakmaktadırlar.

Toplumsal olaylar, medya dışındaki soyut iktidar örneklerindendir. Dönemsel olarak var olan iktidarlar bir sonraki dönemde varlığını sürdüremezler. Değişen güç simgeleri ile yeni iktidarların gelmesi kaçınılmazdır.

Halk, iktidara yalnızca iktidar olduğu için saygı duyuyorsa, bunu da soyut iktidar olarak adlandırabiliriz. Filozof Bertrand Russell, soyut iktidarı ayırt etmek için başka hiçbir neden gerekmediğine inanıyor. Böylece, geleneksel olan bir iktidar şekli, gelenek reddedilmeye başlanır başlamaz çıplaklaşıp soyut hale geliyor. O halde, özgür düşünce ve etkin eleştiri dönemleri, soyut iktidar dönemleri olmaya eğilimlidir. Bu tür iktidarı Eflatun, Devlet adlı

kitabında Sokrates'in töresel bir adalet tanımı bulma çabasından sıkılan Thrasyarchus^{*}'un ağzından belirtir: “Benim kuramımda adalet, basit olarak güçlü olanın çıkarıdır” (Çalışlar, 1999).

3.6. Düşüncenin İktidarı Ve Mimari

İdeolojinin tanımı için farklı kaynaklarda farklı açıklamalar vardır. Türk Dil Kurumu'na göre ideoloji “Siyasal veya toplumsal bir öğreti oluşturan, bir hükümetin, bir partinin, bir grubun davranışlarına yön veren politik, hukuki, bilimsel, felsefi, dinî, moral, estetik düşünceler bütünü” olarak tanımlanmaktadır.

Alman filozof, sosyolog, müzikolog ve kompozitör Theodor Ludwig Wiesengrund-Adorno'ya göre ideoloji, bir değerler, görüşler bütünü olarak insanı ve toplumu “anlama biçimi” olarak tanımlanmaktadır. (Ateşin, 1996)

Yazar ve mimar olan Hüseyin Mehmet Ateşin ise, iktidarından bahsedebileceğimiz ideolojiyi, kişinin kabul veya red edeceği bir felsefe olmaktan çok, insanın toplum içindeki rolünü ve çevresiyle ilişkilerini toplumun yapısına uyduracak biçimde sosyal bir işlev olarak nitelendirmektedir. (Ateşin, 1996)

İdeoloji, temelinde düşünsel birikim olan bir sistem olarak ele alınır. Sadece siyasal anlamda ele alınması, ideolojinin anlamını sınırlandırır. Sanat da düşünce ve eylem yapısı bakımından ideolojik bir altyapı barındırmaktadır. İdeolojilerden doğan akımlar, tavır ve stillerin bir fikir birikiminden oluştuğunu kabul edersek, düşünsel kökeni olan sanat akımlarını da mimariyi etkileyen bir iktidar biçimi olarak ele alabiliriz. Buna en iyi örnek BIG isimli Danimarka kökenli mimarlık ofisinin hazırladığı çizgi roman formatında eseridir. Kurucusu Bjarke Ingels olan BIG ekibi, mimari projeler dışında konsept oluşturulan yapısal projeler ve etkinlikler de yapmaktadır. Ekibin ideolojik temelini anlatan kitabın ismi ise “yes is more” dur. Ekibin manifestosu olarak görülen kitapta, tasarım altyapılarının dışında müşterilerin istekleri ve amaçları doğrultusunda oluşturulan projelerin etkileri de anlatılmaktadır. Bu kitabın yayınlanmasıyla mimari projelerini anlatan ve ekibin söylevlerinin içeriği ile temellendirilen sergiler yapılmıştır.

^{*} Thrasyarchos, Platon'un Devlet'te öne çıkardığı karakterlerden “doğruluk gücünün işine gelendir” diyen sofisttir. Sözcük olarak Thrasyarchos; Latince savaşılmak, savaş yapmak anlamına gelir.



Şekil 3.28 Yes Is More Kitabı Kapağı.



Şekil 3.29 Yes Is More Kitabından Örnekler.



Şekil 3.30 Yes Is More Sergisinden Görüntüler.

Bazı ideolojik iktidarlarda mimarlık yer almasa da, bu düşüncenin akım olabilmesi ve toplum üzerinde etkisini güçlendirmesi için mimariyi kullanması gerekmektedir. Ancak bu noktadan sonra varlığını gösterebilmektedir.

Diğer iktidar türleri ile bağlantılı olan ideolojinin iktidarı, temel de olarak gücün ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Mimarlık bu noktada gücü, sürekliliği, doğru olmayı ve büyüklüğü simgelemektedir.

4. BÜRO BİNALARININ YAPISAL ÖZELLİKLERİ

4.1. Ofis Ve Büro Kavramlarının Tanımı

“Ofis” kelimesi Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre “iş yeri, daire, büro” anlamına gelmektedir. Büro kelimesinin ise, dört anlamı bulunmaktadır:

- a. Çalışma odası, yazıhane,
- b. Danışma ve yazı işlerinin yürütüldüğü iş yeri,
- c. Bölüm, şube,
- d. Yazı masası.

“Büro” ve “ofis” kelimeleri, dilimizde eş anlamlı olarak kullanılmaktadır.

Literatürde eş anlamlı olan “büro” ve “ofis” kelimelerinin etimolojik incelemesi yapıldığında farklı kökenlerden geldiği ortaya çıkmaktadır. Büro kelimesi Latince “burro” olup kaba saba giysiye verilen isimdir ve klasik çağlarda da bu anlama gelmektedir. Fransızca “Bure” kelimesi de Latince “burro” kelimesi ile aynı anlamdadır. 12. yüzyılda büro kelimesinin kökeni olan “bureau” yazı masalarını örtmek için kullanılan yünlü kumaş anlamını taşımaktadır. Sonraları bu kelime yazı masalarına verilen ad olmuştur. Günümüzdeki anlamıyla büro; yazı masalarının ve gerekli birçok donanımın içinde bulunduğu, çalışma eyleminin gerçekleştiği mekânlara verilen isim olmuştur.

Ofis kelimesinin Latince kökeni “opus” olup, “yapıt”, “iş” anlamına gelmektedir. Bunların dışında “daire” anlamı da bulunmaktadır. Sanskritçede “kavuşmak” anlamını taşımaktadır. Karmaşık bir sürü anlamı bulunan ofis kelimesi “düşünce” ve “daire” arasında bir ilişki kurar.

Ofis kelimesinin anlamı öncelikli olarak hizmeti göstermektedir. Ardından, bu hizmeti yerine getiren topluluk, organizasyon ve hizmetin yapıldığı, sunulduğu mekân; oda ve bina anlamını taşımaktadır. Ofis kelimesinin anlamının bir mekân olarak sınırlandırılması doğru olmayabilir. Yine de bir hizmeti yerine getirmek için çevresel etkilerden korunmak, düzenli hareket etmeyi kolaylaştırmak, bilgi ve nesnenin depolanmasını sağlamak gibi nedenlerden dolayı ofis, çalışma mekânı olmayı gerektirmektedir. (Raymond ve Cunliffe, 1997)

Bütün bu tanımlar ve anlamlar eşliğinde ofis daha soyut bir noktadadır. Günümüzün büro anlayışında iletişim araçlarının çoğalması ve gelişmesi sonucunda iş yapmanın sadece tek mekânda gerçekleşmediğini görmekteyiz. Bu yüzden çağdaş büro anlayışının “ofis” kelimesiyle daha anlamlı hale gelmektedir. Bütün bunların dışında bu iki kelimenin kökenlerinin farklı olmasına karşın bir bağlantısı vardır. Günümüzde iki terim de aynı şeyi işaret etmektedir.

4.2. Büro Binalarının Tarihsel Süreçte Geçirdiği Değişimler

Ofis binaları 1880’den sonra, sanayi devriminin ardından kendini gösteren yapılardır. ‘Çağdaş ofis’ kavramı’nın 19. yüzyılın ikinci yarısındaki teknolojik gelişmelerle ortaya çıkmış olmasına rağmen, ilk ofis binalarına 15. yüzyılda rastlanmıştır.

Giorgio Vasari tarafından 1560 – 1574 yılları arasında Floransa’da inşa edilen ‘Uffizzi’* ilk ofis binası olarak gösterilmektedir.



Şekil 4.1 Uffizzi binasının avlusundan görünüşler.

16. yüzyıldan 18. yüzyılın sonlarına kadar ticaret ve buna bağlı olarak yapılan ofis işleri, tüccarların kendi konutlarında ki belirli bir bölümde ve kahvehaneler arasında yapılmıştır. Bu dönemde Ortaçağ Kiliseleri de bu bölgelerin içinde yer almıştır. Halkın başlıca toplanma yeri bu noktalar olduğu için ofis binaları ve ofis merkezleri olarak buraların seçilmesi kaçınılmaz olmuştur.

* Günümüzde müze olarak kullanılmaktadır. Ünlü Medici ailesinin sanat koleksiyonları sergilenmektedir. Yapı iki kattan oluşmaktadır. Uffizzi İtalyanca “ofisler” anlamına gelmektedir. Binanın bu adı Medici ailesi zamanında şehrin yönetim merkezine bir köprüyle bağlı olan ofislerden oluşmasıdır.

Kilise, katedraller ve dini merkez noktaları etrafında toplanan insanların yaptıkları ticari faaliyetler borsa kavramının oluşmasına neden olmuştur. 1750’de Mısır Borsası, 1802’de Hayvan Borsası ve bunların sonrasında 1846 ve 1874’te Kömür ve Yün Borsası kurulmuştur. Bu borsaların oluşması ofis mekânlarının artmasına da neden olmuştur.*

Ofis ortamında çalışmak, toplumun belirli bir kısmını ilgilendiren bir olguydu. Ortaçağda, ticaretle uğraşan ve zenginleşen burjuva kesimi ile ofis mekânları tekrar gündeme gelmiştir. Konutların yola bakan alt katları ticaret ve ofis amaçlı kullanılmıştır. Yapıların üst katları konut olarak kullanılmaktaydı. Genelde ofis sahipleri binadaki konutun da sahibi olmaktaydı. Bu mekânlar özel sektörün ilk çalışma alanlarına örnek olmaktadır.

Fransız devrimiyle birlikte oluşan statü esaslı idare düzeni, ofislerin tarihsel gelişiminde önemli bir etkidir. Çalışma şartlarında kalıcı etkiler bırakan hiyerarşik ilişki, çalışanların çalışma şartlarını, bulundukları kademeye orantılı bir hale getirmiştir.

1884’te Mors telgrafının yaygın bir şekilde kullanılması, 1886’da daktilonun üretilmesi** ve 1874’te telefonun icadı*** ile aynı merkezde bulunan işyerleri ve konutlar birbirinden ayrılmaya başlamıştır. Şehirlerde konut bölgesi, ticaret bölgesi, ofis bölgesi ve üretim bölgesi gibi bölümlenmeler başlamıştır. Yönetim ile imalat birimleri birbirinden ayrılmış ve farklı yerlerde şubeler açılmaya başlanmıştır. Şirketler ve firmalar arası iletişim hızlanmıştır. İletişim ağları kademeli olarak önce şehirden şehre; daha sonraları ülkelerden ülkeye haberleşmeyi sağlamıştır. Bu değişimlerin sonucunda işin hacmi büyümüş ve mekân ihtiyacı artmıştır.

19. yüzyılın son yıllarına kadar işler çiftliklerde, madenlerde ve açık denizlerde yapılmaktaydı. Günümüzde ki ofis işleri o dönemde önemsiz olarak görülmekteydi. O dönemlerde ofis çalışanları genelde erkeklerden oluşmaktaydı. İş sektörünün büyümesi, işlerin çoğalması ofislerin iş yapısının değişmesine neden oldu. Bu dönemde işler bölünmeye ve departmanlar oluşmaya başladı. Departmanların oluşması ve iş yoğunluğunun artması mekânsal olarak genişlemeye neden oldu. Dünya savaşlarının yaşanmaya başlamasıyla

* Borsaların başlangıç tarihi eski pazar ve panayırlara dayanmaktadır. İlk borsaların temeli kıymetli madenlerin alım-satımı ile atılmış ve bu meslek sarraflık şeklinde gelişmiştir. Zamanla kıymetli madenlerin alım-satımı, araçların da devreye girmesiyle genişlemiş, kredi belgeleri ile ticari senetlerin alınıp satıldığı bir piyasaya dönüşmüştür. Avrupa’da ilk borsa 1487 yılında Anvers şehrinde kurulmuştur.

** Daktilo Latham Sholes tarafından icat edilmiş, Remington & Son firması tarafından üretilmiştir.

*** Telefon Aleksander Graham Bell tarafından icat edilmiştir.

birlikte kadınlar da ofis çalışma düzeninde var olmaya başladılar. Yeni teknoloji ürünleriyle birlikte aletlerin kullanımı konusunda uzmanlara da ihtiyaç duyulmaya başlandı.

20.yüzyıl başlarında, ekonominin ağırlığı, çiftlikten fabrikaya ve ofise kaydığına, ‘beyaz yakalı’ olarak tanımlanan ofis çalışanlarının sayısı artmıştır, kadınlar da işyerlerinde inisiyatif sahibi olmaya başlamışlardır. Böylece, çeşitli değişiklikleri barındıran yeni bina tipleri geliştirilmiştir. Belirli özellikleri, düzeni, mekânsal ve çevresel konumu açısından uzmanlık gerektiren departmanların oluşması ve teknolojik aletlerin iş hayatında kullanılmaya başlanması da ofis binalarının oluşmasında neden olmuştur.

Bir diğer unsur, gelişimin nedeni olan diğer faktörlerle birlikte düşünüldüğünde şehirlerin, ofis alanı için olan talepleri karşılayamamasıdır. Şehir içinde, dönüştürülmüş mekânları – yani konutları – ofis olarak kullanımı ve bu konut binalarının az katlı olmasından dolayı ofislerin yoğunlaşma alanı sınırlı kalmıştır. Mekân yetersizliği ve faaliyet merkezlerine yeterli derecede yakın olamamaktan dolayı işlevsel olarak bu ofis birimleri yetersiz kalmaya başlamıştır.

İletişim sistemleri geliştikçe, iş yapış biçimindeki ilişkiler de değişmeye başlamıştır. Bazı istisnalar dışında tarihten günümüze kadar ofis binaları coğrafi bölgelerin önemli noktalarında bulunmaktadır. Önceden, oturma amaçlı kullanılmış olan binalar, işlek merkez olan bölge içine taşınca, ofis olarak hizmet vermek zorunda kalmışlardır. Ofis bölgesi olarak kullanılmaya başlanan alanların kira bedeli ve değeri artmaya başlamıştır ancak ofis işlevi için yapılmış yeni binaların, konuttan ofise dönüştürülmüş olanlara göre, daha kullanışlı olduğu anlaşılmıştır.

Avrupa ve ABD tarihinde önemli bir yere sahip olan bugün bildiğimiz anlamda iş yönetimi, iletişim sistemleri ve yapı teknolojilerine örnek oluşturan ofislerin ortaya çıkışı 1900 sonrasındır. Ofis binaları 20.yüzyılın en büyük ikonlarından biri olmuştur.

4.3. Büro Binalarında Tasarım İlkeleri

Ofisler ticaret, servis ve sanayi sektörünün tüm işlemlerinin yapıldığı, pratik yaşama ilişkin tüm gereklerin yerine getirildiği mekânlardır. Bu nedenle tasarlanacak ve uygulanacak ofis binalarının, işin tanımına en uygun şekilde yapılması gerekmektedir.

Çağdaş yaşamın başlamasıyla birlikte düzenli çalışma mekânı ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Daha önceleri bu işlevler için mekân gereksinimi konutlar içinde sağlanıyordu. İş imkânlarının ve teknolojinin gelişmesiyle daha geniş ve bir arada olan düzenli bir mekâna ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. Ekonomilerin ve endüstrilerin büyümesi ve gelişmesi ofislerin resmileşmesine neden olmuştur. Uzmanlaşan ofis işleri, yapılan işin etkinliğini ve karlılığını arttırmak için geliştirilmiştir. Bu verimlilik için doğru tasarlanmış ofis binalarına duyulan ihtiyaç artmıştır.

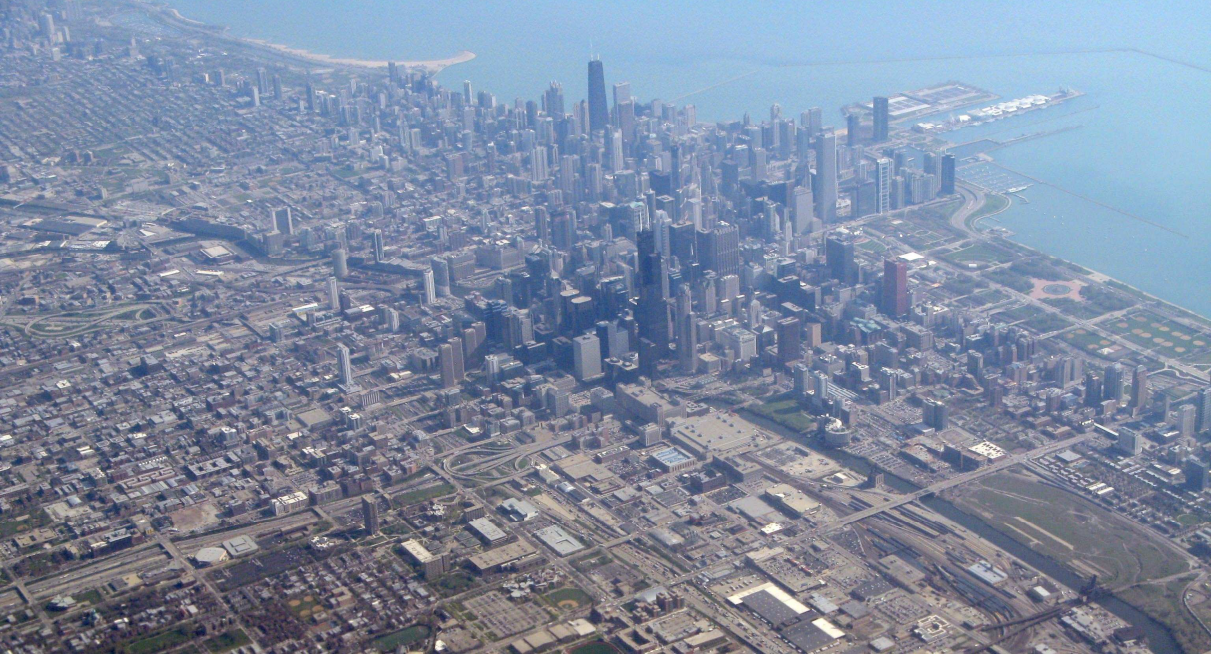
Tasarımsal olarak incelemeye başlamadan önce ofis binaları için doğru tanımlı yapmak gerekmektedir. Ofisler, işleri yapan kişiler ve ihtiyaç duydukları mekânlardan daha çok, işlerin ve görevlerin kendisini temsil etmektedir.

Ofis binaları tasarımında, yapının işlev, kütsel biçim ile mimari cephe tanımlı arasındaki ilişki ve uyum anlamsal biçimlenmenin oluşumunu belirler. Anlamsal ifadesi, yapıyla insan arasında görsel ilişkinin kurulmasını sağlar.

Ofis binalarının yapılacağı bölgeler, şehrin önemli bir noktasında, şehir yoğunluğunu kötü yönde etkilemeyecek, yarattığı yoğunluktan dolayı oluşacak altyapı ve trafik sorunlarını çözecek özelliklerde tasarlanmalıdır. Ofis binaları işlevi bakımından belirli bir amaç için insanların toplandığı ve çalıştığı binalar olduğu için iş verimini arttırmak ve ihtiyaçların doğru bir şekilde tamamlanmasına yönelik bir şekilde uygulanmaktadırlar.



Şekil 4.2 İş merkezlerinin bulunduğu Manhattan adasının görünüşü.



Şekil 4.3 İş merkezlerinin bulunduğu Chicago'nun görünüşü.

4.3.1. Genel Tasarım Prensipleri

Ofis binalarının temel olarak tasarım kriterlerini üç ana başlıkta gruplayabiliriz:

1. Esneklik: Büro binasının kullanımının zaman içinde değişmesi halinde, bu dönüşüm için mekânlara esneklik sağlanması,
2. İletişim: Büro binası tasarımının, binanın kullanımı sırasında departman içi ve departmanlar arası bilgi akışını kolaylaştırması,
3. Yetkinlik: Büro, iş mekânlarının her birinin boyutsal ve diğer kullanım yönlerinden yeterliliğinin sağlanması, (Dalga, 2007).

Bu üç kriter tasarım aşamasında ve sonrasında sağlanabiliyorsa yapılan ofis binasının verimli çalışacağı, değişimlere hazır olacağı, teknolojik gelişmeleri takip edip çalışma alanına daha kolay dâhil edileceği ortadadır.

Temel olarak ofis binaları tasarımında ve uygulamasında dikkat edilmesi gereken unsurlar şöyle sıralanabilir:

1. Servis ve çalışma mekânlarının birbiriyle uyumu ve verimi arttırmaya yönelik doğru çalışması.

2. Çalışma alanlarının istenilen değişikliklere göre yenilenme kolaylıkları.
3. Binanın yapılacağı yerin doğru seçilmesi.
4. Binanın altyapıya vereceği yükün analizi ve yükü azaltmaya yönelik yeni çözümler bulunması.
5. Trafik unsurunu arttırmadan ulaşımın sağlanması.
6. Bölgesel olarak ve kurumun verimliliğini arttırmaya yönelik mekânsal ve çevresel çözümler bulunması.
7. Çevreye vereceği yükün en aza indirilmesi.
8. Tarihsel dokuya zarar vermemesi.
9. Çalışan kişilerin fiziksel ve psikolojik zarar görmeden çalışmasının sağlanması.
10. Fiziksel çevrede oluşan değişikliklerin toplum üzerinde kötü bir etki bırakmaması.

Bir büro binasının tasarımında ve uygulama programındaki çeşitli istekler, kompleksin tasarımında bazı noktaların göz önünde bulundurulmasını gerektirmiştir. Bu noktalar:

1. **Tasarıma Vurulan Damga:** Prestij projesi için tanınabilir bir tasarımın gerekliliği.
2. **Bölgesel Malzeme ve Teknoloji:** Bölgedeki mevcut kaynaklar hakkında bilgi sahibi olma ve bunların kompleks içinde kullanım değerlerini göz önünde tutmak.
3. **Plan Esnekliği:** Mağaza ve bürolar için çeşitli kullanıcı gereksinmesine uyacak ekonomik ve uygulanabilir tasarımı sağlamak.
4. **Dolaşım Akışı:** En yüksek düzeyde estetik, organizasyon ve hareket kolaylığını sağlamak için taşıt ve yaya trafiğini birbirinden ayırmak.
5. **Doğal Işık ve Açık Alanlar:** Kompleks çalışanları ve ziyaretçilerin maksimum konforu açısından doğal ışığın ve hava dolaşımının önemini ve bu yoğun çalışma ortamındaki açık alanların değerini dikkate almak olarak sıralanabilir. (Begeç, 1999)

Yeni büro binalarından beklenen esnek, enerji etkin, yönetim etkin, çevreye ve yeşile duyarlı yapılanmanın özünde, kullanıcıların iç ortamda daha üretken olmasına yönelik konfor standartlarını yükseltmek ve gerek enerji kaynakları gerek doğası ile yaşanabilir çevreler bırakmak, vardır.

Mekândan beklenen konfor taleplerin, teknolojinin verdiği olanaklara paralel artışı ile birlikte, mimari ürünün değerlendirilme kriterleri de değişmektedir. Bina içi-dışı iletişim olanakları, yatay-düşey ulaşım araçlarının hızı, iklimlendirme için harcanacak aktif sistem yükü ve pasif

sistem katkısı, çevreye etkisi, değişen iç-dış çevre koşullarına adapte olabilme yetenekleri ile tartışılmakta ve değerlendirilmektedir.

4.3.2. Yüzeysel Ve Hacimsel Faktörlerin Tasarlanma Prensibi

Ofis binalarının cephe tasarımlarında; doluluk-boşluk orantısı, yüzey çizgileri, kullanılan renklerin uyumu, yüzey malzemelerinin dokusu, yüzey elemanlarının ritmi, yapıyla kurulan görsel ilişkiyi sağlayan yüzeysel faktörlerdir.(Avşar, 1998)

Ofis binalarında cephe oluşumunda; kütsel biçimleniş, boyut, geometrik form –hacimsel faktörler– ile doluluk-boşluk orantısı, çizgisel yaklaşımlar, kullanılan renkler, malzemenin yarattığı doku, görsel denge ve ritim –yüzeysel faktörler– temel esaslardır. (Avşar, 1998)

Ofis binalarının iç mekân işlevleri ve bölümlenmeler ise, mimari cephe oluşumuna farklı yaklaşımlar getirecek şekilde tasarlanmalıdır. Ofis binalarının iç mekân işlevleri ve bölünmeleri olan, yapıya ana giriş, yatay-düşey sirkülasyon, personel-yönetici katları, hatta yangın merdivenlerinin o yapının kütsel biçimlenişine* ve cephe oluşumuna** ifadeci bir yaklaşımla yansması, anlamsal biçimlenme oluşumunu güçlendirir.

Ofis binalarının cepheleri ile sağlıklı görsel ilişki kurulması için, yapıların anlamsal biçimlenmelerinin başarıyla tamamlanmış olması gerekir. Yani ofis binalarına bakıldığında yönetim katları ile personel katları arasındaki fark ve geçiş, binanın ana giriş vurgusu, eğer plan tasarımına göre cepheyle hem yüz ise çekirdek, düşey sirkülasyon ve yangın merdiveninin birer plastik öge olarak cephede ifade edilmesi anlamsal biçimin oluşmasına olumlu katkıda bulunur. Bu ifade hacimsel ve yüzeysel faktörlerin doğru tanımlanması ve uygulanması ile sağlanır.

Ofis binalarının mimari cephelerinin tanımlanmasında tasarlanacak kütle hareketleri ve bunlara bağlı olarak oluşan gölge farklılaşmaları ile kullanılacak malzeme, renk, çizgi hareketleri ve bunlara bağlı olarak oluşan doku farklılaşması, bu yapıların iç mekân işlevleri, bölümlenmelerinin anlamsal biçimlenme, görsel ilişki, görsel algı açısından birbirlerinden ayrılmasını sağlar.

* Hacimsel Faktörler

** Yüzeysel Faktörler

4.3.3. Bina Yüksekliği Kararları

Organizasyon sahiplerinin istekleri doğrultusunda, imar kurallarının izin verdiği ölçüde gerçekleştirilir. Fakat günümüzde özel durumlar ve şirketlerin güçleriyle bağlantılı olarak bazı düzenlemeler yapılmaktadır. Holdinglerin, bankaların ve diğer ticari organizasyonların giderek artan sayıdaki büro personelini, kendi işletme gereklilikleri açısından tek çatı altında toplama istekleri büyük hacimli büro ihtiyacını doğuran önemli bir etkidir.

Bir büro binasının az katlı veya çok katlı olarak yapılması, ekonomik açıdan değerlendirilecek olursa; az katlı çözüm modellerinde:

1. Yapım ve işletme maliyetlerinin daha düşük seviyelerde kalması
2. Alan kullanımlarında esneklik imkânı
3. Faydalı alan / toplam alan oranının yüksekliği
4. Yangın güvenliği
5. Yatay kuvvetlere karşı dayanıklılık
6. Enerji gereksinmesi gibi unsurlar söz konusudur.

Çok katlı çözüm modellerinde ise:

1. Zeminde açık mekân düzeninde
2. Ulaşımaya yeterli alan sağlanabilmesi
3. Perspektif genişliği
4. Çevre binaların gölge, duman vb. sakıncalı etkilerinden kaçınma
5. Mevcut trafik vb. çevre gürültülerinden uzaklaşma
6. Uzak noktalardan görülebilme
7. Simgesel değerlerin daha kolay yaratılabilmesi, gibi konularda üstünlükler mevcuttur.

Bu tür modellerde, yöneticiler; asansörler aracılığı ile çalışan kişiler arasında en çabuk ulaşımı sağlama ve yatay ulaşım mesafelerini kısaltmayı yararlı görmektedir. Ayrıca doğal ışıktan maksimum yararlanma, yapay ışığın iş verimi üzerindeki olumsuz etkilerden kaçınma, perspektifi daha geniş hacimlerde daha yüksek iş verimine ulaşmak, iş verimini olumsuz yönde etkileyici trafik vb. gürültü kaynaklarından uzaklaşma, böylece sağlanacak konforlu çalışma ortamında çalışanların organizasyona güvenlerinin güçlenmesi, binanın reklam ve

prestij gibi düşünceler de yöneticileri çok katlı çözüm modellerine yönelten etkenler arasındadır.

Çok katlı gelişme modelinde faydalı alan / toplam alan oranı = % 52.75’de kalırken az katlı gelişme modelinde % 71.50’ye ulaşması, tüm konfor ve malzeme şartları aynı kalırken az katlıya göre çok katlı modelde maliyetin yaklaşık % 35 oranında yüksekliği, yapım süresinin uzunluğu gibi farklar bulunmaktadır. Tüm bu farklılıklara rağmen ilgili organizasyon yöneticilerinin tercihlerini az katlı gelişme modeli yerine çok katlı model yönünde kullanmış olmaları dikkat çekici görünmektedir. Bunun nedeni binanın reklam ve prestij değerine verilen önemle açıklanabilir. (Begeç, 1999) Ayrıca şirketin yapısı ve yöneticilerin kültürel birikimleri de çok katlı ve ya az katlı bina tercihinde etkili olmaktadır.

4.3.4. A, B, C Sınıfı Büro Binaları

Büro binaları üç temel kalite sınıfına ayrılmaktadır. A, B, C sınıfı büro binaları ismiyle tanımlanmaktadır.

A Sınıfı Büro Binaları: ‘mükemmel konum ve erişilebilirliğe, yüksek inşaa kalitesine sahip’ olarak tanımlanmaktadır (Ersöz, 2007). A sınıfı ofis binaları metropoliten kentlerde Merkezi İş Alanı’nda* ve ikincil ana merkezlerde yer almaktadır. Saygın gayrimenkul firmaları, yoğun talep, yüksek prestij ve kar marjları nedeniyle portföylerinde genellikle A sınıfı ofis binalarına yoğunlaşmaktadır. (Öven ve Pekdemir, 2005)

B Sınıfı Büro Binaları: Han tipi büro binaları B sınıfına dâhil edilmektedir. Genelde farklı organizasyonları ve şirketlerin bir arada bulunmasını gerektirir. Buna bağlı olarak oluşan hanlar için özel yönetim kuralları da oluşturulmaktadır. İstanbul’da, tarihsel dokusu ve şehir yapısından kaynaklanan nedenlerle bu sınıfa dâhil birçok örnek bulunmaktadır.

C Sınıfı Büro Binaları: Büro işleviyle kullanılan konutlar da C sınıfına dâhil edilmektedir. Şehrin her bölgesinde olabileceği gibi özelleşmiş bölgelerde birden çok birimler şeklinde de oluşabilirler. Genelde bu değişim, şehir planlamasında iş merkezi olarak belirlenen noktalara yakın konut alanlarında olmaktadır. Daha küçük organizasyonların büro yapısı olarak tercih edilmektedir.

* MİA

4.3.5. Teknolojik Gelişmelerle Değişen Büro Anlayışı

İletişim teknolojisi ve iletişim araçları toplumsal yapıda yeniliklere ve değişikliklere neden olmaktadır. İletişim çağının araçları yaşamımızı yavaş yavaş da olsa değiştirip biçimlendirmekte, şimdiye kadar alışageldiğimiz her düşünce ve eylemimizi yeniden gözden geçirmeye bizi zorlamakta ve birey - birey, birey - toplum, birey -hükümet ilişkilerinin biçimini değiştirmektedir.(Begeç, 1999)

Cep telefonu ve internet kullanımının toplumsal alanda yaygınlaşması bilgi aktarımının hızlanmasına neden olmuştur. Bu yüzden çalışma hayatının hızı da artmıştır. Organizasyonlar ve şirketler, piyasada diğer firmalarla rekabet edebilmek için farklı çalışma prensipleri ve yenilikler geliştirmektedirler. Bununla bağlantılı olarak büro binaları ve çalışma mekânları da değişime uğramıştır.

Günümüzde şirketlerin genel merkezlerinde, bireylerin iletişim sağlaması, bireysel ve sosyal ilişkilerini geliştirmesi için özel mekânlar oluşturulmaktadır. Bu mekânların yapılmasının en önemli nedeni çalışanların iş yerlerinde daha çok vakit geçirmeleri ve buna bağlı olarak da daha çok çalışmalarınıdır. Kurumların prestijlerini ve güçlerini korumaları bu “iş hayatı” düşüncesinin bireylere hissettirilmesiyle mümkün olmaktadır. Buna en iyi örnek Google’ın genel merkezi olan ‘Googleplex’* yapılarıdır.



Şekil 4.4 Googleplex.

* Googleplex genel merkez yerleşkesi, Silicon Graphics firmasının kendisi için inşa ettirdiği ve kullandığı 4 ana binanın satın alınmasıyla oluşturulmuştur.



Şekil 4.5 Googleplex çalışma alanları.

Günümüzde ekonomik değişimlere ve yapılanmaya neden olarak, fiziksel çevremizin biçimlenmesinde büyük rol oynayan büro binalarının formları ve bulunduğu çevrede taşıdığı önem açıktır. Büro binaları çevrenin bir parçası olmaktan çok, belirleyicisi, tanımlayıcısı ve noktasal merkezi haline gelmektedirler. İş yaşamındaki yoğunluk ve hız düşünüldüğünde, iş yaşamının merkezi olan büro yapılarının tasarımında ve uygulamasında verilecek kararların, büro binası tasarım kriterlerine uygunluğu önemlidir. Dikkat edilmesi gereken bu unsurların insan – bina – çevre arasındaki ilişkiyi düzenlediği sürekli göz önünde bulundurulmalıdır.

Doğru ve istenilen şekilde tasarlanmış ve uygulanmış bir büro binasının, kurumun sahip olduğu bilgileri ve gücü yansıtmaması ve bu doğrultuda mesajlar iletmesi beklenmektedir. Bu yüzden simge sayılacak binalar yapılmaya çalışılmaktadır.

4.4. Büro Binalarının Tasarımsal Farklılıklar Ve İçeriklerine Göre Gruplandırılması

Büro ve ofis tanımını yaparken anlamların geçirdiği değişimler gibi, tarihsel süreçte de büro binaları değişim geçirmiştir. İş yaşantısındaki hız ve yeni iş dallarının ortaya çıkması bu değişimin en önemli nedenlerindendir. Teknolojik gelişmeler, iletişim olanaklarındaki gelişim de “iş yapmak” ve “çalışmak” gibi kavramlar üzerinde farklı bakış açılarına neden olmuştur.

Günümüzde büro binalarını gruplandırmak zor da olsa, bina formları ve içerikleri bakımından genel bir gruplandırma yapmamız mümkündür. Büro binası türlerindeki bu değişimin temelinde kurumların yapısı ve çalışma biçimleri bulunmaktadır. Büro binası, genel merkez yaptıran kurum sahiplerinin ihtiyaçları doğrultusunda şekillenmektedir. Üretilecek binanın reklâm unsuru olması, kazanç sağlaması ve prestijli olması gibi faktörler binaların işlevlerini belirlemektedir. Gerekli olduğu noktalarda da büro binaları içerik olarak farklılaşmıştır.

Yukarıda açıklanan nedenlerden oluşan sonuçlar eşliğinde, büro binaları beş ana gruba ayrılabilir.

1. İş Merkezleri – Genel Merkezler
2. Büro Binası İşlevi Olan Gökdelenler
3. Karma Yapılar İçinde Bürolar
4. Büro Yerleşkeleri ve Teknoparklar

Şirket yönetim binaları genelde prestij ağırlıklı yapılardır. Yatırım amacıyla uygulanan ofis binaları ise, maksimum kazanç sağlamak amacıyla yapılmaktadır. Bu tür yapılar genelde karma işlevli yapılar olmaktadır. Büro yerleşkeleri ise büyük çaplı şirketler ve kurumların tercih ettiği ve özel çalışma şartları gerektiren iş kolları için uygundur. Gökdelenler, genelde bütün şirketler ve kurumlar için yapılabilir. Farklı ve değişik çözümler dışında, üretim maliyetleri diğer büro binası türlerine göre daha fazladır. Seçilmesindeki en büyük neden ise prestij unsuru ve simge yapı konumunda olmalarındandır.

Büro binaları geçmişten günümüze kadar ihtiyaçlara göre üretilmiş olsa da temelinde kurumlar için prestij sağlaması amaçlanır.

Günümüzde kurumlar genel merkez binaları veya gayrimenkul yatırımları ile ilgili tasarım kararlarını uluslararası yarışmalar ve ya davetli yarışmalar aracılığıyla vermektedirler. Bu süreç, kurumların medya aracılığıyla reklâmının yapılmasına neden olmaktadır. Ayrıca yarışmalara katılan veya kazanan “yıldız mimarlar”^{*} aracılığıyla da prestij sağlanmaktadır. Yarışmalar sonucunda kazanan projenin uygulanma süreci de medyanın ilgi odağı haline gelmektedir. İnşaatin aşamaları yayınlanarak kurumun “neler yapabileceği” düşüncesi insanlara gösterilmektedir. Binalarla ilgili çekilen belgeseller, bildiriler ve programlar kurumun kalıcı reklâmı haline gelmektedir. Kurumun gücü, insanlara interaktif bir şekilde

^{*} İngilizce deyiimi “starchitect”dir.

gösterilmektedir. Genel anlamıyla bu binalar üzerine yapılan tanıtım çalışmaları, binanın – dolaylı olarak kurumun – “bilbao etkisi” yaratması amacı taşımaktadır.

4.4.1. İş Merkezleri Ve Genel Merkezler

İş Merkezleri ve Genel Merkez olan büro binaları şirketlerin yapısına göre farklılık gösterirler. Bulunduğu çevrede farklılık yaratan ve simge haline gelen büro binaları şirketler için önemlidir. Kurumlarının yaptıkları işler konusunda topluma iyi bir reklâm aracı olarak da kullanılacak genel merkezler ve iş merkezleri verimli çalışma ortamını oluşturmak ve firmanın tek çatı altında toplanmasını sağlamaktadırlar.

Tarihsel süreçte büro binalarının geçirdiği değişimlerin nedenleri arasında teknolojik gelişmeler, iş hayatının hızlanması, bilgi paylaşımı ve bilgi aktarım hızı gibi unsurlar bulunmaktadır. Temel tasarım prensiplerinde bir değişiklik olmamasına rağmen oluşan bu gelişmeler genel merkez yapılarının farklılaşmasına neden olmaktadır.

Organizasyonlar için gerekli olan çalışma ortamı ihtiyacı kurumların yapısına ve iş türüne göre farklılık göstermektedir. Genel merkez binalarında kurumun yapısı binanın formunu ve işlevini etkilemektedir. Genel merkezler, kurumların ihtiyaçlarına, topluma ve diğer kurumlara vermek istediği mesajlara göre tasarlanmaktadır. Bunun yapılması için arazi verilerinden toplumsal yapıya, çalışma mekânlarının özelliklerinden cephe için kullanılacak malzemeye kadar doğru analizlerin yapılması önemlidir. Bu noktada, yapılacak genel merkez veya iş merkezlerinin kurumlar tarafından nasıl kullanılacağı da düşünülmelidir. Genel merkez ve iş merkezlerini kurumların kendi kullanımları için yaptırdığı büro binaları ile gayrimenkul değerleri göz önüne alınarak yaptırılan büro binaları olarak ayırabiliriz.

Örnek olarak Vakko Genel Merkezi ve Power Medya Merkezi gösterilebilir. Türkiye’nin en köklü moda markalarından olan Vakko, 1969’dan bu yana kullandığı Merter’deki tarihi fabrika binasından taşınarak, üretim birimlerini Esenyurt bölgesine, yönetim birimlerini de Nakkaştepe’de inşası süren genel merkezlerine taşıyacaklardır. Nakkaştepe’de bulunan yeni genel merkez bünyesinde, arazinin karşısında Power Medya Merkezi de bulunmaktadır. Binanın yapıldığı arazi yakınında Shell Genel Merkezi ve Koç Holding Genel Merkezi bulunmaktadır. Nakkaştepe bölgesinin yeni prestij sembolü olarak görülmektedir.



Şekil 4.6 Vakko Genel Merkezi ve Power Medya Merkezi.

Vakko Genel Merkezi ve Power Medya Merkezi OMA grubundan ayrılan ve ABD kökenli, REX adıyla hizmet veren mimarlık ofisi tarafından tasarlanmıştır. 9.100 m² olan yapı bünyesinde ofisler, gösteri odaları, konferans salonları, oditoryum, müze ve yemek alanları bulunmaktadır. Power Medya Merkezi bünyesinde ise televizyon stüdyoları, radyo prodüksiyon mekânları ve çekim odaları bulunmaktadır.



Şekil 4.7 Vakko Genel Merkezi ve Power Medya Merkezi'nin Caddeden Görünüşü.

Vakko şirketinin temelinde, “aile şirketi” kavramı yatmaktadır. Türkiye’nin köklü bir ailesi olan Hakko, Türk tekstil firmaları arasında lider konumundadır. Ailenin entelektüel yapısı firmanın vizyon ve misyon anlayışına yansımaktadır.

Binanın ana strüktürü yarım bırakılmış bir otel binasına aittir. İstenen genel merkez binası bu strüktüre eklenerek oluşturulmuştur. Cam cephe yenilikçi bir anlayışla tasarlanmış ve hafif bir cephe izlenimi uyandırmıştır. Bu yenilikçi anlayış işverenin istediği bir özellik olarak binaya yansıtılmıştır.

İstenilen güç imajını oluşturmak için olabildiğince şeffaf oluşturulan cephe sayesinde iç bölümde bulunan taşıyıcı ve oluşturulan avlu bölümü saklanmamış oldu. Bu şeffaf cephe “gösteri” alt yapısı taşıyan genel merkezin ve firmaların özelliklerini iyi bir şekilde ifade etmektedir.



Şekil 4.8 Cam Cephe Üretim Detayları.



Şekil 4.9 Cam Cephe Uygulaması.

Gayrimenkul değerlerinden dolayı yapılmış büro binaları, şirketlerin kiralaması veya satın alması için çalışma ortamının doğru kurgulanması gereklidir. Çoğu şirketin şehirlerdeki doluluktan dolayı kiralama yöntemiyle kendi genel merkezlerini oluşturduğu bir gerçektir. Bu noktada şirketin yapısına en iyi şekilde cevap verecek büro binaları tercih edilmektedir.

Örneklerden diğeri, Uluslararası sigorta komisyon şirketi olan Willis Gruop Holding'in Londra'nın finans merkezi sayılan 51 Lime caddesinde bulunan Londra genel merkezi binasıdır. Şirketin yapısından dolayı dünyada önemli şehirlerde genel merkez binaları bulunmaktadır. Londra merkezinin mimarı Foster + Partners'dır. Toplam inşaat alanı 67.649 m² olan binanın tasarımı 2001 yılında başlanmıştır. 2007 yılında da hizmete açılmıştır. 400 milyon pound bütçeyle üretilen binanın sahibi İngiltere'nin en büyük emlak geliştirme ve yatırım şirketleri arasında gösterilen The British Land Company'dir. Bina tasarım aşamasında Willis Gruop Holding'e satılmıştır. Bina, Willis Genel Merkezi olarak adlandırılmıştır.



Şekil 4.10 Willis Group Holding'in Londra Genel Merkezi.

Willis Group Holding'in bu binayı seçmesinin nedenleri arasında yapının Londra'nın yeni nirengi noktası olarak görülmesiydi. Şirketin büyüklüğünü ve gücünü göstermesi için seçtiği yolların başında, önemli noktalarda bulunan binaları genel merkez haline getirmesi olarak görülmektedir. Chicago'da Sear Kulesini de genel merkez haline getiren Holding, sahip olduğu binaların adını da "Willis" olarak değiştirmektedir.

Holding'in Ceo'su ve başkanı olan Joe Plumeri, Londra genel merkezi olan "Willis" binasını "Holding'in geçmiş ve gelecek başarıları için bir anıt" ve "küresel kaynakların sağlanması için yerel iletişim alanı" olarak tanımlamaktadır. Ayrıca şirketin yapısını geliştiren ve şekillendiren en büyük yardımcının genel merkez binaları olduğunu da belirtmektedir.[1]



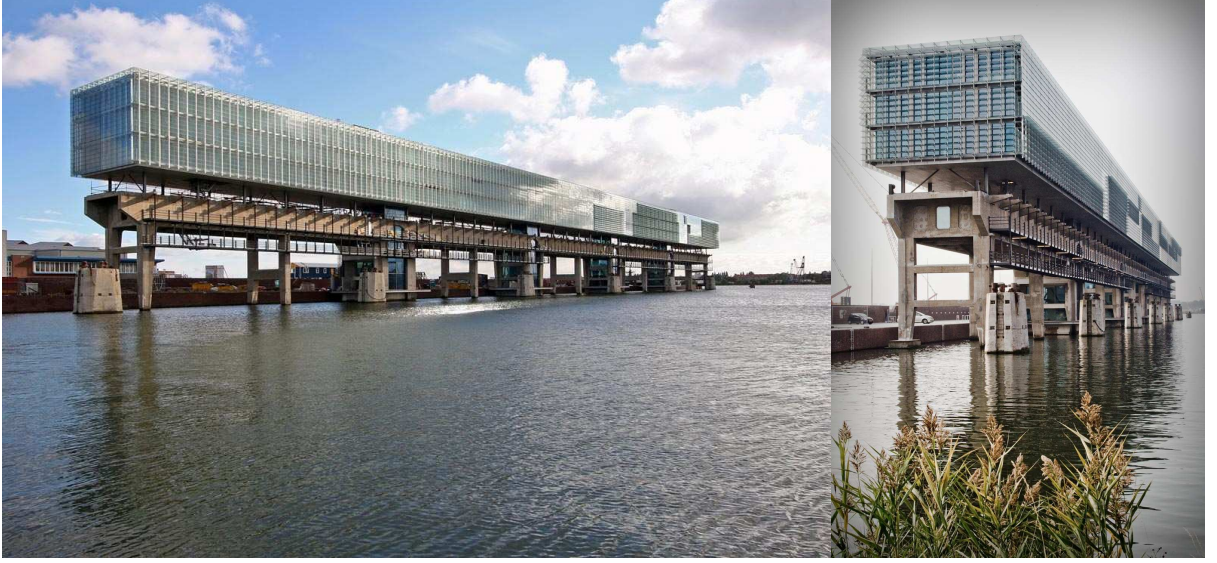
Şekil 4.11 Willis Group Holding'in Londra Genel Merkezinden Görünüşler.

Bir şirketin yaptırdığı genel merkez binasının değişikliklere doğru cevaplar vermesi gerekmektedir. Tasarım ve uygulama kararlarının her türlü değişikliğe en iyi şekilde uyum sağlaması düşünülerek verilmesi önemlidir.

Diğer bir örnek de Hollandalı OTH tarafından tasarlanan, Amsterdam'ın kuzeyindeki ofis binası Kraanspoor büro binasıdır. Kraanspoor büro binası Amsterdam'ın gemi sanayisinden arda kalan eski NDSM* Tersanesi'nin beton vinç yolu üzerine inşa edilmiştir. 12.500 m²'lik 3 katlı, şeffaf bir ofis binasıdır. 1952 yılında inşa edilen ve günümüzde endüstriyel anıt olarak görülen vinç yolunun, uzunluğu 270 metre, sudan itibaren yüksekliği 13,5 metre, genişliği ise 8,7 metredir. Kraanspoor'un uzunluğunun ve olağanüstü genişlikteki IJ Nehri manzarasının

* Nederlandsche Dok en Scheepsbouw Maatschappij

vurgulanması için, ofis yapısı da beton vinç yoluyla aynı uzunluk ve yükseklikte tasarlanmış ve uygulanmıştır.



Şekil 4.12 Kraanspoor Büro Binasına Genel Bakış.

Projenin mimarı olan Trude Hooykaas'ın çıktığı bir bisiklet turunda bölgeyi ve eski vinç yolunu görüp burada kendi büro binasını yapmak istemesiyle başlamaktadır. Bölgenin eski Amsterdam tersanesi ve denizcilik endüstrisinin kalbi olması, eski şehir merkezinin önemli bölgelerinde biri olması da bu isteğin oluşmasında etken olmuştur. Zamanında bölgenin önemli ve etkili bir merkez olması ve vinç yolunun nehrin en çekici bölümünde bulunması ilgi çekici olmuştur. 270 metre uzunluğundaki bu vinç yolu suyun içinde bulunan bir anıt gibidir. Trude Hooykaas bölge için, “Uzaktan bakıldığında tersanenin görkemli kalıntıları kocaman bir salon, çalışma alanları gibi görülüyordu.” demiştir. [2]



Şekil 4.13 Kraanspoor Vinç Yolu.



Şekil 4.14 Kraanspoor Vinç Yolu(Büro Bloğu Yapılmadan Önceki Hali).

Bütün bunların dışında projenin yapılabilmesi için büyük bir zaman geçmiştir. 1997 yılında tasarımına başlanan binanın uygulanıp hizmete geçmesi 2007 yılını bulmuştur. Bu sürecin bu kadar uzun olmasının birkaç sebebi bulunmaktadır. Trude Hooykaas'ın yaptığı açıklamalara göre bu sorunlar şunlardır:

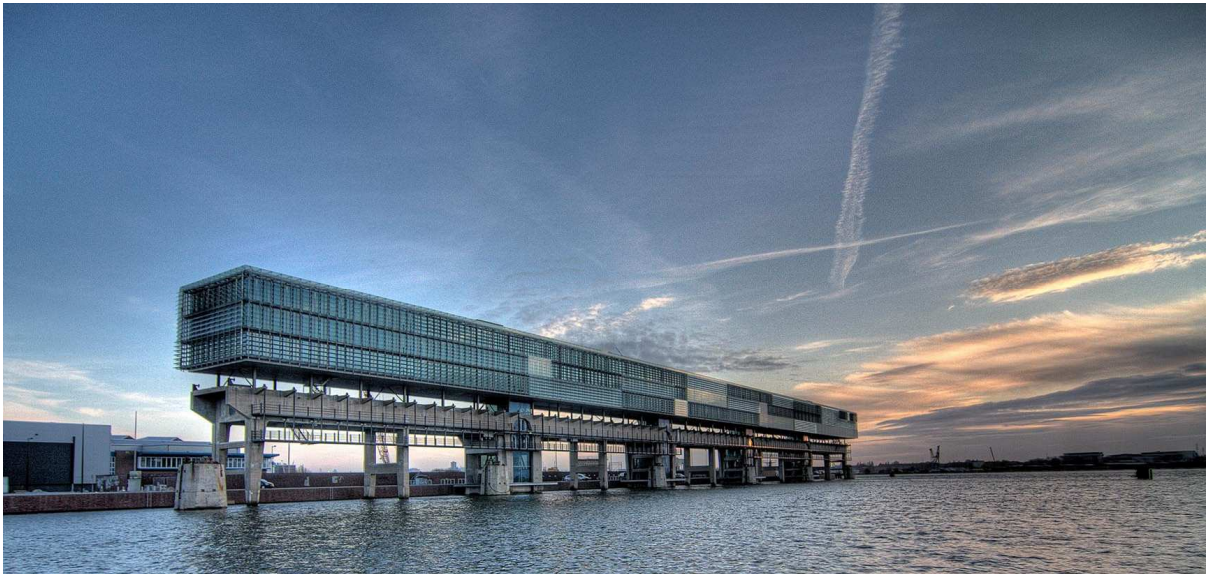
- Yerel idare, Belediye: Projenin yapılma talebi iletildiğinde bu bölgenin farklılaşacak olması sorun olmuştur. Ama bütün sorunların giderilmesiyle bu bölgede yeni imar planları oluşturulmuştur. Bölgede yeni işlevlerin gelişebileceği görülmüştür. Ayrıca çevresel doku olarak konteynırların oluşturduğu bu alanlar cephe ve kütle kararlarında da etkili olmuştur.
- Yükleniciler: Uygulaması zahmetli ve maliyetli olan yeni planlar yüklenicilerin bu bölgede proje yapmak istemelerini zorlaştırmıştır. Kraanspoor büro binası projesi ile değişen bölge yeni kazanç unsuru haline gelmiştir. Yeni açılımlara hazır olan alan daha sonraları çekici bir bölge haline gelmiştir.

- Danışmanlar: Bölgenin yapısal olarak farklı olması karar aşamasında sorun olmuştur. Danışmanların bölge için verdikleri kararların eski işlev üzerinden olması yenilikler açısından zorlayıcı olmuştur.

Bütün bu sorunların gayretli çalışmalar sonucu çözülmesi projenin tasarlanması ve uygulanmasını sağlamıştır. Yatırımcı olan ING Emlak Geliştirme şirketi sayesinde OTH* mimarlık ve tasarım ofisi için bir süre genel merkez olmuştur. Bina'nın da mimarı olan grup için yapının tasarımı ve uygulaması önemli bir prestij unsuru olmuştur.

Proje eski ve yeninin kusursuz uyumunu göstermektedir. Kanalin restore edilmesi ve tersanenin yönelimine sınır koyma durumu sanayi mirası ve modern mimarlık sayesinde olmuştur. Gemicilik sanayi geçmişi olan bütün alan yoğun bir enerjiye sahiptir. Yeni ve eskinin birbirine karışması tarihi korumuştur ve enerjinin kaybolmamasını sağlamıştır.

Kraanspoor büro binasının önemi farklı bir işlevde olan bir bölgenin yenilenmesi konusunda verilen kararların doğruluğudur. Uzun yıllar yönetsel ve ekonomik sorunların çözülmesi ve bir büro binasının şehirde önemli bir bölge olan bir noktada yapılması kurumun gücünün bir kanıtı olmaktadır. Uygulama aşamasında eski vinç yolunun korunup, büro bloğunun bu strüktür üzerine yerleştirilmesi, alışılmışın dışına çıkmış olunması büyük bir etki yapmıştır. Vinç yolunun ölçülerine sadık kalınarak yapılan bu blok düşeyde oluşturulan bir gökdelen izlenimi yaratmaktadır. Bundan dolayı bina, bölgesel bir sınır ve landmark olmuştur.



Şekil 4.15 Kraanspoor Büro Binasına Bakış.

* Ontwerpgroep Trude Hooykaas bv

4.4.2. Büro İşlevi Olan Gökdelenler

Teknolojik gelişmeler ve iş yaşantısındaki değişimler yüksek yapıların yani gökdelenlerin oluşmasına neden olmuştur.

1986 yılında basılan Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi'ndeki tanıma göre gökdelenler, "ABD'de 19. yüzyılın son yirmi yılında ortaya çıkan metal iskeletli yüksek büro binalarıdır." (Eren, 2007)

Büro işlevi olan gökdelenlerin mimari açıdan değerlendirilmesinde göz önünde tutulması gereken faktörler şöyle sıralanabilir:

1. Mekânsal durum,
2. Esneklik,
3. Form-biçim,
4. Sirkülasyon temel şeması,
5. Planlama modülü,
6. Donanım,
7. Organizasyon şeklidir.

1. Mekânsal durum: Mekânsal durum büronun işlevlerine, çalışmaya yönelik aktivitelere, destek aktivitelere ve simgesel aktivitelerin belirlenmesine ilişkin kararları içerir.

2. Esneklik: Yapının iş yapısındaki değişikliklere uyum sağlama olanakları olarak tanımlanabilir.

3. Form: Çok katlı büro yapılarının aynı zamanda plastik bir öge oldukları unutulmamalıdır. Sadece içinde yaşayanların değil dışında kalanlarında mutluluğunda rol sahibi olabilecek mimari kimlik sahibi ve plastik özellikleri kuvvetli binalar meydana getirmek amaç edinilmelidir.

4. Sirkülasyon temel şeması: Çalışma mekânlarının doğru çalışması ve yapının teknik ihtiyaçlarını karşılaması için önemli bir noktadır. Büro binasında mekân işlevlerine göre belirlenen sirkülasyon alanlarının tasarımı, yapının doğru çalışmasının ve verimli olmasının en önemli etkenlerinden biridir.

5. Planlama modülü: Tasarım ve uygulama şartlarını düzenlemek adına oluşturulan modüller gerektiği noktada mekânsal değişiklik için önemlidir.

6. Donanım: Büro binası olan gökdelenlerin teknik donanımlarından iç mekânda gerekli olan donanımlar, kurumların güçlerini temsil eden noktalardan biri olmaktadır. İşin yapısına göre de ihtiyaçların doğru şekilde karşılanmasını sağlar.

7. Organizasyon: Kurumun gücünü, imajını toplumlara göstermek için seçilen yapılardır. Yeri geldiğinde bulunduğu bölge için de bir odak noktası olmaktadır.

Büro binasının kütlesi; monoblok ya da parçalı oluşuna ve dış görünümüne bağlı olarak noktasal, küresel, ııınsal, çizgisel vb. olarak çeşitlenebilir.

Masif biçime sahip gökdelen olan bir büro binası çevresini etkileme niteliği taşır. Oysa saydam bir büro çevrede silik kalır ve çevrenin ön-plana çıkartılmasını sağlar. Büro işlevleri, araç ve gereçler de büronun iç düzenlemesinde olduğu kadar etkilidir. (Begeç, 1999)

4.4.2.1. Gökdelenlerin Oluşması

İnsanlık tarihinde “iktidar ve güç” gündeme geldiğinden bu yana, insanoğlu hep yükseklerle ulaşmaya çalıştı; yüksek yapılar, özellikle de kralların, tanrı-kralların, despotların ve diktatörlerin hâkim olduğu dönemlerde, iktidarın gücünü simgelemek ve toplumları ezmek için kullanıldı.

“Büyüklük peşindeki insanlar göğe Tanrı katına kadar bir kule inşa etmeye giriştiler. Tanrı buna karşılık farklı diller yarattı. Böylece birbirlerini anlamakta aciz kalan yapımcılar bu işten vazgeçtiler.” Kutsal kitaptaki, Babil kulesine ilişkin bu anlatı insanoğlunun ebedi tutkusunu tanımlar. Mısırlılar piramitleriyle, Mezopotamyalılar Zigguratlarıyla, Çinliler pagodalarıyla, Müslümanlar minareleriyle hep daha yüksek yapılar kurma eğiliminde oldular. Onları iten çoğu kez dinsel ya da simgesel güdülenmelerdi. Simgeler her zaman yalnızca dinsel değildi. Örneğın, Keops piramidi, 146 m’lik yüksekliğiyle aynı zamanda firavunun gücünü de göstermekteydi. Zamanla dinsel imgeler yerlerini tümüyle kapitalist dünyanın geçerli imgelerine bırakacaklardı. Ayrıca, gelişen malzemeler (çelik, betonarme), araçlar (asansör), yapım ve kaldırma teknikleri 19. yüzyıl sonlarından başlayarak daha yüksek binalar inşasına olanak verecektir. (Hasol, 2001)

Bugünkü anlamda yüksek bina tanımına uygun binalar, endüstri devrimini takiben gelişen çelik strüktür ile asansörün icadının ardından, 19. yüzyılın sonunda ortaya çıkmıştır.

1857 yılında E.G. Otis tarafından New York’da icat edilen buharlı asansör, 1870 yılında Chicago’da C.W. Baldwin tarafından hidrolik asansör icat edildi. 1887’de ise elektrikli asansör kullanımı yaygınlaşmaya başladı. İlk olarak 1857’de New York’ta Haughwout Büyük Mağazası’nda kullanılan asansör, dört-beş kattan daha yüksek binaların inşaatına izin veriyordu. Asansörün kullanılmasıyla birlikte, çelik ve çelik çerçeve kullanımıyla yüksek bina yapma olanağı artmış oldu. 1880 yılında Henry Bessemer’in icat ettiği ve adını Bessemer İşlemi koyduğu sistemle çelik malzeme üretilmeye başlandı. Bu işlem sayesinde demirden daha hafif olan çelik elde ediliyordu.

Asansörle birlikte çelik çerçeve ve perde duvarlar kullanarak 1885’te William Le Baron Jenney’in Chicago’da yaptığı “Home Insurance Building*”, “Council on Tall Building and Urban Habitat**” tarafından ilk gökdelen olarak kabul edilmektedir.



Şekil 4.16 Home Insurance Building.

* Çelik kullanılarak üretilen yapım sistemiyle oluşturulan ilk binadır.

** 1969 yılında kurulan ve yüksek binalar ve sürdürülebilir kentsel tasarım alanında çalışan uluslararası bir kurumdur. ABD’de bulunan Lehigh Üniversitesinde kurulmuştur. Ekim 2003’de ise Chicago’da bulunan Illinois Teknoloji Enstitüsüne taşınmıştır.

Yüksek yapıların tarihsel süreci incelendiğinde, bu yapıların ortaya çıkış nedeni insanların doğaya ve çevresine egemenliğinin bir göstergesi olarak belirlenebilir. Başlangıçta bu olgu; dinsel, askeri ve kültürel işlevlerde uygulama alanını bulmuş ve Endüstri Devrimi'yle birlikte ortaya çıkan yeni işlevlerle de yüksek yapılar, kule ve bacalar olarak çeşitlenmiştir.

Sayıları gitgide artan yüksek binaların ortaya çıkış nedenlerini incelendiğinde:

1. Azalan kıt kaynak olarak kent topraklarının değer artışına karşın spekülatif baskılarla yükselme arzusu
2. Çeşitli firmaların gösteriş amacının fiziki yapıya yansımaları ve firmalar arası rekabetin reklâm amacı ile yüksek binalarda simgeleşmesi
3. Az gelişmişlik sürecinden gelişme sürecine dönüşülürken çağdaşlığın biçimsel yanının bu tür yapılarda bir gösterge olarak kullanılması
4. Bu tür binaların politik yatırım aracı olarak görülmesi
5. Teknolojinin gelişmesi sonucunda yükselme için yeni fırsatların doğması olarak belirlenebilir.

Gökdelen, sanayi toplumlarının yarattığı ya da benimsediği bir simge yapısıdır. (Kuban, 1989)

Yüksek yapıların büyük bir çoğunluğunu büro binaları oluşturmaktadır. Bu durum firma veya şirketler topluluklarının tek çatı altında toplanma ve kolay ulaşım için mümkün olduğu kadar şehir merkezlerinde yerleşme isteklerinden ve prestij sağlama kaygılarından kaynaklanmaktadır.

Günümüzde ise, teknolojik gelişmeler paralelinde yüksek yapıların işlevleri, geçmişten farklı olarak ticaret, konut, konaklama, hizmetler gibi yeni işlevleri de üstlenmektedir.

4.4.2.2. Gökdelenlerin Gelişimini Etkileyen Faktörler

Gökdelenlerin gelişimini etkileyen faktörler:

1. Teknolojik gelişmeler
2. Sosyal etkenler
3. Şehirleşme
4. Firmaların büyümesi
5. Reklam ve prestij unsuru olmaları

6. Mimari akım ve eğilimler, olarak gruplandırılabilir.

4.4.2.2.1. Teknolojik Gelişmeler

- Çelik iskelet sisteminin kullanılışı
- Asansör ve hidroforun icadı
- Havalandırma sistemindeki gelişmeler
- Yangına karşı korunmadaki yenilikler
- Beton kalitesindeki yükselişler
- Sismik tasarımın ileri seviyelere ulaşması

Yığma taşıyıcı sistemden iskelet sistemine geçiş, asansör ve hidroforun icadı, yangına karşı korunmadaki yenilikler, havalandırma sistemlerinin geliştirilmesi, sismik tasarımın ileri düzeylere ulaşması gibi teknolojik ilerlemeler 19.yüzyılın sonlarından itibaren binalara düşey yönde de gelişme imkân vermiştir. Özellikle büro, şehir oteli, idari bina gibi bazı bina tiplerinde düşey yönde gelişme örnekleri önceleri A.B.D.’de ortaya çıkmış, daha sonraları da diğer ülkelerde görülmeye başlamıştır.

Chicago’da yalnızca ofis kullanımı için inşa edilmiş binaları ayırt etmek kolaydır. İş bölgesindedirler ve asansöre ihtiyaç duyacak kadar yüksektirler. Asansörün, 1857’deki icadı, eski iş bölgelerindeki ofise dönüştürülmüş, mevcut eski alçak binaların, yeterli olmamalarından kaynaklanmıştır. Yer darlığından yüksek binalara ihtiyaç duyulmuş, dolayısıyla asansör ihtiyacı ortaya çıkmıştır. (Ersoy, 1983)

Çelik iskelet sistemleri William Le Baron Jenney, Louis Sullivan, Dankmar Adler, Daniel H. Burnham ve Martin Roche’un öncülüğünde “Chicago Okulu” adıyla yeni bir ekol tarafından geliştirilmiştir (Begeç, 2008).

4.4.2.2.2. Sosyal Etkenler

Çalışma hayatındaki büyüme, organizasyonların genişleyen personelini ve değişik semtlere yayılan birimlerini aynı kabuk içindeki büyük bir binada toplama istekleri ve çeşitli açılardan düşey gelişme modelini yataya göre daha uygun görmeleridir. İhtiyaçlar aşağıda sıralanmıştır:

- Yoğun insan kitlelerinin barınma ve çalışmaları için gereken mekân ihtiyacı

- İnsanlarla kuruluşları bir araya getirerek, fiziksel ve sosyal ilişki kurulması
- Sosyo-psikolojik bir ihtiyaç olan “Dominance*” ihtiyacının karşılanması, özellikle ekonomik ve teknolojik gücün simgelenmesi

4.4.2.2.3. Şehirleşme

Arsa fiyatlarının artmasıyla birlikte arsa kullanımı ekonomisi adına imar yönetmelikleri değişmiş, yüksek yapılar ise kalkınma ve ekonomik başarı için bu sistemin önemli bir parçası haline gelmiştir. Bu etkenler aşağıda yer almıştır:

- Şehir nüfusunun ve özellikle çalışan nüfusun artması
- Nüfus artışına paralel olarak, kullanılan arsanın azalması ve toprak fiyatlarının artması
- Rantabilitenin yüksek olduğu şehir merkezlerinde yoğunlaşan işyerleri
- Yüksek binaların, kentin gelişimine katkıda bulunmaları ve belirleyici –landmark– olmaları

4.4.2.2.4. Firmaların Büyümesi

Organizasyonların büyümesi ve farklı iş kollarının piyasaya dâhil olması gökdelenlerin yapılmasının nedenleri içindedir. Yüksek yapıları “ekonomik güçlerin mantıksal bir sonucu” olarak adlandırmak mümkündür.

Kuşkusuz yine de burada en önemli rol bu tür yapılara olan taleple özdeşleşmiştir. Endüstriye dayalı ekonomilerin yakın geçmişte yerini hizmet sektörü temelli ekonomilere bırakmasının kentlere yansması, “yüksek yapılar” olarak ortaya çıkmıştır.

Kent merkezindeki finansal durum, güvenlik arayışı, kazancın maksimize edilmesi amacı ve şirketlerin ortaya çıkışıyla özellikle Amerikan kentlerinin önemli bir değişime sahne olduğu açıktır. Bugün ise ister Amerika, Avrupa, isterse Uzakdoğu’da olsun kent merkezinde büroya ihtiyaç duyan çokuluslu şirketler, prestij, imaj ve reklam mekânları aramakta ve bunun için yüksek yapıları uygun bulmaktadır.

* Üstünlük

4.4.2.2.5. Reklâm Ve Prestij Unsuru Olmaları

Firmalar arasındaki rekabet ve “prestij” anlayışı ile beraber, organizasyonların reklâm yapmak ve dikkat çekmek istemeleri sonucunda bina yüksekliklerinde artış sürerken, aynı zamanda plan ve biçim bakımından değişik çözümler aranmıştır.

Gökdelenler olan büro binaları ilk yapılmaya başladığı yıllarda mekân ihtiyacından dolayı yapılmaktaydı. Daha sonraları firmaların organizasyonlarının büyümesi ve firmalar arasındaki rekabetin ve firmaların güçlerinin içinde çalıştıkları binalar aracılığı ile gösterilmesi arzusu doğrultusunda yapılmıştır.

Yüksek yapılar, birbirine benzemedikleri, farklı oldukları ölçüde prestij sembolü olarak daha da çok ilgi toplamışlardır. Giderek tek, benzersiz formda yüksek yapı yapmak yüksek yapı tasarımının en belirgin amaçlarından biri olarak ortaya çıktı.

Organizasyonların yüksek binalarda kişilik ve prestij değeri aramalarından dolayı son yıllarda bu tip binalarda artış olmuştur. Günümüz prestij yapılarını gökdelenlerin oluşturduğu düşünülmektedir.

4.4.2.2.6. Mimari Akım Ve Eğilimler

Değişik biçim ve plan arayışları sürecinde, yüksek binalar üzerinde, çeşitli mimari akım ve eğilimlerin etkisi gözlenmiştir.

Günümüzde yüksek binalar; kurgularına, taşıyıcı sistemlerine, teknolojilerine getirdikleri yenilik ölçüsünde de prestij kazanmakta ve farklı disiplinlerin binanın biçimlenmesinde birlikte rol aldıkları görülmektedir.

Yüksek binaların yapılma nedenlerini, günümüzde kentlerin imaj kararları, karma programlarla birlikte kent merkezlerinin yeniden gündeme gelmesi, merkezlerde değerlendirilecek alanların azalması ve arsa fiyatlarının çok yükselmesi, belirli ve sınırlı arsalara geniş bina programlarının yerleştirilmesi gereği; firmaların prestij amacı ve genel anlamda organizasyonlarının büyümesi; kentlilerin aynı zamanda yüksek teknolojiyi de içeren bu bina tipini özellikle tercih etmeleri olarak da sıralayabiliriz.

4.4.2.3. Gökdelenlerin Gelişim Süreci

Gökdelenlerin gelişimini kullanılan teknoloji, fonksiyon, malzeme ve olaylar açısından beş ana süreçte incelenebilir:

- 1885'e kadar olan dönem
- 1885 – 1930 dönemi
- 1930 – 1960 dönemi
- 1960 – 2001 dönemi
- 11 Eylül 2001 sonrası dönem

4.4.2.3.1. 1885'e Kadar Olan Dönem

Bu dönem gökdelenler için hazırlık dönemi olarak nitelendirilebilir. Çelik malzemenin üretilmesi ve çelik çerçeve sistemlerin kullanılmaya başlanması, asansörün bulunması ve teknolojik olanaklar sayesinde gelişmesi gibi süreçler bu dönemin özellikleridir.

4.4.2.3.2. 1885 – 1930 Dönemi

Başlangıç döneminden sonra hızlı bir şekilde teknolojik gelişmeler eşliğinde gökdelen üretimi başlamıştır. Bu dönemin en büyük özelliği kullanılan malzemelerin gelişmesiyle üretilen binaların daha narin olmasıdır. Teknik olarak avantajlar artmaya başlamıştır. İşlev olarak da yapılar iş merkezleri olarak üretilmişlerdir. 1871 yılında Chicago'nun büyük bir kısmını tahrip eden yangın büyük bir olasılıkla bu üretimin başlangıcıydı. Yangın sonrasında Chicago'nun yeniden yapılanma süreci yeni malzemelerin ve tekniklerin kullanılmasını hızlandırmıştır. Yeni işlevler ve mekân anlayışındaki farklılıklar, gelişen iş yaşantısının değişikliklerine ayak uydurmak için yapılan gökdelenlerle ortaya konmuştur.

Gücün ve üstünlüğün simgesi olan yükseklik olgusu ilk başlarda zafer anıtları ve yüksek kuleler ile kendini göstermiştir. Endüstri Devrimi ile birlikte çeliğin kullanımı, asansörün icadı yüksek bina yapma olanağı sağlamıştır. Paris'te bulunan Eiffel kulesinde olduğu gibi, endüstrinin gücünü ortaya çıkarmak için bu dönemde yükseklik ve yeni malzemelerin etkisi ön plana çıkarılmıştır.

4.4.2.3.3. 1930 – 1960 Dönemi

Toplu konut ve büro işlevinin ağırlık kazandığı dönemdir. Açık ofis sistemi gelişmiştir. Teknik olarak avantajlı olan sistem geniş mekânların üretilmesini kolaylaştırmıştır. Yüksek mukavemetli çelik, ön gerilmeli beton ve hafif cephe malzemeleri kullanılmış, klima ve aydınlatma tekniklerinde önemli ilerlemeler sağlanmıştır.

Dünyanın ilk gökdeleni olarak kabul edilen Home Insurance Building'den sonra teknolojik gelişmelerin yardımıyla bina yüksekliklerinde bir artış görülmüştür. Bu dönemde yapılan önemli binalardan biri de 1913 yılında New York'ta Cass Gilbert tarafından yapılan Woolworth Building olmuştur. Bina 55 kat ve 229 metre yüksekliğindedir. Bu artış Birinci Dünya Savaşı'na kadar devam etmiştir.



Şekil 4.17 Woolworth Building.

1914 yılından itibaren Birinci Dünya Savaşı ve devamında gelen ekonomik daralma dolayısıyla bina üretimi yavaşlamıştır. Söz konusu yavaşlama en çok gökdelen yapımını etkilemiştir. Kullanılan yeni malzeme ve tekniklerin maliyetlerinin fazlalığı gökdelen üretiminin durmasına neden olmuştur.

1920'lerden sonra ekonomideki rahatlama, inşaat sektörünü ve buna bağlı olarak gökdelen üretimini hızlandırmıştır. 1928 – 1930 yılları arasında New York'ta William Van Allen tarafından yapılan ve o yıl en yüksek bina olan Chrysler Building dikkat çekmiştir. Bina 77 kat ve 319 metre yüksekliğindedir.



Şekil 4.18 Chrysler Building.

1931 yılında New York'ta yapımı tamamlanan ve 18 ay gibi kısa bir sürede biten Empire State Building 102 kat ve 381 metre yüksekliğe ulaşılmış oldu. Empire State binası ekonomi sınırlarını belirleyen bir bina olmuştur.



Şekil 4.19 Empire State Building.

Dünyada Endüstri Devrimi sonrasında başlayan çok katlı bina yapımı, ağırlıklı olarak 1950 sonrası döneme rastlamaktadır. Bu dönemde şehirlerde kullanılacak arazilerin azalması ve buna bağlı olarak arsa fiyatlarındaki artış gökdelen yapımını hızlandıran etkenler olmuştur. Teknolojinin hızlı gelişimi bina üretim sistemini geliştirmiştir. Teknolojik sistemlerin gelişmesiyle daha kısa sürelerde büro işlevi olan gökdelenler üretilmeye başlanmıştır. Bu hızla gelişen dönemde gökdelen olgusu prestij ve güç göstergesi olmuş ve şirketler tarafından ihtiyaçları dışında reklam aracı olarak da kullanılmışlardır.

4.4.2.3.4. 1960 – 2001 Dönemi

Ekonomik rahatlamanın ve gelir artışının başlamasıyla birlikte, binalardaki fonksiyonun yanı sıra estetikte önem kazanmış ve yeni tasarımsal bakışlar oluşturulmuştur. Gökdelen inşasında yansıtıcı camlar ve alüminyum giydirme cephelerin kullanım oranı azalmış, farklı malzeme kullanımı ve farklı tasarım anlayışları geliştirilmiştir. Bütün bunların dışında teknolojik gelişmelerden dolayı akıllı binalar üretilmeye başlanmış, gökdelenlerin içinde yaşamsal

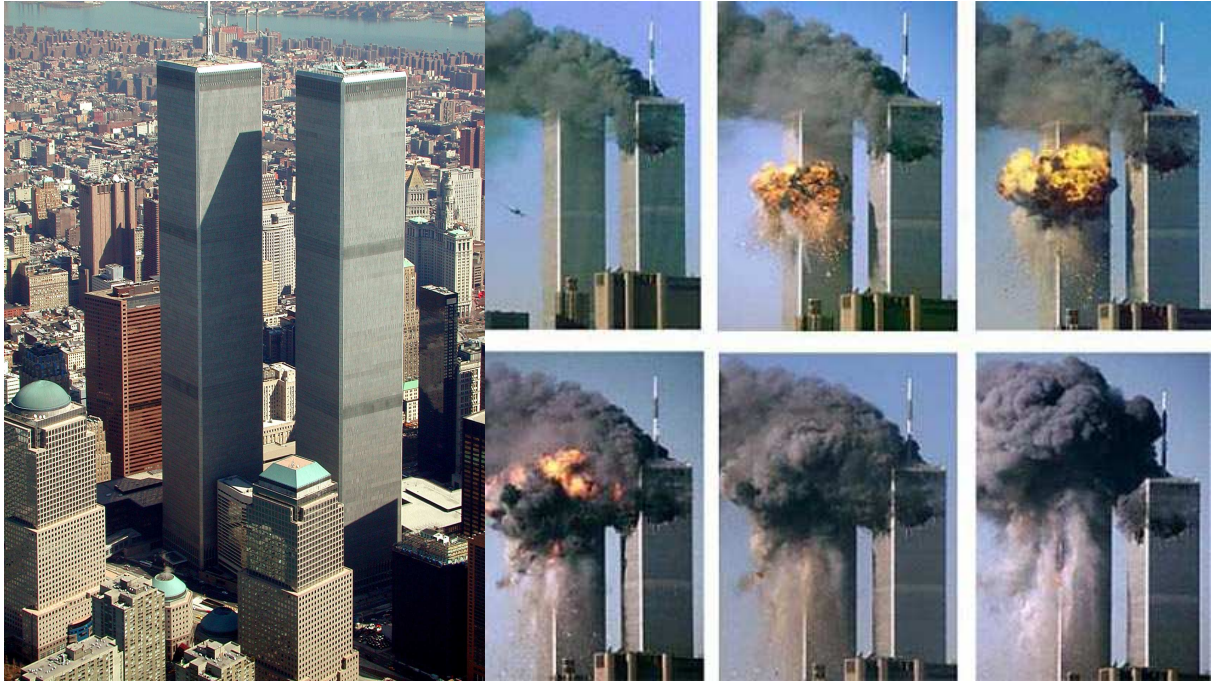
faaliyetler ile binanın ihtiyacı olan diğer her şeyin kontrolü bilgisayar sistemleriyle sağlanmıştır.

Reklam ve prestij için sadece yükseklik faktörünün yetersiz kalmaya başlaması, birbirine benzer formlarda üretilen gökdelenler bu dönemde değişime uğramıştır. 1970'lerden bu yana yüksek binaların dış geometrilerinde ve mekânsal düzenlemelerinde değişiklikler olmuştur.

4.4.2.3.5. 11 Eylül 2001 Sonrası Dönem

11 Eylül 2001 günü dünya ticaret merkezine düzenlenen terörist saldırı sonucu kuleler yıkılmıştır. Saldırının gerçekleşme biçimi ve hedef olarak seçilen binaların büro binası olması bu gruplandırmada yeni bir başlık açılmasına neden olmuştur.

Bu tarihe kadar gerçekleşen terörist saldırıların boyutu büyük olsa da 11 Eylül 2001'de yıkılan dünya ticaret merkezi kuleleri kadar etkili olmamıştır. Saldırının şekli, gerçekleştiği saat, gerçekleştiği şehrin özellikleri ve en önemlisi saldırılan yapının kapitalizmin ve A.B.D'nin simgesi olması Amerika ile birlikte bütün dünyayı etkilemiştir.



Şekil 4.20 Dünya Ticaret Merkezi.

Saldırı ve yıkılan kuleler sonrasında, hedef haline gelen gökdelenlerin üretiminde dikkat edilen güvenlik, sağlamlık ve yarattığı çevresel etkiler konusunda çalışmalar yoğunlaştırılmıştır.

Yüksek yapıların güç, iktidar ve paranın simgesi olduğunun en önemli göstergesi 11 Eylül 2001 terör saldırılarının hedefinin Dünya Ticaret Merkezi'ni barındıran bir yapı olmasıdır. Bilindiği gibi kilise, kral ve devlet, geçmişte Avrupa ve Amerikan kentlerine hâkim olmuştur, bugün ise bu rol artık şirketlerindir. Bu bağlamda günümüzde herhangi bir yapının yüksekliğini belirleyen, teknik ya da teknolojik bir gelişmeden çok, alıcının satınalma gücü olduğunu söylemek abartılı olmayacaktır. (Hasol, 2007)

4.4.2.4. Büro Binası Ve Genel Merkez Olarak Gökdelenlerin İncelenmesi

Yüksek binaların %50'sinden fazlası ofis binaları olarak yapılmaktadır. Yapılan ilk örnekler de ofis binası işleviyle yapılmıştır. Bunun en etkili nedeni yüksek gelir sağlayan ve mekân ihtiyacının en fazla olduğu işlev olarak gösterilebilir. Günümüzde kazanç amacının öne geçmesinden dolayı arazi sahipleri, şirket sahipleri ofis binası projelerinin içine kar sağlayacak diğer işlevleri de dâhil etmektedirler.

Yüksek binaların inşa edilmesi, ekonomik altyapının kültür, sanat ve bilim gibi alanların oluşturduğu üst yapıyı biçimlendirmesiyle ilişkilendirilebilir. Din ekseninde biçimlenen toplumlarda, zenginlik kaynağı olan toprağın iyeliğini "Tanrı adına" üstlenen ruhban sınıfı, bu ayrıcalıklarını göklere uzanan kilise ve katedrallerle göstermekteydi. Osmanlı ve İslâm mimarisinde de her şeyin hâkimi Tanrı'nın verdiklerini tebaasına dağıtan Sultan, bu gücün simgesini yine dinî yapıların biçimlenişinde somutlaştırmaktadır. Endüstrileşmiş toplumda dünyevi gücün, akılla elde edilmiş zenginliğin simgesi ise gökdelenler olmuştur. Gökdelenler, iş yaşamının kültleridir. Tarihsel açıdan bakıldığında düşey ekseninde yükselme, kentsel bir gereklilikten öte, simgesel bir arzuya yönelmiştir. (Öken, 2007)

Günümüzde yükseklik kavramı farklı ele alınmaktadır. Pekin'de bulunan CCTV binası buna iyi bir örnektir. 2002 yılında Çin Devlet Televizyonu CCTV tarafından açılan uluslararası mimari proje yarışmasında birincilik ödülü kazanan OMA*, projesiyle CCTV Binası, geleneksel bir kule yapı yerine kentsel bir alan tanımlayan yatay ve düşey kesitlere sahip bir

* Office for Metropolitan Architecture

“loop*” yapı olarak tasarlanmıştır. Yapı bünyesinde televizyon ve yayıncılık bitimlerinin yanı sıra yönetim ofislerini de bulunmaktadır. 250 kanala sahip istasyonun günde yaklaşık 10.000 kişiye ev sahipliği yapması planlanmaktadır. 465.000 m²’lik bir alana sahip olan binanın ve çevresindeki komplekslerin toplam maliyeti 850 milyon euro olarak açıklanmıştır.



Şekil 4.21 CCTV Binasının Arazi ve Kütle Modeli.

Çin Merkez Televizyon Şirketi’ne ait yeni genel merkez binası CCTV, Pekin Merkez İş Bölgesi’nin sınırları içinde bulunmaktadır. Bu bölgede inşa edilmesi düşünülen 300 gökdelenden ilkidir. Merkez İş Bölgesi’nin yeşil aksının bir uzantısı olarak konumlanan ve bir medya parkı, dış çekim alanları ve prodüksiyon stüdyolarını içeren düzenleme kamusal bir eğlence alanı olarak tanımlamaktadır.



Şekil 4.22 CCTV Binasının Çevresinden Algılanışı.

* Düğüm

CCTV binası, İmparatorluk Sarayı'nın doğusundaki ana eksen boyunca uzanan yirmi hektarlık bir arazide inşa edilmektedir. 465.000 metrekare olan merkez binasının dikkate değer tarafı yüksekliğinden çok kesintisiz, döngüsel bir strüktür içinde yükselen, çıkma yapan ve alçalan biçimidir.



Şekil 4.23 CCTV Binasının İnşaat Sonrası Görüntüsü.

Genel merkezi binası yönetim, haber, yayın, stüdyo ve prodüksiyon bölümlerine ev sahipliği yapmaktadır. Rem Koolhaas ifade ettiği gibi, “televizyon programının tek bir binada toplanması her çalışanın yardımcılar hakkında bilgi sahibi olmasına neden olmaktadır. Böylelikle yalıtılmışlık yerine dayanışmanın, karışıklık yerine tercih edildiği, karşılıklı bağımlılığa dayanan bir sistem esas alınmaktadır. Binanın kendisi bu organizasyonun tutarlılığına yapılmış bir katkı olarak görülebilir.”

CCTV genel merkez binası yeni bir paradigma öneren ilk yüksek yapılardan bir tanesidir. Bu yapı, kentsel mekânın yerini almaktansa onu meydana getirmektedir. Böylelikle kentsel

mekân, kamusal alanla özel alanın kesişme noktasında, kentsel ölçekteki yapılarda da görülebilecek heykelsi bir etki yoluyla elde edilmektedir.

Yüksek yapı formlarının gittikçe özdeşleşen ve hatta öngörülebilir hale gelen tipolojisine bir tür başkaldırı olduğu söylenebilecek CCTV binası, mimarlık çevrelerinde fenomene dönüşmüştür. Rem Koolhaas ise, Pekin’de konumlanan tüm gökdelenlere nazaran bu yapının daha alçak oluşunun, binaya ulaşılabilirlik katacağını belirtmektedir.

Times Online yazarı Tom Dyckhoff’ın 9 Ağustos 2008’deki yazısında CCTV genel merkezi hakkında, “Binayı beğenmeyebilirsiniz. Orwell kitaplarından fırlamış gibi ve işlevsel olarak çok da sevilesi bir bina değil. Fakat gücünü inkâr edemezsiniz. Bu çok iyi bildiğiniz bir kültürün gözünüzün önünde bambaşka ve yepyeni bir şeye dönüştüğünü görmek gibi bir şey. Mimarlık da, Çin de bundan sonra eskisi gibi olmayacak. CCTV 21.yüzyılda yapılmış bugüne kadarki en kayda değer bina.” demiştir.[3] Yazının ilerleyen bölümlerinde de CCTV binasının mimarlarından Ole Scheeren’in bina ile ilgi görüşlerine de yer verilmiştir:

“...CCTV de öyle yapıyor. Evet, garip görünüşü, görenlerin önceden bildiklerinin ve tahmin ettiklerinin ötesine geçmeyi amaçlayarak, bilerek tasarlanmış. “Ama bu hem bir ikon hem de bir ikon değil,” diyor Scheeren. “İkonların belirli bir görünüşü vardır. Bir kere bakarsınız ve odur. Geleneksel Çin mimarisi de sadece bir göz atmayla anlaşılacak basitlikte değildir, alanın kıvrımlarını açmanız, gözünüzün önüne getirebilmeniz gerekir,” CCTV de buna benzer çalışıyor, devasa boyutta bir Çin kaligrafisi gibi, pek çok simgesel parçadan oluşan tek bir imaj. Binanın etrafında dolaşınca “açılıyor, biçimi değişiyor, derinliği fark ediliyor” Daha da önemlisi, ikonları kıran bu biçim kasten yapılmıyor, binanın işlevinden geliyor –dünyaca ünlü bir kurumun kamusal binası, doğru mu yanlış mı bilinmez ama tek partili bir sistemin esas propagandacısı olarak gözüküyor. [3]

Ayrıca OMA’nın resmi sitesinde bina “XL Tower” bölümünde bulunmasına rağmen, Ole Scheeren’a göre CCTV binası ile “aklın yaratıcılığı sonucunda yeni bir gökdelen tipi yaratıldığı” savı ortaya atılmıştır.

Bina tamamlandığı zaman dünyanın en büyük medya yapısı ve Pentagon’dan sonra ikinci büyük büro binası olacaktır.

Diğer bir örnek ise Jean Nouvel’in tasarladığı ve Barselona’da bulunan Torre Agbar binasıdır. İspanya’nın Barselona şehrinde Fransız mimar Jean Nouvel’in, 1999 yılında tasarımına

başlanan ve 2005 yılında açılan Torre Agbar'ı, kısa süre içinde bir ikon olmayı başaran bir yapıdır. Binanın sahibi Agbar grubu dünyanın dört kıtasında su dağıtımı yapan bir şirkettir. 47.500 m²'lik alana sahip olan Torre Agbar binası'da Barselona'da bulunan genel merkezleridir.



Şekil 4.24 Torre Agbar Binasının Çevresinden Algılanışı.

Konut ve iş merkezi haline gelen Diagonal Mar bölgesiyle birlikte kuzey kenarındaki genişleme alanlarını da içine alan bölgede bulunan Agbar, geceleri cephesinde parlayan mavi, kırmızı ve pembe renk ışık dalgalarıyla, sihirli bir fenere dönüşmektedir. Bina kabuğunda çeşitli katmanlar, renkler, yansıtıcı nitelikler kullanılmasıyla Antonio Gaudi'nin binasına uygunluk ve Barselona ışığına bir cevap oluşturulmaktadır.

Yapının etrafında bulunan su ögesi de şirketin yapısına bir gönderme yapmaktadır. Ayrıca binanın giriş katında, çekirdeğin etrafında bulunan su havuzu da şirketin yapısı hakkında bilgi vermektedir.

Yapının basit konsepti, çarpıcı, rahatsızlık vermeyen ve özellikle zemin katta pratik bir biçimde enerji etkin kullanımlara olanak tanıyan, iyi organize edilmiş formuyla ortaya çıkarılmıştır.



Şekil 4.25 Torre Agbar İnşaat Süreci.

Jean Nouvel'in Torre Agbar binası ile ilgili yazdığı bir yazıda binayı şu şekilde açıklamıştır:

“Bu bir kule, ya da Amerikalıların deyimiyle, bir gökdelen değil: daha çok, durgun bir kentin ortasında belirmiş tek yükselti. Ancak yatay kentleri genelde vurgulayan çan kuleleri ya da kiliselerin tepesinde göğe yükselen haç okları gibi narin ve kızgın bir düşey öge hiç değil. Hayır bu daha çok toprağı delmiş akıcı bir kütle, önceden saptanmış ve değişmez bir basınçla fışkıran bir sıcak su fışkiyesi.

Yapının yüzeyi suyu çağrıştırıyor: parlak ve sürekli ancak aynı zamanda titreşimli ve saydam çünkü yapının gereği renkli ve kesin olmayan, aydınlık ve ayırtılı bir derinlikte algılanıyor. Montserrat yönünden rüzgârın gizemleriyle taşınmış şaşmaz eski takıntıların uzak bir yankısı

olsa bile, bu mimarlık anlayışının topraktan geldiği apaçık, ancak taşın ağırlığı duyumsanmamış. Maddenin ve ışığın kararsızlıkları Agbar Kulesi'ni Barselona ufkunda titretiliyor. Gecedен olduğu gibi gündüzden de yansıyan uzak bir düş. Las Glorias (Utkular) Alanı'ndan başlayarak yeni çapraz girişin belirlendiği kesin bir im. Yalın bir nesne uluslararası metropolün ve onun en güzel elçiliklerinden birinin yeni simgesine dönüşüyor.*”



Şekil 4.26 Jean Nouvel ve Torre Agbar.

Günümüzde teknolojinin gelişen olanakları, çok uluslu şirketlerin yarışmaları ve kurumlar tarafından ekonomik büyüklük göstergesi olarak yapılması nedenleriyle dünyanın her yerinde gökdelenler yapılmaktadır. Bu nedenlerden ötürü “form fonksiyonun takipçisidir” anlayışı günümüzde “form kârın takipçisidir” olarak değişmiştir. (Uysal, 2006)

Ticari ve idari tüm büyük ölçekli organizasyonlarda yöneticiler, mekanik düşey sirkülasyon sistemleri günümüzde daha gelişmiş olduğundan, asansörler aracılığıyla çalışan kişiler arasında en çabuk ulaşımı sağlama ve yatay ulaşım mesafelerini kısaltmayı genellikle yararlı görmektedirler. Daha küçük kat alanlarında yer alan birimlerde personel arasındaki işbirliği

* Yazı Yapı dergisinin Mayıs 2005 tarihinde yayınlanan 280. sayısından alınmıştır.

ve verimli ortak çalışma ortamının daha iyi kurulduğu düşünülebilir. Doğal ışıktan maksimum yararlanma, yapay ışığın iş verimi üzerindeki olumsuz etkilerden kaçınma, perspektifi daha geniş hacimlerde daha yüksek iş verimine ulaşmak, iş verimini olumsuz yönde etkileyici trafik v.d. gürültü kaynaklarından uzaklaşma, böylece sağlanacak konforlu çalışma ortamında çalışanların organizasyona olan bağlılıklarının artması, dışarıdan gelenlerin de perspektifi geniş, çekici ve konforlu bir ortamda organizasyona güvenlerinin güçlenmesi, binanın reklam ve prestij değeri gibi düşünceler de yöneticileri düşey çözüm örneklerine yönelten etkenler arasındadır.

Chicago’da bulunan Sears Kulesi iyi bir örnektir. 1969 yılında Sears, Roebuck & Co şirketi 350.000 çalışanıyla en büyük perakende satış yapan firmasıydı. Firma çalışanlarını Chicago’da yaptırmak istediği genel merkezde toplama kararı almıştır. Bunun üzerine Skidmore, Owings and Merrill mimarlık ve mühendislik firmasıyla anlaşılıp Sears Towers’ın tasarımlarına başlanmıştır. 1974 yılında hizmete açılan bina 418,064 m²’lik alana sahiptir. Binanın toplam bütçesi 175 milyon dolar olarak açıklanmıştır.



Şekil 4.27 Sears/Willis Kulesi ve Çevresi.

Binanın ilk kiracıları olan Sears Roebuck and Co. Şirketi, binanın yapımından 1992 yılına kadar binayı kullanmışlardır. 1992 yılında binadan taşınmaya başlamıştır. 1994 yılında da Sears Roebuck and Co. Şirketi Sears Towers'ı, Boston merkezli MetLife firması tarafından finanse edilen AEW Capital Management şirketine satmıştır. Bu zamana kadar binanın 3'de 1'i boştur. 1995'de de Sears binayı tamamen boşaltmıştır. Binanın isim hakkı ise 2003'e kadar uzatılmıştır. 2003'den 2009 yazına kadar bina yine "Sears" adıyla anılmıştır. 2004 yılında ise MetLife firması American Landmark Properties firmasına satmıştır. Bina 840 milyon dolara satılmıştır.

Günümüzde Sears / Willis Kulesi bir emlak yatırım grubu olan American Landmark Properties'e aittir. Mart 2009'da Londra merkezli sigorta brokeri Willis Group Holdings, Ltd., beş bölgesel merkezini bu binaya taşıyacağını ve ismini "Willis Kulesi" olarak değiştireceğini açıklamıştır. 16 Temmuz 2009 tarihinde de binanın ismi Willis Group Holdings, Ltd.'in Chicago merkezinin açılış seramonisinde Willis Tower olarak değiştirildi. Willis Group Holdings, Ltd. tarafından kiralanan binanın isim hakları da Willis Holding'e aittir. Bununla birlikte şirket, Sears / Willis binası ofis katlarının leasing haklarını da elinde bulundurmaktadır. Binanın isim değişikliği bazı çevreler tarafından hoş karşılanmamıştır. Bu değişikliği protesto eden gruplar bazı internet siteleri ve bina önünde yapılan eylemlerle tepkilerini ortaya koymaktadırlar. Bunların dışında Willis Grup holding yöneticilerini, Chicago valisini ve American Landmar Properties firmasını da eleştiren ve kamuoyunu bilgilendirmeye yönelik çalışmalar yapmaktadırlar.*



Şekil 4.28 Sears/Willis Kulesi İsim Değişikliği İle İlgili Hazırlanmış Afişler.

* www.itstheseartower.com ve www.seartower.org/home.html isimli internet sitelerinden yayın yapılmaktadır.

PR Agency Elasticity ortaklarından Aaron Perlut'un "Sears Tower sadece Chicago'nun simgesi değil ulusal bir simgedir... Onu televizyonda, filmlerde ve dergilerde görüyoruz. O pop kültürünün bir parçası... Toplumun Sears Binasının yeni ismini kabullenmesi zorlu bir süreç olacaktır. 20, 30 senelik reklâmlar ve kampanyalarla bu süreç, isim yerine oturabilir." Açıklamaları, binanın toplum için önemini vurgulamaktadır. Sears Tower, dünyanın her yerinden gelen turistlerin ziyaret ettiği bir noktadır.[4]

Şubat 2009'da binanın yeni sahipleri, günümüzde uygulanan enerji korunması, üretimi ve karbondioksit salınımını azaltmaya yönelik bina da yenileme çalışması yapılacağını duyurmuştur. Bu değişiklik simgesel olarak farklılık yaratmak ve isim değişikliğinin daha hızlı olması için görsel hafızayı yenileme aracı olarak da görülmektedir.



Şekil 4.29 Sears/Willis Kulesi Cephe Değişiklikleri.

Şehir merkezleri büro binası olan gökdelenler için uygun yerler olarak kabul edilmektedir. Tarihi dokuya sahip şehirlerde bu kabulleniş uygulanmasa bile şehirlerde yeni iş merkezleri oluşturularak büro gökdelenleri bu noktalarda üretilmiştir. Tarihi değerlerin söz konusu olmadığı yeni şehirlerde, şehir merkezinin, hem çevreden algılanabilmesi, hem de konuttan ziyade büro binalarının bulunması nedeniyle, yüksek binalar için uygun yer oldukları söylenebilir. Manhattan Yarımadası, az olsa da konut binaları içermekle birlikte, genellikle büro bloklarından oluşan şehir merkezi karakterindedir.

Örnek olarak, Londra’da şehir merkezinde bulunan Swiss Re Genel Merkez Binası verilebilir. 78.000 m²’lik inşaat alanı olan binanın mimarı Foster and Partners’dır. Swiss Re Genel Merkez Binası, 2. Dünya Savaşı sırasında Londra’ya düşen ilk bombanın yerinde uygulanmıştır. Bina 30 St. Mary Axe adıyla da anılmaktadır. Londra’nın finansal merkezini sembolize eden yüksek binalarının bulunduğu bölgede, önemli bir cazibe noktası olmaktadır. Heykelsi formuyla ileri çelik teknolojisinin simgesel bir ürünüdür. Farklı formu çeşitli deniz süngeri türleriyle görsel ve işlevsel benzerlikler taşımaktadır.



Şekil 4.30 Swiss Re Genel Merkezi.

1997 yılında tasarımına başlanan bina 2004 yılında hizmete açılmıştır. Yapımından 2006 yılına, satışa çıkarılana kadar Swiss Re firmasının genel merkezi olmuştur. Swiss Re firması Dünya'nın en büyük reasürans* şirketlerinden biridir. 1863'de kurulmuştur. 30 ülkede hizmet vermektedir. 2006 yılında GE Insurance Solutions şirketini satın alarak prim üretimi açısından Reasürans sektöründeki eski lider Munich Re'yi geçmiştir. Şirket, 2009 krizinde iflasını açıklayan General Electric şirketin %8,9'una sahiptir. [5]

2004 yılında RIBA Stirling Ödülünü alan bina, 2005 yılında da en çok beğenilen yeni binalardan biri olarak gösterilmiştir. 2006 yılında tamamen satışa çıkartılan 30 St Mary Axe binası aynı yılın Aralık ayında Alman IVG Immobilien firması ve İngiliz Evans Randall tarafından 1,26 milyar dolar gibi bir fiyata satın alınmıştır. Yapılan satış anlaşmasına göre, Swiss Re firması 2031 yılına kadar binada kiracı olarak kalacak ve binanın %50'sinde çalışacaktır. [6]

Önceleri sadece güçlü plastiği ile kimliğini ortaya koyan kuleler artık, yeşile önem veren doğal ortamların geliştirildiği, enerjiyi etkin kullanma, kullanacağı enerjiyi üretme ve daha az atık oluşturma gibi düşüncelerle üretilmektedir. Bu etkenler prestij sağlama açısından da olumlu görülmektedir.

* Deprem gibi büyük felaketler sonucu ödenen hasarların sigorta şirketlerinin mali güçlerini aşan tutarlara ulaşması nedeniyle, sigortacılar da kendi üstlendikleri riskleri sigortalılar. Bu yeniden sigortalama işlemine reasürans denir. Reasürans konusunda çalışan şirketlere reasürör adı verilir. Reasürörler, verdikleri teminat karşılığında sigorta şirketlerinden prim alırlar. Reasürans, uluslararası bir iştir. Bir sigorta şirketi, risklerini pek çok reasüröre devredebilir. Böylece, deprem gibi felaket boyutlarındaki riskler bile dünya çapında pek çok şirkete dağılarak ödenebilir hale gelir. Bu durumun bir yansıması olarak, dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir felaket, tüm sigorta piyasasını etkiler. Örneğin, ABD'de meydana gelen 11 Eylül Saldırıları sonucunda, Türkiye'deki sigorta primleri de, Dünya çapında olduğu gibi arttı.[7] Swiss Re reasürans firması 11 Eylül İkiz Kulelere saldırı olayında 732 milyon dolar kaybetmiştir. Fakat olay sonrası sigorta içeriklerindeki değişimler ve primlerin artması kaybedilen paraların yarattığı zararın onarılmasına yardımcı olmuştur. 2003 yılında şirket 11 Eylül olayı sonrası ilk karını açıklamıştır. [8]

Çizelge 4.1 Gökdelenlerle İlgili Olumlu – Olumsuz Yönler

GÖKDELENLERLE İLGİLİ OLUMLU – OLUMSUZ YÖNLER	
OLUMSUZ YÖNLERİ	• İnsanlar üzerindeki psikolojik etkileri • Mevcut şehir imajı ve kimliğim değiştirmesi • Algılayıcıların yakından ve uzaktan etkilenmeleri • Görsel etkiler (biçim, renk, malzeme) • Gece ve gündüz etkileri arasındaki farklılıklar • Kentin silüetine olumsuz etkileri • Yapım, bakım ve işletme giderlerindeki yükseklik • Faydalı alan yüzdesinin yatay çözümlere göre önemli ölçüde düşmesi
OLUMLU YÖNLERİ	• Reklam ve prestij unsuru olmaları • Şehirlerde monotonluğu gidermeleri (odak noktaları, ilgi çekici etkiler ve sembolik değer yaratmaları) • Kentin silüetine olumlu etkileri • Kentin geleceğe yönelik imajının belirlenmesi • Kente karakter kazandırma • Düşey mekanik sirkülasyon sistemlerinin daha gelişmiş ve kullanılabilir olmaları nedeniyle bir hacimden diğerine daha süratli ve zahmetsiz ulaşım imkanı • Daha geniş perspektiflerin sağlanabilmesi • Zeminde açık mekân ve ulaşım alanlarının fazlalığı • Binanın uzak noktalardan görülebilmesi • Gece ve gündüz kullanım devamlılığı (Karma-Geliştirme) • Mevcut trafik ve diğer çevre gürültülerinden uzaklaşma • Doğal ışıktan maksimum yararlanma

4.4.3. Karma Yapılar İçinde Bürolar

Karma yapılı binalar ve ya bina grupları içinde büro yapılarını ya da bölümlerini bulundurlar. Kâr ve prestij amaçlı üretilen bu yapılar işlevleri içinde bürolar belirleyici olan birimler olmaktadır. Etki çekici ve dışa dönük bölümü büro yapıları olarak yapılmaktadır.

Günümüzde, Türkiye’de ve Dünya’daki örneklerle baktığımızda çoğu karma yapının büyük bir şirketin üretimini üstlendiği veya bürolarının bu yapının içinde olduğunu görürüz. Bu yapılar toplumun ilgisini daha çabuk çekerler. Yapının kullanıcılarının toplumun bütün kesimi olması bu ilginin daha etkili olduğunu gösterir. Bu yüzden büyük şirketler genel merkezleri ve büroları için karma yapıları tercih ederler.

Çağımızın tüketim odaklı olması ve bu nedenle üretimi hızlanan karma yapılar, iktidar kurmak adına günümüzün “tapınak”ları olarak düşünülebilir. Toplumun tüketmesi için gerekli merkezler, şehrin önemli noktalarında bulunması ve üretiminin dahi bir reklâm unsuru olarak gösterilmesi buna en büyük örnekler arasındadır. Bu noktada etkilenen halkın, güç gösterileri sahnesinde büro yapıları finali oynayarak karşısına çıkmaktadır. Karma yapı içinde büroları bulunan şirketlerin toplum üzerindeki “güvenilir” izlenimi pekişir.

4.4.3.1. Karma Yapıların Özellikleri

Karma yapılar, günümüzün bina işlevi olarak görülmektedir. Günümüzde büyük ölçekli yapılar, ekonomik kazanç sağlamak için karma yapı olarak inşa edilir. Karma yapıların içerikleri ve belirlenen işlevleri konut, büro, alışveriş merkezi, kültür merkezi, eğitim ve sosyal alanlar gibi özellikler olarak çeşitlenebilmektedir.

Karma yapılar “şehir içinde şehir” oluşturma düşüncesiyle tasarlanıp hayata geçirilirler. Oluşturulan bu yapı şehirlerde merkez olan noktaları çeşitlendirmektedir. Doğru tasarlanmış ve uygulanmış karma yapılar “Landmark” olgusuna katkı sağlamaktadırlar. Şehirler için yeni cazibe noktaları oluşturma adına yapılmaları da bu yüzdendir.

Karma yapılar çoklu işlevi bir arada bulundurduğundan özel bir yönetim ve güvenlik mekanizmaları bulunmaktadır. Kapalı site mantığı bu yapıların çoğunda görülebilir. Farklılık olarak kullanıcıları sadece sitede ikamet edenler değil çevredeki herkeştir. Yapının içinde bulunan her işlev için ayrı ya da özelleşmiş bir merkezden idare edilmektedirler. Ayrıca,

içeriğinden dolayı toplumsal olaylarda veya sivil toplum örgütlerinin gösteri mekânı olarak da kullanılmaktadırlar.

Karma yapılar, yapı türünün özelliğinden dolayı bölgede arsa fiyatlarının artmasına neden olmaktadır. Buna örnek olarak “Kanyon” verilebilir. Yapıldığı dönemde dahi konutları, ofisleri ve alışveriş merkezi satış veya kira bedelleri sürekli artmıştır.



Şekil 4.31 Kanyon’un Gece Görünüşü.

İmar kanunlarında ise bu işlev için avantajlarda bulunmaktadır. Yönetimlerin tercihleri bu yönde olmaktadır. Şehirlerde iş veya alışveriş bölgelerinde gece nüfusunun azalmaması adına konut işlevi dâhil edilmektedir. Bu da imar kanunlarında istenen detay olarak karşımıza çıkmaktadır. Temel olarak kentin o bölgesine canlılık ve yeni merkez olmanın dışında güvenlik duygusunu da toplumlara vermiş olur.

Karma yapıların neden olduğu değişimler yönetimler, orada yaşayanlar, çalışanlar ve yapıyı üretenler için değişikliklere neden olurlar. Bunları şu şekilde gruplandırabiliriz:

Yönetimler İçin:

- Yoğun işlev grupları, alt yapıyı daha verimli kullanırlar bu durum yönetimlere daha az maliyet doğurur. Fakat Türkiye’de olduğu gibi tam oturmamış altyapı sistemleri olan şehirlerde, büyük sorunlara da neden olmaktadır. Altyapı sorununun temellendirilmesi ve daha akılcı çözülmesi gerekmektedir.
- Karma yapılar daha çok yapılaşmaya olanak verdiği için vergilerin artmasına neden olmaktadır.
- Geleneksel karma yapılar gün içinde değişken insan grupları tarafından kullanılırlar. Bu durum güvenlik durumunun artmasına ve suç oranının azalmasına neden olmaktadır.
- Eğitim birimlerini barındıran karma yapılarda öğrencilerin birimlere yürüyerek ulaşması nedeniyle araç ve yakıt harcamaları dolayısı ile okul vergileri azalır. Bunun gibi çöp toplama, posta ulaşımı verimi artarken maliyetler de azalır.

Yaşayanlar ve çalışanlar için:

- Genel şehir ulaşım ağlarının odak noktalarında tasarlanan karma yapılar insanların işlerine ya da evlerine daha rahat ve güvenli ulaşmasına neden olurlar.
- Çalışanların ve orada yaşayanların sosyal aktivitelerini arttırmalarına yardımcı olur.
- Toplu taşıma olgusunun daha fazla oturmasına neden olduğundan trafik sorununu azaltır. Fakat Türkiye’de altyapı yetersizliği nedeniyle bu durum tam tersi olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Güvenlik açısından daha olumlu ortamlar yaratır.
- Günlük ihtiyaçlar daha kolay ve daha hızlı halledilebilir.

İş İçin:

- Yaşam alanlarını ticaret ve iş ile ilişkilendirmek sürekli bir müşteri potansiyeli oluşturur.
- İş sahipleri toplumun bir üyesi olur. Çalışma ortamı kurallarının dışında toplumsal yaşantı kurallarına da uymaları gerekmektedir.
- Karma yapılar çalışanların evlerine arabasız ulaşımını sağlar. Fakat günümüzde arabasız ulaşım sayısı çok fazla değildir.

- Küçük ticari alanlar yeni iş geliştirme fırsatlarına olanak sağlar.
- Geleneksel komşuluk grupları içinde yer alan iş olanakları, işbirliği içinde kendilerini pazarlayabilirler.

Üretici ve mal sahibi için:

- Toplam üretim değerleri arttığından metrekare fiyatı artar. Bu durumla birlikte kiralama ve satış değerleri artar.
- Ticaret aktiviteleri ile iç içe olan konut alanları araçla yapılan aktiviteleri azaltırken daha az park alanı üretir.
- Karma yapılar gün içinde çalışma alanlarındaki park etme süresini kısalttığı gibi maliyetlerini de düşürür.
- Günümüzde insanların %25'i karma yapılarda yaşamak istediklerinden satış olanakları artmaktadır.
- Projenin içeriğine ve yapacağı gelişmelere göre vergi indirimleri ve yönetsel avantajlar sağlanabilir.

4.4.3.2. Karma Yapıların İçinde Büroların Yaygınlaşma Nedenleri

Karma yapıların içinde büroların yaygınlaşma ve işlev olarak seçilme nedenleri şu maddelerle açıklanabilir:

1. **Ekonomik kazanç:** Genel merkez yapıları için üretilecek binaların işlevsel olarak karma yapı biçiminde seçilmesinin, gayrimenkul kazancı şeklinde şirkete geri dönmesidir. Karma yapılar, bir yatırım alanı olarak görülmektedir.

Örnek olarak “Kanyon” projesi verilebilir. Kanyon Projesi; ofis, konut ve alışveriş merkezi fonksiyonlarını içeren bir kompleksten oluşmaktadır. 250.000 m²'lik alana sahip olan proje 2006 yılında hizmete açılmıştır.

Eczacıbaşı Holding ve İş Bankası'nın GYO ortaklığıyla eskiden Eczacıbaşı ilaç fabrikasının bulunduğu bir arsada geliştirilen karma işlevli yapı, Türkiye'den Tabanlıoğlu Mimarlık ile ABD'den Jerde Partnership'in ortak projesidir. Eski ilaç fabrikasının olduğu bu yerde Eczacıbaşı, önce kendilerine bir holding binası tasarlanması için bir yarışma istemiş fakat daha sonra karma yapıyla bir işlevle tasarlanmasını istediği proje için yarışma düzenlemiştir.

Çeşitli proje gruplarının katıldığı uluslararası davetli yarışma sonucunda Tabanlıoğlu'nun, Arup'un Türk ve İngiliz mühendislik grupları ve aynı zamanda yabancı bir kan istenmesi nedeniyle, ABD'den, alışveriş merkezlerinde farklı yaklaşımlarıyla öne çıkan John Jerde'yle birlikte bu projeyi üstlenmesi uygun bulundu.



Şekil 4.32 Yapılara Yukarıdan Bakış.

Alışveriş merkezinin dışında komplekste yer alan öteki önemli bir yapı da alışveriş merkezinin hemen üstünde yer alan, merkezin geometrisine uygun konutlardır. Alışveriş merkezinin yeşil çatısına bakan ve “kanyon”un içine doğru yönelen bir mimari form içinde, farklı çekirdeklerden erişim sağlanan iki grupta konutlar yapılmıştır. Bu iki konut tipinin üzerinde, en üst kısımda teraslı, daha büyük metrekareye sahip çatı katlarıyla birlikte toplam yaklaşık 150 konut alışveriş merkezinin üzerinde yer almaktadır. Konutların başarısı, henüz planlarken hiçbir reklâm kampanyası yapılmadan hepsinin satılmış olmasında izlenebilir.

Kanyon’daki üçüncü yapı Büyükdere Caddesi’ne en yakın konumda bulunan iş kulesi; farklı açılarda oturan dairelerden oluşmuş, ortada çekirdeği olan, 26 katlı, güney cephesine kadar tamamen saydam bir kütledir.

Şehir merkezinde, ortak yeşil alanlarla çevrelenmiş, konut, ofis, dükkânlar, eğlence alanları ve diğer sosyal alanlar gibi farklı mekânların bulunduğu yeni bir kent yaşamı modeli hayata

geçirilmiştir. Ulaşım olanaklarının çeşitliliği nedeniyle, kolay erişilebilir ve kente açık yeni bir kent merkezi oluşturulmuştur.



Şekil 4.33 Kanyon Ofis Kulelerine Bakış.

Her yeni ticari oluşum riskler taşır, ancak aynı zamanda büro ve konut yerleşimi içeren bu kompleks bu iki işleviyle sosyal bir değer kazanmış durumdadır. Kentin merkezi iş alanındaki en önemli aks üzerinde yer almaktadır.

Eczacıbaşı, projenin bitiminden bir sene sonra İş Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı'nın yüzde 50'şer payını da satın alarak Kanyon'daki 26 katlı ofis bloğunun tamamına sahip oldu. İş GYO'nun 26 katlı ofis bloğundaki yüzde 50 payı, 67,5 milyon dolar artı KDV bedelle satın alınmıştır. [9] Genel merkez olarak bu noktaya bütün şirketlerini taşımamış olsa da, gelecek için doğru bir gayrimenkul yatırım yapıp bütün binanın sahibi olmuştur.

2. Daha fazla insanı etkileme, daha çok tanınma: Karma yapıların toplum tarafından daha çok biliniyor olması, bir şirketin genel merkezinin ve büro binalarının bu karma yapılarda olması o şirketin daha çok tanınmasına ve reklâm unsurunun yaygınlaşmasına neden

olmaktadır. Toplumun etki alanında yer alması şirketin kitleler üzerinde “güven” duygusu yaratmasını kolaylaştırmaktadır.

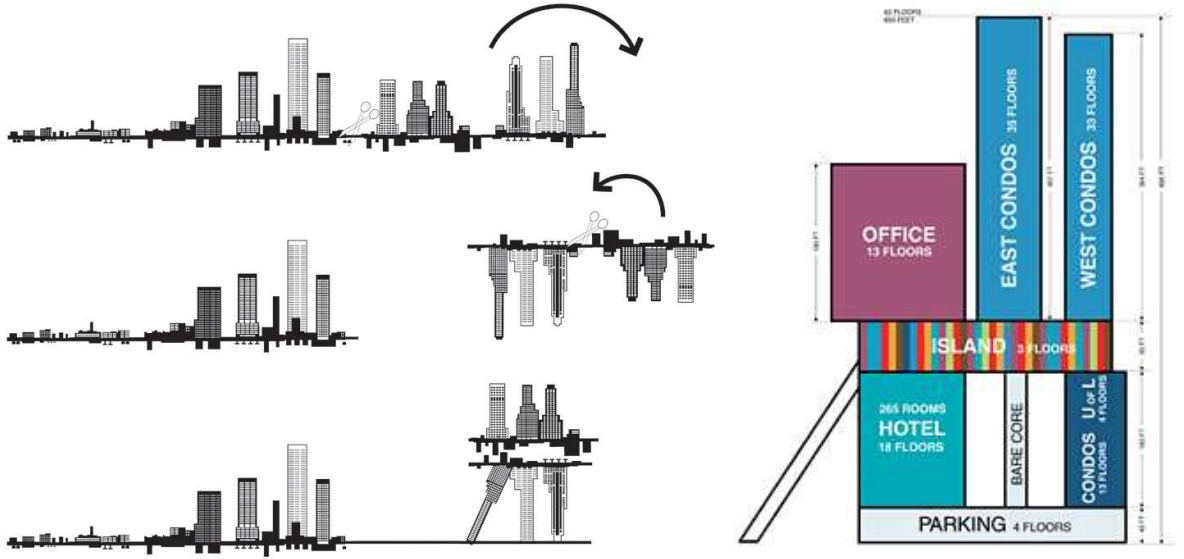
Örnek olarak Museum Plaza binası verilebilir. Amerika’nın Kentucky eyaletinin Louisville şehrinde, 61 katlı, 214 m yüksekliğindeki bina da sanat, yaşam, çalışma, eğitim ve alışveriş için farklı işlevler için mekânlar bulunmaktadır. 141.800 m²’lik alanı bulunan ve karma işlevli olan Museum Plaza’da 2 müze, 280 odalı bir otel, 130 loft daire, 82 lüks daire, ofisler, restoranlar, market, manav, kuru temizleme dükkânı ve kafe bulunmaktadır. Projenin mimarı ABD kökenli REX firmasıdır. Yapıda Louisville’in en büyük sanat müzesinin yanında Louisville Üniversitesi Güzel Sanatlar Bölümü Master Programı yer almaktadır.



Şekil 4.34 Museum Plaza Binasına Bakış.

397 milyon dolarlık proje olan Museum Plaza, tasarımı aktif bir biçimde halka sunulan ve başarılı bir organizasyonla reklâmı yapılan bir bina olmaktadır. 2010 yılında tamamlanması planlanan projenin Louisville şehir merkezi için çağdaş bir dönüm noktası olacağı düşünülmektedir. Museum Plaza Louisville’in şehir yapısını değiştirecek bir proje olarak adlandırılmaktadır.

Louisville şehri iş merkezi arazisinin sınırında bulunan yapı, şehrin görsel çizgisinde bir anıt izlenimi yaratmaktadır. İşlevlerin parçalar halinde cepheden okunabilmesi de yapının merkez olma özelliğini pekiştirmektedir. Projenin mimarı Ramus binanın genel tasarım özelliğini, “Binayı bir sandalye olarak düşünün. Bir bacağı otel, diğeri loftlar, üçüncüsü düşey bir asansör ve dördüncüsü de açılı cam asansörden oluşuyor. İki kule lüks konutlardan, üçüncüsü de ofis kulesinden oluşacak. Loftlar ayakların birinde olacak ve müze de ‘oturulacak yer’ olacak.” şeklinde anlatmaktadır.[10]



Şekil 4.35 Museum Plaza Binasının Tasarım Grafikleri.

Museum Plaza projesi gayrimenkul yatırım konusunda yeni bir açılım sağlamaktadır. Yatırımcı tarafından kurumsal prestij unsuru olarak görülen yapılar, farklı içerikleri barındıran merkezler haline gelmektedir. Museum Plaza’da olduğu gibi karma kullanımlı yapılarda büro işlevinin etkinliği yerini diğer işlevlere bırakmakta izlenimi oluşturulmaktadır. Aksine kurumun prestij unsuru, diğer işlevleri büro ya da genel merkezlerine dahil etme becerisidir. Bu noktada Museum Plaza sanat olgusunu içinde barındıran farklı ve özel bir yapı olmaktadır.

2007 yılında inşaatına başlanan ve 2012 baharında açılması planlanan merkezde şimdiden konut birimleri için rezervasyonlar alınmaktadır. Bina açıldıktan sonra, bir günde yaklaşık 10.500 kişinin ziyaret edeceği düşünülmektedir.

Projenin işverenleri Laura Lee Brown, Steve Wilson, Steve Poe ve Craig Greenberg’dir. Projeyi, şehir merkezinin yeniden canlanması konusunda yaptıkları bir atılım olarak

açıklamaktadırlar. Steve Wilson ve Laura Lee Brown, Brown-Forman Corp.’nın sahipleri ve aynı zamanda yatırımcı ve sanat koleksiyoncusudurlar. Steve Poe gayrimenkul firması olan Poe Companies’in sahibidir.

Steve Poe proje hakkında “Bu binayı tek bir bileşeni büyük yapmıyor, bütün içeriği biraraya gelince eşsiz ve çok büyük oluyor.” demiştir. Steve Wilson ise “Bilboa’daki Guggenheim’ı görünce, Louisville’da neden olmasın diye düşündüm. O zamandan beri bu gerçekleştirmek istediğim hayalim.” şeklinde bir açıklama yapmıştır. [11]



Şekil 4.36 Museum Plaza Binasının Görünüşü.

Türkiye’den bir örnek olarak Zorlu Center Projesi verilebilir. Zorlu Yapı Yatırım A.Ş. Başkanı Ahmet Nazif Zorlu, İstanbul Zincirlikuyu’da 800 milyon dolara satın aldıkları Karayolları arsasında yapılacak Zorlu Center’ın tasarımı, katılım için sadece Türk basınında duyurulan yarışma sonucunda Tabanlıoğlu Mimarlık AŞ – Emre Arolat Mimarlık Ltd. Şti. Ortak Girişim Grubu’na verilmiştir. Aynı yarışmaya katılan ekipler, daha sonra işverenin isteği üzerine projelerini birleştirdiler. 2007 yılında başlayan Zorlu Center projesi için Tabanlıoğlu-Arolat ikilisinin ilk işi ortak ofis açmak olmuştur.

Zorlu Center projesinde sosyal ve kültürel çalışmalar ön planda tutulmaktadır. Proje konferans salonları, konser salonu, müze ve kütüphane gibi sosyal ve kültürel yapıları

kapsamasının yansira 5 yıldızlı bir otel, iş merkezi, Türkiye'ye yeni gelecek markalar ve mevcut markaların da yer alacağı alışveriş merkezi ve konutlar ile beş değişik fonksiyonu içinde bulunduracak olan 'karma kullanım' projesidir. 96.000 m²'lik proje kapsamında 3000 kişiye istihdam sağlayacağı açıklanmıştır. Bu özelliğiyle Zorlu Center Türkiye gayrimenkul sektöründe 'marka' olmaya da aday gösterilmektedir.



Şekil 4.37 Zorlu Center Projesi Görselleri.

Projenin yapılacağı arazi, İstanbul'da iş merkezi sayılan noktalarından birinde bulunmaktadır. İnşaat süreci, arazinin satış süreci, kazanç sağlamak amacıyla değiştirilen imar planları, imar planlarına uygunsuzluk, yasal olmayan inşaat uygulamaları ve şehir sistemine getireceği yük gibi nedenlerle açılan davalar ve yürütmeyi durdurma kararlarıyla yavaşlamıştır. Son kararlara göre de projenin inşaat süreci hızlandırılmaktadır.

Zorlu Holding, Zorlu Center inşaatı için 600–700 milyon dolar civarında bir harcama yapılacağı belirtilmiştir. Proje, kurumun prestij projesi olarak ifade edilmektedir. Projenin İstanbul’a yeni bir sembol daha kazandıracağını iddaa etmektedir. Şehre kazandırılması gereken önemli bir kazanç olduğunu belirtmektedirler. Kurumun bu proje prestij kazandığı açıktır. Projenin medyanın gündeminde olması ve sürekli değişen yasal kararlar, inşaat sürecindeki gecikmeler bile bu etkiyi olumsuz yönde etkilememektedir.



Şekil 4.38 Zorlu Center Projesi Genel Görünüşü.

Zorlu Gayrimenkul’ün Karayolları arazisine yapacağı Zorlu Center projesi, dünyanın en prestijli mimarlık ödülleri arasında sayılan 2008 Cityscape Dubai Architectural Awards yarışmasında, 350 proje arasında birinci olmuştur. Proje, “karma kullanım” kategorisinde jüri özel ödülllerinden “master planning” almaya hak kazanmıştır. 2009 yılında da International Property Awards kapsamında, Europe and Africa Property Awards yarışmasında “Commercial Architecture Award” dalında ödüle layık görülmüştür.

3. Değişime açık olma: Karma yapılarda bulunan büro birimleri yapım süreci ve tasarım açısından farklı şirketleri ve işleri barındırabileceğinden, değişiklik süreçleri daha kolay ve daha az masraflı olmaktadır.

4. Şirketler için üretimin ekonomik olması: Şirketlerin, karma yapılarda diğer birimlerin gelirleri sayesinde karma yapı içinde bulunan genel merkezlerinin üretim bedelleri oransal olarak düşmektedir.

5. İmar avantajlarından yararlanma: Karma yapılarda oluşan işlev farkları imar kanunlarında farklı değerlendirmelere tabi tutulurlar. Bu durum karma yapı içinde bulunan bürolar için mekân avantajı yaratır. Dünya’da ve Türkiye’de devlet toplumsal gelişime ve ekonomik gelişime katkıda bulunacağına inandığı yapıları teşvik etmektedir. Bu noktada işlev çeşitliliği bakımından karma yapılar daha avantajlıdır.

Buna en iyi örnek Malezya’da bulunan Petronas Kuleleridir. “Kuala Lumpur Şehir Merkezini Geliştirme Projesi” kapsamında yapılan Petronas Kuleleri Malezya’yı 2000’li yıllarda endüstrileşmiş bir ülke konumuna taşıma amacına yöneliktir. Kuala Lumpur’un merkezinde yer alan kentsel tasarım projeleri büyük alışveriş merkezlerini, konser, konferans salonlarını, cami ve kamuya açık geniş park alanlarını kapsamaktadır. Projenin en önemli elemanı Petronas Kuleleri olduğu için ilk inşa edilen proje olmuştur.

Petronas Kuleleri, Kuala Lumpur’un ticaret ve finans bölgesinin merkezinde yer almaktadır. Bu kuleler, 1991’de yapılan uluslararası davetli yarışma sonucunda yapılmıştır. 8 uluslararası firma proje ile ilgili teklif vermiştir. Yarışmayı ise 1995 yılında Amerikan Mimarlık Enstitüsü tarafından altın madalya verilen, Amerikalı mimar Cesar Pelli kazanmıştır. 994.000 m² alana sahip olan bina, Ağustos 1999’da hizmete açılmıştır. Kulelerin toplam maliyeti de 1,6 milyar dolar olarak açıklanmıştır.

Kuleler Malezya’nın ulusal petrol şirketi Petronas Holding adıyla bilinen Petroliam Nasional Berhad holdingi tarafından yaptırılmıştır. Ekonomik ve kentsel büyümenin, ayrıca Malezyalıların kurduğu kültürel ve dini bütünlüğün sonucunda ulaştıkları politik gücün dünyaya anlatılmasını amaçlamaktadırlar. Petronas Kulelerinin yapılmasındaki en büyük neden prestij ve statü kazanma, güç gösterme yarışıdır.

Petronas Holding başkanı Petronas Kuleleri ile ilgili Malezya’yı tanımlayan, dünya standartlarında ve Malezyalıların gurur duyacağı bir yapı olarak tanımlamaktadır. Proje, bürolar, petrol araştırma merkezi, 850 oturma kapasitesine sahip bir konser salonu, multimedya konferans merkezi, doğal bilimler müzesi "Petrosains" , 7000 araçlık bir yeraltı otoparkı, çok katlı bir alışveriş merkezi ve iki yapıyı zemin katta birleştiren bir eğlence merkezinden oluşmaktadır.

Petronas Kuleleri Budist tapınakları ve Arap camileriden esinlenerek oluşturulan bir tasarıma sahiptir. 46 m. çapındaki mimari silindirik kuleler 41 ve 42 katlarında iki katlı bir yaya köprüsüyle birbirine bağlanırlar. Yerden 170 m. yükseklikte 58 metre uzunluğundadır. Köprü

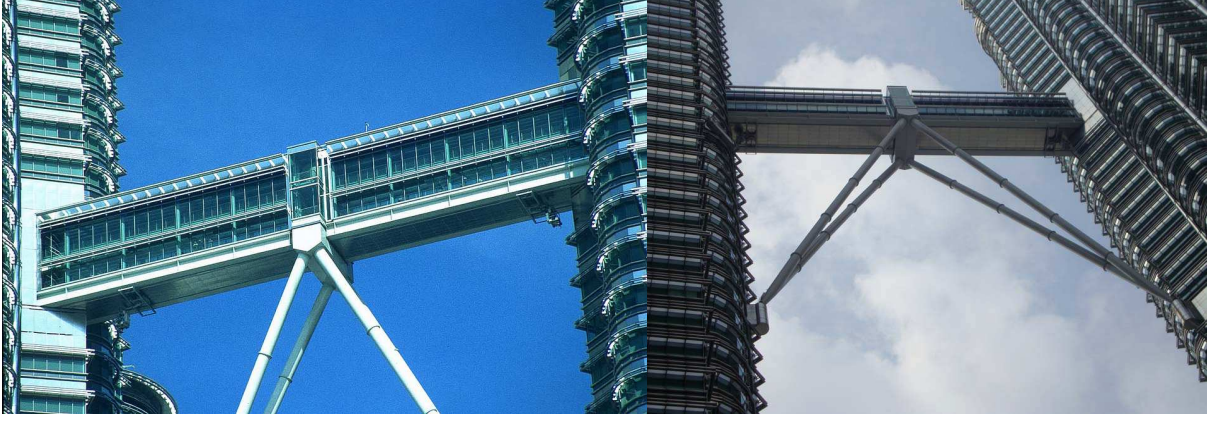
750 ton ağırlığındadır. Bu köprünün, cenneti ve sonsuzluğu bağlayan köprü olan Sırat Köprüsü olduğu ifade edilmektedir. Köprünün bağladığı katlarda bir restoran ve konferans salonuyla, Malezya'ya özgü dua odası olan Suaru bulunur. Bu katlar bir gök lobi mekânı olarak planlanmıştır. Köprü 2000 yılında kullanıma açılmıştır. Köprünün ziyareti için ücretsiz verilen 1700 bilet sabah 8.30'da dağıtılmaktadır. Sadece mesai saatleri dışında köprüyü ziyaret etmek mümkündür. Köprü, iki kule aralarındaki iletişim ve dolaşımın sağlanması amacıyla yapılmıştır.



Şekil 4.39 Petronas Kulelerine Bakış.

Malezya'nın dini, kültürel ve tarihsel geçmişini yansıtan Petronas Kuleleri, gündüz güneşi, gece de ışığı yansıtması nedeniyle, Malezya'nın hem gündüz hem gece yaşayan ruhu olarak kabul edilmektedir. Kulelerin cephelerinde, Pelli'nin "yenilikçi tropik pencere" olarak tanımladığı, benzerlerine oranla daha küçük olan, bant pencereler kullanılmıştır.

Kompleks, ileri teknoloji ve yoğun bir şekilde kullanılan yerel malzeme ile İslam mimarisi örneklerine uygun bir formda inşa edilmiştir. Kuleler Malezya'daki modern mimarinin popüler bir örneği haline gelmiştir. Formuyla ülkenin en önemli kentsel nirengi noktası haline almıştır.



Şekil 4.40 Petronas Kulelerini Birbirine Bağlayan Köprü.

Petronas Kuleleri, başta Petronas Holding ve diğer petrol şirketleri olmak üzere, çok sayıda ofisi bünyesinde bulundurmaktadır. Çok sayıda tanınmış şirketin temsilcisinin çalıştığı kulelerin kiracılarından bazıları, Accenture, AlJazeera International, Bloomberg, IBM, McKinsey& Co ve Microsoft gibi ünlü şirketlerden oluşmaktadır.

Kulelerin her biri için ayrı bir inşaat şirketi görevlendirildi. Şirketlerden biri Hazama Corporation adında Japon bir firmadır. Diğerleri ise Samsung Engineering & Construction ve Kukdong Engineering & Construction, B.L. Harbert International şirketleridir. Bu şirketlerde Güney Koreli şirketlerdir. Şirketlerin proje planlarını incelem ve proje programı yapmaları 8 ay sürmüştür. Projenin inşaat aşamasında farklı bir uygulama şekli seçilerek ilk kuleyi bitiren ekibe prim ödemesi yapılmıştır. Bu süreçte firmalar birbirlerinden herhangi bir bilgiyi saklamayacaktı. Ayrıca inşaat aşaması ve ekipler arasındaki rekabet birçok belgeye konu olmuştur. Rekabet, Koreli ekibin binanın en üstüne takılacak olan ek kuleyi gece gündüz çalışıp bitirmesiyle sonuçlanmıştır.

2004 yılında Ağa Han Mimarlık Ödüllerini alan binalardan biri olmuştur. Jüri Raporuna göre, bu projenin ödül kazanmasındaki neden gökdelen tasarımına yeni bir yön getirmesi, yerel ve ulusal ilhamlarla gelişmiş teknolojiyi göstermesidir. ...Yapı, modern Malezya toplumuyla ülkenin zengin geleneklerini birleştiren bir dünya kentinin simgesi olarak bir karmaşayı ortaya çıkarıyor. [12]

6. Çalışma bölgesinin hızının düşmemesi: Karma yapılar gece ve gündüz nüfusunun oranını dengelemeye yardımcı olur. Bu durumda daha güvenli bir bölge yaratılmış olur. Sürekli bir güvenlik sistemi olması da şirketlerin güvenliği açısından olumlu bir yaklaşımdır.

4.4.4. Büro Yerleşkeleri Ve Büro Parklar

İletişim teknolojisindeki gelişmeler 20. yüzyılın sonunda etkilerini toplumun her alanında hissettirmiş ve endüstri çağından bilgi çağına geçilmiştir. Bu yeniçağda bilgi ve bilişim, sermayenin önüne geçmiş, iş-eylem biçimini değiştirmiş buna bağlı olarak da çalışılan yerin kökten değişmesine neden olmuştur. Yeniçağ, büro olarak tasarlanan yüksek yapı gereksinmesini tamamen ortadan kaldırmıştır. Gerçi başlangıcından itibaren yapılan yüksek yapıların hemen hiçbiri sadece işlevsel gereksinme sonucu yapılmamasına rağmen yine de iş yapısının gereksinmesi olan beyaz yakalılar olarak adlandırılan büro çalışanlarını aynı iş ortamında barındırarak bir arada çalışmalarını sağlamak ve çalışanları bir hiyerarşi içinde denetlemek gereksinmelerini karşılamıştır. Endüstri çağının özelliği insanları işe taşıma yeteneğiydi. Oysa bilgi çağının özelliği işi insanlara taşıma yeteneğidir. Artık büro çalışanlarının kent merkezlerindeki yüksek yapılarda topluca bulunmalarına gerek kalmamıştır. Bu fikir ve düşünceler neticesinde firmalar, daha kolay ulaşılabilen, kent içindeki çeşitli problemlerden uzak banliyölerde yerleşmeyi tercih etmektedirler. Buna örnek olarak Chrysler firmasının merkezinin New York'taki ünlü gökdeleninden çıkıp Detroit'te yeşil içinde az katlı bir yapıya ve Amerika'nın en yüksek binası olan Sears Binası'nın ilk kiracısı olan Sears firmasının da bu binadan çıkıp Chicago'nun uzak banliyölerinden birine taşınmış olmasını verebiliriz. Üretim paraya çevirdiği bilgi sistemleriyle kısa zamanda dünyanın en varlıklı şirketlerinden biri haline gelen Microsoft'un merkezi ise Washington Eyaleti'nde Redmond adlı yörede bulunmaktadır (Begeç, 2008). Ülkemizde ise Koç Topluluğu'nun merkez yapıları ve Yapı Kredi Bankası'nın Gebze'deki merkez yapı grupları bu yöneline verebileceğimiz ilk örneklerdir.

Yapı Kredi bankasının Gebze'de bulunan Operasyon merkezi, Mart 1994'te John McAslan + Partners* mimarlık ofisi tarafından tasarlanmıştır. İstanbul'un 50 km güneydoğusunda, tarihî Gebze kasabasına komşu bir arazide yapılan Operasyon Merkezi projesi, Yapı Kredi Bankasının Yapı 2000 gelişim stratejisinin temellerini oluşturmak ve bankanın Türk bankacılık sektöründeki öncü konumunu sürdürmek üzere tasarlanmıştır.

2.500 personele ev sahipliği yapan, 10 adet birbiriyle bağlantılı avlusu bulunan yapı, kampus formundadır. Yönetim, operasyon, konferans ve eğitim birimlerini içerir. Tesisteki on bina, çadır örtü elemanlarıyla örtülü "iç sokaklar"la birbirine bağlanmıştır. Operasyon Merkezi

* Eski adı Troughton McAslan'dır.

projesinde 50.000 m² alanda bankanın ana bilgisayar veri merkezi, telebankacılık, bilgi işlem ve yönetim, personel eğitimi ve arşivlerini de içeren bir dizi etkinliğini ve bunlara hizmet götüren personel restoranları, kafeler, spor, eğitim merkezi ve sağlık merkezi gibi birimleri bir araya getirilmiştir. Toplam maliyeti 100 milyon pound olarak açıklanmıştır.



Şekil 4.41 Yapı Kredi Bankacılık Üssü.

Yeni Operasyon Merkezi için ayrılan 23 hektarlık arsa İstanbul-Ankara arasındaki TEM otoyoluna komşu; güneye, Marmara Denizi'ne bakan dik eğimli ve doğal bir dere yatağı ile ikiye ayrılmış bir arazidir.

Ayrıca “Yapı Kredi Bankacılık Üssü” diye tanımlanan bu bina “Birleşik Krallık Tasarım Konseyi”nce düzenlenen yarışmada, mimari tasarımıyla “Milenyum Ürünü” ödülünü

kazanmıştır. Millenium Products ödülü 1997’de İngiltere Başbakanı Tony Blair’in girişimiyle başlatılmış bir Birleşik Krallık Tasarım Konseyi* girişimi olarak tanımlanmaktadır.

Dünyada meydana gelen sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmelerle hizmetler sektörünün payı ve buna bağlı olarak ofis alanı ihtiyacı artmaktadır. Ofis alanı talebi metropoliten kentlerin büyümesi ve yeni alt merkezlerin oluşmasında önemli rol oynamaktadır. (Öven ve Pekdemir, 2005)

Büro yerleşkeleri ve büro parklar için arsa seçiminde en önemli nokta, kentin yerleşim ve ticaret merkezlerine çok uzak olmayan ve otoyola bağlantılı bir yerde olmasıdır. Ulaşım sistemi park içinde her binanın yanına kadar gelmeli ve yeterli otopark alanı bulmalıdır. Ayrıca toplu taşıma sistemi ve hava yolu bağlantısının da yakın ve kolay olmasına dikkat edilmelidir.

Yapılanmada binalar dışında, yoğun otoparklar, servis alanları ve park için ulaşım ağı yer alır. Büyük arazi esnek düzenlemelere imkân vermeli ve arazi içinde gruplamalar yaratılabilmelidir. Ayrıca arazinin büyüklüğü ve yatırımların seviyesi, büro yerleşkeleri ve büro parkların kalitesini belirler.

Çok büyük büro parklarında, şehircilik kuralları uygulanabilir. Her türlü yapılanmanın kurallarını koyan, yoğunluk, ölçek ve uygulama kararlarını parkın bütünselliğini bozmadan belirleyen bir masterplan gereklidir. Böyle bir plan, arazideki çevre değerlerini koruma altına alırken, komşuluk haklarına da saygılı kalmayı sağlamada yardımcı olacaktır. İyi bir masterplan, alışveriş, eğlence, spor merkezleri ve idari merkez ile yaya bağlantılarını kurarken, yapının kimliğini ve imajını da belirler. (Onat, 1999)

Büro yerleşkeleri ve büro parklarında çalışan insanların ihtiyaçları da göz önüne alınmalıdır. Sosyal ilişkilerinin zayıflamaması ve ihtiyaçlarının düzgün bir şekilde karşılanması için sosyal alanlar yapılmaktadır. Kent içindeki çalışma yerlerinin, kentin oluşumu nedeniyle sahip oldukları bankalar, mağazalar, spor kulüpleri, kahveler bu yapılarda da yer almaktadır. Kent merkezinin sosyal hayatından esinlenilerek bir yerleşim kimliği kazandırılmaya çalışılmıştır. Çalışma alanları dışında, ortak hizmet ve rekreasyon alanlarının yapılara eklenmesi daha büyük alanların oluşmasına neden olmuştur. Kent ve banliyö yerleşmelerinde topluma faydaları olan bu büro yapıları, artık kendi kimliklerine sahip bir düzende

* United Kingdom Desing Council

oluşturulmaya başlanmıştır. Kent dışında bir otoyol kenarında bağımsız bir yerleşme değıllerdir. Çoğı kez kent boşluklarını dolduracak, banliyöleri canlandıracak veya işlevini kaybetmiş alanlara yeniden canlılık kazandıracak şekilde ele alınmışlardır. Bu tür parkların düzenlenmesinde de yeşil doku, göller, golf sahaları, binicilik merkezi ve spor alanları inşa edilerek, bu bölgede yaşayanların da hizmetine sunulabilir.

Büro parklarda çoğı zaman tek bir şirketin yapısı olasına rağmen bazı durumlarda çok uluslu şirketleri bir araya getiren düzenlemelerde karşımıza çıkmaktadır. Bunlar diğler büro yerleşkesi ve büro parklardan farklı ve kendi başlarına birer kasaba yerleşimi oluştururlar. Adeta kendi kurallarını koyan, kent ile ilgisi olmayan, hem iş merkezleri, hem de çalışanlar ve hizmetlilerin oturduğı konutları ve eğitim binalarıyla yeni bir yerleşim tipi meydana getirirler. Oluşturulan bu çevrede ve burada bulunan şirketlerin başarısı, bölgedeki diğler şirketlerin başarısını etkilemektedir.

Büroların kitlesel kompozisyonu, çevre tasarım kararlarını belirlediğı gibi, kitlelerin sınırladığı kent boşlukları da kamusal alanları* ve sokak örüntüsünü oluşturacaktır. Büro yerleşkelerinin ve büro parklarının fonksiyonundan kaynaklanan, plastiğini ön plana çıkaran ve kentin o bölgesine kimlik kazandıran bürolar olduğı gibi kentin o bölümünü şekillendirmede, vaziyet planını oluşturacak büro kitleleridir.

Bu duruma en iyi örnek UN Studio ekibinin Hollanda'nın Almere şehrinde tasarladığı La Defense Ofis binalarıdır. UNStudio ekibi La Defense ofis yerleşkesini Eurocommerce şirketi için tasarlamıştır. Eurocommerce kurumu, perakende, toptan ve uluslar arası ticaret sektörlerinin Avrupa Birliği'ndeki temsilcisidir. 1993 yılında kurulmuş olan şirket, 28 Avrupa ülkesinde 100'den fazla ticaret federasyonu ve ulusal derneğin üye olduğı bir kuruluştur. Kuruluşa firmalar doğrudan üye olmamakla birlikte, mevcut üye dernekler aracılığıyla Eurocommerce yaklaşık 5 milyon işletmeyi temsil etmektedir.

1999 yılında tasarımına başlanan yerleşkenin hizmete girmesi Eylül 2004 yılında olmuştur. Binalar şehrin iş yeri merkezinde, Almere Merkez Tren İstasyonu arkasında bulunmaktadır. La Defense yerleşkesinin bulunduğı bölge, denizin doldurulmasıyla kazanılmış arazidir. Geniş bir kentsel dönüşüm planıyla bütünleşmiş bir merkezdir. Yapının çevresinde konutlar bulunmaktadır. Toplam 38.000 m²'lik alanı bulunan yerleşkenin maliyeti 32 milyon Euro'dur.

* meydanlar, avlular, geçitler...vb

Sokağa bakan cephelerde kullanılan gri metal kaplamalar yapının göze çarpmamasına neden olmaktadır. Şehrin havasını yansıtır durumdadır. İç kısımda kullanılan cephe kaplaması parfüm şişelerini renklendirmekte kullanılan malzemeye üretilmiş cam cephe kaplamalarıdır.

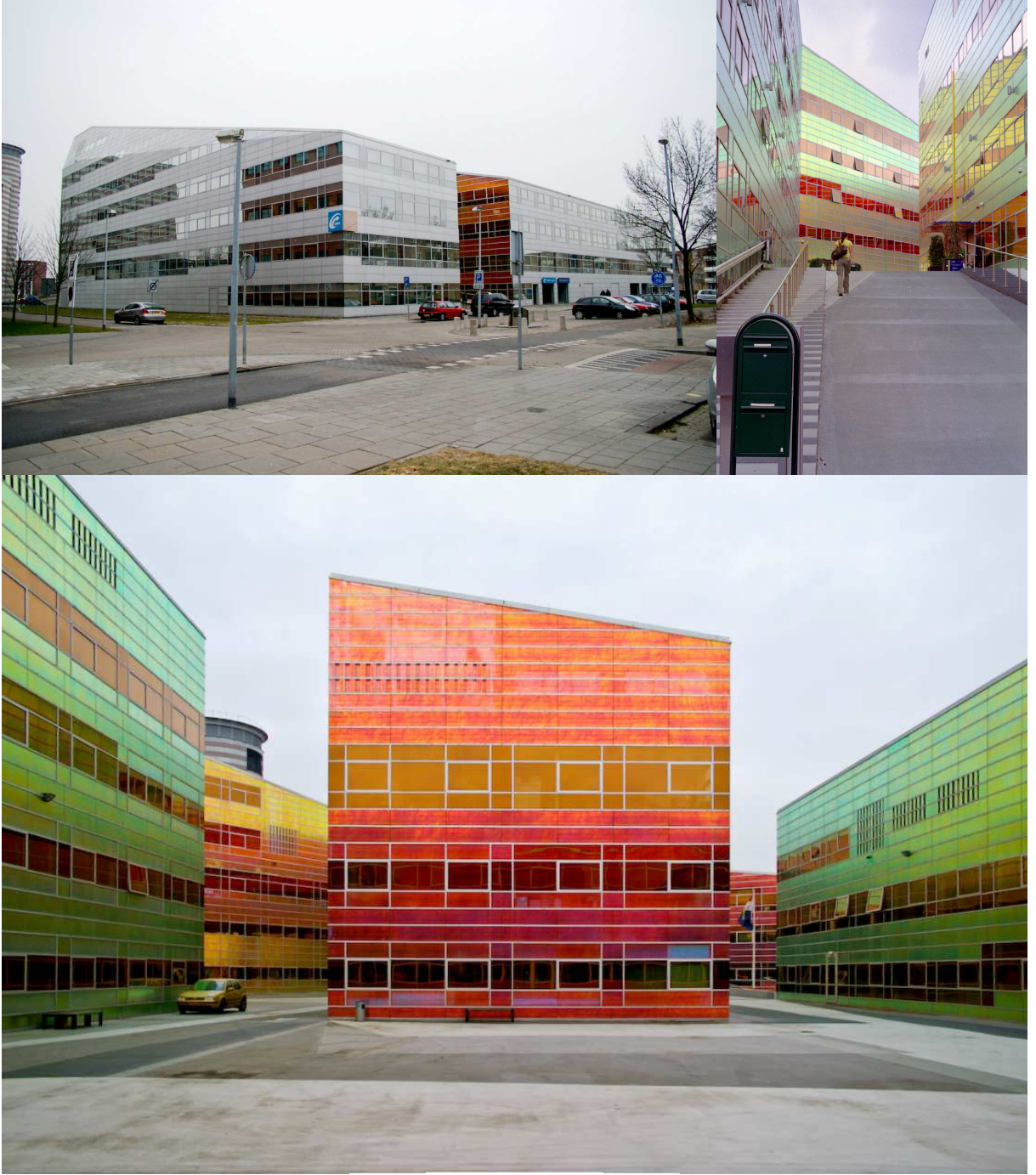


Şekil 4.42 La Defense Ofis Yerleşkesi.

Renkli paneller çift cepheden oluşmaktadır. Cephelerde farklılığın oluşması gün içerisindeki saate, mevsimlere, havanın ısisına ve bakıldığı noktaya göre farklılık göstermektedir. Malzemenin bu özelliği bulutlu bir havada bile yerleşkenin içinin farklı renklerde görünmesini sağlamaktadır. Bu yüzden yapının insanlar üzerinde yarattığı etli sürekli değişmektedir. İç ve dış cephe arasındaki bu farklılık yapının etkisini kuvvetlendirmektedir. Yapının bu farklı etkisi eleştirmenler tarafından Janus^{*}'un yüzlerine benzetilmektedir.

Cephelerin farklı ve değişken görünen kaplama malzemesi yerleşkede bulunan kurumların çeşitlenmesine neden olmuştur. Tasarım, yerleşkenin birden fazla şirket tarafından kullanılma ihtimaline göre yapılmıştır. Kapasite ve program metrekare fiyatı daha düşük olacak şekilde düşünülmüştür. Bununla yerel kullanıcıların daha etkin olması sağlanmıştır. Girişlerin büyüklüğü yerleşkenin ve kurumun kullanıcı ve toplum tarafından “erişilebilir” özellikte olmasını sağlamıştır. Sokaklara bakan cephelerde 1. kat seviyesi, iç kısımda avluda zemin kat seviyesi olmaktadır. Organizasyon ofis bloklarının esnek kullanıma uygun olmasını vurgulamışlardır. Bölgesel olarak yaratılan yükseltiler iç mekân kullanımında avantaj sağlamaktadır. Farklı işlevler için kullanılacak alanlar oluşturmaktadır.

^{*} Janus, bir yüzü o yana, bir yüzü bu yana bakan ikiyüzlü Roma tanrısıdır. Bu tanrının resmine Roma paralarında raslanır. Janus'a ait olan yüzlerden biri kentten içeri girenlere, öteki ise kentten çıkanlara bakar. Böylece kent güvenlik içinde yaşamasını sürdürür.



Şekil 4.43 La Defense Ofis Yerleşkesine Bakış.

4.4.4.1. Büro Yerleşkeleri Ve Teknoparkların Yaygınlaşma Nedenleri

Büro yerleşkeleri ve büro parkların günümüzde yaygınlaşma nedenleri şöyle sıralanabilir:

1. **Şehir merkezlerinde arsa alanlarının pahalı olması:** Şehir merkezlerinde arsa alanlarının pahalı olması ve şirketlerin gerekli alanları sadece kat yüksekliğini arttırarak

sağlayabilecek olması, genel merkez ve büro binası üretiminin farklı noktalara taşınmasına neden olmuştur.

2. Şehir merkezlerinde yeni arsa bulma konusunda sıkıntılar: Şehir merkezlerinde arazinin pahalı olması dışında yeterli miktarda yer kalmaması ve imar kanunları nedeniyle verimli alanların oluşturulamamasıdır.

3. Yüksek katlı büro binası üretim, bakım ve işletme maliyetlerinin fazla olması: Çok katlı büro binalarının üretim maliyetlerinin diğerlerine göre çok fazla olması, üretim aşamasından sonra binanın bakım ve işletim giderlerinin fazla olması ve şehir merkezinde daha zor ihtiyaçların karşılanıyor olması büro yerleşkeleri ve büro parklarının tercih nedenleri arasındadır. Büro yerleşkeleri, işlevlerin yatay çözümü yerine bina yüksekliğince düşey dağılımın daha etkin arsa kullanımı sağlayarak bina maliyetini düşürmektedir.

4. Kent içi yoğunluğunun azaltılması: Kent içinde yapılan büro binaları fikri, bölgede trafik ve altyapıya verdiği yüklerden kaçmak ve zaman kaybı sorununu ortadan kaldırmak için büro yerleşkeleri ve büro parklarına yönelmektedir. Çoğu şirketin çalışanlarının toplu taşıma ve servis hizmetiyle bürolara ulaşımını sağlaması, iş çalışma düzenini korumaya yardımcı olmaktadır. Ayrıca bu durum iş bitiminde oluşan trafik yoğunluğunun azaltılmasına yardımcı olmaktadır.

Hafif sanayi alanlarının kent dışına alınması, daha sonra endüstriyel alanların aynı yolla planlanması ve üniversite yerleşke anlayışının yaygınlaşması ile kazanılan deneyim ve birikim 1970’lerde yaşama ve çalışma alanlarına aktarılmıştır. Bu anlamdaki ilk büro parklar, kent merkezleri dışında, bir park içinde, peyzaj ve otoparkları çözülmüş olarak yerleştirildiler. Bu yolla da kent içi trafiği rahatlatılmış oldu. (Onat, 1999)

1960’lardan itibaren yoğun trafik ve çevre kirliliğinin sonucu olarak, kent dışı büro yatırımlarının özendirilmesiyle başlayan büro parkları, bahçe-şehir ortamında yaşama ve çalışma arzusu ile desteklenmiştir.

5. Kolay iletişim olanakları: Çalışanların, çalışma ortamının verdiği rahatlık ve fiziksel şartların insancılığından dolayı iş ilişkilerinin daha verimli olmaları bu sebepler arasında gösterilmektedir. Tek işlevli yüksek binalarda kullanıcıların çevre ile sınırlı ilişkilere girmelerine karşın çok işlevli binaların çevreleri ile daha kuvvetli sosyal bağlarının olması ve bütünleşebilmesi tercih nedenleri arasındadır.

6. Çalışan verimliliğini artırma isteği: Çalışanların şehrin yoğunluğundan uzaklaşmış olmaları ve işlerine daha iyi yoğunlaşmalarından dolayı verimlilik artmaktadır. Ayrıca büro yerleşkelerinde ve büro parklarda sağlanan sosyal alanlar çalışanların mesai saatleri dışında iş yerlerinde zaman geçirmelerine neden olmaktadır. Bu durum başka bir açıdan bakıldığında daha çok çalıştırmaya yöneltmek olarak da düşünülebilir. Dolaylı olarak çalışan verimliliğinin arttığı söylenebilir. Yalnızca çalışma saatlerinde yararlanılan tek işlevli yüksek binalara karşın günün 24 saati kullanılan binalar olarak çeşitli ekonomik ve sosyal olanaklar sağlaması büro parkların seçilme nedenini arttırmaktadır.

7. Sosyal ilişkilerin geliştirilme düşüncesi: Verimliliğin artırılmasında en etkili yöntem çalışanlar arasındaki ilişkinin kuvvetlendirilmesidir. Büro yerleşkeleri ve büro parklarda fiziksel şartlardan dolayı insanlar arasında daha kuvvetli ilişkiler oluşmaktadır.

8. Aynı alanlarda çalışan farklı şirketlerin iletişim kolaylığı sağlaması: Bazı özel büro yerleşkeleri ve büro parklarda aynı alanlarda çalışan firmaların bulunması güncel durumların iletişimi ve bilgi alışverişini geliştirdiği için tercih nedenidir. Şirketlerin başarısının o büro bölgesinde diğer şirketleri de etkilediği düşünülürse büro yerleşkesinde çalışılan alanın geliştirilmesine yönelik iyi bir adım olmaktadır.

İstanbul Altunizade’de bulunan, Nevzat Sayın, Gökhan Avcıoğlu’nun mimarı olduğu Shell Company firmasının genel merkezi, örnek olarak gösterilebilir. Yapı birimleri, 1993 yılında kullanıma açılmıştır. Dört eşit büyüklükteki yapı bloklarının bir araya gelmesinden oluşan yerleşkeye arsanın doğusundan girilmektedir. Arsada bulunan eski bir bina da bu bloklara bağlanmıştır. Toplam alanı 11.000 m²’dir.



Şekil 4.44 Shell Company Genel Merkezi Ön Görünüşü.

Yerleşkenin bulunduğu nokta, şehrin ana ulaşım akslarından biri olan Boğaziçi köprüsü çıkışıdır. Şehrin önemli bir noktasında olması yapının etkisini arttırmıştır. Bunun dışında arsada bulunan eski yapının malzeme özelliklerinin yeni birimlere uygulanması yerleşkenin bir bütün olarak algılanmasını sağlamıştır.



Şekil 4.45 Shell Company Genel Merkezi Görünüşü.

Arazide eski taş binaların bulunması ve işlevlerin mekânlar aracılığıyla birleştirme işinde basitlik ilkesinin benimsenmesi, kitlelerin formlarında ve seçilen malzemelerde de etkisini göstermektedir.

Yapıların cephesinde kullanılan taş dokusu mevcut yapı ve çevrede bulunan duvarlarla uyum içinde olmasını sağlamıştır. Duvar boşlukları da duvar olgusunu bozmayacak boyutlarda yapılmıştır. Çevre ile kurulan bu uyum, arazi şekillenışıyle birlikte yapının dışarıdan algılanmasını zorlaştırmaktadır. Yalnızca giriş cephesinde biraz abartılı fakat kast bir görkemlilik duygusu taşımaktadır. Bu durum yapı için olumsuz bir yön olmasındansa yerleşkenin merak edilen bir merkez olmasına neden olmuştur. Yerleşkenin bir genel merkez olmasından dolayı şirket için etkileyici bir unsur olmaktadır. Bunun en belirgin etkileri ise yerleşkenin sinema ve televizyon sektöründe sürekli kullanılan bir mekân olmasıdır.

Bu yerleşke, fonksiyonlarının gereklerini yerine getirdiği, arazi verilerini e iyi kullandığı, sistem-malzeme ve detay konusunda doğru seçimler yapıldığı, çevreyle düzeyli bir ilişki kurduğu, geometrik yapısının katı olmasıyla birlikte mekân kullanımında esneklik sağlayabildiği için başarılı bir proje olarak değerlendirilmektedir.



Şekil 4.46 Shell Company Genel Merkezi Binaları.

Bir diğer örnek de, Birleşik Arap Emirlikleri'nde bulunan Masdar City'dir. Birleşik Arap Emirlikleri ekonomisinin en büyük kaynağı ve ülkenin şekillenmesinde en etkili olan unsur olan petrolün 20. yüzyıla ait olduğunu ve bu yüzden 21. yüzyıla ait araştırmaların yapılması gerektiğini duyurmuştur. Bu izlenen yolla yapılan yarışma sonunda petrol kaynaklı enerji kullanmayan ve karbon salınımını sıfıra indiren şehir olan Masdar Şehri tasarlanmıştır. Hükümet tarafından finanse edilen ve 22 milyar dolarlık proje olan Masdar Şehrinin 7 aşamada üretilip, 2016 yılında tamamlanması hedeflenmiştir. Genel içerik olarak 1500 işletmenin, 50.000 konut ve 40.000 banliyönün bulunduğu şehir bölgenin coğrafi özelliklerini kullanarak güneşi ve rüzgârı kullanarak enerji ihtiyacını karşılayacaktır. Masdar Şehri için güneş enerjisinden elektrik enerjisi üretmek için gerekli olan photovoltaik paneller 2 milyar dolar değerinde olacaktır. Ulaşımın lityum pilli araçlarla sağlanması ve pis suyun tarımsal üretimde kullanılması projenin ayrıntıları içindedir. Şehrin genel enerji ihtiyacı da kurulacak solar termal çiftliklerde güneş enerjisinden üretilecek elektrik enerjisi ile karşılanacaktır.

Masdar Initiative'in Genel Merkez yerleşkesi dünyada ilk kez tükettiği enerji miktarından fazla alternatif enerji üretebilen sürdürülebilir yapıdır. Alternatif enerji üretmesi dışında bina, A sınıfı bir ofis yapısının ihtiyacı olan enerji miktarından daha az enerjiye ihtiyaç duymaktadır. 159 katılımcının tasarımları arasında birinci seçilen genel merkez binası projesi Adrian Smith + Gordon Gill Architecture ekibine aittir. Genel Merkez binası da dâhil Masdar Kenti karbon salınımı yapmayan ve sadece alternatif enerji kullanan bir şehir olarak

tasarlanmıştır. Birleşik Arap Emirlikleri'nde bulunan Abu Dhabi şehrinin güneydoğusunda 17 kilometre dışında Abu Dhabi Havaalanı yolu üzerindeki bir bölgede yapılmaya karar verilmiştir.



Şekil 4.47 Masdar City Genel Merkez Binası.

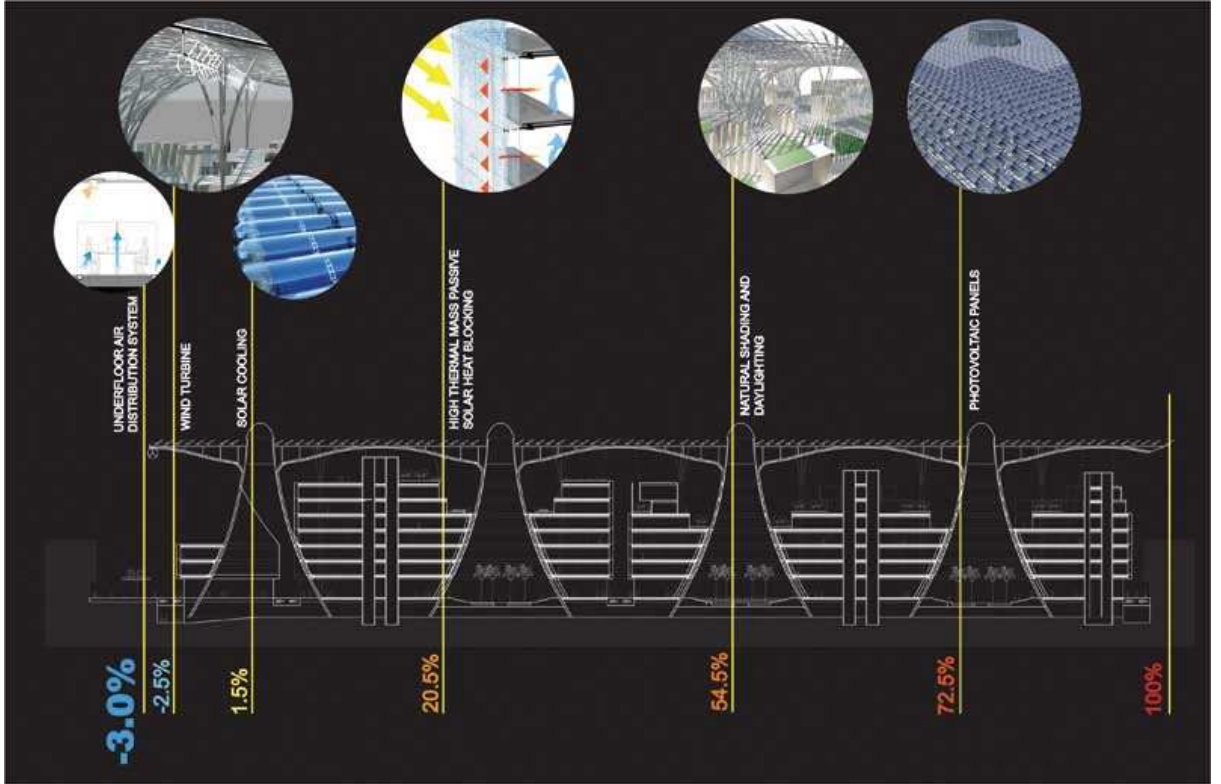
135.000 m²'lik alanı olan yapının, tasarımı yöresel motiflerden esinlenerek oluşturulmuştur. Çatıda bulunan taşıyıcı çeliklerin şekli temelde bu motiflerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur. Ayrıca palmye ağacından esinlenerek oluşturulan rüzgâr konikleri tasarımsal olarak çatıyla bütünleşmektedir.



Şekil 4.48 Masdar City Genel Merkez Binası Görünüşleri.

Masdar Initiative şirketi Abu Dhabi’de yeni ve güvenilir enerjiler, iklimsel değişiklikler ve sürdürülebilirlikle ilgili çalışma yapan lider bir firmadır. Yenilebilir enerji üzerine yaptığı çalışmalarla yeni enerji lideri olma yolundadır. Arapçada “Masdar” kelimesi de “kaynak” anlamına gelmektedir. Şirketin sahip olmak istediklerini, Masdar gayrimenkul geliştirme sorumlusu Khaled Awad, “Abu Dhabi’nin enerjiyi sadece ihraç eden değil, enerjiyi etkin şekilde kullanan da olmasını istiyoruz.” diyerek açıklamıştır.[13]

Proje birçok ödül almıştır. Bunlardan en önemlileri 2008 yılında alınmış olan Cityscape Architectural Awards: Environmental Award, Middle East Architect Awards: Green Project of the Year ve Construction Week Awards: Sustainable Design Award’dır.



Şekil 4.49 Masdar City Genel Merkez Binası Grafikleri.

5. BÜRO BİNALARI İLE GÜÇ VE PRESTİJ KAVRAMLARININ İLİŞKİSİ

Simgesel Anlam Ve Değerlendirme Ölçütleri

Simgesel anlam ilk kez 1950 yılında Gibson tarafından, bir çevre veya bir objenin olası yarar sağlayan kullanımıyla bağlantılı olarak ele alınmıştır. Daha sonra, 1974 yılında Hershberger bir araştırmasında, anlamın, kullanıcının veya gözlemcinin duygusal olarak etkilendiği niteliklerden kaynaklandığını açıklamıştır.

Simgesel değerler, kişiyi düşünceye yöneltmeli, yorumlanabilmeli bir tartışma ortamı sağlamalıdır. Mimari bir yapıtın sahip olduğu simgesel değerler, onun iletişimsel anlamını aşağıdaki konular bağlamında güçlendirmektedir:

1. Bir binanın ya da bina grubunun/yapılı çevrenin ifadesi -ilettiği mesaj- belirli bir zamanda belirli bir toplum için kazanılmış, elde edilmiş olan değerlerinden ve anlamlarından kaynaklanmaktadır.
2. Simgesel anlam, içeriksel bazı değerler taşımaktadır.
3. Simgesel imaj, geleneğin, gerçeğin, geçmişin ve hafızanın özgün bir anında örülmüş / dokunmuştur.
4. Mimari anlam, kullanıcının değer sistemlerinin somutlaştırılmasında yatmaktadır.(Aydınlı, 1993)

Simgesel anlam taşıyan mimarî değişkenlerin neler olabileceğini deneysel olarak test eden Lang “Bina Biçimi”ni, “Mekânsal Biçimlenmeler”i, “Malzemeler”i, “Aydınlatmanın Özyapısı”nı ve “Bünyesel Renk”i, simgesel anlam taşıyan mimari değişkenler olarak saptamıştır. (Aydınlı, 1993)

Bina Biçimi: mimari biçemi açıklayan, dışa vuran biçimler ve şekiller bir anlam taşımaktadır. Bazı kültürlerde, bir daire gibi özgün şekiller veya simetri gibi özgün biçimler bağlayıcı, birleştirici anlamlara sahip olabilmektedir. Bu durumda biçim ve anlam arasında bağlantı sosyal bir birleşme haline gelebilmektedir.

Mekânsal Biçimlenmeler: Mekânın kuşatılmışlık etkisi, kapalılık derecesi, oranları ve hacimsel etkinliği de anlam taşımakta ve mekânın kullanımıyla ortaya çıkan “tüketim”de simge olarak kabul edilmektedir. Mekânsal ilişkilerin anlamları konusunda Beck tarafından

yapılan bir çalışmada, mimari anlam taşıyan beş mekânsal değişken: kalabalık mekâna karşı تنها mekân; açık mekâna karşı tarif edilmiş mekân; düşeyliğe karşı yataylık; yatay düzlemde sağ ve sol; dikey düzlemde aşağı ve yukarı gibi mekânsal ilişkiler incelenmiştir.

Malzemeler: Gerek teknik özellikleri, katkıları nedeniyle gerekse meydana getirdikleri kurumsal bağlar* nedeniyle seçilirler. Sadece görsel karakteri değil, işitsel, dokunsal etkinliği ve malzemenin koklamaya ilişkin yapısı da kurumsal bağlara kimi zaman sahip olabilmektedir. Malzemenin yapay veya doğal olması da bazı insanlar için, kurumsal bağlar, ilişkiler açısından önem kazanmaktadır.

Aydınlatmanın Öz-yapısı: Tepkiye neden olabilecek bir mekânın aydınlatma düzeyi, rengi, ışık kaynağı, doğrultusu, mimari kompozisyonun temel değişkenleri olarak bilinmektedir.

Bünyesel Renk: Bina yüzeylerinde kullanılan renk, kimi zaman sosyal düzeni veya gelenekleri ifade eden bir simgesel anlamı yansıtmaktadır. Renk kullanımı ve düzenleri, toplumdan topluma farklılık gösterir; eski medeniyetlerde, parlak renkler saraylarda, tapmaktalarda kullanılırken diğer binalar renksiz olarak yapılmış; renk bir statü sembolü olarak düşünülmüştür. (Aydınlı, 1993)

Vitruvius, “Mimarlıkta On Kitap” adlı yapıtında mimarlığın temel ilkelerinin düzen, bütünlük, ritmik hareket, simetri, oran, uygunluk ve ekonomi olduğunu vurgulamıştır.

Çizelge 5.1 Değerlendirme ölçüleri

Vitruvius	Sağlamlık	Kullanışlılık	Güzellik (Objenin nitelikleri)
Modern Mimari	Teknoloji (Prefabrikasyon)	İşlevsellik (Amaca Uygunluk)	Estetik Biçimsel - Görsel Etki (Obje – Suje Bağı)
Modern Sonrası Mimari	Geleneksel + Çağdaş Teknoloji	Kültürel Sosyal Psikolojik Mekânsal Gereksinimler	Anlamsal + Simgesel Estetik (İçerik + Biçim = İfade) (İnsan – Çevre Etkileşimi)

* Binanın işlevi ile malzeme arasında kurutan ilişkilerdir.

Hersberger anlam kategorilerini şöyle gruplamakta ve sınıflamaktadır.

- Birinci seviye takdim anlamıdır (presentational meaning): Burada mimari biçimler bakan kişilere kendilerini ifade ederler. İfade büyük bir olasılıkla gözlenmiş olan biçime yapısal olarak benzeyen resme ait (iconic) bir ifadedir. En temel sevmeye biçimin farkına varılmasıdır.
- İkinci seviye gönderme yapılan anlamıdır (referential meaning): Bazı biçimler ifadeleriyle daha önemlidir, kendilerinden çok başka nesne ve olayları hatırlatırlar. Bu anlamın en temel seviyesi, kullanımın tanınmasıdır.
- Üçüncü seviye hissi anlamıdır (affective meaning): Bazı ifadeler insanları heyecanlandırabilir, sıkabilir ya da böyle çok sayıda his oluşturabilir. Bu anlam aynı zamanda deneyimlere bağlı olarak oluşur.
- Dördüncü seviye değerlendirme anlamıdır (evaluative meaning): Bir şeyin iyi ya da kötü olup olmadığı ile ilgilidir. Burada amaçlar ve değerler önemlidir. Önceki deneyimlerle sahip olunan değerler, ölçütler, seviyeler ya da davranışlar ifadelerde merkezlenecek şekilde kullanılır ve onlar göz önüne alındığında binanın hoş - hoş değil, güzel - çirkin, yeni - yaygın vb. olduğu sonucuna varılır.
- Beşinci seviye düzenleyici anlamıdır (prescriptive meaning): Kural koyucu değerlendirme anlamıdır. İçerilen anlam hangi hareketin yapılması gerektiğinin düzenidir. (Aydınlı, 1993)

Çevresel bir gösterge olarak mimari bir yapıt, gerek kendine özgü bir gösteren olma, gerekse iletişim kurma işlevine sahiptir. Bir binanın kendine özgü göstergesi,

1. Duygusal etkinliği olan simgenin maddesel/var olan özelliklerini,
2. Toplumsal bilinçte kökleşen, imaj oluşturan anlamı,
3. Gösterilen şeyin neden kaynaklandığına (bilim, felsefe, din, politika vb.) ilişkin bilgileri (Aydınlı, 1993)

Bir binanın ya da yapılı çevrenin ifadesi, ilettiği mesaj, belirli bir zamanda, belirli bir toplum için kazanılmış olan değerlerden ve anlamlardan kaynaklanmaktadır. Bu gibi durumlarda anlam simgesel bir değer taşımaktadır.

Büro binalarında anlamsal biçimlenmeyi sağlayan, üç boyutlu algı oluşumu olan hacimsel faktörlerdir. Yapının biçimi, geometrik kurgusu, kütle hareketleri ve oranları, o yapının simgesel niteliğini ortaya koyar. Bu simgesel nitelik, hem o yapının tekil varlığında hem de

yapay çevre oluşumunda anlamsal biçimlenme açısından bir mesaj verir. Binanın simge özelliğini taşıyan, mesaj verme yetisine sahip tasarlanmış formu ile cephe yüzeyindeki kütle hareketleri, renk uyumu, doğru malzeme kullanımının bir armoni oluşturması istenilen etkiyi oluşturmayı kolaylaştırır.

Kentsel oluşumun en önemli öğelerinden biri olan büro binaları, yüklendikleri sorumluluk nedeniyle simgesel bir önem taşırlar. Büro binalarının biçimsel formu salt iç mekân düzeninin cepheye yansması ile değil, aynı zamanda bir iletişimsel ve simgesel yükümlülüğün yerine getirilmesi sorumluluğuyla tanımlanmalıdır. (Avşar, 1996)

Pekin'deki CCTV binasının simgesel anlamını pekiştiren ve toplum tarafından algılanmasını kolaylaştıran sergiler kurum tarafından gerçekleştirilen başarılı etkinlikler olarak görülmektedir. Yapının henüz proje aşamasında yayılan şöhreti, MoMA'da gerçekleştirilen etkinlikler, sergiler ve konferanslarla pekiştirildi. New York Modern Sanatlar Müzesi (MoMA) 2007 yılında düzenlediği bir sergiyle, CCTV Televizyon İstasyonu ve Yönetim Binası'na ev sahipliği yaptı. OMA tarafından tasarlanan ve yapımına 2004 Eylül'ünde başlanan yapının 2008 Pekin Olimpiyatlarına kadar tamamlanması öngörülüyordu. Pekin kent peyzajına 230 metre yüksekliğiyle katılan CCTV Binası, yapım aşamalarını gösteren büyük boy fotoğraflar, üçboyutlu mimari çizimler, maketler ve diyagramlar aracılığıyla geniş çapta tanıtım imkânına kavuşmuş oldu.



Şekil 5.1 MoMa sergisi.



Şekil 5.2 MoMa serginde Rem Koolhaas ve Ole Scheeren.

Gestalt Kavramı

Bazı binalar diğerlerinden daha etkili, akılda kalıcı bir özellik taşıdığını ortadadır. Form özelliklerinin kolay algılanabilir, akılda kalıcı ve önemi vurgulayan bir karakter taşımasının, binanın görsel ve simgesel etkinliğini arttırdığını bilinmektedir. Bu tür karaktere sahip binalar, çevredeki diğer binalardan keskin kontur çizgileri, açık, net ve farklı geometrisi ile ayrılarak kolaylıkla “şekil” olarak algılanabilmekte; böylece Gestalt ilkelerinin “iyi şekil olma” özelliğini kazanmaktadır.

Gestalt teorisine göre, bir bütüne anlam veren, onu oluşturan parçalar değil; bu parçaların ne şekilde bir araya geldikleri ve parçalar arasındaki ilişkidir. Form, görsel dünyada kapalı ve kurguya dayalı bir öge olarak tek başına etkinliği olan temel bir kavramdır; geri plandaki zeminin homojen etkisini kesmeden, onunla bütünleşen, ancak kendini belirgin kılan şekil etkinliği ile algılanır. Formun algılanmasını etkileyen birçok ilke geliştirilmiştir; bunlar, yakınlık, benzerlik, kapalılık, devamlılık, süreklilik, kuşatılmışlık ve simetri ilkeleridir. “Gestalt Teorisi”, tüm algılarımızın bir bütün içinde organize edildiğini açıklar. (Avşar, 1996)

Aralarında dinamik bağlar olan parçaların bir araya geliş biçimi, bütüne anlam kazandırmaktadır. Parçalar ya da birimler tek tek bir şey ifade etmemekte; biçimsel

organizasyon ilkeleri ve alan kuvvetleri yardımıyla bütünlük etkisi güçlenmektedir. (Aydınlı, 1993)

Kentsel mekânın algısal etkinliğini, tek başına duran bir binanın nasıl bir karaktere sahip olması gerektiğini, pozitif ve negatif mekân kavramlarıyla ve Gestalt ilkelerinin şekil – zemin etkinliği bağlamında açıklamıştır. Bu görüşlere göre, Manhattan’daki yüksek binaların ezici yoğunluğu ve birbiri üstüne düşen gölgeleri, bu binaların “şekil” etkinliğini güçlendirecek bir zemin bulamamasına neden olmaktadır. Ancak Chrysler Binası, Empire State Binası gibi farklı bir kontur çizgisiyle yükselen ve gökyüzü ile bütünleşebilen bazı yüksek binaların belirli mesafelerden “şekil” etkinliğini algılamak olasıdır.

Kurumsal Kimlik Ve Organizasyon Reklâmı

Kurumsal kimlik ortaya bir tasarım anlayışı olarak ortaya çıktı ve 1970’lerde bir tasarım sorunu olarak yönetsel ilgiyi üzerine çekti. Bu ise; kurumsal kimliğin stratejik bir araç ve rekabet avantajı sağlayan bir kaynak olarak görülmesine yol açtı. Kurumsal kimlik, kurumsal paydaşlar içerisinde saygınlık yaratmak ve destek sağlamak ve ortaya çıkmış olan bu yeni iş ortamında rekabet avantajı sağlamak için stratejik bir kaynak olarak ele alınmaya başlandı.

Kurumsal izleyicilerin yatırım kararlarını, kariyer kararlarını verirken ve ürün tercihlerini yaparken şirketlerin itibarına güvendikleri yaygın olarak kabul edilmektedir. Kurumsal kimlik için, “Bir şirketin kendisinin nasıl tanındığına ve insanların şirketi nasıl tanımlamasına, hatırlamasına ve anlatmasına izin verdiği anlamlar topluluğu” tanımı uygun olmaktadır. (Melewar, 2003)

Kurumsal kimliğin sağladığı çok çeşitli avantajları vardır. Birincisi olarak, kurumsal kimlik çalışanları motive eden merkezi bir kuvvet rolü oynayabilmektedir. Melewar ve Saunders kurumsal görsel kimliğin; şirkete, ürünler, binalar, araçlar ve diğer işlerle ilgili unsurlar gibi çok geniş bir ölçekteki uygulamalarla kendi görsel kimliğini iletmeye yardımcı olduğunu belirtmişlerdir. (Melewar, 2003)

Bir kitle iletişim aracı olan reklâmlar çeşitli medyalarla milyonlarca kişiye ürün, hizmet, simge, fikir ve organizasyon hakkında mesaj yollama amacını taşırlar ve genel olarak ürün ve hizmet reklâmı ile organizasyon reklâmı olmak üzere iki grupta toplanırlar.

Hizmet reklâmı ürünlerin tanıtılmasına yönelik, kısa süreli reklâmlardır. Organizasyon reklâmı ise topluma yararlı iyi bir organizasyon imajı yaratmaya yönelik olan bu tür reklâmlarda amaç, uzun sürede organizasyona itibar ve prestij sağlamaktır. Bu reklâm türüne gelecekte etkili reklâm adı da verilmektedir. Organizasyonların firma imajı yaratmaya yönelik nedenlerini daha ayrıntılı şekilde şu noktalarda toplamaktadır. “Organizasyon konusunda güven oluşturarak ilerdeki yıllarda bu güvenin meyvelerini toplamak; yeni pazarlar açmaya yarayacak organizasyon tanınmışlığını ve kabulünü sağlamak; gelişen, ilerici, teknolojiye önder kuruluş olduğu imajını yaratabilmek; satış örgütünün moralini yükseltmek; organizasyona karşı olumlu duygular yerleştirmek.” Garbett de organizasyon imajının yararlarını şu maddelerle açıklamaktadır:

1. Organizasyonun adının müşteri üzerindeki etkisi nedeniyle satışların artmasını sağlaması
2. Kamuoyunda saygı duyulan bir organizasyonda çalışmanın, çalışanların moralleri üzerinde olumlu etkileri nedeniyle organizasyon bünyesinde tutulmalarının kolaylaştırması
3. Yüksek teknoloji kullanan alanlarda uzman istihdamını mümkün kılması
4. Hisse senedi fiyatlarını artırması
5. Kredi imkânlarının artmasıdır.

Bir binanın dış görünüşü ile reklâmcılıktaki ambalaj kavramı arasında kolayca yakınlık kurulabilir. Yüksek binalarda dış geometrik biçim, organizasyonların kolay hatırlanabilir simgeleri olan reklâmcılıkla ilgili “logo” kavramı çerçevesinde de kullanılabilmektedir.

Türkiye İş Bankası Genel Müdürlük Binası, bir süre ilgili organizasyonun “logo”su olarak diğer medyalar aracılığıyla değerlendirilmiştir. Yüksek binalar ölçüleri bakımından bu amaçla kullanılabilecek en önemli yapı türüdür. Genellikle büyük kentlerin rant değeri yüksek yoğun bölgelerinde yer aldıklarından, iletilmek istenen mesajı daha büyük bir kitleye taşırlar. Reklâmcılığın temel amaçlarından biri olan, belirli bir organizasyonun varlığını bilinçlere yerleştirmek konusunda iyi birer araçtırlar. (Colley, 1961)

Her mimarlık ürünü iki temel değer barındırmaktadır. Bunlar kullanım ve anlam değerleridir. Şüphesiz bu iki değerle birlikte, bunların bileşkesi ya da alt kümesi olan başka değerlerden de söz etmek olasıdır: Rant değeri, bellek değeri, kimlik değeri gibi. Modern mimarlığın en belirgin özelliklerinden biri, anlam değerini kullanım değeri üzerinden oluşturmasıdır. En azından geçtiğimiz yüzyılın sonlarına kadar hâkim olan bu anlayış, yapının temsiliyet sorumluluğunu inşaat unsurları üzerine yüklemiş, yapının kendini ifade biçimi ile tektonik

varlığı arasında rasyonel akla dayalı bir bağ aramıştır. Modern sonrası tüketim toplumunun getirdiği yeni değer anlayışları, bütün tüketim objelerinde olduğu gibi mimarlık ürünlerinde de etkili olmuş, yapıların anlam ve kimlik boyutları kimi zaman işlev boyutu ile yarışacak kadar bağımsız ve baskın bir değer girdisi oluşturmaya başlamıştır. Bu yeni düzen içinde mimarlık nesnesi, sadece kullanılan değil, aynı zamanda – hatta öncelikli olarak – temsil eden, kimlik atfeden, farklılık ve özgünlüğün, ayrıcalıklı olmanın sınırlarını belirleyen bir tüketim ortamı olmaya başlamıştır. Şüphesiz bu dönüşüm sürecinde teknolojik gelişmelerle gelen işlevsel esnekliklerin, giderek hızlanan fiziksel ve mekânsal dönüşümlerinde rolü büyüktür.

Mimarlık, işaretler dili olarak da tanınmaya ve kabul edilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda anlam, yani “semiotics” önem kazanmıştır. Postmodern dünyada anlamın üretimi, işgücü üretimi kadar değerli hale gelmiştir. Postmodern dünyanın sloganı da artık “küresel düşün, yerel davran*” olmuştur. (Özdamar, 2006)

5.1. Güç Ve Prestijin Büro Binaları Aracılığıyla Gösterilmesi

Vitruvius mimarlığın “Sağlamlık, Fonksiyonellik ve Zevk” unsurlarından oluşması gerektiğini savunmaktadır. İyi yapılmış, kullanıcı gereksinimlerine cevap veren ve göze hoş gözüken binalar olmalıdır. Bu durum, günümüzde de geçerliliğini korumaktadır. Başarılı ofis binaları sadece üç boyutta hizmet vermezler. Onlar için dördüncü boyut olan zaman da hayati önem taşımaktadır.

Yapı sektörünün dinamik ve rekabetçi yapısı, firmaların, sektörde yer edinmeleri ve mevcut yerlerini koruyup genişletmeleri açısından rekabet stratejilerine öncelik vermelerini gerektirmektedir. Mesela, 1931 yılında inşa edilen 102 katlı Empire State Binası’nın sahipleri, 1960’larda 110 katlı World Trade Merkezi’nin projesi açıklandığında, mahkemeye başvurarak bu girişimi durdurmaya çalışacak, ancak başarılı olamayacaklardır. Son yıllarda büro binaları tasarımında ve uygulamasında cesaretli, yenilikçi çözümler geliştirilmektedir. Bu yapılar, şirkete ait toplu çalışılan bir genel müdürlükten çok, özel işlevlerle donatılmış ve düşünsel düzeyde büro binalarıdır. Yapının dış etkisinde resmi ve törensel bir karakter oluşturulurlar.

Öne çıkan etkili formlarıyla yeni binalar, kent şemalarında yeni ve etkin bir nirengi noktası yaratma çabasındadırlar. Genellikle dış görünüşleriyle ve simgesel olarak firmanın imajını

* Think globally, act locally

gösteren binalardır. Günümüzde bir kuruluşun gücünü simgeleyen ve dünyaya bunu gösteren o kurumların genel merkez binaları olmaktadır. Bu binalar kentin simgesi haline gelirler. Bazen de bulundukları ülkenin ekonomik ve kentsel gelişmesinin sonucu, kurumsal stabilitesini yansıtan ve ülkenin politik gücünü dünyaya gösterme amacıyla yapılmış olabilirler. (Onat, 1999)

Aynı yaklaşım artık büro planlamasında geleneksel yöntemlerin yanı sıra, cesaretli ve yenilikçi çözümler geliştirilmesini de gerektirmektedir. Kitleyi belirleyen yeni bir etken, bir sembol olma, planlama da yeni yaklaşımları zorunlu kılmaktadır.

Günümüzde büro binaları, zengin ifade çeşitliliğini, bina kütlesinin farklı katlarda içe ait işlevi yansıtan değişik biçimlenmeleri sonucu veya salt estetik endişelerle, karmaşık bir geometrik kurgunun çelişki, anlam ve mesaj yüklü yorumu sonucu kazanmaktadır. Büro binalarının ifade çeşitliliğine bakıldığında biçimsel zenginliğin giderek ölçek ve imaj açısından olumlu bir görsel ve simgesel etkinlik yarattığı izlenmektedir.

Genellikle dış görünüşleri ile kentin veya bir şirketin simgesi olan büro binaları, iç mekân tasarımları bakımından da ideal çalışma alanlarının oluşturulmasını sağlayan, teknolojinin ve endüstriyel tasarımın başarılı uygulamalarını gerçekleştirmektedirler. Bu yapılarda mekân, işlev, strüktür ve dolaşım tek ve uyumlu bir örüntü oluşturacak şekilde bir araya getirilmiştir.

İki öge, strüktür ve doku, mimarının amaç edindiği değerlerdir ve bina bunlarla kültürel birikimini ve özgün dilini ortaya koymaktadır.

Bunlardan başka kentsel çevrenin kalitesini yükseltmek amacıyla yapılan büro örnekleri de vardır. Bunların plastik etkilerinden çok kitle kompozisyonları, kentin o bölümündeki kamusal alanları ve sokak örüntüsünü oluşturacak şekilde düzenlenir. Başka bir anlatımla büro binaları, kent mekânlarını tanımlarlar ve kentin bir bölümünü şekillendirirler.

Güç ve prestijin büro binalarında gösterilme kriterlerini beş ana bölüme ayırabiliriz:

1. Kütlesel form:

- Yükseklik kavramı
- Farklı, alışılmışın dışında mimari yöntemlerle tasarlanmış ve üretilmiş olması
- Tasarımında kullanılan malzemelerinden oranlarına kadar estetik biçimlenişe sahip olması

2. Kurum yapısı:

- Şirket ve kurumların reklâmlarında genel merkezlerini kullanmaları
- Büro binasında bulunan şirketin özelliğini simgesel olarak yansıtırma
- Büro binalarının tasarımında “Yıldız” mimarlarla çalışılmış olma
- Yeni çalışma prensipleri
- İç mekân konforu olarak alışılmışın dışında çalışma ve sosyal alanlar barındırması

3. Büro binasının konumu:

- Bulundukları noktalarda simgesel, ikonik yapı haline gelmesi
- Bulunduğu bölgenin yapısal, fiziksel ve kültürel özelliklerini yansıtırması
- Tarihi dokunun içinde yer alması

4. Büro binasının etkileri:

- Turizm amaçlı organizasyonlarda kullanılması
- Vaziyet planı olarak şehrin o bölümünü düzenleme ve ya etkileme
- Bulundukları bölgenin altyapısına bir yük olmaması ve ya altyapı sorununu azaltacak çözümler üretmesi
- Bölgede yaşayan halk tarafından benimsenmesi gibi nedenlerle açıklanabilir.

5. Teknolojik gelişmeler:

- Teknolojik gelişmelere uyumu
- Yeni üretim ve bakım sistemleriyle binanın oluşması
- Enerji etkin kullanımına dikkat etmesi ve binanın ekolojik yapı olarak çalışması
- Binanın işletim sisteminde farklılık yaratma

Çizelge 5.2 Güç Ve Prestijin Büro Binaları Aracılığıyla Gösterilmesi

GÜÇ VE PRESTİJİN BÜRO BİNALARI ARACILIĞIYLA GÖSTERİLMESİ	
Kütlesel Form	• Yükseklik kavramı • Farklı, alışılmışın dışında mimari yöntemlerle tasarlanmış ve üretilmiş olması • Tasarımında kullanılan malzemelerinden oranlarına kadar estetik biçimlenişe sahip olması
Kurumun yapısı	• Şirket ve kurumların reklâmlarında genel merkezlerini kullanmaları • Büro binasında bulunan şirketin özelliğini simgesel olarak yansıtmaya • Büro binalarının tasarımında “Yıldız” mimarlarla çalışılmış olma • Yeni çalışma prensipleri • İç mekân konforu olarak alışılmışın dışında çalışma ve sosyal alanlar barındırması
Büro binasının konumu	• Bulundukları noktalarda simgesel, ikonik yapı haline gelmesi • Bulunduğu bölgenin yapısal, fiziksel ve kültürel özelliklerini yansıtmaya • Tarihi dokunun içinde yer alması
Büro binasının etkileri	• Turizm amaçlı organizasyonlarda kullanılması • Vaziyet planı olarak şehrin o bölümünü düzenleme ve ya etkileme • Bulundukları bölgenin altyapısına bir yük olmaması ve ya altyapı sorununu azaltacak çözümler üretmesi • Bölgede yaşayan halk tarafından benimsenmesi gibi nedenlerle açıklanabilir.
Teknolojik gelişmeler	• Teknolojik gelişmelere uyumu • Yeni üretim ve bakım sistemleriyle binanın oluşması • Enerji etkin kullanımına dikkat etmesi ve binanın ekolojik yapı olarak çalışması • Binanın işletim sisteminde farklılık yaratma

Büro binaları, işletmelerin rekabetsel avantajlarını koruyabilmelerini sağlayan en önemli firma kaynaklarından biridir. Etkin bina yönetimi, organizasyonlar için yüksek verimde çalışanlar, dolayısıyla minimum maliyet ve maksimum kazanç demektir. Minimum 50–60 yıllık bir süre için inşa edilirler. İlk 15–20 yıllık süre kapsamında ise tasarlandıkları fonksiyona hizmet vermeleri beklenir. Ancak, teknolojik gelişmelerdeki hızlı değişim sebebiyle günümüzde 20, 10, hatta beş yıllık büro binaları dahi eskime tehlikesi ile karşı karşıya kalabilmektedirler.

Büro binalarının temel görevi olan organizasyon çalışanlarını işletmenin amaçları doğrultusunda destekleme görevini en iyi şekilde yerine getirebilmesi ancak, değişim ve yeniliklere uyumlu olacak şekilde mümkündür. Organizasyonların sahip oldukları ya da kiraladıkları binalarının, işletmenin başarısında çok önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Bu sebeple, bu çalışmada, çeşitli firmaların zamanla binalarında yaşadıkları problemlere ilişkin alternatif çözümlerin neler olabileceği araştırılmıştır.

Rekabet avantajı arayan şirket sahiplerini/ yatırımcılarını şirket gayrimenkullerinin yönetilmesinin önemi konusunda ikna etmeye yeterli olması gerekirken, ofis binalarına yapılan yatırımlar genellikle önlenemeyen “batık” işletme maliyetleri olarak değerlendirilmektedir. Şirket üst-düzey yönetimlerindeki genel kanı, işletme binalarına ilişkin maliyetlerin kontrolünün büyük bir çaba veya bir uzman becerisi ya da üst düzey yönetici ilgisi gerektirmeyen bir alan olduğudur. (Civan ve Giritli, 2004)

Ancak, pazardaki rekabet avantajlarını korumak isteyen şirketler, şirket gayrimenkullerini bir değer olarak ele almanın önemini görmeye başlamışlardır. Bu tür şirketler, ofis binalarını organizasyon amaçlarına ulaşılması için emek veren şirket çalışanlarına destek veren bir alt yapı sistemi olarak kabul ederler. Diğer bir deyişle, ofis binaları şirket çalışanlarının görevlerini yerine getirirken hizmetlerinde olan destek sistemleridir. (Civan ve Giritli, 2004)

Kurumların sahip olduğu gayrimenkullerin iki önemli görevi vardır. Bunlardan ilki şirket aktivitelerini desteklemek, ikicisi ise organizasyonun rekabet stratejisine katkıda bulunmaktır.

İkinci görev, organizasyonun dünyaya sembolik tanıtımıdır. Organizasyonun fiziksel yerleşimi, o şirketin çalışanları, müşterileri, ve tedarikçileri tarafından şirketin vizyon ve misyonunun bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Bu sebeple güçlü bir şirket gayrimenkul

stratejisi, organizasyonunun hem lojistik hem de sembolik gücünü arttırır ve organizasyonun rekabet stratejisine katkıda bulunur.

Şirket sahipleri ve bina işletmecileri rekabet avantajlarını koruyabilmek adına gayrimenkullerini etkin bir düzeyde tutmanın önemini fark etmişlerdir. Bunun için ofis binalarının imajlarının her daim yeni ve çekici olarak korunması, alt yapı sistemlerinin güncel ve verimli olması ve strüktürünün sağlam ve güvenli kalması istenmektedir. (Civan ve Giritli, 2004)

5.2. Güç Ve Prestij Simgesi Olan Büro Binalarının Fiziksel Çevrede Yarattığı Etkiler

İnsanların barınma gereksinimini karşılamak üzere ağaç kovukları ve mağaralar ile başlayan doğaya biçim verme ve yapay çevre oluşturma süreci, günümüzde “high-tech” yapıların tasarlanıp uygulanmasına kadar ulaşmıştır. Bu süreç içinde ‘tasarlama’ eyleminin dayandığı temel nokta, dönemin koşulları içerisinde yapılan biçimlendirme ve bu biçimlendirmeye anlam yüklemek olmuştur.

En sade mimari üründen, kent oluşumuna ve giderek bölge planlamasına dek kabul edilmesi gereken yaklaşım, ‘renkler ve zevkler tartışılır’ ilkesi olmalıdır. Çünkü yaratılan fiziksel çevrenin estetik değeri, insanların öznel yargılarını aşar ve belli ölçütler çerçevesinde değerlendirilerek, nesnel bir gerçeklik halini alır. (Avşar 1998)

Mimarinin temsili değeri, ayrıcalıklı bir kimlik oluşturmaya yönelik araç olması, sadece tekil yapı ölçeğinde bu yapıların sahipleri ile sınırlı bir olgu değildir. Yapılar, içinde yer aldıkları şehir ya da ülke ölçeğinde de bir ifade etme aracı olmakta, farklı ölçeklerde çekicilik kazanarak dönüştürücü bir güç oluşturmaktadırlar. Bu durumun getirdiği yeni algılama biçimleri mimarlık programlarını salt işlevle sınırlı olmayan, ifade geliştirme, kimlik oluşturma araçlarına dönüştürmektedir. Bu yapıların sahipleri büyük finans kurumları ve yatırımcılar olabileceği gibi, kimi zaman da belediyeler hatta hükümetler olabilmektedir. (Güzer, 2007)

Sanayi ve hizmet sektörünün büyümesi, büro binalarının sayıca artmasına, yeni iş merkezi alanlarının kurulmasına neden olmuştur. Sürekli iç göç ve rantın yükselişi, büro binaları inşasının kontrolsüz artışını beraberinde getirmiştir. Bu süreç kent oluşumunda büro binalarının konumlanışını ve kütle biçimi kararlarını vermeyi daha önemli hale getirmiştir.

Çünkü bu süreçte büro binaları, kentsel oluşumun önemli bir ögesi durumuna gelmiştir ve kentsel çevre algısında ayrı bir önemi taşımışlardır.

Büro binaları yüklendikleri işlevlerle ve itibar odağı yapısı olma iddiasıyla birer simge durumundadırlar. Büro binaları kent oluşumunun en önemli öğelerinden birisidir. Genellikle ofis binalarının kent içerisinde konumlanması da rant nedeniyle odak noktası haline gelir. Büro binalarının ekonomik, fonksiyonel ve sembolik değerleri şehir gelişiminin, şehir planlamasının ana öğeleri olarak görülmektedir.

5.2.1. Çevresel İmaj Sistemi Ve Simgesel İfade

Şehirler modern şehir yaşantısına kadar görsel hafızayla belirlenen ve günümüzde şehir planlama kararları sonucunda kurallara dökülen alanlara ayrılmaktadır. Salt bireyin bakış açısından şehirlerin taşıdığı anlamı, çevresel imaj sisteminin öğelerini Lynch şöyle açıklamaktadır:

1. Yollar, insanları yönlendiren hareket kanalları (Paths),
2. Kesişim noktaları, kavşaklar, meydanlar gibi kritik noktalar (Nodes),
3. Kenarlar, fiziksel sınırlamalar (Edges),
4. Bölgesel, çeşitli etkinliklerin süreklilik kazandığı mekânlar (District),
5. Referans noktaları, çevreyi simgeleyen etkili yapılar (Landmark)dır. (Aydınlı, 1993)

Lynch' in kolay algılanabilir, akılda kalıcı şehir imajını oluşturan beş ögesi yollar, sınırlar, düğüm noktaları, bölgeler ve referans noktası –landmark–, bir çevrenin bütün olarak algılanmasına ve kavranmasına; böylece zihinsel haritaların oluşmasına neden olmaktadır. Bu referans noktaları insanlar tarafından belirleyici noktalar olmaktadır. İnsan davranışlarını organize eden, zihinsel etkinliklere ortam hazırlayan, iletişimde simgesel ifade temeli oluşturan kentsel mekânlar, görsel kalite yaratmaktadır.

Bir şehirde yol bulma, gerek yarar sağlayan, gerekse farklılık gösteren bir davranış olarak tanımlanmakta; kavramsal/bilişsel haritaların saptanmasına ilişkin bir araştırmada bu olguya dikkat çekilerek bir kentin zihinsel haritasının, ilgi uyandıran, odak noktası olabilecek yerler tarafından kurulduğu ileri sürülmektedir (Aydınlı, 1993). Yüksek estetik kaliteye sahip yerler “landmark”, odak noktası, olma eğilimi gösterirler. Bu odak noktaları, ayrıca bireylerin eylem

sisteminde de önemli bir role sahiptir; diğer bir deyişle, önemli bir işleve sahip yapı elemanları veya yapının kendisi odak noktası olarak algılanmaktadır.

Konumuzla ilgili olarak büro binalarının görsel etkinliği, çevresel imaj ve kimlik yaratan, anlam taşıyan, güç ve prestij yansıtan mesajlar barındırma amacı taşımaktadır. Bunu yapabilen büro binaları estetik açıdan olumlu olarak değerlendirilmektedir. Şehir merkezlerinde, arazi şartları ve alan yetersizliğinden dolayı büro binaları yükselmekte ve kent için yarattığı etkilerin dışında fiziksel değişime de yol açmaktadır.

Hanover'deki Norddeutsche Landesbank'ın yenilenen yönetim kompleksi, yükseklikleri 4–7 kat arasında değişen, bir ağ oluşturacak şekilde birbirine eklemlenmiş yapı bloklarından oluşmaktadır. Binanın yapılması için ayrılan arazi kentin kuzeyi ile güneyinin tam kesişme noktasıdır. Arazi batıdan belediye sarayına ve bir spor ve rekreasyon alanı olan Maschparkia'ya bakmaktadır. Arazinin kuzeydoğusu yoğun bir trafiği içermektedir. Alanın doğu sınırında "Theater am Aegi" isimli tiyatro binası bulunmaktadır.

Etrafı caddelerle çevrili geniş bir alana oturan binanın merkezinde büyük bir iç bahçe yer almaktadır. Yönetici binası olarak kullanılacak yeni kompleksin yeri; satış, ticaret, konaklama, kültür ve spor gibi pek çok aktiviteyi bir araya getirmektedir. Yüksekliklerin farklılaşmasıyla var olan kent dokusuna uyum sağlanmıştır.



Şekil 5.3 Norddeutsche Landesbank Büro Binasının Çevreden Algılanması.

Hillier'in önerdiği ve Edwards'ın (1986) geliştirdiği modele göre yüksek yapıların çevrelerine yaptıkları müdahale beş farklı davranışla dengelemektedirler; Bunlar yapının;

1. Yapısal çevre içinde düzenleyici,
2. İklimsel düzenleyici,
3. Davranış düzenleyici,
4. Kültürel düzenleyici,
5. Kaynak düzenleyici olmasıdır.

Bir diğer örnek, Phare Kulesi, Paris'in dışında, Avrupa'nın Londra'daki London City'den sonra en büyük ticaret merkezi olarak kabul edilen La Défense bölgesinde yer alacaktır. Bina, Paris'in kıyısında yer alan ticaret ve iş merkezi olan La Défense'in yeniden yapılandırma projesinin bir parçasıdır. 300 metre yüksekliğinde olacak gökdelen, Paris'in sembolü 324 metrelik Eyfel Kulesi'nden sonra kentin en yüksek ikinci binası olacaktır. Şehirle kuracağı ilişki ve sürdürülebilirlik konusundaki iddiasıyla bölgede gelişimin simgesi olarak görülmektedir. Ayrıca Paris'in modern sembolü olarak da görülmektedir.



Şekil 5.4 Phare Kulesinin La Défense Bölgesindeki konumu.

İşverenlerden Unibail'in CEO'su Guillaume Poitrinal, bu gökdelenin rekor bir yüksekliğe sahip olmamasını, rekor bir kule istemediklerini açıklarken, EPAD'ın müdürü, Bernard Bled'de, Fransa'nın tutkusunu ve hırsını ortaya koyan simgesel bir kule istediklerini belirtmiştir. Binanın dikdörtgen bir zemin üzerinde, rüzgar tribünlerinin yer alacağı organik yapıyla oluşturulan formunun “ikonografik” olarak yorumlanmasına neden olmaktadır.

Unibail Genel Başkanı Guillaume Poitrinal'ın Phare Kulesi'nin seçilme kararını, fazlasıyla sembolik olan projenin, dikkat çekici ve farklı bir mimari ile yeni teknolojilerden faydalanan sürdürülebilir bir gelişim modeli olduğu için vermişlerdir.

New York Times'dan Nikolai Ouroussoff tasarımı şöyle değerlendirmektedir:

“Yarışmaya katılan diğer ünlü isimlerin projeleriyle bir karşılaştırma yaparsak Mayne'in, hipnotize edici güçte bir bina yaratmak istediğini söyleyebiliriz. Mayne, psikolojik olarak terkedilmiş bir sahadan beklenmedik bir güzellik yaratıyor. Paris merkezinden görülen binanın tiril tiril dış cephesi sofistike bir görünüm sergiliyor. ...Perdenin aurası hoş bir titreşim yaratıyor ve tasarımın yüzeysel olmadığını gösteriyor. Binanın enerjisi La Defense'ın kent içindeki şöhretinin pabucunu dama atacak gibi gözüküyor.”[14]

Yapı, sürekliliğin ve tasarımdaki teknoloji yarışının büyük bir göstergesi olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca bölgesel ve genel olarak kültürel ve ekonomik zenginliğin sergilenmesinde önemli bir etken olacağı belirtilmiştir.



Şekil 5.5 Phare Kulesinin La Défense Bölgesindeki konumu.

5.2.2. Kentsel Ufuk Çizgisi

Şehir merkezlerinde ve iş alanlarında yapılan veya yapılacak olan büro binalarının arazi seçiminde önemli noktalar bulunmaktadır. Şehirlerde kullanılacak arazinin karakteristiği şehrin imajının ve silüetinin yaratılmasında önemli bir faktördür. Bu noktada şehir merkezlerinde yapı yüksekliğinin artması “ufuk çizgisi”nin değişimine yol açmaktadır. Ufuk çizgisi; şehir silüeti; yapı yükseldiklerinin gökyüzünde oluşturdukları sınır çizgisi olarak veya statik olmayan ve her görüş noktasından farklı görülebilen bir resim olarak da tanımlanabilir.

Tarihsel süreçte ve çeşitli dönemlerde şehirler, başarı elde etmek, güç sahibi olmak ve güvenliği sağlamak amacıyla farklı nirengi yapılarının * kent içinde yükselmesini sağlamışlar, bu nirengiler kent formlarına dikkati toplayarak, kent portrelerini zenginleştirmişlerdir. Dini, politik güce ve toplumsal öneme sahip binalar, Sanayi Devrimine kadar kentsel ufuk çizgisini ve kurumsal nirengileri ** oluşturmuştur. Sanayi devriminden sonra büro binaları şehirlerde odak noktası olma özelliğini göstermektedir. Sanayi devrimine kadar genellikle dini yapılar ufuk çizgisini belirlemekteydi. Günümüzde ise büro binaları ve görsel simge olan diğer yapılar ufuk çizgisini değiştirmektedir. (Aksoylu, 2001)

Kentsel ufuk çizgisi şehirlerin kent imajını belirlemektedir. Ufuk çizgisini belirleyen büro binalarında dolayı günümüzde kent imajı; “şehrin toplumsal, ekonomik ve fiziksel bünyesi ile mekânda ortaya çıkmış varlığıdır” tanımlaması yapılabilmektedir. Ayrıca “Tasarı, düzenlenişi, görünümü ve yapılarının yapı tasarımcılık özellikleri ile bir kentin insanda bıraktığı izlenim” olarak tanımlanmaktadır. (Aksoylu, 2001)

Kentsel ufuk çizgisi dışında binanın tek başına oluşturduğu anlam da ifade olarak kullanılabilir. Arhneim, binaların görsel etkinliğini, algılanan ağırlığını etkileyen faktörleri, şöyle açıklamaktadır:

- a) Bir obje görsel ağırlığını, dikkatin toplandığı bölgeyi veya bir kompozisyonun görsel çekim merkezine göre, kaybeder.
- b) Görsel ağırlık, binanın yüzeyssel veya hacimsel kompozisyonunu oluşturan öğelerin dağılımı tarafından etkilenir.

* Landmarks

** Institutional Landmarks

- c) Zeminden yükselen öğeler, potansiyel bir enerji ile yüklü olarak bir araya gelir ve daha ağır görünürler. (Aydınlı, 1993)

Büro binalarını bu konumda özelleştirirsek temel yaklaşım, kentin bir boşluğunda gerçekleştirilen bir bina değil, kitlelerin oluşturduğu ve tanımladığı kent kenarları ve kent boşluklarıdır. Böylece büro binaları, “kentsel etkinin” yaratılmasında kullanılan elemanlar olurlar.

Fiziksel çevre, aynı zamanda sosyal değerleri de ifade etmektedir. Bir yerin sosyal önemi algılanan yapı çevrenin uyarıcı özellikleri yardımıyla oluşmaktadır. Ittelson (1978)’un ifade ettiği gibi: “kent, herhangi bir çevre gibi; değer sistemlerini arttırıcı bir potansiyele sahiptir”. Kert, aynı zamanda, değer sistemleriyle ters düşen, onlarla çelişen özelliklere de sahiptir. Bu bağlamda, sosyal önem, fiziksel çevrede “iyi Gestalt” veya düzen tarafından desteklenen yapıların biçimsel özelliklerine bağlanmaktadır. Bir binanın ya da kamu mekânının ölçeği, tarihsel olarak onun sosyal önemiyle bağlantılıdır. Bu önemi görsel olarak vurgulamak için, tarihi çevrede farklı bir ölçek sergilediğinde, dikkat çekmekte ve estetik olarak algılanabilmektedir. Kamu yapılarında, büro binalarında karşılaşılan form uygulamaları, ilginç ve karmaşık formlar, dikkat çekerek ve heyecan yaratarak da önemi vurgulamaktadır. Ancak bazı çağdaş büro binalarının ölçüsü, önemi vurgulamak için anlamsız bir iddia olarak algılanabilmekte ve büyüklük, çevresiyle olan ölçek farklılığı, onların estetik kalitesini olumsuz olarak etkilemektedir. (Aydınlı, 1993)

5.2.3. Bilbao Etkisi Ya Da Gösteri Mimarlığı

İspanya’nın Bilbao kentinde Frank Gehry’nin tasarladığı ilginç müze binasından sonra kentin bir odak noktası olması ve buna bağlı olarak kentte yeni ekonomik gelişmelerin yaşanması, nüfus artışına ve önemli merkezler arasında sayılmasına neden olmuştur. Tek bir binanın bölgesel olarak değişime neden olmasından dolayı “bilbao etkisi” tanımı ortaya çıkmıştır.

Modernlik düşüncesinden ana sapmalar olan ‘dış’ın ‘iç’ten kopartılması, strüktürel saydamlığın yitirilmesi, ‘dış’ın ‘iç’ten bağımsız ifadesinin kurulmasında imajın ön plana oturtulması, tarihselliğin kutsanması amacıyla eski klasik arketiplerin, yaratılmış imgeler olarak dış kabuğa yedirilmesi, geleneksel kentin – modern kentsel dönüşümler ile – geliştirilmesi yerine nostaljik düzeyde mimariye dahil edilmesi gibi eğilimlerin sonucunda,

zengin veya gelişmekte olan tüm coğrafyalara yayılmış olan Gösteri Mimarlığı ortaya çıkmıştır.

Gösteri mimarlığının büyüleme gereksinimi, sanatın özü olan büyü kavramının yaratıcı – olumlayıcı yanını kullanmaktan çok, bir panayır, pop konseri veya sihirbazlık gösterisine büyülenme telkiniyle gelen kitlenin gösteriyi sürdürebilmesini sağlamak ve daha da önemlisi, kitlelerin, hegemonyanın arkasındaki egemenlik, iktidar, güç ilişkilerini algılayabilmelerini olanaksız hale getiren büyü perdesiyle körleştirilmesidir. (Tokyay, 2005)

Guy Debord'un 1967'de öne sürdüğü çerçevede, modernist kentin aksine postmodern kentte kamusal mekânlar ticarileşmiş gösterilerin sahnesine dönüşür. Mimarlık, salt kendi varlığı ile bu gösterinin bir parçasıdır. Mimarlık yarışmaları, projelerin medyada duyurulması, inşaatın kendisi, mimari tasarımın referansları ya da mimarın kimliği ve tanınırlığı, yeni teknolojilerin tasarımda ve inşaatla kullanımı, projenin çoklu işlevlere açık olması, yapının malzemelerinde ve detaylarında mükemmelliği gibi başlıklar yanında, içerdiği aktivitelerle mimarlık kentsel bir gösteri haline gelebilmektedir. Gösteri olarak mimarlık çabuk tüketilebileceği için, küresel kentler rekabet halinde yeni mimari yapıtları projelendirmek, hatta tarihî mekânları bile yeniden tasarlamak durumundadır; yeni imgelere ve ikonlara ihtiyaç duyulmaktadır. (Erkal, 2007)

Gösteri unsuru haline gelen binalara örnek olarak Londra'nın merkezindeki Swiss Re Genel Merkezi gösterilebilir. Binanın simgeselliği ve gücü çok büyüktür. Bu etki binanın bir belgele konu olmasına neden olmuştur. Halk arasında Gherkin –Salatalık Turşusu– olarak adlandırılan bina ile ilgili bir belgesel çekilmiştir. Belgeselin adı “Building The Gherkin”^{*} dir. Belgeselde binanın nefret edilen bir objeden nasıl bir ikona dönüştüğü anlatılmaktadır. 2006 Londra Mimarlık Bienali kapsamında ilk kez gösterilen belgesel, daha sonra sinemalarda gösterime girmiştir. Ayrıca, belgesel 2006 yılı Montreal'de düzenlenen 24. Uluslararası Sanat Filmleri Festivali (FIFA)'da “En İyi Röportaj” ödülünü almıştır. [15]

Kentlerin mimarlık aracılığı ile çekim merkezine dönüşüm sürecinde yapılanlar, yatırım büyüklükleri ve öne çıkarılan işaret değerlerinin ötesinde, kenti ve Kent Kültürü'nü geri

* “Building the Gherkin” isimli yeni belgeselin yönetmeni Mirjam von Arx “ İlk başta binanın yarattığı tartışmaları unutmak kolay,” yorumunu yapıyor. İsviçreli yönetmen Von Arx, özellikle aşırı milliyetçiler tarafından yapının İsviçreli sigorta şirketine ait olmasına üzerine basında çıkan “İsviçreliler Londra'yı yok etmek istiyor” başlıklarını hatırlatıyor. Von Arx, filmde bina strüktürü ya da yapım süreciyle ilgili çok fazla detaya yer verilmediğini söylerken filmin daha çok mimari süreci karmaşık bir pembe dizi gibi yansıttığını anlatıyor. [16]

besleme biçimleri ile değerlendirilmeli, popüler tüketim ortamında kabul görme biçimleri kadar mimarlık ve sanat ortamındaki meşrulaşma biçimleri de önemsenmelidir.

Sosyal antropolog Adrian Franklin'e göre belirgin bir şekilde turistikleşen dünyada, gösteri olarak mimarlık, salt yapının imgesiyle sınırlı kalmıyor; proje programlarını da dönüştürüyor. Tanım gereği turistik olan yapıların yanında, birçok projenin programı, turistik dolaşımı içerecek ve ayrıştıracak şekilde planlanıyor. Bu tür bir talebe ilk örneklerin, yüksek ofis yapılarının panoramik kulelere dönüşmesi olduğu söylenebilir. New York Empire States binasından, Paris Montparnasse Kulesi'ne, Sears Towers'ın cam kubbelerine ve Kuala Lumpur'da Cesar Pelli'nin İkiz Kuleleri'ne kuyruklarda beklemeyi göze alan turistleri özel asansörlerden gözlem teraslarına aktarmak bilbao etkisinin sonuçlarına örnek olabilir.



Şekil 5.6 Petronas Kulelerini Birbirine Bağlayan Köprünün İçinden Görüntü.

Petronas Kulelerinin daha da çok tanınmasına neden olan olaylardan birisi de Sean Connery ile Catherine Zeta-Jones'un birlikte oynadığı 1998 yapımı "Kurda Tuzak - Entrapment" isimli filmidir. Film, Malezya'nın geri kalmış bir ülke gibi gösterilmesi nedeniyle, başta Malezyalıların tepkisini çekmesine rağmen, yapımcı şirket, filmi, ABD'den önce, dünyada ilk olarak Kuala Lumpur'da yayına sokarak binanın etkisini kuvvetlendirdi.

Petronas Kuleleri, Microsoft başta olmak üzere birçok bilgisayar oyununun içinde de yer alıyor. Bunun dışında toplumsal olaylara tepki eylemleri ve kişisel güç gösterilerinde Petronas Kuleleri kullanılmıştır. Bunlardan en ilginç “örümcek adam” lakaplı Fransız dağcı Alain Robert’in 2007 ve 2009 yıllarında Petronas Kulelerine tırmanışıdır.[17] Bütün bu olaylar binanın ve bağlantılı olarak şirketlerin gösteri unsuru olmasını pekiştirmektedir.

Sears/Willis Kulesinin, 412 metre yükseklikte 103. katında bulunan izleme bölümleri Nisan 2009 yenilenip ziyarete açılmıştır. “Ledge”, “Efsane” ve “Gökyüzü Platformu” adı verilen şeffaf izleme odaları sağlamlaştırılmış camdan üretilerek 412 metre yükseklikte “havada asılı” durma hissini yaşatmaktadır. Bina ve Willis şirketinin reklâm kampanyaları dâhilinde gerçekleştirilen bu platformlar Sears / Willis Kulesini yeni bir çekim merkezi haline getirmektedir.

Açıldığından bu yana 100’den fazla farklı şirket binayı kullanmıştır. Chicago şehrinin en önemli merkezi haline gelmiş olması da tercih edilme sebebi olmaktadır. Bunun dışında turizm ögesi olarak da önem taşıyan binaya senede 1,3 milyon kişi ziyaret etmektedir. İçinde bulunan ofislerde 10.000’den fazla kişi çalışmaktadır. Chicago’da, hatta Amerika’da kurumların kartvizitlerinde Sears Towers yazıyor olması prestij anlamına gelmektedir. Bu nedenle binanın bu zamana kadar bütün sahipleri bu prestiji elde etme amacıyla olmuşlardır.



Şekil 5.7 Sears/Willis Kulesi Gökyüzü Platformu.



Şekil 5.8 Sears/Willis Kulesi Gökyüzü Platformu.

Sears / Willis gökdeleni Amerika'nın en önemli ve simgesel binalarından biridir. Bina, 1973 yılında tamamlanmasından günümüze kadar birçok filmde, kitapta ve televizyon gösterilerinde yer almıştır.

Günümüzde ünlü mimarlar tarafından tasarlanan, kent merkezinde ya da çeperinde bulunan büro binaları da gösteri mimarlığına önem verecek şekilde ele alınmaktadır. Sadece o şehirde yaşayan insanların değil, diğer insanların da bu etki altına girmesi istenmektedir. Kent merkezlerinde fiziksel şartlardan dolayı yükselen büro binaları kentin ufuk çizgisini değiştirmek dışında, bölgede “bilbao etkisi” yaratma fikriyle ortaya çıkmaktadır. Şirket sahipleri dışında şehirde yaşayan diğer insanlar da büro binalarının kentin sahip olması gereken güç göstergeleri olarak görmektedirler. “En yüksek” yarışı toplum tarafından takip edilen bir gösteri olarak karşımıza çıkmaktadır.

REX mimarlık ofisinin tasarladığı Museum Plaza binası, Lousiville şehrinde 1993'te açılan ve şimdiki adıyla Aegon Tower'dan sonra inşa edilen ilk gökdelen olacaktır. İşverenin ve şehirde yaşayan halkın önemseddiği bir projedir. Projenin inşaat halinde olmasına rağmen “bilbao etkisi” yaratacağı söylenmektedir. Bu kadar büyük bir yatırımın yapılması, proje için yapılan reklâmlar ve organizasyonlar, halkın projeye dâhil edilmesi ve inşaat açılışının bile bayram havasında kutlanıyor olması projenin etki alanını göstermektedir.



Şekil 5.9 Museum Plaza Binası İnşaatının Açılışı.

Yüksek büro binalarının görsel özelliklerinin önemi, her zaman göz önünde olmalarından ve büyüklüklerinden kaynaklanır. Gözden gizlenebilecek herhangi bir cephesi yoktur. Her cephesi ve her ayrıntısı günün ve gecenin her saatinde gözler önündedir. Bu nedenle diğer özelliklerinin yanı sıra bir anıttır. Biçimsel özellikleri, içinde yer aldığı bölgeler ve görülebildiği her yerden algılanan çevre ile uyumu açısından az katlı bir binaya oranla çok daha büyük önem taşır. Görüldüğü çevre tanımı günümüzde iletişim olanaklarının gelişimiyle ilgili olarak “her yerden” olarak tanımlanabilir. Bir bölgede anıtsallaşan bir büro binası ekonomik güç anlamında da güvenilirliğe neden olmaktadır.

5.2.4. Olumlu Ve Olumsuz Etkileri

Çizelge 5.3 Büro Binalarının Fiziksel Çevreye Etkileri

BÜRO BİNALARININ FİZİKSEL ÇEVREYE ETKİLERİ	
Olumlu Etkileri	• Kentsel imajın belirlenmesi • Kentsel ekonomik düzeyin geliştirilmesi • Bilbao etkisi yaratması • Şehirlerde yeni merkezler yaratması • Şehirlerde bölgesel alanda kalkınmaya ve gelişmeye yardımcı olması • Teknolojik yeniliklere öncülük etmesi • Bulunduğu bölgede güvenlik faktörlerinde artış olması • Enerji etkin kullanıma dikkat eden ve enerji üreten büro binalarının bulunduğu bölgede enerji kullanımını azaltması • Turizmin gelişmesine katkıda bulunması • Karma yapılar içine bulunan büro binalarında gece gündüz nüfusunu dengelemesi • Büro yerleşkelerinde özel alan yaratmasından dolayı uzmanlaşmış bölgeleri oluşturması
BÜRO BİNALARININ FİZİKSEL ÇEVREYE ETKİLERİ	
Olumsuz Etkileri	• Altyapı sorunlarına neden olması • Doğru tasarlanmadığında trafik sorununa neden olması • Bazı durumlarda iklim değişikliklerine neden olması • Üretim sürecinde çevrede gürültü ve kirlilik yaratması • Yüksek yapılan büro binalarının güneş ışığını kemesi ve gölgelenmeye neden olması • Gece gündüz nüfusunun dengesini değiştirmesi • Yüksek büro binaları bulundukları bölgede rüzgârın yönünü değiştirmesi • Yapımı ve işletimi sırasında şehrin kaynaklarını kullanması • Terör saldırılarında ilk hedef olarak gösterilmesi

5.3. Güç Ve Prestij Simgesi Olan Büro Binalarının Bireyler, Toplumlar Ve Yönetimsel Sistemler Üzerinde Yarattığı Etkiler

Winston Churchill* “Biz çevremizi, yapılarımızı biçimlendiririz; daha sonra onlar da bizi biçimlendirir.”

Yaratılmış olan yapay çevrenin kentliler üzerinde algısal ve psikolojik etkisi büyüktür. Kentin meydanları, sokakları, ulaşım aksları, –kısacası evlerin içi haricindeki tüm çevre– kentlinin evinden daha çok zaman harcadığı dış mekânlardır. Bu mekânların oluşumunda kuşkusuz ki en önemli öge, binaların kütleli formları ve cepheleridir.

Yapının kütleli biçimlenişine, mimari cephe tanımına yüklenen anlam, simgesellik insanlar üzerinde bir anlam ifadesi oluşturur ve bu ifade özelde insana, genel anlamda ise topluma verilmiş bir mesaj olur.

Yapay çevre insan psikolojisini belirleyici bir unsurdur. İnsan yapay çevrenin anlamsal biçimleniş ile kurduğu görsel ilişki sonucu uyarıcı etkiler alır ve bu etkilerden dolayı belleğinde bir yapay çevre imajı oluşturur. Algılayıcıya yani insana bağlı fizyolojik özellikler, kişilik yapısı ve ruhsal-psikolojik özellikler, geçmiş deneyimler, sosyo-kültürel özellikler mekânsal imajın oluşumunda önemli rol oynamaktadır. Fizyolojik süreçte kendini var eden ilk imaja yönelik yorumlar sadece algılayıcıya bağlı olarak değil, algılanan mekânın niteliğine bağlı olarak da farklılık sunacaktır. Renk-Işık, Doku, Form gibi mekânsal uyarım elemanları görsel algılamının temelini oluşturmaktadır. Kamusal, yarı-kamusal, yarı özel ve özel mekânlarda yaşamının büyük bir kısmını geçirme durumunda olan insanın davranışı bu elemanların sadece formu değil, ışığı, rengi, dokusu birlikteliğinde şekillenir, yönlenir. (Başkaya, Dinç, Aybar ve Karakaşlı, 2003)

Mekânın fonksiyonuna cevap verebilme performansı, o mekân hakkındaki görüşleri etkiler. Böylece kentsel çevrenin başarılı bir elemanı olarak dıştan algılanan bir yapının oluşturacağı imaj, aynı yapının kullanıcılarının üzerinde oluşturduğu imajdan farklı olabilir. Bugün pek çok ziyaretçisi olan popüler yapılar, o yapının kullanıcısı tarafından öyle algılanmayabilir. Binanın davranışsal performansı, kullanıcıların mekâna olan tepkilerine neden olmaktadır.

* İngiliz devlet adamı

Heidegger'in* yaklaşımı daima insanları tekil, evrensel bir bireye indirgeme ve özneyi nesneyle çakıştırma eğilimindedir. Böylece yorumcunun öznelliği bir biçimde gözardı edilir ve “anlam” sorunsuzca “verili” olarak algılanır. Ancak bu tür sorulara bireysel bir perspektiften yaklaşmak, anlamı ise evrensel bir veri gibi değil de, bireyden bireye değişebilecek bir şey olarak, sembolik açıdan ele almak daha doğru olacaktır. Sembolik anlam, güzellik gibi, bakan gözdedir, ancak bu onun gerçekliğinden bir şey eksiltmez. Kaldı ki, Fredric Jameson'ın** bize hatırlattığı üzere, sembolik anlam “göstergenin keyfiliği kadar değişkendir.” Bir nesne bir kişi için bir şey ifade ederken bir başkası için basbayağı zıt bir anlama gelebilir. Bu, göreliliği onaylamak değil, yorumun dayandığı perspektifin ve yorumcunun payını teslim etmek gereğinin altını çizmektir. (Leach, 2009)

Mimarlığın altyapısı, varoluş nedeni, estetik yargılamanın kültürel ve psikolojik boyutları ile bir arada ele alındığında, gözlemcinin varlığı-estetik olgu önem kazanmaktadır. Bir binanın ya da yapı çevrenin varoluşuna anlam kazandıran unsurun, gözlemcinin sahip olduğu değer yargıları olduğu görüşü, mimarlıkta estetik değerlerin somut verilerle incelenebileceğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, estetik olarak değerlendirilen bir mimari yapıt, öznel bir anlam kazanmalı, gözlemcinin varoluşuna dayanmalı, kısaca “yaşanmalı”dır. Günümüzde estetik değerler konusunda birbirinden bağımsız olarak gelişen teorik sistemleri bir araya getiren ortak nokta, gözleyen ve gözlenen arasındaki ilişki üzerinde odaklanmaktadır. Bu durumda gözlemci, bir taraftan niceliksel değerleri kaydeden, “nesnel gerçekçiliğin” göz önüne alındığı bir uçta yer almakta; diğer taraftan niteliksel tanımlamaları içeren deneyimin öznel verisine sahip olmaktadır. Bu bağlamda çevreden kaynaklanan uyarıcı etkilerin bireyde yarattığı tepki, kimi zaman yakınlaştırıcı; kimi zaman da uzaklaştırıcı bir davranışa neden olmaktadır. Etkileşim sonucu ortaya çıkan tepki, algısal ve bilişsel düzeyde geliştiğinden, bireyi düşünceye yöneltmektedir. Bu durumda, bireyin görsel ve düşünsel bilgi birikimi, tepkinin estetik değer kazanmasında önemli bir rol oynamaktadır (Aydınlı, 1993). İmaj, değer ve güç ifadesi, estetik değerlendirme ile birlikte gündeme geldi. Bağlı olarak mimarlık ve binalar onu kullanan kadar dışında yaşayanlara da yönelmeyi amaçladı.

İnsanların görsel çevreye karşı gerek estetik nitelik, gerekse simgesel değerler açısından son derece duyarlı olduğu bir gerçektir. Yaratılmış yapay bir çevrede, ofis binalarında oluşturulan mimari cephelerle girdiği etkileşim sonucunda değerlendirmeye ilişkin belirttiği düşünceler, kişisel ve bireye ait yaklaşımlar olduğundan öznellik taşır. Böyle bir değerlendirmede

* Varoluşçu felsefenin önde gelen isimlerindendir.

** Marksist edebiyat kuramcısı, edebiyat eleştirmeni ve teorisyendir.

kişilerin yaşam felsefeleri, dünyaya bakış açıları, eğitim düzeyleri ve hatta siyasal düşünceleri önemli rol oynar. Ancak bireylerin bu yaklaşımlarında görülen ortak yönler ve bireylerin aynı coğrafyada yaşamalarından kaynaklanan düşünsel yakınlıklar değerlendirmelerin nesnelleşmesine sebep olur.

Büro binaları, o kentte yaşayanlar ve o çevreyi kullananlar tarafından ifade edilen güçlü mesajlar taşırlar; ölçek, oran, renk, biçim, sokak karakteri, dokusu, belli bir yerden görme veya görülebilirlik durumu kentin görsel imajını etkiler. Sonuç olarak, büro binalarının görsel nitelikleri, kentsel kimlik ve anlam taşıyan, güç ve prestij yansıtan mesajlar içeren özellikleri, kamuoyunun değerlerini esas alan bilgilerin ışığında tasarım kararlarını etkileyecek bir kapsam oluşturmaktadır.

Yüksek binanın, özellikle de yüksek büro binalarının bir ölçüde heyecan verdiği, o bölgede yaşayanlar için bile prestij ve gurur kaynağı olduğu doğrudur ama bazen insanlar üzerinde ezici etkileri olduğu, ruhsal bozukluklara yol açtığı da bir gerçektir. New York’u birkaç günlüğüne gezen insanların, gökdelenleri, ekonomik güç simgelerini “heyecan verici” bulmaları mümkündür ama otobüs ve metro istasyonlarında, vagonların içinde her yerde “içimizde her on kişiden biri akıl hastasıdır, onlara yardım edelim” levhalarının bulunduğu gerçeği de inkar edilmemelidir.

Bireyler üzerinde psikolojik travmalara neden olan olaylarda toplumları etkilemektedir. Bu duruma en güzel örnek 11 Eylül saldırılarından sonra Chicago şehrinde alınan tedbirlerdir. Sears/Willis Kuleleri nirengi noktası olması ilginç uygulamalar yapılmasına neden olmuştur. 11 Eylül İkiz Kulelere saldırıdan sonra Amerika’da hedef olarak görülen Sears kulesi, binada çalışanlar ve toplum üzerinde korku yaratmıştır. Saldırı sonrası Sears kulesinde çalışanların hepsi evlerine gönderilmiştir. Bunun dışında karadan yapılabilecek herhangi terör saldırısı tehdidine karşın binanın çevresi beton bariyerlerle çevrilmiştir.

Alsop’a göre insanları mutlu hissettiren yapılar “zamansız ve ikonik” olarak tanımlanmaktadır. Bireylerin yaşadıkları ve çalıştıkları yerde kendilerini mutlu hissetmelerinin özünde ait olma düşüncesi vardır. Bunu sağlanması için büro binalarının, yapıldığı bölgede simgesel değer taşıması bir etken olabilir. (Kapucu, 2008)

Çizelge 5.4 Büro Binalarının Bireyler, Toplumsal Ve Yönetimsel Sistemler Üzerinde Etkileri

BÜRO BİNALARININ BİREYLER, TOPLUMSAL VE YÖNETİMSEL SİSTEMLER ÜZERİNDE ETKİLERİ	
Olumlu Etkileri	• Prestijli büro binalarında çalışanların firmaya olan güven duygusunun artması ve verimli çalışmaya neden olması • Sosyal alanlarda artış olmasından dolayı insan ilişkilerin gelişmesi • Prestij unsuru büro binalarında bulunan şirketlerin güvenilirliğinin artmasından dolayı o şirketlerde çalışanların da prestij unsuru olarak yaşamlarına yansıtması • Ulaşım ağlarını rahatlatan prestijli büro yapıları, fiziksel çevreyi rahatlattığından bireylerinde rahatlamasına neden olmaları • Karma yapılar içinde bulunan büro binalarında çalışmanın sosyal yaşantı bakımından avantajlar sağlaması • Prestijli büro yapılarında güvenlik duygusunun olması • İşverenlerin çalışanlarla ve ziyaretçilerle daha iyi iletişim kurması
Olumsuz Etkileri	• Maruz kaldığı yoğun etkilerden dolayı zamanla mekânsal değişikliklerin farkına varamaması • Yüksek büro binaları çevresinde sistemin yapısından doğan ezilmiş olma hissini duyması • Yoğun iş bölgelerindeki çevresel kirlilikler(trafik, ses, doğa kirliliği, görsel kirlilik, ı ışık gibi...) • Prestijli büro binalarının terör saldırılarına hedef olmalarından dolayı çalışanlarda ve orada bulunanlarda güvensizlik hissi doğurması • Hızlı iş yaşantısının kişilere zarar vermesi

6. MİMAR-MÜŞTERİ-TOPLUM İLİŞKİSİNİN TASARIM SÜREÇLERİNE İKTİDAR VE GÜÇ KAVRAMI AÇISINDAN YANSIMASI

Mimarın, tasarım yaparken, toplumun kültürel yargılarına dayalı geçişsel anlamlara ve toplumla arasındaki karşılıklı ilişkiye dikkat etmesi gerekmektedir.

Kültürel incelemeler, gündelik yaşam ile toplum arası ilişkileri inceleyen akademik tabanlı hareketler olarak tanımlanmaktadır. Burada “güç” kelimesi anahtardır; kültürler arasındaki eşitsizlikler, alt kültürler ve bunun gibi konuların incelemesinde hep güçlü bir taraf bulunmaktadır.

İnsan eli ile oluşturulan fiziksel çevrenin temel bileşenlerinden olan binaların formlarını ve boyutunu; binanın işlevi, malzeme ve teknoloji, yapıldığı dönemde geçerli olan mimari görüşler ve müşteri isteği gibi faktörler etkilemektedir.

Binalar, yüklendikleri işlevleri yerine getirirken biçimleri ve boyutları ile kendilerine ve içinde bulunduktan çevreye değişik anlamlar kazandırabilirler; toplum içindeki çeşitli güçleri ve toplum yaşantısını mekâna yansıtır.

Mimarlar, enerji ve maliyet etkinliği yanı sıra kullanıcının fiziksel ve psikolojik üretkenliğini arttıracak yaşama koşulları sunmayı hedefleyen binalar tasarlama hedefindedir. Tasarımlarıyla içinde hareket ettiğimiz ve kullandığımız mekânları kontrol ederek, kullanıcının hareketini, davranışını yönlendirip, şekillendirebilir, sosyo-psikolojik açıdan mutluluk veya mutsuzluklara neden olabilirler. Bir tasarımcının elinden çıkmış mekânlar genelde bize nasıl kullanılmaları gerektiği konusunda ipuçları verirler. Binalar, iç-dış çevre verilerine göre kendi oluşumunu yeniden tanımlayan, canlı bir organizma gibi ayakta duran, dönüşen, dönüştüren güçlü ve dinamik bir içerikte kurgulanmalıdır.

Yer aldığı mekânları biçimlendiren mimar, yaşam kalitesinin belirlenmesinde başkaları yerine karar verecek bir iktidar kullanmış olmaktadır. Mimara ait her tasarım içinde iktidar talebi barındırmaktadır.

Çoğu zaman mimarla kullanıcı doğrudan karşı karşıya gelmemektedir. Bu bir yandan bina yapım süreçlerini hızlandırmaktadır, öte yandan da binaların kullanımının süresini belirsizleştirmektedir. Kullanıcının mimarla ilişkisinin doğrudan kurulmayışının çok önemli

sonuçları vardır. Kullanıcı, sunulanları kullanmak zorunda kalmaktadır. Bu noktada karar veren mal sahibi, bir ölçüde de olsa mimardır.

İktidar bölüşmesinde mimarla doğrudan karşı karşıya gelen mal sahibidir. Mal sahibi bir girişimci, bir “yap – sat”çı, bir kamu kurumu, nadir hallerde de kullanıcıdır. Genelde mal sahiplerinin para kazanmanın ve “daha çok kazanmanın” dışında bir becerileri, bir kültürleri veya bir ahlakları yoktur. İktidar bölüşülmesi sorunu bu durumda en yalın haliyle ortaya çıkmaktadır. Mimarın karşısında talepleri belli olan bir kişi vardır. Bu kişi eğer bir girişimci ise ve binanın yapımından ticari kâr bekliyorsa, talebi, genellikle kullanım değeriyle değil, değişim değeriyle ilgili olacaktır. Kullanıcı ise kullanıma olan değerlerinin gerçekleştirilmesini isteyecektir. Mal sahibi ile mimar arasındaki ilişki piyasa kuralları içinde kurulmaktadır. Bu bakımdan mal sahibinin güçlü konumda olduğu söylenebilir. Mimarı seçmede bir bağımsızlığı vardır. İsteddiği mimarı seçer. Yapılan planı uygulayıp uygulamamak tamamıyla onun kararına bağlıdır. Projeyi iptal etme yetkisine de sahiptir. Bu gücü ona sağlayan, liberalist mülkiyet kurumunun varlığıdır.

Bu ilişkide mal sahibinin bu güçlü konumuna karşın mimarların tamamen güçsüz olduğu söylenemez. Mal sahibi seçimini ancak mimarın tasarladıkları arasından yapacaktır. Bu nedenle daha başlangıçta mimara bir yetki devri olmaktadır. Ayrıca piyasada bir mimarın tanınmış veya “yıldız” mimar olması ona işveren karşısında önemli bir dokunulmazlık sağlayabilmektedir. Bir mimarın uzmanlaşmış olması, kurulan ilişkiyi mimarın lehine geliştirebilir.

Bir bina sadece kullanıcılarını değil, yakın çevresinde yaşayanları ve görüntüsüyle tüm toplumu etkilemektedir. Özel mülkiyete konu olan bir binanın bile aynı zamanda bir kamusal ürün olma niteliği vardır. Öyle ise kamusal bir düzenlemeye tabi olması gerekmektedir. Bu kamusal düzenleme imar yasaları ve imar yönetmelikleriyle sağlanmaktadır. Söz konusu kurallar yerel yönetimlerin imar müdürlükleriyle uygulanmaktadır ve dayanağını siyasal alanın meşrutiyetinden almaktadırlar. Bu kurallarla kamu, mimarın ve işverenin iktidarı bölüşmesine ortak olmaktadır. İşveren ve mimar arasında iktidar bölüşümü kamunun kendilerine bıraktığı karar alanları çerçevesinde gerçekleşecektir.

Mimarlık siyaset ilişkisini bu bağlamda ele almak çok verimli olabilir. Eğer siyasetin mimarlık üzerindeki etkileri gösterilmek isteniyorsa, siyasal kararların mimarlık alanındaki iktidar bölüşmesini nasıl etkilediğine bakılmalıdır. Bu kararlar çok geniş bir yelpazede

dağılmıştır. Ülkenin gelir dağılımından, eğitimine, kurumsal örgütlenmesine, siyasette himayeciliğin yaygınlığına kadar pek çok etkenin çevrenin biçimlenmesindeki iktidar bölüşmesini etkileyeceği hemen görülebilir. (Tekeli, 1998)

Judith Blau, Mimarlıkta anlamın strüktürünü oluşturan söylemlerin günümüz mimarları için ne ifade ettiğini ve bu söylemlerle mimarların iktidar kavramını nasıl ilişkilendirdiğini ortaya koyan bir çalışma yapılmıştır. Bu derleme 26 bakış açısını içermektedir:

- 1- İyi binalar çevreleriyle ilişki kurmalıdır.
- 2- Mekânsal ilişkiler, kişilerarası sosyal ilişkileri etkileyebilir ve hatta belirleyebilir.
- 3- Mimarlık, yalnız müşteri için değil, kullanıcı için tasarlanmalıdır.
- 4- Kullanıcın kültürel değerlerine, mekânsal gereksinmelerine ve estetik tercihlerine daha fazla önem verilmelidir.
- 5- Doku son derece önemlidir.
- 6- Mimarlığın amacı “insan ölçeğinin” binalara ve kentsel mekânlara getirmek olmalıdır.
- 7- İnşa edilen bina kendi yararını, faydasını kendi bulacaktır. Form işlevi izlemez.
- 8- Form işlevi izler.
- 9- Uygulama, her şeyden önce mesleki bütünlülük, diğerleriyle iletişim kurma yeteneğine sahip bir ekip çalışması gerektirir.
- 10- Her dönemin kendine has “hisleri” ve amaçları vardır. Bu mimari yapıtta ifade edilmelidir.
- 11- Binalar, dıştan içe doğru değil, içten dışa doğru tasarlanmalıdır.
- 12- Az, daha çok şey ifade eder.
- 13- Mekânın, dili ne olmak istediğini yansıtmalıdır.
- 14- Binalar mizah duygusuna sahip olmalıdır.
- 15- İyi bir tasarım yetenek gerektirir; heyecan verir, canlı, duygusal, çarpıcı veya birbiriyle çatışan olaylar dizisini, bir senaryoyu yansıtır.
- 16- Çağdaş mimarlık, mevcut strüktürleri yeniden kullanışlı hale getirmesiyle ilgilidir; yeni strüktürlerle değil.
- 17- Mimarlık, ne kültürel bir obje ne de statü sembolüdür. Mimarlıkta anıtsallık ve “primadonna” mimar esastır.
- 18- İyi bir tasarım dinamik olmalıdır, heyecan, sevinç ve üzüntü kaynağı olmalıdır.
- 19- İyi bir tasarım, öncelikle teknik çözüm gerektirir.
- 20- Dürüstlük, dışa vuran servis mekânlarıyla ifade edilir.
- 21- İyi mimarlık bir reklâm aracı olmalıdır.

- 22- Anıtsallık hala bir fazilettir.
- 23- Mimarlık, seçkin bir tabaka olayıdır.
- 24- Az, sıkıcıdır.
- 25- Ana cadde hemen hemen mükemmeldir.
- 26- Mimari bir yapıt, korkunç, dehşet verici olduğu için güzel olabilir.

6.1. Tarihsel Süreçte Ve Günümüzdeki Yeri

Uygarlıkların başlamasından günümüze kadar karşılaştığımız tüm mimarların tasarım yapabilme ve yapı üzerinde karar verebilme güçlerinin olup olmadığı önemli bir sorudur.

Mesleğin farklı uygarlık ve dillerde nasıl ifade edildiğini bırakıp nasıl uygulandığını incelediğimizde Rönesans'a kadar mimarın bir yapı ustası, arkitektin olmanın ötesine gidememektedir. Verdiği planı yapı haline getiren, imparatorların emrettikleri ölçülerde kubbeler ve tonozlar yapan zanaatkârların en akıllısının diğerlerinin örgütlenmesinde sorumluluk alarak mimar kimliğine bürünmekte olduğu görülmüştür. Yapısal ve strüktürel sorunları çözen bu kişiler önemlilerdi, ancak biçim, estetik, büyüklük gibi kararlar hatta binanın inşa edileceği yerin stratejik önemi imparatorun, kilisenin veya halifenin belirlediği kurallardı.

Dinin -özellikle de tek tanrılı dinlerin- toplumlar üzerindeki egemenliğinin artmaya başlamasıyla kilise, cami ve bunun gibi kurumlar iyice güç kazanmışlardır. Tüm dünyada süregelen uzun ve kanlı savaşlar, haclı seferleri, bölgeleri ele geçirmek ve dini yaymak üzerine şekillenmekteydi. Kilise Avrupa'da tek hâkim ve kralların hâkimiyetini onayan yegâne kurumdu. Bir kralın toplumuna karşı sahip olduğu irade kilisenin sahip olduğuyla kıyaslanamayacak kadar azdı. Bu dinsel güç, elbette tüm kralları ve yönetimleri kilise güdümüne sokmaktaydı. En fazla güce sahip olanın da gücünü göstermesi ve en ezici şekilde biçimlendirmesi esas olmaktaydı. Dini örgütlenmelerin çoğunun kısa ya da uzun bir süre içinde, dini olmayan amaçlarla ve bazı kişilerce kullanıldığı görülmüştür. Dolayısıyla iktidarının dayandığı saygınlığı yitirmesi söz konusu olabilmektedir.

Osmanlı ve Rönesans mimarilerine baktığımızda dini iktidarların patronluğu ve propagandasının paralel olarak sürdürdüğü ve her iki uygarlığın da, yapı ustası olarak arkitekt yerine mimar kullanır ve işi ona teslim eder hale geldiğini görmekteyiz. Dini irade, baskısını ve kontrolünü bir an olsun sanatçılar üzerinden eksik etmemektedir. Osmanlı'da Sinan gibi

bir mimarın bile olası bir başarısızlık halinde ölümle cezalandırılacağı ortadadır. Ancak mimarın yalnızca bir teknik adam ve organizatör rolünden tasarımcı kimliğine kavuşmaya başladığını görmekteyiz. Rönesans'ta mimarın aynı zamanda ressam, süslemeci, heykeltıraş olarak çalıştığı gözlenmektedir.

İktidarın siparişini yerine getiren mimari, ilgili ideolojiyi tarif etmediğinden, sadece o ideolojinin gücünü yansıtan bir abide dikmekteydi. Kendi ideolojisini dile getirmediği sürece, iktidarla arası bozulmamaktaydı. Bu, onun iktidarla aynı ideolojiyi paylaştığının göstergesi değildir. Bu yüzden o dönemlerde yaşanan toplumsal olaylarda iktidarın adamı olarak görülmüşlerdir. (Çalışlar, 1999)

Yenidünya düzeninde mimarlık, yeni yatırım alanları oluşturmak, onların pazar değerlerini belirlemek için bir araç, başka süreçlerle eklemlenmiş bir iş geliştirme stratejisine dönüşmüştür. Bu anlamda mimar bağımsız bir tasarımcı, yaratıcı ya da iş insanı olmanın ötesinde, tanıtım, pazarlama, iş geliştirme, yatırım ve finans hizmetleri ile eşgüdüm içinde çalışan, etkinlik sınırları proje yönetim süreçleri tarafından belirlenen tamamlayıcı bir rol üstlenmektedir. Özellikle gelişmiş ülkeler ve sermaye güçleri, mimarı yatırım olanaklarının altyapısını hazırlayan ya da yeni yatırım ve tüketim alanları yaratan bir takımın üyesi hatta öncü neferi olarak görmekte, proje her şeyden çok yatırımın çerçeve süreçlerinin ve sınırlarının belirlenmesine yönelik olarak önem kazanmaktadır.

6.2. Mimar-Müşteri-Toplum İlişkilerinin Büro Binalarına Tasarımsal Yansımaları

İşverenler ve kurumlar, politikaları gereği şirket imajını ve gücünü belirleyen, ileri teknoloji ürünü bürolara yönelmektedirler. Ofis binalarının işlevsel, biçimsel, iletişimsel ve simgesel özelliklerinin toplamı bir 'mesaj' içeriği oluşturur. Yapının işlevsel, biçimsel, iletişimsel ve simgesel özellikleri verilmek istenen mesajın niteliğini belirler. Burada karar verici, mimardır. Mimar tasarımına yüklediği siyasal, sosyal, sanatsal anlamlarla bir mesaj olgusu belirler. Bu algılama ve ilişki sürecinde tasarımlarına yüklediği mesaj ile verici mimar ve müşteri, alıcı ise toplumdur. Ancak göz önünde bulundurulması gereken nokta, mimarın çevreyi ve toplumu iyi gözlemlemesi, algılaması, tanınması ve böylece yapılarıyla kurulacak görsel ilişki ve görsel algı sürecinde istenilen mesajı topluma ulaştırabilmesidir. (Avşar, 1998)

Mimarın tasarladığı ofis binalarının formuna ve konseptine bir anlam yüklemesi, her şeyden önce mimarın kendisine ve topluma karşı sorumluluğunu yerine getirmesi olarak algılanabilir.

Estetik ve simgesel değerlerin ortaya konacağı tasarım konsepti konularında ise alınacak olan ve her büro binasına ait özgün kararlarda tasarımcının sorumluluğu içinde kalmaktadır.

Alsop, günümüzde düzenlenen uluslararası yarışmaların mimar – müşteri – toplum ilişkisini şöyle açıklamaktadır: “ ...başkasının yazdığı brief ile yarışmaya girdiğinizde müşterinin beklentileri ve ihtiyaçlarını yorumlama konusunda epey zaman harcıyorsunuz. Yarışmaya girdiğinizde, müşteri, kullanıcı ve mimar arasındaki ilişki bence çok önemli, tasarım tüm bu ilişkilerden sonra ortaya çıkmalı. Yarışma söz konusu olduğunda bu süreçte eksik kalan bir şey oluyor...” (Kapucu, 2008)

Büro binalarında görsel güç önem taşımaktadır. 20. ve 21. yüzyıl büro binalarında mimar, binalarda kapitali sembolize eden özellikleri yansıtmak gereği duymuştur. Marscal, “İyi tasarımın, prestij arayan organizasyonlar için pazarlanabilir bir mal olduğunu büro inşaatı girişimcilerinin keşfettiğini” belirtmektedir. Bu konuda bir girişimcinin görüşü de “Mal sahiplerinin, kendi güvenilirliklerinin artırılması bakımından, binanın mimarının ve onun tasarımının güvenilirliğini aradıkları” şeklindedir.

Uygun bir mimari dilin, yönetim biçimi her ne olursa olsun halkla iletişim kurabildiği bir gerçektir. Her nasılsa, mimari dil yönetimlerin vücudunda olduğu gibi firmaların imtiyazlarında da aynı şekilde istismar edilebilir. Mimari, kültürel bir kimlik oturtmaya yardım ettiği gibi bu vesileyle dünyaya arzulanan kurum kimliğinin ne olduğunu da göstermektedir. Bu bilinç, mimariye yetki veren gücün diğer bir ifadesi olarak bağlantılaşır. Kurumsal ya da siyasi statüler hem mimarı, hem mimariyi denetler. (Çalışlar, 1999)

Tarih içinde mimarın ve mimarlığın iktidara katkısı olarak algılanan anlam ve kimlik boyutu artık doğrudan bir projenin program girdisi, işveren ya da yatırımcı tarafından tanımlanan bazen sınırları çizilen bir beklentidir. Ama her zaman, yeni yaklaşımlar sunan, modern imajlar yaratan mimari tarzlar ve ifade özgürlüğünü yansıtan büyük mimari projeler, tutucu olmayan, akıllı müşterilerin desteği ile yaratılabilmektedir. Bu noktada Alsop’un belirttiği gibi “Müşterileriniz kadar iyisiniz” söylemi dikkat çekici olmaktadır. (Alsop, 2007)

Genel olarak, bugün, değişik ve orijinal tasarımlar ortaya koyma amacı taşıyan mimarla, büro binalarında reklam, prestij, orijinallik için gerekli bedeli harcamaktan çekinmeyen işverenin isteklerinin bulunduğu şanslı bir noktada bulunmaktadır.

7. SONUÇ

Mimarlık, güç, iktidar ve prestij kavramlarının ifadesi olarak kullanılmaktadır. Günümüze kadar dünyada hâkim olmuş bütün iktidar türleri, toplumlar üzerinde etkilerini göstermek ve devamlılığını sağlamak için mimariyi kullanmışlardır. Din odaklı iktidarlardan totaliter rejimlere, toplumsal hareketlerden kapitalist iktidara kadar gücün ifadesi ve yapısal özelliklerinin topluma doğru bir şekilde yansıtılması olmuştur.

Sanayi devrimi sonrası gelişen büro binaları kapitalist düzenin yönetsel ağı olarak görülmektedir. Böyle bir etkenden dolayı iktidarı ve gücü elinde bulunduran şirketler, firmalar ve kurumlar güçlerini topluma yansıtmak, prestij unsurlarını göstermek ve iktidarlarının devamlılığını sağlamak için genel merkezlerinin çeşitli simgesel anlamlarla üretilmesini istemişlerdir.

Büro binaları, tarihte ortaya çıktıkları zamandan günümüze kadar anlamsal ve fiziksel olarak değişiklikler geçirmiştir. Teknoloji sayesinde bina yapım sistemlerinin değişmesi farklı özelliklerde yapıları ortaya çıkarmıştır. Çelik iskelet sisteminin kullanılmaya başlanması binaların yükselmesine olanak sağlamıştır. Şehir merkezlerindeki arazi sorunları ve fiyatların yüksek olması da binalarda yükselmenin etkenlerinden olmuştur. İşlevsel olarak ilk yüksek binalar büro binaları olmuştur. Bunun sonucunda gökdelenler, kurumlar için güç açısından gösterge unsurlarına bir etken daha eklenmiş olmaktadır.

Günümüzdeki büro binaları, yapısal farklılaşmalar ve çalışma hayatındaki değişiklikler nedeniyle farklı işlevlerin bir arada çalışmasına olanak vermekte ve bununla birlikte şirket sahipleri için de gayrimenkul kazancı konumuna gelmektedir. Toplumun, şirket ya da kurumun yaşantısı içine dâhil edilmesi ile kurumların toplum içinde güvenilirliklerini arttırması ve toplum tarafından kurumun prestij unsuru olarak algılanması karma yapıların tercih nedeni olarak düşünülebilir.

Yapım, bakım ve işletim masraflarının fazla olmasından dolayı organizasyonların büro yerleşkelerine ve büro parklara yönelmesi iş yaşantısı adına olumlu bir yaklaşım olarak görülmektedir. Sosyal ilişkilerin gelişmesi ve çalışanlarda aidiyet duygusunun yüklenmesi kurumun verimini arttırmakla beraber prestij unsuru olarak da algılanmasına yardımcı olmaktadır.

Ekolojik yapı üretiminin yaygınlaşması, en etkili biçimiyle büro binalarında gerçekleşmektedir. Büro binalarının ihtiyacı olan enerjinin etkin kullanılması ve enerjinin üretilebiliyor olması toplumsal bakış açısında da sosyal sorumluluk adına kuruma ve organizasyonlara prestij sağlamaktadır.

Mimarlık alanında yaratılan tüm biçimlerin toplumsal yaşamın sosyal-ekonomik örgütlenme biçiminden etkilendiğini bilmekteyiz. Bu noktada mimar sahip olduğu gücü, toplumsal yaşama katkı olarak kullanarak doğru fiziksel çevreler oluşturabilir. Teknolojik avantajlarla doğru analizler yapılarak toplumun, kentin ve yaşantının olumlu yönlerde geliştirilmesi gerekmektedir.

Söz konusu bütün etkenlerin ortak noktası, büro binaları tasarımında belirgin olarak ortaya çıkan güç, iktidar ve prestij unsurlarının gösterilmesidir. Bu durum şirket sahiplerinin arzularının yanı sıra yarattığı ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerden dolayı ülke yönetimleri tarafından da desteklenmektedir.

KAYNAKLAR

- Abel, C., (2003), "Sky High: Vertical Architecture", Sydney
- Aksoylu, S. (2001) "Kentsel Ufuk Çizgisi ve New York Gökdelenleri", Arredamento Mimarlık Dergisi, Aralık 2001: 76-81
- Anthony, H. A. (1986) , "Behavioral Issues in Office Design", Journal of Architectural Education, 39-4: 30-31
- Ateşin, H. M. (1996) "Bir Kavram Olarak Mimarlık ve Bunun İdeolojik Boyutu", İdeoloji Erk ve Mimarlık, D.E.Ü. İzmir 1996
- Avşar, A. E. (1998), Ofis Binalarında Cephe Tanımı, Yüksek Lisans Tezi, MSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü (yayımlanmamış)
- Aydınlı, S. (1993), Mimarlıkta Estetik Değerler, İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Yayınları, 1993, İstanbul
- Aytıs, S. (1990), "Yüksek Yapılarda Yaşam", Yapı Dergisi, 121
- Aytıs, S. (1991), "Yüksek Yapıların Gelişiminde Toplu Bir Bakış", Yapı Dergisi, 116
- Barnes, E. L. (1959), "The Design Process", Perspecta, 5: 20-22
- Başkaya, A., Dinç, P., Aybar, U. ve Karakaşlı, M. (2003) "Mekânsal İmaj Üzerine Bir Deneme: Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Eğitim Bloğu Giriş Holü", Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, 18-2:79-94
- Begeç, H. (1999), Çok Katlı Büro Binalarının Gelişiminin Biçimlenme Özellikleri Açısından Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (yayımlanmamış)
- Begeç, H. (2008) , "Yükseklik, Yüksek Olma ve Yüksek Yapıların Gelişimi", Ege Mimarlık, Ekim 2008:10-14
- Bilgin, E. Ve Utkuğlu G. S. (1999) , "Tasarım Ve Üretim Sürecinde Mimar-Mühendis İş Birliğini Yansıtan Üç Örnek Bina", IV. Ulusal Tesisat Mühendisliği Kongresi ve Sergisi, İzmir
- Broadbent, G., Bunt, R. ve Jencks, J. (1980), Sign, Symbols and Architecture, New York: John Wiley & New York
- Budak, C. (1998), "Rasyonalizm ve Anıtsallık", Arredamento Mimarlık Dergisi, 105: 80-81
- Canetti, E. (1998), "Kitle ve İktidar", Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1998
- Charles, J. (2006), "Cathedral and Bike Shed: Icons and the City", Architectural Review, Gila Benjamor, 2007
- Ciravoğlu, A. (2007), "Yüksek Yapılar ve İzdüşümleri: Ekonomi, Toplum ve Çevre", Mimarist Dergisi, 24: 38-43
- Ciravoğlu, A. (2007), "Yüksek Yapılar: 20. Yüzyıl Örneklerinden Bir Seçki", Mimarist Dergisi, 26: 43-53
- Civan, I. ve Giritli, H. (2007), "Ofis Binalarının Eskimelerini Geciktirecek Yöntemler: Gerekli Fiziksel Değişikliğin Boyutu", a Mimarlık, Planlama, Tasarım, 6-2: 13-24
- Çalışlar, C. (1999), Mimaride Güç ve İktidarın Kullanımı, Yüksek Lisans Tezi, YTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü (yayımlanmamış)

- Dalga, P. (2007), Geçmişten Günümüze Ofislerin Gelişimi, Yüksek Lisans Tezi, MSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü (yayımlanmamış)
- Duffy, F. (1997), The New Office, Conran Octopus Limited, London
- Duffy, F. (2008), “Lumbering to Extinction in the Digital Field – The Taylorist Office Building”, Harvard Design Magazine, 29: 1-5
- Dupre, J. (1996) Skyscrapers, Köneman Verlagsgesellschaft, New York
- Ellis, W.S. (1991) “Skyscrapers”, National Geographic, 179, National Geographic Society, Washington D.C.
- Erbil, Y. (2009), “Teknoloji, Yenilik ve Yapı Sektörü Üzerine”, Mimarist Dergisi, 31:79-83
- Eren, Ç. (2007), “Yüksek Binalar ve İstanbul”, Mimarist Dergisi, 24: 51-56
- Erkal, N. (2007), “Gösteri Olarak Mimarlık: Turizmin Güncel Mimarlığa Etkileri Üzerine”, Mimarlar Odası Mimarlık Dergisi, 336: 24-28
- Ersoy, D. O. (1983), Yüksek Binalarda Tasarım İlkeleri, Yüksek Lisans Tezi, YTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü (yayımlanmamış)
- Eyüce, A. (1995), “Yüksek Yapılar İçin Tasarım Yaklaşımları”, Tasarım Dergisi, 51: 50-58
- Foucault, M. (1988), Özne ve İktidar, Ayrıntı Yayınları, 2005
- Gieryn, T.F. (2002), “What Buildings Do”, Theory and Society, 31-1:35-74
- Gieselmann, R. (1982), “Yeni Bir Görev Olarak Cephe”, Yapı Dergisi, 46
- Goldberger, P. (1981), The Skyscrapers, New York, Alfred A. Knopf, 1981
- Gottmann, J. (1966) , “Why The Skyscrapers?”, Geographical Review , 56-2: 190-212
- Gupta, V. (1992), “Changing Trends in Office Building Design”, Architecture+Design, 11-12: 18-19
- Güzer, C. A. (2007), “Sahibinden Mimarlık”, Mimarlar Odası Mimarlık Dergisi, 336: 29-32
- Hasol, D. (2001), “İkiz Kulelerin Düşündürdükleri”, Yapı Dergisi, 239
- Hasol, D. (1999), Mimari İzlenimler, YEM Yayınları, 1999, İstanbul
- Hasol, D. (2007), “Daha Yüksek, En Yüksek!”, Mimarist Dergisi, 24: 44-50
- Holusha, J. (2004), “Commercial Property; Lesson of 9/11 Shape an Office Tower”, The New York Times, 1 Şubat 2004
- Höweler, E. (2003), Skyscraper: Vertical Now, Universe Publishing, USA, 2003
- Hürol, Y. A. (1994), “Yüksek Binalar ve Çağdaşlaşma”, Mimarlar Odası Mimarlık Dergisi, 260: 38-42
- İnceoğlu, A. (1996), “Totaliter Mimarlık ve Mekan, İdeoloji, Erk ve Mimarlık”, D.E.Ü., İzmir
- Janer, C. (1984), “Oluşturucu İmgeler”, Mimarlar Odası Mimarlık Dergisi, 1984/2
- Jencks, C. (1980), Skyscrapers, Skyprickers, Skycities, New York, Rizzoli, 1980
- Jencks, C. (2005), The Iconic Building, Rizzoli International Publication, 2005, New York
- Jeodick, J. (1985), Space and Form in Architecture, KArL Krömer Verlag, Stuttgart
- Kapucu, B. (2008), “William Alsop”, ICON Dergisi, 13: 60-65
- Karataş, B. (2004), Sürdürülebilir Mimarlık Bağlamında Çok Katlı Ofis Binalarında Ekolojik Tasarım İlkelerinin İrdelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, YTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü

(yayımlanmamış)

Kortan, E. (1986), XX. yy. Mimarlığına Estetik Açıdan Bakış, Ankara

Kortan, E. (1989), “Mimarlık Alanındaki Son Gelişmeler Üzerine”, Yapı Dergisi, 92

Kuban, D. (1989), “İstanbul’da Gökdelenler”, Yapı Dergisi, 89:62

Kurt, E. K. (2008), “Gökdelenler Olgusu ve İstanbul”, Mimarlık Dekorasyon Dergisi, 179: 26-27

Leach, N. (2009), “Heidegger’i Unutun”, Mimarist Dergisi, 31: 51-58

Mansuroğlu, S. (2007) , “Paris’in 21. Yüzyıl Anıtı: Phare Kulesi”, Mimarist Dergisi, 24: 66-72

Mauro, A. (1992), “Büro Mekânına İlişkin Felsefi Çağrışımlar”, Arredamento Dekorasyon Dergisi, 92: 72-79

Melewar, T.C. (2003), “Determinants Of The Corporate Identity Construct: A Rewiev Of The Literature”, Journal of Marketing Communications, 9: 195-220

Okutan, M. (1998), “Modern Ofis Binaları ve Yapı Teknolojileri Uygulamaları”, Arredamento Mimarlık Dergisi, 102: 131-137

Olçay, E. (2009), “Mimari Tasarımda Mimar – Mühendis İlişkisi”, Mimarist Dergisi, 31:59-64

Öke, A. (1989), “Dünyada ve Türkiye’de Yüksek Binaların Gelişmesi”, Yapı Dergisi, 35-42

Öken, S. (2007) , “Yükseklik Korkusu”, Mimarist Dergisi, 24: 73-77

Onat, N. (1999), “Büro Binaları Tasarımında Yeni Yaklaşımlar”, M.S.Ü. Mimarlık Fakültesi, İstanbul

Öven, V. A. ve Pekdemir, D. (2005), “Faktör Analizi ile Ofis Kira Değerlerini Etkileyen Parametrelerin Belirlenmesi”, a Mimarlık, Planlama, Tasarım, 4-2: 3-13

Özdamar, Z. (2006), “Eleştirel Kuram ve Ötekiler Üzerine..”, Yapı Dergisi, 294: 59-62

Özer, N. (2005), “Heykel Mimarlık” , Yapı Dergisi, 280: 56-60

Özgen, A. ve Sev, A. (2000), “Yüksek Binalarda Girişler, Lobiler ve Atriumlar”, Yapı Dergisi, 235

Özgün, A. ve Ocak, E. (1997), “Kent, Bellek, Görüntü”, Mimarlar Odası Mimarlık Dergisi, 273: 31

Raymond, S. And Cunliffe, R. (1997), Tomorrow’s Office, E&FN Spon, London

Sağocak, A. M. D. (1999), Mimarlığı Anlama ve Yorumlama Bağlamında Kavramsal Bir Model, Doktora Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü (yayımlanmamış)

Schirmbeck, E. (1987), Idea, Form and Architecture, Van Nostrand Reinhold

Sonder, B. (1999), Skyscrapers, Hong Kong

Tekeli, D. (1999) “İş Bankası Kuleleri”, Arredamento Mimarlık, 114, İstanbul

Tekeli, D. (2003), “Metrocity”, Arredamento Mimarlık Dergisi, Ekim 2003: 78-85

Tekeli, D. (2007) , “ Yine Yüksek Yapılar...” , Mimarist Dergisi, 24: 57-59

Tekeli, İ. (1998), “Mimarlık Ne Tür Bir İktidar Bölüşme Talebi İçeriyor”, Arredamento Mimarlık Dergisi, 105: 76-79

Tokay, V. (2005), “Gösteri Mimarlığı ve Mimarlığın Göstergesi”, Yapı Dergisi, 287: 33-44

- Turan, N. (2003), Yüksek Yapılarda Kullanılan Teknolojiler: Mimari, Yapım, Bilişim Teknolojileri İlişkileri, Yüksek Lisans Tezi, YTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü (yayımlanmamış)
- Tümay, H. (2007) , “Yüksek Yapılar Konfor, Verimlilik Ve Yenilikler Sunmalıdır.”, Mimarist Dergisi, 24: 60-62
- Tümer, G. (1994), “Deli Petronun Mimarlığı ve Şehirciliği Üzerine”, Arredemento Dekorasyon Dergisi, 58
- Tümer, G. (1997), “Hükümdar Mimarlar”, Arredemento Dekorasyon Dergisi, 98
- Tümer, G. (1998), “Fransız İhtilali ve Mimarlık”, Arredemento Mimarlık Dergisi, 12: 64-73
- Uysal, Y. (2006), “Yüksek Yapılar ve İnsan”, Mimarist Dergisi, 22:14-16
- Willis, C. (1995), Form Follows Finance: Skyscrapers and Skylines in New York and Chicago, Princeton Architectural Press, 1995, New York
- Yazarı Bilinmiyor (2006), “Yüksek Sosyete” , Arredamento Mimarlık Dergisi, 12: 28-31
- Yıldırım, S. (1998), “Sinemanın Politikası/Mekânın Politikası”, Arredamento Mimarlık Dergisi, Sayı: 105:82-87
- Yırtıcı, H. (2005), Çağdaş Kapitalizmin Mekânsal Örgütlenmesi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2005, İstanbul
- Yırtıcı, H. (2007), “Turizmin Nesnesi Olan Mimarlığın Ekonomi Politikası”, Mimarlar Odası Mimarlık Dergisi, 336: 33-35
- Yüksek Binalar I. Ulusal Sempozyumu Bildirisi, Kasım 1989
- Yüksek Binalar II. Ulusal Sempozyumu Bildirisi, 1992

İNTERNET KAYNAKLARI

Alsop W. ve Alpay Z. (2007), online, <http://www.arkitera.com/s88-isini-sevmeyen-mimar-yapilarindan-anlasilir.html> , Söyleşi, Aralık 2007

Ersöz, E. (2007), “İstanbul MİA İçerisinde Levent Zincirlikuyu Esentepe Hattının Durumu”, online, <http://www.arkitera.com/k191-istanbul-mia-icerisinde-levent-zincirlikuyu-esentepe-hattinin-durumu.html> , 21 Eylül 2007

Ersöz, E. (2007), “İstanbul’da Yer Alan “A” Sınıfı Ofis Binaları”, online, <http://www.arkitera.com/k167-istanbul-da-yer-alan-a-sinifi-ofis-binalari.html> , 4 Mayıs 2007

Karabey, H. (2005), “Maslak Plazalar Dünyasında İki Bakış: Levent ve Çeliktepe Perspektifleri”, online, <http://www.arkitera.com/k89-maslak-plazalar-dunyasina-iki-bakis-levent-ve-celiktepe-perspektifleri.html> , 24 Kasım 2005

Kurt, M. (2007), “Michel Foucault ve İktidar Çözümlemesi”, online, <http://www.anarkotopya.com/yazi/michel-foucault-ve-iktidar-cozumlemesi---mustafa-kurt>, 27 Nisan 2007

[1] <http://www.thefreelibrary.com/Willis+headquarters+building+on+the+horizon+in...-a0126900700>,

<http://www.willis.com/>,

http://www.worldarchitecturenews.com/index.php?fuseaction=wanappln.projectview&upload_id=2283,

<http://www.archdaily.com/1026/willis-headquarters-at-lime-street-foster-partners/>,

<http://www.europe-re.com/system/main.php?pageid=2616&articleid=11401>,

<http://www.skyscrapernews.com/news.php?ref=1537>,

[2] <http://www.archdaily.com/2967/kraanspoor-oth-ontwerpgroep-trude-hooykaas-bv/>,

<http://www.arkitera.com/p276-kraanspoor.html>,

<http://www.archidose.org/Sep08/22/dose.html>,

[3] <http://www.arkitera.com/h32801-cctvnin-yeni-binasi-cinin-yukselisini-yansitiyor.html>,

<http://www.oma.eu/>,

<http://www.arkitera.com/h38339-kuresellesme-kendini-detaylarda-gosterir.html>,

<http://www.designbuild-network.com/projects/cctv/>,

<http://china.blogs.time.com/2008/11/13/naming-the-cctv-tower-or-why-big-underpants-is-better-than-hemorrhoids/>,

http://entertainment.timesonline.co.uk/tol/arts_and_entertainment/visual_arts/architecture_and_design/article4477522.ece,

[4] <http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/8154331.stm>,

http://www.thereview.biz/thereview/viewArticle.do?citation_dest=TRV:20090312182452,

http://www.e-architect.co.uk/chicago/sears_tower_modernization.htm,

<http://www.willistower.com/>,

<http://www.searstower.org/home.html>,

<http://www.itsthesearstower.com/>,

<http://www.archdaily.com/27612/glass-balcony-at-sears-tower/>,

[5] http://tr.wikipedia.org/wiki/Swiss_Re,

[6] <http://www.sigortajans.com/etiket/swiss-re/>,

[7] <http://tr.wikipedia.org/wiki/Sigorta>

[8] <http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/284306.asp>,

<http://www.fosterandpartners.com>,

[9] <http://www.arkitera.com/h17198-kanyondaki-ofislerin-tumu-eczacibasinin-oldu.html>,

[10] <http://www.arkitera.com/p105-louisville-museum-plaza.html>,

[11] <http://www.arkitera.com.tr/h7137-louisville-e-bilbao-effecti.html>,

<http://www.museumplaza.net/>,

<http://www.doug->

[stern.com/Museum%20Plaza%20June%202006%20newsltr%20dstern%20FINAL%20062106.pdf](http://www.doug-stern.com/Museum%20Plaza%20June%202006%20newsltr%20dstern%20FINAL%20062106.pdf),

<http://www.rex-ny.com/>,

http://www.designboom.com/eng/interview/rex_architecture.html,

[12] <http://www.arkitera.com/g5-2004-aga-han-mimarlik-odulleri.html?year=&aID=137&o=21>,

<http://www.arkitera.com/h8782-malezya-nin-yasayan-ruhu-petronas.html>,

<http://www.greatbuildings.com/cgi-bin/glk?http://www.kiat.net/towers/dream.html>,

[13] <http://www.masdar.ae/en/home/index.aspx>,

<http://www.smithgill.com/>,

<http://isiria.wordpress.com/2008/02/26/masdar-headquarters-to-generate-more-energy-then-it-uses/>,

<http://www.reuters.com/article/pressRelease/idUS110687+22-Feb-2008+PRN20080222>,
 [14] <http://www.nytimes.com/2006/12/04/arts/design/04towe.html>,
<http://www.morphopedia.com/projects/phare-tower>,
<http://www.arkitera.com/news.php?action=displayNewsItem&ID=22728>,
<http://www.nytimes.com/2006/12/19/arts/design/19mayn.html>,
<http://www.designbuild-network.com/projects/le-phare/>,
 [15] <http://www.buildingtheherkin.com/>,
 [16] <http://www.arkitera.com/h9813-londra-nin-simge-binasi-swiss-re-tower.html>,
 [17] <http://www.ntv.com.tr/id/24996314/>,
http://www.behnisch.com/site_files/pdf/44.pdf,
http://www.arkitera.com/haber_17702_zorlu-center-mimarlik-ve-kentsel-tasarim-yarismasi-ile-ilgili-merak-edilenler.html,
http://www.arkitera.com/haber_17698_zorlu-cok-iddiali.html,
http://www.arkitera.com/haber_17684_istanbula-yeni-sembol.html,
http://www.nsmh.com/?lang=tr#shell_genel_mudurlugu,
<http://www.torreagbar.com/home.asp>, internet ulaşım: 2009,
<http://www.unstudio.com/nl/unstudio/projects/workfield/0/59/3313/la-defense-offices>,
<http://www.eurocommerce.be/>,
<http://www.mcaslan.co.uk/>,
<http://forum.arkitera.com/mimarl%C4%B1k/7093-simge-binalar-simge-mimarlar.html>,

ÖZGEÇMİŞ

Doğum tarihi	27.04.1982	
Doğum yeri	İstanbul	
Lise	1996-2000	Haydarpaşa Süper Lisesi
Lisans	2002-2006	Yıldız Üniversitesi Mimarlık Fak. Mimarlık Bölümü
Yüksek Lisans	2007-...	Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı, Bina Araştırma ve Planlama Programı

Çalıştığı kurum(lar)

Ekim 2005-Şubat 2006	AE Mimarlık
Mart 2006-Haziran 2006	Punto Tasarım
Ekim 2006-Ekim 2007	Optimus Mimarlık
Kasım 2007-Kasım 2009	Ütopya Mimarlık