

**MİMARİ ÜRÜNÜN GÖRSEL KİMLİĞİNİN
BELİRLENMESİNDE “MİMAR-İŞVEREN”
ETKİLERİNİN İNCELENMESİ**

BAHİRE KARATAŞ

**YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**MİMARLIK ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

LEFKOŞA 2014

**MİMARİ ÜRÜNÜN GÖRSEL KİMLİĞİNİN BELİRLENMESİNDE
“MİMAR-İŞVEREN” ETKİLERİNİN İNCELENMESİ**

**YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRÜ**

Prof. Dr. İlkey Salihoğlu

Tez 18/04/2014 tarihinde aşağıdaki jüri üyeleri tarafından oy birliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

Prof. Dr. Harun BATIRBAYGİL,

Jüri Başkanı
Yakın Doğu Üniversitesi
Mimarlık Fakültesi

Dr. Ayten ÖZSAVAŞ AKÇAY,

Jüri Üyesi
Yakın Doğu Üniversitesi
Mimarlık Fakültesi

Dr. Mukaddes FASLI,

Jüri Üyesi
Doğu Akdeniz Üniversitesi
Mimarlık Fakültesi

Bu tezin hazırlanmasında telif haklarını ihlal edecek herhangi bir çalışma ve bilgi kullanımı yapılmadığını beyan ederim.

İsim, Soyisim: Bahire Karataş

İmza:

Tarih: Şubat 2014

TEŞEKKÜR

Tez ile ilgili çalışmalarımnda değerli bilgi ve deneyimlerini benimle paylaşan, tezimin oluşumunda yardımını esirgemeyen, sona ulaşmamda büyük payı olan çok değerli tez danışmanım Prof. Dr. Harun Batırbaygil'e sonsuz teşekkür ederim. Ayrıca her konuda bana yardımcı olan değerli hocalarım Kozan Uzunoğlu ve Havva Arslangazi'ye teşekkürü bir borç bilirim.

Tez süresi boyunca benim yanımda olan ve desteğini esirgemeyen eşim Hasan Çökmez'e teşekkür ederim.

Beni her zaman destekleyen eşime ve aileme ithaf ediyorum.

ÖZET

Günümüzde bina tarzlarının değişime uğradığı, müşteri/işveren profilinin geliştiği ve üretilen yeni malzemeler konusunda da bilinçlendiği görülmektedir. Aynı şekilde mimarın rolü de değişmekte ve karmaşıklaşmaktadır. Tüm bunlar ortaya çıkarken “Binanın görsel kimliği nasıl ortaya çıkıyor?” ya da “binanın görsel kimliğine kim karar veriyor?” sorusu akıllara gelmektedir. Tezde bu sorulara yanıt aranmaktadır.. Dolayısıyla önce tezde binanın “görsel kimliği”ne etki eden çevresel veriler, kültürel biçimleşme, yasal çerçeveler, sosyal isterler ve politikalar vs. gibi olası arka plan kuvvetleri araştırılarak böylece bir çerçeve oluşturulmuş, daha sonra tasarımcı olarak mimar ile sahip olarak müşteri/işverenin binanın görsel kimliğine etkileri üzerine yoğunlaşmıştır. Bu konuya, Lefkoşa’nın KKTC tarafında seçilen binaların tasarımcısı mimarlar ve işverenleri durumundaki bina sahipleri ile yapılan görüşmeler sonucunda değerlendirilmiştir.

Tez yedi bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünde araştırma konusunun seçilme nedenleri, araştırmanın amacı, kapsamı ve yöntemi belirtilmektedir. İkinci bölüm; kimlik, kimliksizlik, bireysel-kişisel kimlik, kurumsal kimlik ve mimari kimlik konularını içermektedir. Üçüncü bölümde; görsel kimliğe etki eden kültür, toplum yapısı, üst-alt yapı, çevre (doğal ve yapma çevre), işlev ve simgesellik (gösteren-gösterilen ilişkisi) faktörleri incelenmektedir. Dördüncü bölümde; mimar, müşteri/işveren ve müşteri tiplerinin görsel kimlikteki etkileri ele alınarak incelenmektedir. Beşinci bölümde; görsel kimliğin oluşum süreçlerinden söz edilmektedir. Altıncı bölümde; alan çalışması kapsamında mimari ürünün görsel kimliğinin belirlenmesinde mimar ve işveren etkilerini incelemek adına binalar seçilmiş, mimar ve mal sahipleri/müşterileri ile görüşmeler yapılarak birtakım cevaplara ulaşılmıştır. Bunun sonucunda mimar ve mal sahibi etkileri incelenerek değerlendirmeler yapılmaktadır. Yedinci ve son bölümde alan çalışmasında da elde edilen veriler ışığında sonuç ve değerlendirilmeler yapılmaktadır.

Anahtar kelimeler: Mimari kimlik, görsel kimlik, mimari kimliğin oluşumuna etki eden faktörler.

ABSTRACT

It is a well known fact that building modes are changing rapidly in our age together with client/employer profiles, who are also more conscious about new materials. Also architect's role is changing and is becoming more complex. While these developments are taking place, a question arises in one's mind as "how does visual Identity of a building come into being ?", or better, "who decides on visual identity of a building ?". Answers to these questions are pursued in this thesis. Therefore possible background powers such as environmental data, cultural formation, legal issues, social demands and their policies etc. affecting the "visual identity" of a building is sought at first, and thus a framework is formed as an outcome, then focusing on the shares of both architect as designer and his/her employer as owner of the building. The approach to the latter case is performed by leading interviews with the architects and owners of the selected buildings in Nicosia, TRNC.

This thesis consists of seven chapters. The introduction part deals with why and how the topic and the theme was chosen, giving information on contents and the context. In the Second Chapter, issues such as individual vs personal ID (Assan), corporate ID together with loss of ID cases (identitylessness) and last but not the least, Architectural ID is dealt with. The Third Chapter is dedicated to background factors: Cultural, social structural such as superstructure/legal and substructure/production relations in general scale, environmental (natural and man made), functionalistic, symbolic and semantic (signifier and signified relations) are taken into consideration. A typology for the architect's working position in relation to the employer / client, and a typology for the employer / client is being worked out at the Fourth Chapter, since their formation and interrelation will have effects on the Visual ID of the building. Fifth Chapter is on the process of formation of Visual ID, namely building realization process, from planning upto utilization. At Sixth Chapter, results of a field research is layed in order to analyse and find a viable answer to the initial question: as "who decides on visual identity of a building ?". For this, two types of questionnaires were applied on both client/owners and architects whilst interviews in person, and the answers were cross checked afterwards. The results obtained are debated and analyses are evaluated at the Seventh and last Chapter.

Key Words: Architectural identity, visual identity, factors affecting architectural identity.

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	viii
TABLO LİSTESİ	x
ŞEKİL LİSTESİ.....	xii
RESİM LİSTESİ.....	xiii
KISALTMALAR.....	xv
 BÖLÜM 1: GİRİŞ.....	 1
1.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı.....	1
1.2. Araştırmanın Yöntemi.....	3
 BÖLÜM 2: KAVRAMLAR.....	 4
2.1. Kimlik.....	4
2.2. Kimliksizlik.....	7
2.3. Bireysel – Kişisel Kimlik.....	10
2.4. Kurumsal Kimlik.....	12
2.5. Mimari Kimlik.....	19
 BÖLÜM 3: BİNANIN KİMLİĞİNİN OLUŞUMUNA ETKİ EDEN	
FAKTÖRLER.....	25
3.1. Kültür.....	25
3.2. Toplum Yapısı.....	36
3.3. Üst Yapı – Alt Yapı.....	41
3.4. Çevre (Doğal ve Yapma Çevre).....	44
3.5. İşlev.....	53
3.6. Simgesellik (Gösteren-Gösterilen İlişkisi)	59

BÖLÜM 4: AKTÖRLER.....	71
4.1. Mimar.....	71
4.1.1. Özel.....	76
4.1.2. Kamu.....	80
4.2. Müşteri.....	81
4.2.1. Müşteri tipleri.....	82
4.2.1.1. Özel sektör.....	83
4.2.1.2. Kamu sektörü.....	90
4.3. Mimar – Müşteri İlişkisi.....	97
 BÖLÜM 5: TASARIM SÜRECİNDE KİMLİK OLUŞUMUNUN	
İNCELENMESİ.....	99
5.1. Mimari Tasarım Süreci ve Mimari Ürünün Oluşumu.....	99
5.2. Tasarım Sürecindeki Aşamaların İncelenmesi.....	101
5.3. Mimarın Tasarım Sürecindeki Rolü.....	105
 BÖLÜM 6: MİMARİ ÜRÜNÜN GÖRSEL KİMLİĞİNİN	
BELİRLENMESİNDE “MİMAR- İŞVEREN ETKİLERİNİN	
İNCELENMESİNE YÖNELİK ALAN ÇALIŞMASI.....	108
6.1. Binaların Seçilmesi ve Tanıtılması.....	108
6.1.1. Kaner Grup genel merkez binası.....	109
6.1.2. Eziç Restorant binası.....	110
6.1.3. Malpas Otel binası.....	111
6.1.4. Özyüksel Podium binası.....	112
6.1.5. Lemar Süpermarket binası.....	113
6.1.6. Akay Optik binası.....	114
6.1.7. Toros Otomotiv binası.....	115
6.2. Görüşme Soruları.....	116
6.2.1. Mal sahiblerinin birinci bölüm görüşme soruları.....	118
6.2.2. Mimarların birinci bölüm görüşme soruları.....	118
6.3. İkinci Bölüm Görüşme Soruları.....	119
6.3.1. Mal sahiblerinin ikinci bölüm görüşme soruları.....	119
6.3.2. Mimarların ikinci bölüm görüşme soruları.....	121

6.3.3. Mal sahiblerinin ikinci bölüm görüşme sorularının cevapları.....	122
6.3.4. Mimarların ikinci bölüm görüşme sorularının cevapları.....	127
6.4. Sonuçların Değerlendirilmesi.....	130
BÖLÜM 7: SONUÇ.....	132
KAYNAKLAR.....	134
EKLER	
EK 1: Mimarların görüşme formu.....	145
EK 2: Mal sahiblerinin görüşme formu.....	149

TABLO LİSTESİ

Tablo 1.1: Ürünün biçimlenmesine etki eden faktörler.....	1
Tablo 6.1: Mal sahiblerinin görüşme soruları.....	116
Tablo 6.2: Mimarların görüşme soruları.....	117
Tablo 6.3: Mal sahiblerinin binayı yaptırma amaçlarına ilişkin döküm tablosu.....	122
Tablo 6.4: Mal sahiblerinin binada ön plana çıkarmak istediği özelliğe ilişkin döküm tablosu.....	122
Tablo 6.5: Mal sahiblerinin tesiste çalıştırdıkları kişi sayısına ilişkin döküm tablosu.....	123
Tablo 6.7: Tesisin görsel kimliğiyle ilgili taleplerinin yerine getirilip getirilmediğine ilişkin döküm tablosu.....	124
Tablo 6.8: Tesisde görsel öge talebinin olup olmadığına ilişkin döküm tablosu.....	124
Tablo 6.9: Mal sahibinin önemseydiği bir form gerçekleşip gerçekleşmediğine ilişkin döküm tablosu.....	125
Tablo 6.10: Tasarım sürecinde mal sahiblerinin yer alıp almadığına ilişkin döküm tablosu.....	125
Tablo 6.11: Tasarım sürecinde mal sahibinden başka bir kişinin yer alıp almadığına ilişkin döküm tablosu.....	125
Tablo 6.12: Tesisin herhangi bir kurumun bayisi/temsilcisi olarak tasarlanıp tasarlanmadığına ilişkin döküm tablosu.....	126
Tablo 6.13: Tesisin görsel kimliğinde kullanılan malzemeye kimin karar verdiğine ilişkin döküm tablosu.....	126
Tablo 6.14: Tesisin kullanım amacına ilişkin döküm tablosu.....	127
Tablo 6.15: Mimarın yapmak istediği görsel kimliği gerçekleştirip gerçekleştirmediğine ilişkin döküm tablosu.....	127
Tablo 6.16: Mal sahibini temsil eden herhangi bir öge istenip istenmediğine ilişkin döküm tablosu.....	128
Tablo 6.17: Tasarım sürecinde hangi uzmanların yer aldığına ilişkin döküm Tablosu.....	128
Tablo 6.18: Tasarım sürecinde mal sahipleri ile bire bir muhatap olup olunmadığına ilişkin döküm tablosu.....	129
Tablo 6.19: Tesisin herhangi bir kurumun bayisi/temsilcisi olarak tasarlanıp tasarlanmadığına ilişkin döküm tablosu.....	129
Tablo 6.20: Tesisin herhangi bir kurumun bayisi/temsilcisi olarak tasarlanmış ise kurumun görsel kimlik talebinin takip edilip edilmediğine ilişkin döküm tablosu.....	129
Tablo 6.21: Tesisde kullanılan malzemeye kimin karar verdiğine ilişkin döküm tablosu.....	130

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2.1: Barkod numarası.....	6
Şekil 2.2: Bireysel ve Kişisel kimliğin oluşumu.....	11
Şekil 2.3: Lacoste ve Marlbro firmalarının kurum rengi ve logosu.....	15
Şekil 2.4: Arçelik firmasına ait tabela standartları.....	18
Şekil 3.1: Rapoport'un dünya görüşü ve etkinlikler ilişkisi modeli.....	27
Şekil 3.2: Tylor Piramidi ve canlıüstü varlık alanı.....	29
Şekil 3.3: Türk Kültüründe bir mekanın oturma odası, yemek odası ve yatak odası olarak kullanımını gösteren çizimler.....	33
Şekil 3.4: Dolmen.....	40
Şekil 3.5: Göstergebiliminde en çok kullanılan gösterge şeması.....	59
Şekil 3.6: Pantheon Tapınağı plan, kesit ve görünüşleri.....	64
Şekil 4.1: Mimarın çalışma alanları.....	76
Şekil 4.2: Müşteri Tipleri.....	83
Şekil 5.1: Tasarlama süreci.....	101
Şekil 5.2: Tasarlama sürecinin başlangıç ve bitiş noktası.....	101
Şekil 7.1: Mimar ve mal sahibinin binalardaki bireysel ve kişisel kimlik oranları.....	133

RESİM LİSTESİ

Resim 2.1: Topkapı Sarayı.....	9
Resim 2.2: Topkapı Palace Hotel.....	9
Resim 2.3: Kremlin Sarayı.....	9
Resim 2.4: Kremlin Palace Hotel.....	9
Resim 2.5: Artemis Tapınağı.....	9
Resim 2.6: Artemis Hotel.....	9
Resim 2.7: İstanbul'daki kimliksiz yapılaşma.....	10
Resim 2.8: Starbucks Coffee şirketine ait alışveriş çantası, kahve kupası örnekleri...	14
Resim 2.9: Starbucks Coffee cephesinde tabela örneği.....	14
Resim 2.10: BMW Firmasının mimari kimliği.....	16
Resim 2.11: Chrysler Binası.....	17
Resim 2.12: Lefkoşa'daki Arçelik bayisi.....	19
Resim 2.13: Alman Pavyonu ve Sovyet Pavyonu.....	21
Resim 2.14: Ronchamp Tapınağı dış ve iç mekan görüntüsü.....	22
Resim 2.15: Le Corbusier'in tasarladığı Fransa'daki La Tourette Binası.....	22
Resim 2.16: Herman Hertzberger'in tasarladığı Hollanda'daki Central Beheer Ofis Kompleksi.....	23
Resim 2.17: Ege Adasına egemen mimarının yarattığı kimlik.....	24
Resim 3.1: Mahremiyet ve güvenlik gibi çeşitli nedenlerle yükseltilmiş bahçe duvarı ve dışa kapalı zemin kat örneği.....	34
Resim 3.2: Japon Kültüründe çay töreni mekanı.....	35
Resim 3.3: Geleneksel Kıbrıs Konutu örneği.....	35
Resim 3.4: La Casa Del Fascio Binası.....	44
Resim 3.5: Kapadokya'nın doğal çevresinden bir görünüm.....	47
Resim 3.6: Gobi Çölünden bir görünüm.....	47
Resim 3.7: Mardin'den bir görünüm.....	50
Resim 3.8: Tek bir odada değişik işlevler (oturma, yatma, yemek yeme).....	55
Resim 3.9: Eero Saarinen'in tasarladığı Kennedy Havaalanı.....	55
Resim 3.10: Dominus Şaraphanesi'nde loş ortamın sağlanması.....	56
Resim 3.11: "Biçim işlevi izler" anlayışına göre yapılan Carson Pirie Scott Mağazası.....	57
Resim 3.12: "Süsleme suçtur" anlayışına göre yapılan Steiner Evi (ön cephesi).....	58
Resim 3.13: Steiner Evi (arka cephesi).....	58

Resim 3.14: Mısır'daki Giza Piramitlerinden bir görünüm.....	62
Resim 3.15: Ziggurat'ın günümüzdeki hali.....	63
Resim 3.16: Ziggurat'ın yıkılmadan önceki hali.....	63
Resim 3.17: Pantheon Tapınağının kuşbakışı görünümü.....	64
Resim 3.18: Frank Lloyd Wright'ın tasarladığı Yunan Ortodoks Kilisesi.....	65
Resim 3.19: Longaberger Şirketi Sepet Binası.....	66
Resim 3.20: BMW Group standı.....	66
Resim 3.21: BMW Group standı 3 boyut ve modelleri.....	67
Resim 3.22: Stolas Tren İstasyonu.....	68
Resim 3.23: Sitooterie Binası.....	69
Resim 4.1: Frank Lloyd Wright'ın Price Tower Binası.....	77
Resim 4.2: Richard Roger'ın Lloyd of London Binası.....	78
Resim 4.3: Zaha Hadid'in İspanya-Zaragoza'daki Köprü Pavyonu.....	79
Resim 4.4: Zaha Hadid'in İtalya'da Napoli-Afragola'daki Hızlı Tren İstasyonu.....	80
Resim 4.5: Getty Center Binası.....	85
Resim 4.6: Nakkaştepe'deki Koç Holding Genel Merkez Binalarından biri.....	86
Resim 4.7: Trump Tower Binası.....	90
Resim 4.8: TBMM Binası.....	92
Resim 4.9: Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi.....	92
Resim 4.10: Vakıf Otel – Ankara Palace.....	93
Resim 4.11: Gazi Üniversitesi Binası.....	93
Resim 4.12: Konya, Dar-ül Muallimat / Kız Öğretmen Lisesi (Günümüz Selçuk Üniversitesi Rektörlük Hizmet Binası).....	94
Resim 4.13: İstanbul Büyükşehir Belediye Binası.....	95
Resim 6.1: Kaner Grup Genel Merkez Binası görünümü ve yerleşim planı.....	109
Resim 6.2: Eziç Premium Restaurant Binası görünümü ve yerleşim planı.....	110
Resim 6.3: Malpas Hotel Binası görünümü ve yerleşim planı.....	111
Resim 6.4: Özyüksel Podium Binası görünümü ve yerleşim planı.....	112
Resim 6.5: Lemar Süpermarket Binası görünümü ve yerleşim planı.....	113
Resim 6.6: Akay Optik Binası görünümü ve yerleşim planı.....	114
Resim 6.7: Toros Otomotiv Binası görünümü ve yerleşim planı.....	115

KISALTMALAR

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

KKTC: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti

TC: Türkiye Cumhuriyeti

MEGEP: Meslekî Eğitim Ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi

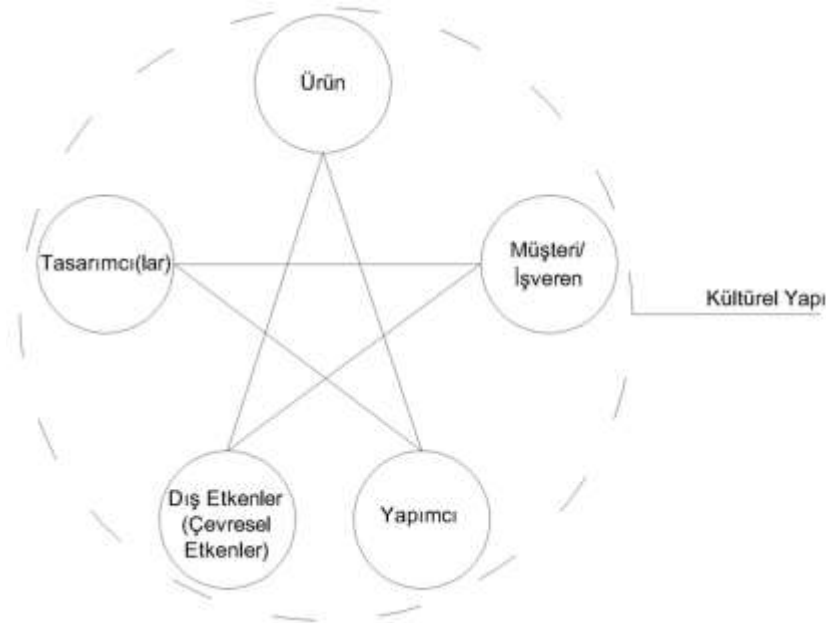
BÖLÜM 1

GİRİŞ

İnsanoğlu yaşamını sürdürebilmek adına barınaklar yapmışlardır. Günün şartlarına göre bulunan malzemelerle yapılarının görsel kimliklerini oluşturmuşlardır. Örneğin buzdan yapılan igloları, kerpiç ve kamıştan yapılan barınakları görmek mümkündür. Günümüzde ise teknolojinin gelişmesiyle yeni malzemelerin üretildiği görülmektedir. Malzeme çeşitliliğinin artmasıyla birlikte bilinçlenen işveren/müşteri de ele alındığında binanın görsel kimliğine kimin karar verdiği düşünülmüş ve tez kapsamında ele alınmıştır.

1.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmanın amacı, tasarım sürecinde ürünün biçimlenmesine etki eden faktörleri ele alarak mimar (müellif) ve işveren/müşteri etkilerini incelemektir. Çalışma kapsamında ilk olarak konu ile ilgili kavramlar ele alınmıştır. Bu kapsamda kimlik kavramı öne çıkmaktadır. Kimlik kavramından yola çıkılarak kimliksizlik kavramı da ele alınmıştır. Daha sonra ise bireysel kimlik, kurumsal kimlik ve mimari kimlik kavramlarına yaklaşım yapılmaya çalışılmıştır. Bir sonraki aşamanın çıkış noktasını ise ürünün biçimlenmesinde etkili olan dış etkenler, tasarımcı(lar), müşteri/işveren, yapımcı ve bunların tümünde yer alan kültürel yapıdan yola çıkılmıştır.



Tablo 1.1: Ürünün biçimlenmesine etki eden faktörler

Mimari ürünün oluşumuna etki eden kültür, toplum yapısı, üst – alt yapı, çevre, işlev ve simgesellik faktörleri üçüncü bölümde ele alınmış ve bu etkiler doğrultusunda ortaya çıkan binalar araştırılarak örnek olarak sunulmuştur.

Dördüncü bölümde aktörler olarak ele alınan tasarımcı yani mimar ve müşteri/işverendir. Bu aktörlerin ürünün biçimlenmesindeki etkilerini görmek adına somut örnekler üzerinden incelemeler yapılmıştır.

Araştırmanın beşinci bölümünde ürünün ortaya çıkmasında tasarım aşamasında geçirilen evreler ele alınarak bu evrelerde ne yapıldığı anlatılmıştır.

Araştırmanın altıncı bölümünde ise alan çalışması yapılmıştır. Bu kapsamda ürünün biçimlenmesindeki mimar (müellif) ve işveren/müşteri etkilerinin incelenmesi amacıyla seçilen binaların mimar ve mal sahiblerin ile görüşülmüştür. Görüşme sonucunda alınan cevaplar kapsamında değerlendirilmiştir.

Araştırmanın yedinci bölümünü oluşturan sonuç bölümünde ise alan çalışması alınan sonuçlara göre mimari ürünün biçimlenmesinde “mimar ve müşteri” etkileri bireysel ve kişisel kimlik kapsamında incelenmiştir.

Araştırma kapsamında aşağıdaki sorulara yanıt bulmak amaçlanmıştır.

Mimari ürünün görsel kimliğinin belirlenmesinde “mimar ve müşteri” etkileri nedir? sorusu tezin ana sorusu olmuştur.

İkincil sorular ise; Binanın kimliğinin oluşumuna etki eden faktörler nelerdir?, Mimar nasıl çalışır?, Müşteri tipleri nelerdir?, Mimar müşteri ilişkisi nasıl olmalıdır?, Tasarım sürecinde mimarın rolü nasıl olmalıdır?, Tasarım aşamasında neler yapılır? olmuştur.

Bu sorulara yanıt bulmak için altta belirtilen araştırma yöntemi kullanılmıştır.

1.2. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada kimlikten yola çıkılarak konu ile ilgili literatür taraması yapılmış ve alan çalışması tekniği kullanılmıştır. Bu kapsamında kitaplar, makaleler, dergiler ve ansiklopediler ve dijital ortamdaki bilgiler taranmıştır. Bunun yanında konunun daha iyi anlaşılması adına bina örnekleri taranmış ve görsel döküman olarak sunulmuştur.

Alan çalışması kapsamında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde yakın zamanda inşa edilen 7 adet tesis rastlantısal seçim tekniğiyle seçilmiştir. Tesisler seçilirken mimar ve mal sahiplerinin kolay ulaşılabilir olmasına dikkat edilmiştir. Daha sonra seçilen tesislerin mimar ve mal sahipleri ile irtibata geçilmiş ve randevu alınmıştır. Bu kişilerle görüşme tekniği kullanılarak hazırlanan görüşme sorularını cevaplamaları istenmiştir. Mal sahiplerinin 5 tanesi ile yüz yüze görüşme yapılmış, 2 tanesi ile zaman ayarlanamadığından görüşme soruları bu kişilerin yardımcıları tarafından iletilerek cevaplamaları istenmiştir. Tesislerin mimarları ise yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Görüşme soruları 2 bölümden oluşmuştur. 1. bölümde mimar ve mal sahiplerinin kimlik bilgilerini ve çalışma alanlarını belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur. 2. bölümde ise mimar ve mal sahiplerinin görsel kimliğe katkı ve isteklerini belirlemeye yönelik hazırlanan sorular yer almıştır. Vakit almamak adına sorular kısa, öz ve mümkün olduğunca kapalı uçlu olarak hazırlanmıştır. Görüşme sonucunda tesislerin tanıtılması adına fotoğraflama tekniği kullanılarak tesislerin resimleri eklemiş ve yerleşim planlarını görmek için Google Earth programı kullanılmıştır. Daha sonra ise görüşme sorularından alınan cevapların dökümleri yapılarak bireysel ve kişisel kimlik açısından incelenerek değerlendirilmiştir.

BÖLÜM 2

KAVRAMLAR

2.1. Kimlik

Kimlik kavramı sosyal bilimlerde en yaygın kullanılan kavramlardan biridir. Bununla birlikte tanımlanması en zor ve belirsiz, tartışmalı kavramlarından biridir (Özdemir, 2010).

Sözlükte iki farklı şekilde aktarılmaktadır; birincisi değişen koşul ve durumlara göre bir şeyin değişmez hali, ikincisi diğeri değil, sadece bir şey olma hali olarak anlatılmaktadır (Aybar ve diğ., 2005).

Kimlik kelimesi genel anlamda ise toplumsal bir varlık olarak insana özgü olan belirti, nitelik ve özelliklerle, kişinin belirli bir kimse olmasını sağlayan koşulların bütünüdür. (Dönmez, 2006).

Kimlik; kişilerin, grupların, toplum veya toplulukların ‘Kimsiniz, kimlerdensiniz?’ sorusuna verdiği yanıt veya yanıtlardır (Bozkurt, 1996).

Kimlik, bir varoluş tarzının ürünüdür. Bir kimliğin oluşumu, belli koşulların sürekliliği neticesinde gerçekleşmektedir. Bu koşullardan bazıları şunlardır ;

1. Kültürel miras veya gelenekler,
2. Toplumun gereksinimlerinin nitelik ve karakteri,
3. Coğrafya, topoğrafya, iklim, doğa ve doğanın engebelerinden meydana gelen faktörler,
4. Ulusun ürettiği teknoloji,
5. Değişen şartlara uyabilme yeteneğidir (Kancıoğlu, 2005).

Kimlik, çeşitli alanlarla ilgili kişilik özelliklerini ifade eden bir kavramdır. Bu bağlamda kimlik, kişilik özelliklerinin toplamıdır denilebilir. Güneş Büyük Sözlüğü’nde kişilik, “bir kimsenin kendine özgü bir veya daha fazla özelliğinin olması durumudur.” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu sözcük, bazı durumlarda, insanlara yakışan hal ve davranış anlamında da kullanılmaktadır. Yine aynı kaynakta, toplum bilimleri bağlamında kişilik,

“bireyin toplumsal yaşamı içinde edindiği ve büyük oranda toplumsal yapı tarafından belirlenen alışkanlık ve davranışların tümü” olarak ifade edilmektedir. Bu bilim bağlamında ise kişilik, “bireyin ruhsal, bedensel ve fizyolojik özelliklerinin tümü” şeklinde tarif edilmektedir (Türeyen, 2010).

Kişilikle ilişkisi bağlamında yukarıda tanımlandığı gibi kimlik, bireyin bazı özellikleriyle belli bir kimse olmasını sağlayan çeşitli koşulların tümü olarak tanımlanmaktadır. Bu özelliklerin ifade edildiği yazılı doküman’a “kimlik belgesi”, veya kısaca “kimlik” adı verilmektedir. Toplumsal yaşamda insanlar kimlikleriyle yer almaktadır. Kimlik, bu yaşam süreci içinde insanların tanınması ve tanımlanması için gerekli ve önemli bir belgedir. Bu belgeyi taşımayan birisi, kim olduğunu kanıtlayamaz ve böyle bir durum onun için çeşitli olumsuzluklar içerebilmektedir (Türeyen, 2010).

Kimlik kavramı, bakış açısına göre çeşitli alanları kapsamaktadır. Bunlar; yaş, doğum yeri, cinsiyet gibi temel bilgilerle ilgili; Hristiyanlık, Müslümanlık, Musevilik gibi inançlarla ilgili; Türklük, Sırpılık, Hırvatlık, gibi etnik kökenlerle; Türklük üst kimliğine bağlı Kırgız, Yakut, Özbek, Kazak ve Azeri alt grupları ile; ve daha birçok meslek, eğitim ve kültür grupları ile ilgili kimlikler şeklinde sıralanabilmektedir. Bu kullanım, onun daha kolay anlaşılmasına olanak sağlayabilmektedir. Örneğin, sanatçıların itibar gördüğü bir ortamda ressamlık kimliğinin öne sürülmesi gibi. Bununla birlikte, bireyin kimliğinin yalnızca kendisi tarafından ifade edilmesi yeterli değildir, toplum tarafından da kabul görmesi ve onaylanması gerekmektedir (Türeyen, 2010).

Sosyal bilimlerin veya genel olarak düşünce dünyasının içinden bakıp da kimlik denildiğinde akla gelen ilk çağrışımlar dil, kültür, azınlık/çoğunluk, farklılık, kendilik/ötekilik, bireylik, aidiyet gibi kavramlar olacaktır. Düşüncenin kavram dünyasına uzak biri için, kimliğin ilk akla gelen sembolü nüfus cüzdanındaki vatandaşlık bağı gösteren numara olabilmektedir. Ve örneğin bir fabrikanın üretim bandında çalışan biri için, kimliğin çağrıştırdığı şey sayılar olabilmektedir. Zira bir malın üstündeki barkod numarası, bizim vatandaşlık numaralarımıza benzer bir şekilde o ürünün kimliğini, yani hangi ülkede üretildiğini, hangi seriye veya hangi yıla ait olduğunu belirten rakamlardan oluşmaktadır. Dolayısıyla bir barkod numarasının içinde ürünün diğerleriyle ortak olan ve farklı olan özelliklerini birlikte buluruz. Örneğin ülke ve yıl bilgisi, aynı ülke ve yılda

üretileen ürünlerle ortaklığı tanımlarken, diğer rakamlar bu ortak olunanlar içinde farklı özellikleri formüleştirir. Böylece bir rakam grubuna bakarak o ürüne ait temel bilgilere ulaşmış oluruz. Bunlar o ürünü başka ülkelerde, aynı ülkede başka fabrikalarda, aynı fabrikada başka partilerde üretilen kendi cinsinden ayırt etmemize yarayan ve onu biricik kılan özellikleri veren bilgilerdir. Ve aynı zamanda onu, belirli bir ürün grubuna dahil eden, onun ilgili gruptaki diğer ürünlerle aynılığını, paylaştığı özellikleri imgeleyen bilgiler... O halde sadece bir ürünün belirlenmesinde bile birileriyle birleşmek ve birilerinden ayrılmak aynı anda vardır. Herhangi bir kimlik, aynı anda ait olunan ve olunmayan, hem benzer hem farklı olunan bir yeri, konumu, bağlamı tanımlamaktadır. Bu, kimliğin izole bir şekilde tanımlanamayacağını da göstermektedir. Anlamını ötekinden, ne olmadığından almaktadır. Benzersizliğin, ötekinden farklılığı işaret eden, negatif bir şekilde tanımlandığı yerde konumlanmakta; var olmak için başkasına ihtiyaç duyan bir aynıyla buluşmaktadır (Özdemir, 2010).



Şekil 2.1: Barkod numarası

(<http://www.gidasayfasi.com/haber-65-ulkelerin-barkod-numaralari.html>)

Pierre Von Meiss' e göre; insanın farklı seviyelerde tanımlanabilecek kimliğini üç ana başlık altında toplamaktadır. Birincisi onu dünya yüzündeki diğer canlı veya cansız varlıklardan ayıran insan olarak kimliği, ikincisi aile, siyasal parti, kulüp gibi belli bir amaca hizmet eden, aynı şeyleri paylaşan bir grubun üyesi olarak kimliği, üçüncüsü ise kişinin özgürlüğünü, kişisel sorumluluğunu gruptan ve diğerlerinden farklı olarak ortaya koyan, kendine özgü niteliklere sahip bir birey olarak kimliğidir (Köse, 2002).

Amos Rapoport ise kimliğin iki belirgin tipinin birbirinden ayrılması gerektiğini ileri sürmektedir. Bunlardan biri özel kimlik diğeri ise halk kimliği olarak nitelendirilmektedir.

Birinin yakın grubunun ve bir kişinin kimliğinin ortaya konulması birinci kategori için geçerlidir. İşaretler göreceli olarak özel olabilmektedir. Bunlar bunu bilen kişiler tarafından tanınabilmektedir. İkinci kategoriye konulan kimlik, başkaları ve bizim aramızdaki ayrılığın ortaya konulması ile açıklanabilmektedir (Köse, 2002).

Modern uygarlık ile egzotik toplumların karşılaştırmasını değerlendiren Levi Strauss, hiçbir toplumda tözsel (kök, asıl) bir kimlik olmadığını, her toplumun bu kimliği birtakım parçalara, ögelere böldüğünü ve bunların sentezinin kültürün sorunu olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre kimlik, bir virtüel (sanal) yuvadır, gerçek mevcudiyeti yoktur, kimliğin mevcudiyeti teoriktir (Aybar ve Başkaya, 2005).

Kimlik duygusu, belirli bir etnik grubun, kendi farklılığını inşa etmek üzere kendisi için bir referans kaynağı olacak kollektif bir geçmiş yaratma çabalarıyla ilgilidir. Dolayısıyla bu geçmiş bir miras olarak çok çeşitli şeylerle doldurulabilir ve geçmişin öğelerinin algılanması ve temsili, kimlik taleplerine göre şekillendirilebilir. Kimlik sorununa çağımıza ait bir olgu olarak bakıldığında, geleneksel, küçük toplumların kimliğinin olmadığı anlamına gelmemektedir, tam tersi bu topluluklar durağan ve kapalı oldukları için kimlik sıkıntıları olmamıştır. Gelişen ve sürekli iletişim içinde olan toplum ve bireylerde kimlik sorunu ortaya çıkmaktadır. Birey ve toplumların kimliğini oluşturan, onların ürettikleridir. İnsan, ürettiği şeylere kendinden bir şeyler katar ve onu kendine ait kılan da bu olur. Üretim sözcüğü teknoloji için de geçerlidir. Bundan dolayı kendi teknolojisini oluşturmayan bir toplum, kimliğini oluşturamamış anlamına gelmektedir. Günümüz insanı teknolojiyi kullanarak kimlik arayışını sürdürmektedir (Aybar ve Başkaya, 2005).

2.2. Kimliksizlik

Sözlük anlamı ile kimliksizlik; kimliğini, niteliğini, kişiliğini yitirme durumu olarak açıklanmaktadır (<http://www.nedirnedemek.com/kimliksizlik-nedir-kimliksizlik-ne-demek>).

Kullanıcı kimliğini öne çıkarmayan yapılar da kimliksiz olarak nitelendirilmektedir.

Günümüzde biçimin anlamlarından hızla kopuş gösterdiği yapılarımız, mimari öznenin yok oluşunun ve kimliğin parçalanmasının göstergesi olmuştur. Adorno'nun bu türden bir

eğilime verdiği ad olan paranoyak kimlik, aslında kimliksizleşmenin ifadesidir. Bu sorunun çözümüne karşılık veren Habermas özgür rasyonalite kavramının kullanılmasıyla sorunun aşılabileceğini söylemektedir. Geçmişten günümüze kültürel mirasın korunarak teknik ve bilimle birleşmesi sonucu kimlik tanımına ulaşılacaktır. Lytoyad’ın ortaya attığı gibi sahte tarihsel bir ilişki yerine, insan doğası içinde özne-nesne etkinliğinin hakim olduğu bir düzen kurulması gerekmektedir (Köse, 2002).

Kimliksiz çevreler ise kimlik kadar tanımı zor bir kavramdır. Mimarlık tartışmalarında kimliksiz çevre tanımı da kimlik gibi iki farklı anlamda ifade edilebilir. Bunlardan ilki kullanıcısının katılımı olmadan aynı görüntüyü sergileyen, monoton tekrarlarla oluşmuş çevreler, diğeri ise içinde karmaşıklığı barındıran, biri diğerinden farklı ama uyumsuz yapılanmış çevrelerdir (Aybar ve Başkaya, 2005).

Kimliksiz yapılara örnek olarak tarihsel binaların zaman geçtikten sonra yeniden aynı form içinde başka kullanımla başka şehirlerde inşa edilmesi verilebilir.

Biol (2008); “Tarihsel bir dönemde yapılan bir binanın, kendi döneminin ruhunu (kültürünü, teknolojisini, zevkini) yansıttığını savunmaktadır. Sanatta ve mimarlıkta biçim, o sanatı ve mimarlığı üreten topluma, o toplumun değer yargılarına, yaşam biçimine, farklı alanlardaki gelişmişlik düzeyine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır; bundan dolayı da kendine özgü bir karakter taşımaktadır. Tarihin belli dönemlerine ait binaları veya o binalarda simge haline gelmiş değerleri bilinçsizce kullanmak, süsleme, dekorasyon, tarihselcilik, üslupçuluk, simgesel bir mimari biçimi kullanarak o biçimle ilişkili veya ilişkisiz herhangi bir düşünceyi veya o biçimin anımsattıklarını empoze etmek/dayatmak, “Binalar Konuşunca Mimarlık Susar” adlı sergide de belirtildiği gibi, mimari çevrenin kimliksiz, ideolojik manipölasyonlara açık ve mimarlık dışında her şeyden bahseden kaotik bir ortam haline gelmesine yol açmaktadır” (Biol, 2008: s. 3).

Örnek olarak İstanbul’daki Topkapı Sarayı’nın Antalya’da ‘Topkapı Palace’ oteli, Rusya’daki Kremlin Saray’ının Antalya’da ‘Kremlin Palace’ oteli ve Yunanistan’daki Artemis Tapınağının Kuzey Kıbrıs’ta Artemis Hotel olarak yapılması verilebilir.

Kimliksizliđi nitelediđi dűűűűűűen bu dűűűűűe tarzı kiűűlere gűűe deđiűűkenlik gűűstermektedir.



Resim 2.1: Topkapı Sarayı
(Biol, 2008)



Resim 2.2: Topkapı Palace Otel
(Biol, 2008)



Resim 2.3: Kremlin Sarayı
(<http://www.delinetciler.net/forum/dunya-tarihi/31998-kremlin-sarayi-vekizilmeydan.html>)
- (<http://www.wowhotels.com/wowkremlinpalace.asp?islem=fotogaleri&kategoriID=5>)



Resim 2.4: Kremlin Palace Otel



Resim 2.5: Artemis Tapınağı
(<http://www.yasamvesaglik.com/forum/turizm-gezi-doga-ve-sehir-rehberi/43433-artemis-tapinagi-nerede.html>) - (<http://www.grupanya.com/istanbul/firsat/tursem-kaya-artemis-bayram>)



Resim 2.6: Artemis Otel

Şehir ölçeğinde de kimliksizlikten söz etmek mümkündür. Şehir planlamasının olmadığı durumlarda kimliksiz yapılaşmaya gidilmektedir. Örneğin İstanbul'daki düzensiz yapılaşmayı bugünkü durumda gözlemlemek mümkündür.



Resim 2.7: İstanbul'daki kimliksiz yapılaşma (<http://ekonomi.milliyet.com.tr/ikinci-mega-kent/ekonomi/ekonomidetay/29.08.2012/1588064/default.htm>)

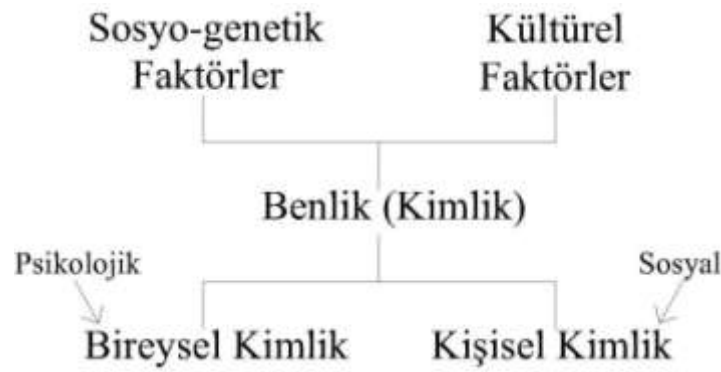
Mekan ve kimlik ilişkisi tıpkı beden ve ruh ilişkisi gibi birbirinden ayrı düşünülemez. Bir mekanda bizi etkileyen olumlu veya olumsuz tüm unsurlar aslında zihnimizde o mekana ait kimlik tanımını oluşturmaktadır. Mekanı tanımlayan zihnimizde kalan tüm bu etkilerin toplamıdır. Bu tanım zihnimizden kolayca silindiğinde veya diğerleriyle olan benzerliğinden dolayı sıradanlaştığında mekanın kimliksizliğinden söz edebilmektedir (Karaaslan, 2010).

2.3. Bireysel – Kişisel Kimlik

Kimlik kavramını “ben” ve “biz” olarak ayıran Jan Assmann, ben kimliğini de bireysel ve kişisel olarak ayırmaktadır. Assman'ın tanımında “Bireysel Kimlik”i bireylerin bilincinde kurulan ve saklanan, onu tüm diğerlerinden ayıran detayların yarattığı imgedir, bedensel varlığın kılavuzluğunda gelişen kendilik bilinci, onun indirgenemezliği, benzersizliği ve yeri doldurulmazlığıdır. “Kişisel Kimlik” ise bireyin, sosyal yapının özel bileşimlerine dahil oluşu ile yüklendiği roller, özellikler ve yetkililerdir. Bireysel kimlik, bir yaşamın doğumdan ölüme, varlığının maddi temelleri ve temel ihtiyaçlarına kadar tek kişiye özgü ve rastlantısal verilerle ilişkisine dayanmaktadır. Ben kimliğinin, bireysel kimlik dahil iki

yönü, sosyo-genetik ve kültürel olarak belirlenmiştir. İki süreç, bireyselleşme ve sosyalizasyon süreçleri, kültürel olarak belirlenmiş kulvarlarda gitmektedirler. Kimliğin bu iki yönü de, belli bir kültür ve dönemin dili, kavramlar dünyası, değerleri ve normları tarafından özel olarak belirlenen ve onlardan etkilenen bilinç sorundur. Bu durumda toplum bireyin karşısında ayrı bir varlık olarak değil, onun kimliğinin kurucu bir unsuru olarak ortaya çıkmaktadır. Kimlik, ben kimliği de buna dahil, hep toplumsal bir yapıdır ve bu haliyle hep kültürel kimliktir (Assman, 2001).

Kişisel kimlik, ancak etkileşim ve eylemlilik içinde ortaya çıkmaktadır. Kişisel kimlik aynı zamanda başkalarına ilişkin bir bilinç olan öz bilinçtir: başkalarının beklentileri ve onların kişi üzerinde yarattığı sorumluluk ve yükümlülüktür (Assmann, 2001).



Şekil 2.2: Bireysel ve Kişisel Kimliğin oluşumu

Güvenç (1996) “Bireysel Kimlik” ile “Kişisel Kimlik” ayrımını şu şekilde açıklamaktadır: “Kişiyi ötekilerden ayırmak için, kurumlarca verilmiş, herkesin cebinde, iş yerinden aldığı çalışma, trafik polisinden aldığı sürücü, bankadan aldığı para-kredi kimlikleri (kartları) “bireysel kimliklerdir”. Kişilerin üyesi bulunduğu kurum ve kuruluşlar, dernekler, kulüpler ve okullarda gönüllü, duygusal veya mesleki ilişkilerini gösteren psikososyal veya kişisel kimlikleri de vardır. Bu tür kimlikleri bireysel kimliklerden ayırmak için “kişisel kimlik” tanımı kullanılmaktadır” (Bozkurt, 1996).

Doğan Ergun ise bireysel kimliği insana özgü nitelik/nitelikler olarak tanımlamıştır. Nitelik ise bir şeyi başka şeylerden ayıran özelliktir. Kimlik, bir kişinin bir özelliğidir. Ve insanın

bütün özellikleri kimlik olabilir. Başka bir deyişle, insanın sahip olduğu bütün kişi/kişilik özellikleri, kimlik olarak belirtilebilir (Ergun, 2000).

Akçay özetle “bireysel kimliği” şu şekilde açıklamıştır. Toplum içinde yaşayan insanı, ötekilerden ayıran, nesnel ve öznel değerlerin tümüdür. “Kim” olduğunu anlatan özellikleridir. Kişinin toplumdaki rolü, değer yargılarıdır. Belli bir süreçte oluşan, çevresel ve kültürel etkenlerden etkilenen ve değişebilen bir olgudur (Akçay, 2006).

2.4. Kurumsal Kimlik

Bir kurumun kendisini temsil etme biçimlerinin bütünü, o kurumun kimliğini oluşturmaktadır. Kurumun kendisini temsil ederken nasıl algılanacağına yön veren aktivitelerin bütünü ise kurumsal kimlik süreci olarak tanımlanmaktadır (Öztürk, 2006).

Kurumsal kimliğin dışa yansıyan yüzü öncelikle amblem, logo, kartvizit, mektup kağıdı vb. gibi görsel unsurlarla vurgulanan kurumun ‘kişisel kimliği’dir. Kurumsal kimliğe sahip olabilmek için, öncelikle kurum olmak gereklidir.

Eğer bir kuruluşu yöneten, yöneticiler değil de birtakım ilkeler ise ya da başka bir ifadeyle bir kuruluştaki zaman içinde yöneticiler değişse de ilkeler değişmiyorsa (tabi önce ilkeler varsa) bir işletmenin onu diğerlerinden ayıran bazı nitelikleri, tarzı, standartları varsa o kuruluş bir kurumdur (Öztürk, 2006).

Kurumlar da aynı kişiler gibi kimlikleri sayesinde sosyal çevreleri içerisinde var olurlar. Kimlikleri vasıtasıyla kendilerini insanlara ve diğer kurumlara tanıtır ve ispatlarlar. Sosyal çevre içindeki bu iletişimi gerçekleştirmek ve kimliğini ortaya koymak için de bir takım semboller kullanmaktadırlar. Her kurumun sembolü, kendini ortaya koyuş biçimi farklı olacaktır. Nasıl ki, bireyler kimlikleri sayesinde birbirlerinden farklılaşıyorsa, kurumlar da kimlikleri ile birbirlerinden ayırt edilirler (Ovalıoğlu, 2007).

Kurum kimliğinin bazı öğelerine ilk kez soyluların, kralların ve şehirlilerin kullandıkları armalarda, bayraklarda ve orduların üniformalarında rastlanmaktadır. Bu bayrak ya da üniformalardaki işaretler, ortak bir ruhu, aidiyeti, bütünleşmeyi simgelemektedir. İlk

dönemlerde bir ortaklık ve bütünlük çağrıştırma amaçlı kullanılan kimlik uygulamalarında geçmişten günümüze farklılıklar görmek mümkündür. Günümüzde kimlik uygulamaları daha çok tanıtım ve farklılaşma amaçlı kullanılmaktadır. Sanayileşmenin ortaya çıkmasıyla şirketler arası rekabet artmış, kurumlar da kendilerini daha çok, tanıtma ve diğerlerinden farklılaşarak öne geçme ihtiyacı duymuşlardır. Dolayısıyla bu dönemden sonra ‘kimlik’ kavramı oldukça önem kazanan ve ön plana çıkan bir kavram olarak karşımıza çıkmıştır (Ovalıoğlu, 2007).

Bir kuruluşun ne/kim olduğu, neler yaptığı, bu yaptıklarını nasıl yaptığı, nasıl tanıtım ve reklam yaptığı, ne ürettiği, ürün ve aktivitelerini nerede nasıl ürettiği, sattığı veya sunduğu ve yine bu kuruluşun bütün bu ‘gözle görülür’ sunumlarının, bilgi ve hizmetlerinin ardındaki gözle görülemeyen kişilik ve karakteri kurum kimliğinin hedef kitlesine iletebileceği gerçeklerdir. Kurumsal kimlik, kurumun kim olduğunu, ne olduğunu, çevrenin ve dünyanın onu nasıl gördüğünü belirlemektedir. Kurumlar kendilerini kimlik çalışmaları yoluyla hedef kitleye sunduklarından, hedef kitlede oluşan algılama yani imaj da, kurumun kimliğine bağlı ve ona göre şekillenen bir olgudur. Bu sunuş ilkelerine “Görsel kimlik” denir (Ovalıoğlu, 2007).

Görsel kimlik, kurumda yapılan işi, kurumun kimliğini en iyi ve en etkili biçimde gösteren, anlatan, sembolleştiren ve akıllarda yer etmesini sağlayan ana unsurdur. Bir kurumun / ürünün / hizmetin / fikrin; ismi, logosu, antetli kağıdı, taşıt araçlarının donatımından, kurum binasının genel görünümüne, iç mimarisine, satış, servis ya da dağıtım elemanlarının kıyafetine kadar, kurumu saran bir deri gibidir (Kaya, 2006).

Kurumun görsel kimlik tasarımı oluşturan araçlar içinde kurumun ‘adı’, ‘sıfatı’, ‘grafik araçlar’, ‘mimari ve mekansal araçlar’, ‘moda’ ve ‘algılama’ ile ilgili araçları sayılabilir. ‘Grafik araçlar’; kurumun amblemi, logosu, rengi ve yazı karakterinden oluşmaktadır. ‘Mimari ve mekansal araçlar’; mimarî kimlik, cephe kimliği ve malzemeler, tabelalar, mekân düzeni ilkeleri, iç mekan duygusu ve malzemeler, iç ve dış aydınlatma, mobilyalar, çalışma birimleri, kalıcı ve geçici mekan kurma öğeleri, endüstri tasarımı öğeleri, mobil elemanlardan, ‘moda araçları’; üniformalar, giyim standartları ve aksesuarlardan, ‘algılamaya dayalı araçlar’ ise; ışık, ses ve koku gibi öğelerden oluşmaktadır. Özellikle benzer ürün üreten ve hizmet sunan kuruluşların kurumsal tasarım çalışmaları

hatırlanabilirlik derecesinin artması bakımından önem kazanmaktadır. Benzer ürün üreten ve hizmet sunan kuruluşlara, giyim mağazaları, restoranlar, kafeler, oteller, bankalar, havayolu şirketleri örnek verilebilir. Örneğin, Starbucks Coffee şirketinin hatırlanabilir ve kalıcı bir kimlik ortaya koyması şirkete ait görsel kimlik çalışmalarıyla sağlanmıştır. Bu kuruluşa ait tüm şubelerde, kurum kimliğini yansıtacak şekilde tasarlanmış olan kurum rengi, logosu, cephe tasarımı müşterinin dikkatini çekmektedir. Satılan ürünün ambalajı, kahve kupaları, satışta sunulan diğer yan ürünlerin paketleri, alışveriş çantaları ve çalışanların kıyafetleri aynı kimliği yansıtacak şekilde tasarlanmıştır (Kaya, 2006).



Resim 2.8: Starbucks Coffee şirketine ait alışveriş çantası, kahve kupası örnekleri
(http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/follow-up_starbucks_rolls_out_new_identity.php)



Resim 2.9: Starbucks Coffee cephesinde tabela örneği
(<http://www.thefinancepages.co.uk/companies/starbucks-sales-tax-dodged/02553/>)

Başarılı kurumlar, titizlikle oluşturdukları kurum felsefelerini hedef kitleye aktarabilmek için tasarımın her türlü alanından ustaca yararlanmaktadır. Sağlam bir görsel kimlik

çalışması; ürün tasarımı, iletişim tasarımı ve mimari/iç mimari tasarımının birleşiminden oluşmaktadır (Ovalıoğlu, 2007).

Ürün tasarımı, ürünün özelliklerini ve niteliklerini görselleştirme olarak tanımlanabilir. Günümüzde serbest piyasa koşulu içerisinde faaliyette bulunan ve aynı ürünü piyasaya sunan farklı firmalar bulunmaktadır. Her kuruluş, ürettiği ürünü diğerlerinden farklı kılarak ürünün tercih edilme özelliğini artırmaya çalışmaktadır. Bu nedenle ürün tasarımı giderek daha çok önem kazanmaktadır. Kurum kimliği ve kurum imajı bağlamında ele alınan ürün tasarımı, ürünün estetik, pratik, sembolik fonksiyonlarını, kullanım kültürünü, moda ve çağdaşlığı gibi niteliklerini vurgulayarak tüketicinin ürün hakkındaki düşüncelerini etkilemektedir. Ürün tasarımı, ürünün kendisinin tasarımından, ambalajının tasarımından ve markasından oluşmaktadır. (Kaya, 2006).

Bir kurumun görsel kimlik ile birlikte iletişimini sağlayan unsurları; kurumun rengi, kurumun logosu ve kurumun yazı türüdür. Kurum rengi, kurum kimliğini somut şekilde anlatan önemli bir unsurdur. Renkler, dikkat çekmek duyguları etkilemek, bir sembole değişik değer ve anlamlar yüklemek açısından etkilidir. Her rengin insan üzerinde yarattığı etki farklıdır. Bu nedenle kurumlar kimliklerini yansıtacak, görsel olarak bu etkiyi verebilecek rengi seçerler. Örneğin, Lacoste firması, kurumun logosunu oluştururken ‘yeşil’ rengini kullanarak doğayı ve suyu ifade etmektedir. Marlboro sigarası ise üçgen biçimi ve ‘kırmızı’ rengi ile erkeksi, saldırgan ve aktif bir kişilik oluşturmaktadır.



Şekil 2.3: Lacoste ve Marlboro firmalarının kurum rengi ve logosu
(<http://logoshistory.blogspot.com/2011/01/all-lacoste-logos.html> -
<http://trade.mar.cx/marlboro>)

Tez konusundan yola çıkıldığında, kurumsal kimliğin mimari tasarımı nasıl etkilediği önemli bir faktördür.

Kurumsal kimliğin bir alt ögesi olan mimari ve iç mimari tasarım, kurum kimliği baz alınarak yani kurumun faaliyet kolu, hedef kitlesi, sattığı ürün veya hizmetler, faaliyetlerini gerçekleştirme tarzı gibi öğeler dikkate alınarak yapılmaktadır. Kurumun mimari ve iç mimari kimliği oluştururken, renk, doku, form, malzeme seçimi gibi kararlar ile kurumun karakteristik özellikleri oluşturulur; böylece kurum kimliğinin belirginliği ve sürekliliği sağlanmış olur (Kaya, 2006).

Kurum mimarisi, kurumda çalışanların, kurumu ziyaret edenlerin ve kurumla ilgili çevrenin kurum hakkındaki izlenimlerini sağlamak içindir. Tipik bir kurum mimarisi bir yeniden tanıma, hatırlama unsuru haline gelebilmektedir. Bunun yanı sıra, ilginç bir mimari de tüm dikkatleri üzerine çekebilmektedir (Ovalıoğlu, 2007).

Kurum kimliğini mimari açıdan ileten en başarılı örneklerden birisi Münih'teki BMW Kulesidir. Yapı, büyüklüğü ve gücü yansıtmaktadır. Bu kurumun ürünü olan otomobil sürekli gelişim ve ilerleme göstermektedir. Mimari görünüş açısından motor silindirleri imgesi de oluşturan bina, bu şekilde teknolojik bir etki yaratmakta ve otomobil üreticisinin vermek istediği imaj ile örtüşmektedir (Kaya, 2006).



Resim 2.10: BMW Firmasının mimari kimliği
(<http://erkanozseyhan.blogspot.com/2008/05/bmw-merkez-binas.html>)

Diğer yandan ABD'deki "Chrysler" binası, hem güç ve günün teknoloji imgesini oluşturmakla birlikte kütlesi ve görünüşüyle tasarımcısının 'bireysel kimlik' yönünde koyduğu ağırlığıda öne çıkartmaktadır.

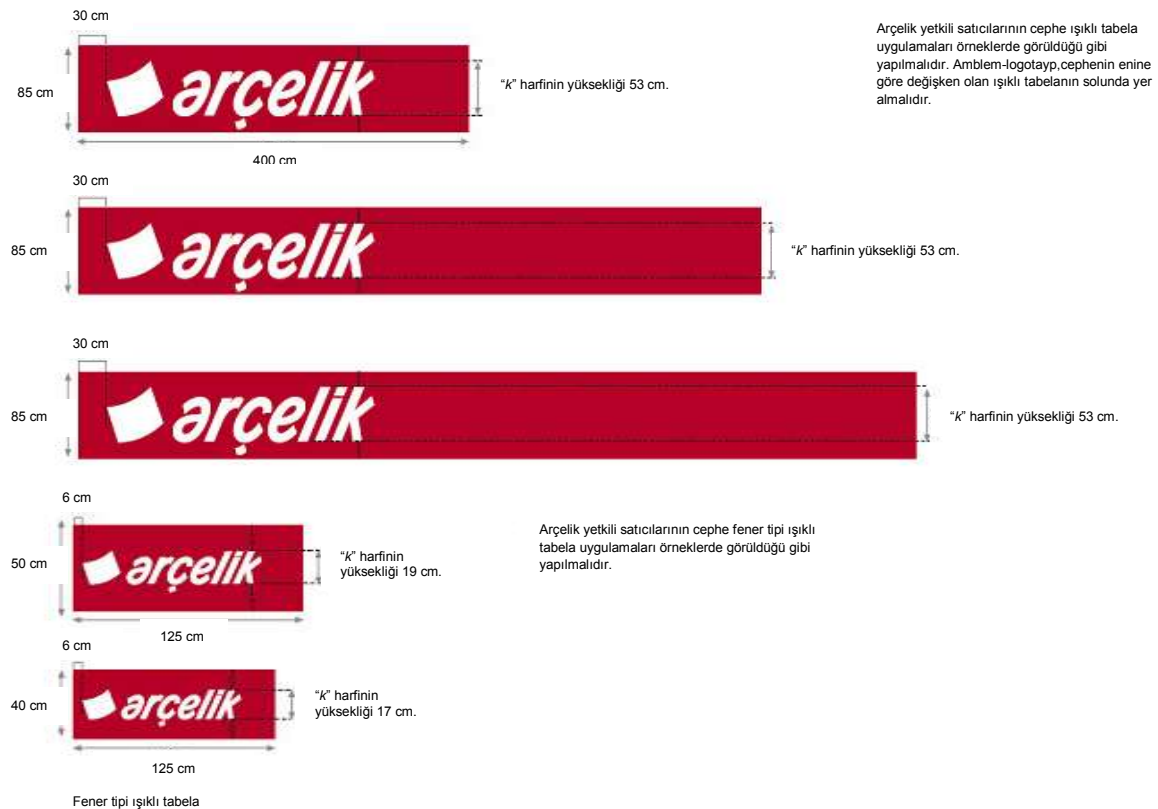


Resim 2.11: Chrysler Binası (http://en.wikipedia.org/wiki/Chrysler_Building)

Görsel kimlik aynı zamanda bir anlam aktarma, bilgi iletme ve iletişim işlevini de yüklenmektedir. Kurumlar mimari ve iç mimari tasarımlarını oluştururken, sahip oldukları kimliği iletmek için görsel uyarılara ihtiyaç duymaktadırlar. Kurumların mimari ve iç mimari kimlikleri, kurum kimliğini iletebilecek işlevsel, estetik ve sembolik fonksiyonları yerine getirecek şekilde oluşturmaktadırlar. Bu nedenle mimari ve iç mimari kimlik tasarımlarında malzeme seçimi ve malzemenin teknik ve estetik kullanımı, renk, doku ve biçimlerin kombinasyonu önem kazanmaktadır (Kaya, 2006).

Özellikle aynı ürünü satan ve aynı hizmeti veren kurumlar, farklılıklarını, kimliklerini özellikle görsel kimliklerini vurgulayacak şekilde yansıtmaktadır. Başarılı görsel kimlik çalışması olan kurumlar, hatırlanan ve güvenilen kurum konumuna erişebilmektedir. Çok sayıda şubesi olan kurumlar, cephe ve iç mekanlarında aynı tarz mimari, renk, doku, form, ve malzeme kullanarak aynı standartta hizmeti verdiklerini topluma iletmekte ve bir ‘güven’ duygusu yaratmaya çalışmaktadırlar.

Örneğin Arçelik Firmasına ait görsel kimlik standartlarının dış ve iç mimari düzenlemelerini etkilediğini görebiliriz. Arçelik görsel kimlik klavuzunda bu standartlar; yetkili satıcılar, yetkili servisler ve mutfak satış noktalarında mimari ve iç mekan düzenleme standartları olmak üzere üç başlık altında toplamıştır. Arçelik firmasının logo renginin kırmızı seçilmesindeki neden ise titreşimi çok kuvvetli, hareketlendirme özelliği olan dinamikliği çağrıştıran ve yüksek uyarıcı renkler içerisinde gösterilmesidir. Ayrıca sıcak renkler içerisinde bulunan kırmızı renk markayı ve teknolojiyi sıcak kılmasını simgelemeye çalıştığı gözlenmektedir. Logo yapısının yatık (italik) karakterde olması dinamizm etkisi vermek için kullanıldığı belirgindir (Ovalıoğlu, 2007).



Şekil 2.4: Arçelik Firmasına ait tabela standartları (Ovalıoğlu, 2007)

Şekil 2.4’de Arçelik Firmasına ait tabela standartları verilmiştir. Ülkemizdeki Arçelik bayiliklerinde tabelaların bu standartlara göre yapıldığı görülmektedir.



Resim 2.12: Lefkoşa’daki Arçelik bayisi

2.5. Mimari Kimlik

Diğer taraftan **Mimarlık** ifadesi, deneyimlerle oluşmuş davranışları yöneten, ifadelendiren ve şekillendiren işaretler sistemidir. Mimari işaretler, nesnenin kavranmasını sağlayan, işleviyle bütünleşmiş ve işlevini anlamlı kılan bütünlüklerdir. Diğer yandan mimarlık ekonomik, teknik ve mekanik kesinliklerle yaşam tarzını, değerlerini, kullanıcısının gereksinmelerini tanımlayan (gösteren) formsal bir tanımlama (gösterge) olarak da açıklanabilmektedir. Mimari ürünün, kimlikli olabilmesinin koşulu, bulunduğu coğrafyaya ait olabilmesiyle başlamaktadır. Aitlikle anlatılmak istenen, ‘yer’li ve ‘zaman’lı olabilmektir (Özgen, 2003). Yer kimliğinin akılcı ve insancıl yollardan güncelleştirilmesi kişide psiko-sosyal açıdan önem taşır. Yer, insan ilişkisinin kabıdır. Yerin kimlik ve anlamının zedelenmeden sürdürülmesi için, kültürel sürekliliği sağlayan, yerel kimliği geliştirerek koruyan başlıca etmendir (Gür, 2002).

Mimari kimlik bina ve yakın çevresi için mimar ve/veya kullanıcı tarafından oluşturulan ayırt edici özellikler ile belirlenebilmektedir. Mimari kimlik kültürel ve kentsel kimlik sistemlerinin alt açılımı olarak kent ve koruma planları, mimari üsluplar, mimari diller,

yapı ve çevre oluşturma politikaları, malzeme ve teknoloji, çevreye karşı davranışlar ve tutumlarla etkileşim içindedir (Beyhan ve Ünügör, 2005).

Mimari fiziksel özelliğin bir kimlik oluşturabilmesi için de:

- Dikkat çekici ve toplum tarafından kabul edilmiş olması (Öçal, 2008),
- Kitlesele etki bırakması,
- Yerleşimde odak noktası niteliği taşıması,
- Çevresi ile ilişki ve armoni içinde olması gibi unsurlardan söz edilebilir.

Kimliği oluşturan bileşenlerden biri olan mimari kimlik, ulusal kimlik ile etkileşim içindedir. Bir yerin mimari kimliği, topluma ait gelenek-görenek, folklorik özellikler ve yaşam biçimi yanında toplumun geçmişten günümüze kadar oluşturduğu yapım kültürü ile var olabilmektedir (Öçal, 2008).

Mimari kimlik, şekillenmiş toplumsal değerlerden oluşan bir dildir ve her toplumda özgün linguistik bir yapısı vardır. Semantik ve semiyolojik analizlerle, kültürel form olarak mimarlığın, hangi linguistik yapıya sahip olduğu incelenebilir. Yapısal inceleme, mimari dilin gelişimini ve oluşumunu açıklayacaktır. Konuduğumuz dilde olduğu gibi, mimari dilde de oyunlar, yan anlamlar söz konusudur. Her kelimenin olduğu gibi her formun da bir yan anlamı olabilir. Dili tanımak, ürüne yan anlamlar yüklememizi sağlamaktadır (Özgen, 2003).

Yukarıdaki söylemden yola çıkıldığında, toplumların kendine ait dilleri ve kültürleri olduğu kadar, bunların yarattığı mimari bir kimlikleri de olduğu bilinmektedir. ‘Akdeniz Mimarlığı’ örneğinde olduğu üzere, o bölgede yaşayan toplumların kültürünü etkilemiş coğrafi eleman olan bir deniz çevresinde oluşmuş büyük bir bölge boyutunda olabileceği gibi, o çevrenin bir bölümünde yaşayan tek bir topluma özgü özellikler de gösterebilir. Mimari öğelere, sahip oldukları biçimsel özellik ve bir araya gelerek oluşturdukları doku özellikleriyle bulundukları ortama ait anlam yüklenebilir. Binanın dış kabuğu, ilk bakışta çevresine ait olduğu sisteme ilişkin estetik değerleri yansıtan en önemli öğedir (Özgen, 2003).

Grillo kimliği sıradışı, klişe olmayan, az rastlanan kaliteler olarak tanımlamaktadır. Moda veya marka olan, görkeme dayalı binalarla kimlikli olanları ayırarak; binaların toplumların politik ve sosyal görüşlerini yansıttığını belirterek Paris 1937 Dünya Fuarı'daki Alman ve Sovyet pavyonlarını örnek veriyor. Alman Pavyonu faşist bir imparatorluğun gücünü simgelerken, Sovyet pavyonu bir ideolojinin reklamını yapar gibidir. İdeolojilerin ve politikaların anlatımı yukardaki örnekte olduğu gibi genellikle binanın kitlesi yoluyla olmuştur; ancak anlatımın simetri, ritm, oranlar veya ortaçağ örneklerinde görüldüğü gibi, içe dönüklük yoluyla plan kurgularına yansıdığı da görülmektedir (İnceoğlu, 2004).



Resim 2.13: Solda Alman Pavyonu ve sağda Sovyet Pavyonu
(<http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=404273&page=9>)

Meiss'e göre özel bir grubun kimliğini yansıtan yapı inşa etmek için mimar üç stratejiden birini kendine hedef seçmektedir. Bunlar sırayla şu şekilde açıklanmaktadır.

Birinci strateji yorumlamaya yönelik olandır. Bu yöntemde insan ve grupların davranış ve değerlerinin incelenmesi ve gözleme dayandırılması kadar onların kimlikleri için büyük önem taşıyan mimari elemanlar ve yerlerinin de göz önüne alınması gerekmektedir. Ronchamp Tapınağı ve La Tourette Binası yapabilmek için Le Corbusier koyu bir Katolik olmasına rağmen, kutsal Katolik mekanların önemli karakteristik özelliklerini titizlikle incelemiş ve uygulama aşamasında doğru bir şekilde kullanarak yapı kimliği konusunda başarıya ulaşmıştır.



Resim 2.14: Ronchamp Tapınağı dış ve iç mekan görüntüsü.
(<http://damadenegro.wordpress.com/2014/01/21/capilla-de-notre-dame-du-haut-ronchamp/>)



Resim 2.15: Le Corbusier'in tasarladığı Fransa'daki La Tourette Binası
(<http://v3.arkitera.com/v1/gununsorusu/2001/10/20.htm>)

İkinci strateji kullanıcıların katılımını göz önüne almaktır. Bu gelişimle örneğin, konut tasarımı alanında kullanıcıların kendi kimliklerini ortaya koymalarını sağlayan ilginç olasılıklar sunulmaktadır.

Üçüncü strateji ana belirleyici strüktürün tamamlanmasından sonra, kullanıcı tarafından yaratılan mekanları ve kimlik sembollerini uygun bir şekilde ortaya koyan bir mimarlık anlayışı önerilmektedir. Herman Hertzberger misafirperver mimari tanımıyla toplu üretim ve kişisel kimlik gereksinimi arasında uzlaşmacı yanı ağır basan yeni bir eğilim öne sürmekte başarı göstermiştir.



Resim 2.16: Herman Hertzberger'in tasarladığı Hollanda'daki Central Beheer Ofis Kompleksi
(<http://academics.triton.edu/faculty/fheitzman/architecturalmethodology-C.html>)

Sonuç olarak Meiss'e göre mimari yapının fonksiyonel olması, seçilen konstrüksiyonu ve kimliği gibi üç ana ilkesini göz önüne alan mimar farklı çözümlemeler eşliğinde sunduğu artistik yaratıcılığı ile yapının mimari kimliğini kazandırmalıdır.

Diğer yandan Köse, Kevin Lynch'in kimlik kavramını şu şekilde aktarmaktadır. Lynch, *The Image of the City* isimli kitabında kimliğin imajın parçalarından biri olduğunu ortaya koymaktadır. Çevresel imajın kimlik, strüktür ve anlam olarak belirlediği üç ana elemana göre analiz edilebileceğini vurgulayan Lynch, işleyebilir bir imajın ilk olarak diğerlerinden farklılık gösteren bir objenin tanımlanmasını, onun ayrı bir bütün olarak belirlenmesi gerektiğini düşünmektedir. Bunun başka bir şeyle eşitlik veya benzerliğinin duygusuyla değil, bir başınlığı ve kişiselliği ile kimlik olarak tanımlana bileceğini vurgulamaktadır. İkinci olarak imaj, objenin gözleyen ve öbür objeler için mekansal ve örgüsel ilişkisini içine almaktadır. Lynch en son olarak bu objenin gözleyen için pratik ve duygusal bir anlam taşıması gerektiğini, anlamın yine bir ilişki olmasına karşın mekansal ve örgütsel ilişkiden oldukça farklı bir şey olduğunu iddia etmektedir. Lynch'e göre bir pencerenin kimliği bir binanın tanımlanması için ipucu olan pencere örüntüsü içinde ortaya konmaktadır. Binalar ise tanımlanabilir mekanı biçimlendirebilmek için kendi aralarında ilişkilidirler (Köse, 2002).

Örneğin, Akdeniz mimarlığı olarak örneklenen, Akdeniz çevresine yerleşmiş toplumların yaşadığı bölgelerde gerek geleneksel, gerekse tasarımcının elinden çıkmış mimari örnekler, aynı zamanda bulundukları yerde yaşayan toplulukların da bir aynasıdır. Ege Adalarına egemen mimari tarz, çok yeşil olmayan bir çevre içinde yerleşmiş, tek odadan oluşan

evlerde yaşayan halkın rahatlığını benimsercesine, küçük mekanların bir araya gelmesiyle oluşmaktadır. Evlerin oluşturduğu yapay çevre, gölgeli mekanlar yaratabilmesi amacıyla birbirine yakın yerleştirilmiş, temizliği ve ferahlığı vurgularcasına beyaza boyanmış binalardan oluşmaktadır (Özgen, 2003).



Resim 2.17: Ege Adasına egemen mimarinin yarattığı kimlik
(<http://www.airnewstimes.com/yunan-adalarina-vizesiz-gecis-aldatmacami-16089-haberi.html>)

İnceoğlu ve İnceoğlu (2004), kimliğin oluşmasında özellikle görmeye dayanan görsel-çevresel imgeler önemlidir diyerek Abalı'nın tanımına yer vermektedir. Abalı'ya göre "çevresel imgeler, gözlemciyle çevresi arasında iki yönlü bir işlemin sonucudur; çevre, birtakım farklılıklar ve bağıntılar sunar, gözlemci de gördüklerini seçer, düzenler ve bunlara anlam vermektedir. Bu biçimde oluşturulan imge, görülen şeyi sınırlar ve vurgularken, kendisi de sürgit etkileşimli bir işlem çerçevesinde süzgeçten geçirilen algısal bilgiye karşı sınanmaktadır, böylece belli bir gerçeğin imgesini değişik gözlemciler değişik biçimlerde algılayabilirler" diye açıklamaktadır (İnceoğlu, 2004).

Özetle inşa edilen her yapı, mimari kimlik oluşturmamaktadır. Bu sıfatı alabilmesi için belirli kriterlere sahip olması gerekmektedir.

BÖLÜM 3

BİNA KİMLİĞİNİN OLUŞUMUNA ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Binanın kimliğinin oluşmasında etkili başlıca faktörler ele alınarak açıklanmış ve örneklerle değinilmiştir. Bundan yola çıkarak kültür, toplum yapısı ve değerleri, çevre (doğal – yapma çevre), işlevsellik, simgesellik (gösteren – gösterilen ilişkisi), üst yapı, alt yapı ve aktörler (mimar, müşteri ve müşteri tipleri) tanımlanarak bina kimliğindeki etkileri araştırılmıştır.

3.1. Kültür

Kültürü, antropologlar, toplumbilimciler, sanat ve kültür tarihçileri, hükümet yetkilileri, politikacılar çeşitli biçimlerde tanımlamışlardır, ancak uzlaşabilecekleri bir tanım ortaya çıkmamıştır. Çünkü kültür bir tanım içinde tutulamayacak kadar çok yönlü ve siyasal, toplumsal, ekonomik düzenlere göre değişken bir kavramdır (And ve diğ.,1981).

Terim olarak “kültür” , Latince *colere* fiilinden türetilmiştir. *Colere*; işlemek, yetiştirmek, düzenlemek, onarmak, inşa etmek, bakım ve özen göstermek, ekip biçmek, iyileştirmek, eğitmek v.b. anlamları birlikte içeren çok zengin bir anlam içeriğine sahiptir. Türkçede “kültür” karşılığı olarak önerilen “ekin” terimi de, *colere* fiilinden ekip biçmek, ekmek anlamları esas alınarak türetilmiştir (Özlem, 2000).

Sosyal bilimler açısından ise kültür, teknik bir terimdir ve genellikle bilgi, iman ve adetleri içine alan bir katılım olarak tanımlanmaktadır. Bu yaklaşımda kültür, bir yandan bireylerin toplumsal yollarla edindikleri ve toplumsal yollarla ilettikleri bir değer, yargı, inanç, simge davranış ölçütleri düzeninden, diğer yanda da, böylece ortaya çıkan geleneksel davranış kalıplarının simgesel ve maddi ürünlerinden oluşmaktadır (Demirel, 2002).

Kültür insanın toplumsal yaşamının her alanında kendisini ve kendisinin olanın (veya olduğunu sandığını) ifadesidir. Çünkü kültür; insanın kendi yaşamını, geçmişten gelen tecrübeler, birikimler ve kendi yarattıklarıyla nasıl ürettiğidir. İnsan kendini nasıl üretiyorsa bu onun kültürüdür. Kültür oluş yerinin ve yapılış biçiminin özelliklerine göre siyasal, ekonomik, sosyal, eğlence, aristokrat, işçi sınıfı, gençlik, müzik, sanat, aile köy,

kent... vb. gibi gruplara ayrılabilir. Örneğin; Anadolu tek bir kültüre değil, tarihler boyu ve günümüzde birbirinden belli farklılıklar gösteren kültürlere sahiptir. Bu farklılık, insanların belli zamanlarda ve belli koşullarda kendi varlıklarını üretmede “yaşamlarını yapış yolları” farklıdır. Dolayısıyla kültür, belli bir topluluğun belli zaman ve koşullarda üretim biçimindeki sosyal kişiliğidir (Elçin, 2007).

Meydan Larousse sözlüğünde yapılan tanımlamaya göre ise kültür; bir toplumda geçerli olan ve gelenek halinde devam eden her türlü duygu, düşünce, dil, sanat, yaşayış unsurlarının tümü ve uygarlık olarak açıklanmıştır (Meydan Larousse, 1992).

Kültür, konstrüksiyonun ötesine geçendir. Ve bundan ötürü sadece bilimsel açıdan yeterli bulunan yöntem ve malzemeleri seçmek yetmemektedir. Kültür, insanın çevresine fiziksel ve manevi gereksinimlerini karşılayabilmek için verdiği önemi ve gösterdiği tepkilerdir. Dünyanın farklı yerlerinde çevre ve gereksinimler farklı olduğu için de kültür değişkendir (Ataç, 2006).

Kültür kavramı, birçok yazar ve araştırmacı tarafından uygarlık’ın eşanlamlısı olarak kullanılmış, ama birçok bilgin de, bu terime kesin bir anlam kazandırmaya çalışmıştır (Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi, 1993).

Margaret Mead’e göre kültür aynı gelenekleri paylaşan bir insan grubunun bütün çocuklarına aktardıkları öğretilmiş davranışların tümüdür. Diğer bir ifadeyle kültür bir toplumun bütün üyelerince öğrenilen ve paylaşılan herşeydir. Bir başka tanımda ise insan tarafından bir toplumun üyesi olmak dolayısı ile öğrenilip edinilen tüm kabiliyetlerle bilgi, ahlak, sanat, inanç, gelenek gibi yönelişler kültürü oluşturur diye açıklanmaktadır. Kültür insan yaşamını beşikten mezara tanımlayan bir olgudur. Sadece inanç çerçevesi içinde sınırlı kalmamaktadır. Teknolojiden politikaya, politikadan günlük hayatın basit uygulamalarına kadar her yerde belirleyici rol oynamaktadır. Konuştuğumuz dilden yediğimiz yemeğe, kullandığımız eşyadan giydiğimiz elbiseye kadar her şey kültürle ilgilidir (Özgüven, 1996).

Kültür kavramı, uygarlık deyimiyle karıştırılmış şekliyle, önceleri insanlığın gelişmesine bağlı olarak düşünülmüş, bir kuşaktan diğerine aktarılan bir toplumsal miras olarak ele

alınmıştır. Demirel kültürle ilgili yapılan birçok tanım arasından Gustav Klemm'e, Voltair'e, Ivera'ya ve Ziya Gökalp'e ait tanımlara yer vermiştir.

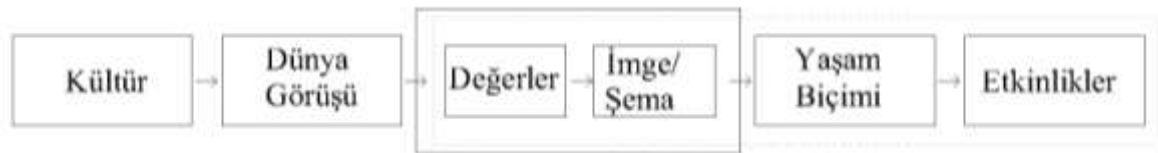
Klemm'e göre kültür, bir insan topluluğunun yetenek ve becerileri, sanatları ve gelenekleri olarak topyekün yaşama stilidir.

Voltair, kültürü insan zekasının oluşumu, gelişimi ve geliştirilmesi olarak tanımlamıştır.

Ivera'a göre kültür, ideoloji, din, edebiyat gibi toplumsal yaşamın belirtilerini kapsamaktadır.

Türkiye'de ise kültürü sistemli olarak ilk tanımlayan Ziya Gökalp olmuştur. Gökalp kültürü, bir topluma ait sanat, din gelenekler ve adetler olarak tanımlamış; ve kültürün milli olduğunu ileri sürmüştür (Demirel, 2002).

Rapoport'a göre kültür, bireylere kültür ekme yoluyla aktarılan değer inanç ve idealleri paylaşan bir grup insanın özelliğidir. Kültür, dünya görüşü, değerler, imgeler, yaşam biçimleri ve etkinlikleri Rapoport tarafından yukarıdan aşağıya doğru aşamalı olarak önerilmektedir. Bu ilişkileri bir şema üzerinde göstermiştir.



Şekil 3.1: Rapoport'un dünya görüşü ve etkinlikler ilişkisi modeli (Gür, 1996)

Uygarlığa maledilen öğeleri de kültür öğeleri sayan anlayış doğrultusunda, kültür filozofları ve kültür kuramcılarının kültürü içten belirleme, kültür öğelerini ayırt etme konusunda farklı yaklaşımları vardır. Bu farklı yaklaşımların hemen hepsinde şu veya bu şekilde yer alan kültür öğelerini genel olarak şöylece sıralamak olanaklıdır:

1. *Demografik taban:* Her kültür, farklı insan gruplarından ve birliklerinden oluşan bir demografik tabana dayanmaktadır.

2. *Dil*: Demografik olarak kümeleşmiş insan grupları arasındaki ilişkimi sağlayan ve bu kümeleri “toplum” kılan en temel unsurdur.
3. *Ekonomi*: Toplumun yaşaması ve doğal ihtiyaçlarının (gelişmiş toplumlarda mânevî ihtiyaçlar da devreye girmektedir) karşılanması için başvurulan araçsal ve ilişkisel düzenlerin tümüdür.
4. *Bilim ve Teknik*: Doğal çevreyi insan ve toplumun yararına dönüştürmek üzere ihtiyaç duyulan düşünce, yöntem, üretim tarzları ve organizasyon araçlarının tümüdür.
5. *Tarih*: Bir kültürün geleneklerle oluşan şeklidir. Bazı kişiler ise tarih ve kültürü özdeşleştirmektedirler.
6. *Din*: Bir kültürün gelenekle değişen şeklidir, fakat diğer geleneklere göre daha kalıcı ve sürekli olan olağan üstü inanç şekillerinin tümüdür.
7. *Sanat*: Bir kültürün dil, ses, renk gibi araçlarla ve mekâna biçim verme halleri (heykel, mimarî) ve ifade edici etkinliklerin tümüdür.
8. *Devlet ve Siyaset*: Toplumsal yaşamın, tüm kültür öğelerini gözetten bir tutumla grup ve sınıflar arasındaki güç dengelerine göre dışandüzenleniş şeklidir.
9. *Felsefe*: Diğer kültür öğelerinin tümünden beslenen, ama aynı ölçüde göreceli olarak en az bağımlı, kuşatıcı ve organize düşünce etkinliklerinin tümüdür.

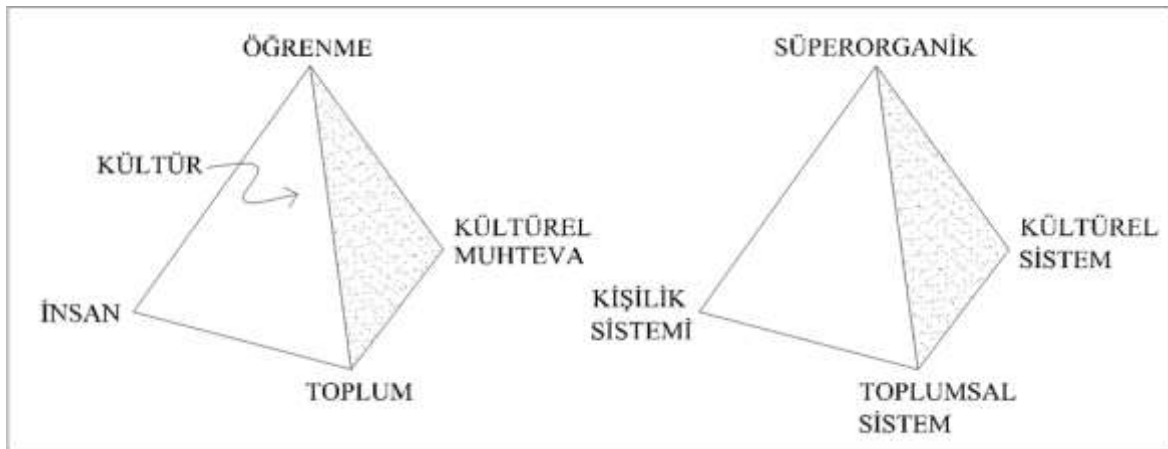
Yukarıda da ifade edildiği gibi, bu öğelerden bazıları çeşitli felsefî ve bilimsel görüşler altında kültür ögesi sayılmaktadır (Özlem, 2000).

Williams’a göre (1976), tarihsel kaymalar “kültür” teriminin bugünkü üç kullanımını belli belirsiz yansıtır.

- Bir birey, grup ya da toplumun entelektüel, ruhsal ve estetik gelişimini ifade etmektedir.
- Bir dizi entelektüel ve sanatsal faaliyeti ve bunların ürünlerini (film, resim, tiyatro) saptamaktadır. Bu kullanımda kültür, az çok “Güzel Sanatlar” ile eşanlamlıdır; bu nedenle, “Kültür Bakanlığı”ndan söz edilmektedir.
- Bir insanın, grubun ya da toplumun yaşam biçiminin tümünü, faaliyetlerini, inançlarını ve göreneklerini belirtmektedir (Smith, 2005).

Antropolog Kroeber ve Kluckhohn (1952), “kültür”ün anlamlarına ilişkin çalışmalarında ilgilerini Williams’ın son tanımı üzerinde yoğunlaştırmıştır. Başka birçok antropolog tarafından yapılmış inanılmaz sayıda kuramsal kültür tanımını bir arada toplamışlardır. Çeşitli tanımlar arasında birçok çakışma olsa da, altı temel kavrayışı tanımlamayı başarmışlardır.

1. *Betimleyici Tanımlar* kültürü sosyal hayatın toplamını oluşturan kapsamlı bir bütün olarak görme ve kültürü oluşturan çeşitli alanları listeleme eğilimindedirler. Bu kavrayış için etkili bir başlangıç noktası Tylor’ın 1871 yılında yaptığı bir tanımlamadır. Ona göre, “kültür veya uygarlık, bir toplumun üyesi olarak insanın edindiği bilgi, inanç, sanat, yasalar, ahlak, gelenekler; ve diğer yetenekleri ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütündür” (Smith, 2005: s. 15). Bu tanıma göre; kültür, öğrenilmiş, korunmuş ve öğretilen; eğitimle yeni kuşaklara aşılana bir değerler bütünüdür. Tanım, kültürün açık-seçik, gözle görülebilen nesnel bir bütün oluşuna ağırlık verirken; onu dört ana değişkeni olan insan, toplum, öğrenme süreci ve kültürel içerik arasındaki ilişkilerin çokluğuna ve karmaşıklığına da işaret etmektedir. Tylor’ın tanımı, aynı zamanda, kültür ile bütünlük kavramları arasında ve kültürün bütünlüğünü oluşturan ana değişkenler arasında çeşitli ilişkiler kurmakta; değişkenlerin bazı belirgin ya da açık olmayan özelliklerine değinmektedir. Çağdaş kültür kuramları, ya doğrudan Tylor’ın kültür tanımından gelmekte ya da onun özgün niteliği olan karmaşık bütün soyutlamasından etkilenmiş, esinlenmiş görünmektedir (Dönmez, 2006).



Şekil 3.2: Tylor Piramidi ve canlıüstü varlık alanı (Güvenç, 1985)

Tylor'un kültür/uygarlık tanımı, bilim dünyasındaki kültür araştırmalarında '*süperorganik*' varlık alanı olarak bilinen, Türkçe'ye 'Canlı-üstü' diye çevirebileceğimiz sosyolojik ve felsefi tanıma son derece benzer görünmektedir (Güvenç, 1985).

2. *Tarihsel Tanımlar* kültürü kuşaklar yoluyla zaman içinde aktarılan bir miras olarak görme eğilimindedir. Örneğin, 1921 yılında Park ve Burgess şunu yazmıştır: "Bir grubun kültürü, grubun ırksal yaradılışı ve tarihsel yaşamından dolayı toplumsal bir anlam kazanan, toplumsal mirasların örgütlenmesi ve toplam bütünlüğüdür".

3. *Normatif Tanımlar*. Bunlar iki biçim alabilir. Birincisi, kültürün somut davranış ve eylem yapılarını biçimlendiren bir kural ya da yaşam biçimi olduğunu ileri sürmektedir. Örneğin, "bir topluluk ya da kabilenin sürdürdüğü yaşam biçimi bir kültür olarak görülür... kabilenin izlediği standartlaşmış inançlar ve usuller toplamı". İkinci biçim, davranışa başvurmaksızın değerlerin rolüne vurgu yapmaktır. Örneğin, Thomas (1937)'de kültürün "ilkel ya da medeni her insan grubunun maddi ve toplumsal değerleri" olduğunu ileri sürmüştür.

4. *Psikolojik tanımlarda* kültürün insanların iletişim kurmasına, öğrenmesine ya da maddi ve duygusal ihtiyaçlarını karşılamasına imkân veren bir sorun-çözücü araç olarak vurgulanmaktadır.

5. *Yapısal tanımlar* "kültürün ayrışabilen yönlerinin kurulu karşılıklı ilişkilerine" işaret eder ve kültürün somut davranıştan farklı bir soyutlama olduğu gerçeğinin altını çizmektedir. Dolayısıyla bu tür tanımlar, kültür olan şeyleri basitçe listeleyenler ve ideal olan ile davranışsal olan arasında hiçbir ayırım gözetmeyenler ile karşılaştırılabilir (örneğin, yukarıda verilen Tylor'ın tanımı ile).

6. *Genetik tanımlar* kültürü, nasıl var olduğu ya da varoluşunu nasıl sürdürdüğü bakımından tanımlar. Bunların biyoloji ile çok az ilgisi vardır, aksine kültürü insani etkileşimden meydana gelen ya da kuşaklararası aktarımın bir ürünü olarak varlığını sürdüren bir şeymiş gibi açıklamaktadır (Smith, 2005).

Kültür kavramının daha iyi tanınması için özelliklerini maddeler halinde gözden geçirmek yararlı olacaktır.

- 1- Kültür bize verilen bir faktördür. Belli nesilden önce vardır ve belki de sonsuza kadar devam edecektir.
- 2- Kültür çok yavaş değişir. İnsan kendi yaşamı esnasında bazı değişiklikler görse bunlar aslında küçük boyutlu değişikliklerdir. Önemli boyuttaki değişiklikler uzun zaman almaktadır.
- 3- Kültür bilinçsizdir. İnsanlar onun farkında değildirler. Kültür insanın düşünce ve davranışlarının bütünleştirici bir parçasıdır. Kültürün elemanları irdelenemez. Kültürün gerekleri yerine getirilir.
- 4- Kültür dışı iticidir. İnsanlar diğer kültürleri küçümseme, değersiz görme ve dışlama eğilimindedirler. Bilim adamları bile bu hatayı yapabilirler. Afrikalıların mantıkları olmadığını iddaa edebilirler. Aslında Afrikalı Aristo mantığına veya diyalektik mantığa sahip olmayabilir, ancak onun mantığı fizik ve metafizik olabilir.
- 5- Kültür biyolojik yolla aktarılamaz. Kültüre adapte olunur. Bir Kayserili ve bir eskimo çocuk bir İngiliz kasabasında büyütülürse İngiliz olmaktadır. İngiliz gibi düşünüp İngiliz gibi davranmaktadırlar.
- 6- Kültür kendi içinde elemanların tamamladığı bir bütündür. Kültürün bir parçası değişirse bu değişiklik diğer parçalarda da hissedilir. Bir ülkede veya bölgede yolların yapılması o bölgedeki yaşayış, tüketim alışkanlıkları v.b. kültürün bütün yönlerini etkiler. Kısa mesafe artık km olarak tarif edilir.
- 7- Kültür parçalardan oluşan bir bütündür. Bütün parçaları belli amaçlara yöneliktir. Ortaçağ Avrupasının kültürleri Kutsal Roma Kilisesi düşüncesi içinde ölümden sonraki hayata yöneliktir. Hayat hakkında bu görüş ekonomik politika ve sosyal gelişmelerin etkisinde değiştiği zaman kültür parçalanmıştır. Ortaçağ sonunda karşılaştığımız dini reformlar bir kültürel değişim örneğidir.
- 8- Kültür statik değil dinamik bir olgudur. Buradan kültürün birliğine işaret edebilir. Bir kültürün içinde birçok alt kültürler vardır. Batı kültürü içinde İtalyan, İngiliz, Fransız alt kültürleri olduğu gibi Türk kültürü içinde de Ege, Karadeniz alt kültürleri olabilmektedir. Akdeniz kültürleri içinde Yunan ve Kuzey Afrika kültürü yer alır. Görüldüğü gibi kültürün coğrafi boyutları da vardır (Özgüven, 1996).

Kültürün diğer özellikleri mekana bağlılık, tarihsel boyut, zaman boyutu ve seçiciliktir. Bir kültür içinde belli davranışlar için birçok seçenek bulunabilmektedir (Özgüven, 1996).

Uygarlığın etkisi altında kalan kültür dallarının belki de en önde geleni mimarlıktır. İnşaat yöntemleri, araçları, malzemeleri gibi faktörler mimarinin aynı çağda bile ülkeden ülkeye, bölgeden bölgeye, şehirden şehire ve mahalleden mahalleye büyük farklılaşmalar gösterebilmesini mümkün kılmıştır. Yine bu nedenle, mimari tasarlama tarih boyunca önemli değişikliklere uğramış, teknolojiyi zaman zaman üslûp-yapıcı etken niteliğinde son sözü söyleyerek estetiğin, semantiğin belirleyicisi olmuştur (Özer, 2000).

Yaşam tarzı bizi eylemlere ve eylem sistemlerine götürmektedir. Bunlar kültürün en somut ifadeleridir. Mimarlar ve plancılar eylem çözümlemelerini kullanmaya görece olarak alışkıdır. Bununla beraber eylemlerin (anlamaların) görünmeyen yanlarının kapsama alınması da esastır. Yaşam tarzı ve eylem sistemleri, ikisi birlikte, çevrelerin çözümlenmesinde ve tasarlanmasında olabildiğince yararlıdır (Rapoport, 2004).

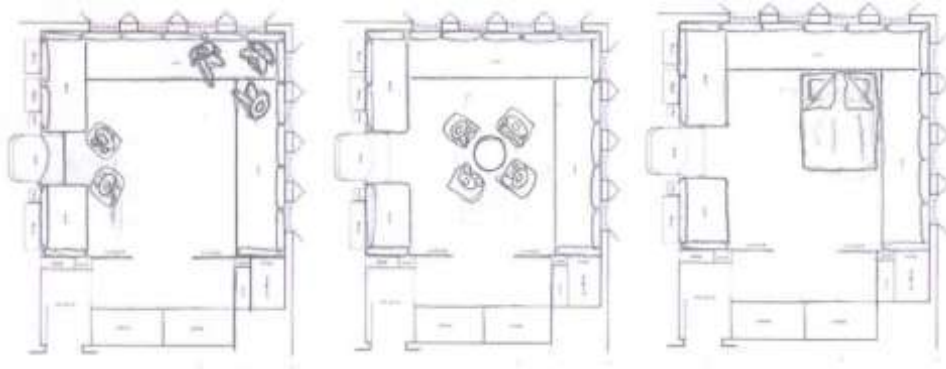
Mimaride sosyal etkinin biçimleri çeşitlidir. Kimi zaman bu etki doğrudan olmaktadır. Örneğin devletin karışması sonucunda olan 18. yüzyıldaki bir Çin yasasına göre, konutların avlu sayıları, yapının uzunluğu ve çatının yüksekliği okumamış kentliden okumuşa, okumuştan mandarine mandarinden prence doğru büyümekteydi. Böylelikle konutun görünümünden onun hangi sınıftan kişinin konutu olduğu anlaşılmaktaydı (Ataç, 2006).

Benzer bir örneğe geleneksel Türk konutunda da rastlamaktayız: Bu konutlarda yapının büyük bir bölümü, aile yaşamına yani haremlik bölümüne ayrılmıştır. Ancak konut sahibinin sosyal durumu ya da memuriyetine göre, selamlık harem bölümünden daha fazla yer kaplayabilmektedir. Büyük konak ve saraylarda bunu gözlemleyebiliriz (Ataç, 2006).

İslam kültürlerinin mimarlığı dıştan yapıların ne tür bir işlevi olduğuna ilişkin bilgi vermediği gibi iç uzamları da belli işlevlere göre düzenlenmemektedir. Yapı yalnızca bir kabuk oluşturulmakta, içinde yer alacak işlevler de kendilerini buna uydurmaktadır. Bu nedenle bir kervansaray, medrese ya da hastanenin dış görünüşleri ile planları bir birine

çok benzer bir biçimde olabilmektedir (<http://www.ustunalsac.com/lang/en/mimarlik/mimarlikta-anlam-ve-anlatim/tasarim-ilkeleri-duzenleme-yontemleri>).

Konutlarda da odalar belli bir işlev uyarınca değişik yapılmamakta, her biri her tür işlevi karşılayacak biçimde düzenlenmektedir. Başka bir deyişle, yemek odası, yatak odası gibi ayrımlar yoktur, odaların hepsinin biçimi aynı, benzer öğelerle donatılmakta, her türlü işlev için kullanılabilir. Bunun onların çok amaçlı bir kullanım sağladıkları için yeğlendiği de söylenebilir (<http://www.ustunalsac.com/lang/en/mimarlik/mimarlikta-anlam-ve-anlatim/tasarim-ilkeleri-duzenleme-yontemleri>).



Şekil 3.3: Türk Kültüründe bir mekanın oturma odası, yemek odası ve yatak odası olarak kullanımını gösteren çizimler (Nergiz, 2005)

Türk kültüründe geçerli olan ayakkabı çıkarma alışkanlığı, sandalye kullanılmasıyla ortadan kalkmış, buna bağlı olarak ayakkabıların çıkarıldığı bölümler zamanla işlevini yitirmiş, yine sandalyenin kullanılması, eski Türk evinde sedir yüksekliğine bağlı olan pencere boyutu ve biçiminde etkili olmuştur (Ataç, 2006).

Geleneksel Türk Evi'nde tek katlı basit evlerde esas kat zeminden 1.5-2 m kadar yüksek yapılmıştır. Katın yükseltilmesi, fazla ışık, güneş, hava ve manzara için olduğundan dolayı, geniş bahçe içinde evler yere daha yakın yapılmıştır. Şehir içinde dar ve kalabalık yerlerde oturma katları mümkün olduğu kadar yükseltilmiştir. Üst kat plan özellikleri bölgeye göre fazla değişkenlik göstermezken, zemin kat topografyaya ve bulunduğu bölgeye göre değişkenlik göstermektedir. Zemin katta parsel ve sokak çizgileri takip edilip, üst katlarda çıkıntılarla mekanlar dikdörtgene tamamlanmıştır. Zemin kat evin temelini oluşturur. Genellikle depo, kiler, mutfak, ahır, samanlık gibi servis mekanlarını barındırmaktadır. Bu mekanlara evin giriş holü diyebileceğimiz "hayat"tan dağılım olmaktadır. Ayrıca

İslamiyet'ten gelen mahremiyet özelliğinden dolayı, Türk Evi özellikle zemin katlarda dışa kapalıdır. Zemin kat duvarları mümkün olduğu kadar sağır bırakılmış ya da pencereler küçük tutulmuş ve kafeslerle gizlenmiştir (Nergiz, 2005).

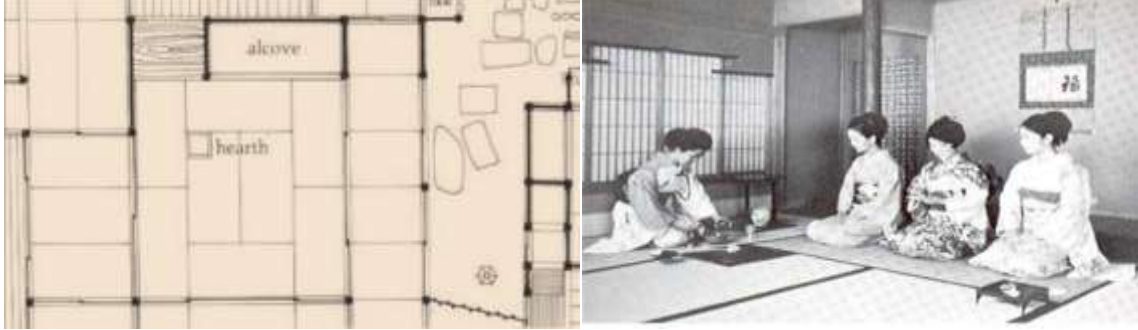


Resim 3.1: Mahremiyet ve güvenlik gibi çeşitli nedenlerle yükseltilmiş bahçe duvarı ve dışa kapalı zemin kat örneği (<http://www.tatilmekan.net/safranbolu-tanitimi-ve-resim-galerisi/>)

Muğla'da Rumların yaşadığı Saburhane ve Konak altı bölgelerinde evler taşdır. Burada Türk halkının yaşadığı kesimin aksine dışa dönük yapılar gelişmiştir. Ahşap Türk evlerinin zemin katları, mahremiyet önemli bir kriter olduğu için sağır yapılmış, taş Rum evlerinde ise, her kata pencere açılmış, eve giriş doğrudan doğruya sokaktan verilmiştir. Türk evlerinde önemli bir eleman olan sofa, taş yapılarda önemini yitirmiş, sadece odalar arası bağlantıyı sağlayan ve sokak kapısına ulaştıran bir koridor halini almıştır. Türk evinde her türlü fonksiyon için kullanılan odalar, Rum evlerinde özelleşmiş, bütün katlar kullanıma açılmıştır. Tüm bunlar Hristiyan ve Müslüman kesimlerin, yaşam tarzlarının farklı oluşundan doğmuştur (Ataç, 2006).

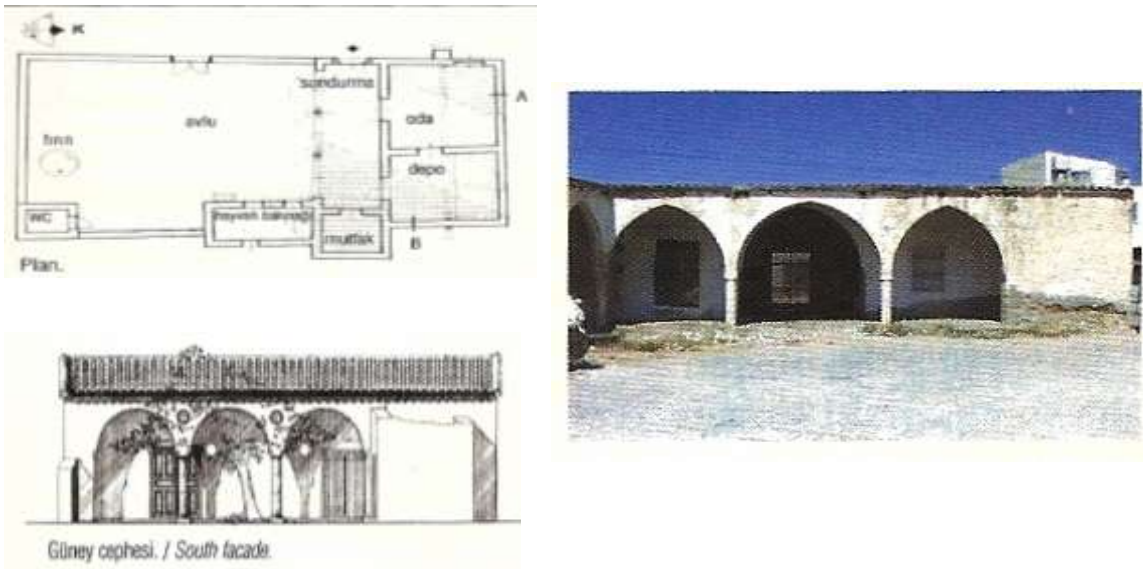
Japon Kültüründe ise çay töreni için, geleneksel Japon evinde bir mekan ayrılmıştır. Bu bir köşe, bir oda ya da ayrı bir kulübe olabilmektedir. Çay töreni için ayrılmış mekan, doğa ile çevrelenmiş ve doğal malzemelerden oluşturulmuş olmalıdır. Çay evi de diğer bölümlerde olduğu gibi yerde tatami hasırı kullanılmaktadır ve oturularak misafirler ağırlanmaktadır. Mekanın ortasında, çay pişirmek için ocak bulunmaktadır. Çay töreni Zen Budizm'inin

etkisi altında gelişmiştir ve temel amacı doğa ile bütünleşip ruhu arındırmaktır (Nergiz, 2005).



Resim 3.2: Japon Kültüründe çay töreni mekanı (Nergiz, 2005)

Geleneksel Kıbrıs Konutunda da kültürün somut etkisini görebiliriz. Yaşam için gerekli olan gereksimlerini topraktan sağlayan kırsal bölge insanının konuta yaklaşımı, yalnızca barınma amaçlı değil, tarımla yani geçim kaynağıyla bağıntılı olarak gelişmekteydi. Bundan dolayı açık ve yarı-açık mekânlar bulunmaktadır. Bunlar; avlu (yerel dilde ‘avli’), veranda, sundurma (yerel dilde ‘sündürme’), ön bahçe ve yan bahçeyi kapsayan birçok mekân söz konusudur. İslami inanış, mahrem yaşam ve geleneksel normlardan dolayı ise iç avlu yanları duvarlarla çevrili olarak yapılmaktaydı (Günçe ve diğ., 2006)



Resim 3.3: Geleneksel Kıbrıs Konutu örneği (Günçe ve diğ., 2006)

3.2. Toplum Yapısı

Toplum belirli bir yerde, uzun süre yaşamakta ve yaşayacak olan, kendi kendine yeterli, sosyal örgüt ve kurumları ile birlikte bireylerin oluşturduğu topluluktur. Toplum bireyleri çevre koşullarından birlikte etkilenmektedir (Güler ve Çobanoğlu, 1994).

Batuş (2005) ise toplumu “İnsan ömründen uzun yaşayan, güçlü bir kararlılığa sahip olan ve kendi kendini devam ettiren bir insan topluluğu” olarak tanımlamaktadır. Toplumbilimcilerine göre ise toplumun “dışsal (Devlet, polis, yasalar, kısıtlamalar) zorlamalar ile Devlet-Baba-Hukuk, Ana-Vatan-Sevgi gibi içsel bütünleştirici yaklaşımların bir karışımı” olduğunu ve bu toplumların ise modern toplumlar olduğunu belirtmektedir. Devletsiz toplum, toplumsuz insan olamayacağı gerçeğinin de, toplumun, insanlar ve kurumlar arasındaki karşılıklı ilişkilerin şekillendirdiği bir sistem olduğunu belirtmektedir. (Batuş, 2005).

Toplum, üyeleri arasında işbirliği bulunan ve bu işbirliği denetleyen kuralların bulunduğu, coğrafi bir yeri ve ortak kültür olan, az çok kurumlaşmış ilişkiler bütünüdür. Toplumun görevleri (işlevleri) şunlardır (<http://www.seyal.k12.tr/html>):

- Neslin devamını sağlamak (biyolojik üretim)
- Mal ve hizmetlerin üretimini ve dağılımını sağlamak (ekonomi)
- Yeni nesli eğitmek (toplumsallaştırma)
- Bireylere yaşamın anlamını ve amacını aşılama (kültür)
- Toplumda düzeni sağlayan kurallara sahip olmak ve bunları uygulamak (normlar).

İnsan toplumlarının başta hayvanlar olmak üzere diğer canlı topluluklarından ayıran temel özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- 1- Sınırları belli bir toprak mülkiyeti ve buna bağlı olarak geliştirilen savunma sistemi,
- 2- Beslenme ve geçimini belirleyen ekonomik sistem,
- 3- Yöneten ve yönetilen ayırımı ve toplumsal düzenin ifadesi olan siyasal sistem,
- 4- Düzenli bir haberleşme, iletişim sistemi,
- 5- Ortak değerlerin ve yaşam biçiminin ifadesi olan kültürel zenginlik.

Bu özelliklerin, zaman ve mekana bağlı olarak değiştiği ancak kültürsüz, iletişimsiz, savunmasız ve mekansız bir toplumun tarihin hiç döneminde var olmadığını söyleyebilmek mümkündür (Batuş, 2005).

Toplum sürekli bir olgudur. Bireyler zaman içinde toplumu terk etseler bile toplum yine belirgin özellikleriyle kendini devam ettirir. Sahip olduğu özellikleriyle sosyalleşme yoluyla bireylere aktarmaktadır.

Toplum ortak değerler, semboller ve dil gibi iletişim araçları ile oluşan bir organizmadır. Bu organizmanın bir yapısı vardır. Bu açıdan sosyal yapı organize ilişkiler ve bunların sonuçlarıdır. Toplamlar bu yapıların veya ilişkilerin nihai sonucudur. Toplum bu ilişkileri rol sistemleri halinde tanımlar (Özgüven, 1996). Örneğin insan organizması için eller, ayaklar iç organları onun yapısını oluşturmaktadır (Özkalp, 2005).

Sosyal yapı (toplumsal yapı), toplumdaki organize olmuş, sosyal ilişkilerin bütünüdür (Özkalp, 2005). İçinde toplumsal ilişkilerin, toplumsal olayların meydana geldiği, toplumsal grupların, kurumların yer aldığı, nüfus ve yerleşim tarzının şekillendiği toplumsal varlıktır (http://www.seyal.k12.tr/html/dosyalar/sos_21.pdf). Toplum bireyler ve gruplar arasındaki ilişkilerden oluşan bir yapıdır. Toplum üyelerinin dışında onları kapsayan bir şeydir. Bireyin tüm hayatını kapsamaktadır. Toplumda nerede olduğu bireyin tüm hayatını belirleyen bir özelliktir. Ne yapacağı nasıl davranacağı toplum tarafından belirlenmektedir (Özgüven, 1996).

Toplumsal yapı fiziksel ve kültürel yapı olmak üzere ikiye ayrılabilir.

Fiziksel Yapı: Toplumun üzerinde yerleştiği toprak parçası, iklimi, coğrafi konumu, yeraltı ve yerüstü zenginlikleri, yerleşme biçiminden (köy, kasaba, kent) oluşmaktadır. Bu konuyla ilgili daha detaylı açıklamalar çevre konusunda ele alınacaktır.

Kültürel Yapı: Sosyal ilişkiler, statüler, roller, kurallar, değerler vb. gibi unsurlardan oluşmaktadır (<http://www.felsefedersligi.com>).

Toplumsal yapının özelliklerini ise aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (<http://www.felsefedersligi.com>).

- Toplumsal yapı her toplumun kendisine özgüdür ve toplumdan topluma değişmektedir.
- Toplumsal yapıdaki değişimler birbirini etkilemektedir.
- Toplumsal yapı aynı toplumda zaman içinde değişime uğramaktadır.
- Her toplumsal yapının sahip olduğu özellikler kendine özgüdür.

Toplumun hertürlü değerleri, birikim ve deneyimleri, sonuçta ortaya çıkacak “fiziksel yapı”nın oluşumunda kimlik kazanmasına veri oluşturacaktır. Bina kimliğini etkileyen toplumsal verileri aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz. Toplum yapısında değinilen bu maddeler toplumun yazılı olmayan kurallarını oluşturmaktadır.

Toplumsal Norm ve Değerler: Toplumun sahip olduğu her türlü norm ve değerleri kapsamaktadır. Bir toplumun kültürel özellikleri, gelenek-görenekleri, alışkanlıkları, yaşam biçimi, dini yapısı, sosyal değerleri, bulunduğu ülkenin iklimsel ve topografik özellikleri ve jeopolitik yapısı önemli toplumsal verilerdir (Akçay, 2006).

İnsanlar çokluk inançlarına, düşüncelerine, beğenilerine yani toplumsal geleneklerine uygun bir çevrede yaşamak istemektedirler. Bir takım biçim ve renkler toplum için sembolik değerler kazanmıştır. Her sınıf ve aşamada insanın, evinin balkonlu olmasını isteyen mütevazî ev sahibinden, insan figürünün sembolliğine inanan hümaniste, ya da matematik kurallarının tanrısallığına inanan filozofa ve azametli biçimler peşinde koşan güç sahibine kadar, bina kimliğini etkileyebilecek değer yargıları vardır (Kuban, 2002).

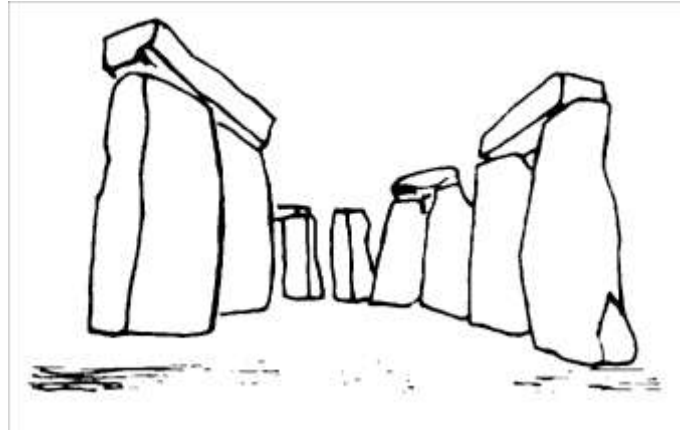
Ekonomik Yapı: Toplumun genel olarak ekonomik yapısı ve olanakları, kişi başına düşen milli gelir gibi ekonomik değerlendirmeler önemli faktörlerdendir (Akçay, 2006).

Malzeme Kullanımı ve Yapım Teknolojisi: Tasarımda kullanılan malzemeler, binanın yaratacağı izlenimi etkiler. Malzeme seçiminde, arazi özelliklerinin analiz edilmesi gerekir. Kentsel ya da kırsal her yerin, kendine özgün bir “materyalitesi” vardır (Farrelly, 2011).

Tarih boyunca mimarın seçebileceği malzemeler, yerel olarak bulunabilirlik ya da uygun nakliye koşullarının eksikliği gibi durumlar yüzünden sınırlı olmuştur. Bu yüzden geleneksel olarak binalar yerel olarak bulunabilen malzemeler kullanılarak inşa edilmiştir. Örneğin yerel taş ocağından elde edilen taşlar, yerel kilden yapılan tuğlalar, saz vb. Bu binalar kendi yakın çevrelerinde bulunabilen malzemelerden inşa edilmekteydi ve doğal olarak çevreleri ile uyum göstermekteydi. Taşıma araçlarının gelişmesi malzemelerin bulunurluğunun artmasını sağlamış, böylece seçenekler de artmıştır (Farrelly, 2011).

İnsanın bir gereksinmeyi karşılamak için çevresinde bulduğu gereci biçimlendirmesi her zaman, ilkel çağlarda olduğu gibi, sileks taşıyı yontarak balta yapmak şeklinde basit ve tek yönlü bir olgu değildir. Eşyanın biçimlenmesi değişik öğelerin yan yana getirilmesi ve değişik gereçlerin kullanılmasını gerektirmektedir. Basit bir pencere çerçevesi, tahta, çivi, cam, macun, boya gibi birkaç gereç ile yapılabilir. Genellikle iki veya fazla malzeme ve çok sayıda parça işlevsel bir eşya meydana getirmektedir. Gerecin tek olduğu durumlarda da, yapım süreci çeşitli araçları gerektirmektedir. Değişik öğeleri yan yana getirebilmek için bir takım bağlantı sistemleri, gerece istenen biçimi vermek için araçlar ve biçimlendirme süreçleri ortaya konmuştur. Şekilsiz bir gereçten bir biçim yaratılması, bağlama, birleştirme tekniklerinin geliştirilmesine bağlıdır. Genel olarak toplumun sahip olduğu teknik bilgi, yapım sınırlarını belirlemektedir. Tekniğin ilerlemesi, sadece eski gereçlerin daha uygun koşullar altında kullanılmasını değil, yeni gereçlerin ortaya çıkmasını sağlayarak, yeni biçim ve strüktür olanaklarını arttırmaktadır. Malzeme ve teknik koşullar tek bir mimari ürünün ortaya çıkma sürecinden çok daha uzun ömürlü oldukları için, onları toplumsal veri olarak değerlendirmek zorundayız. Tarihi süreç içinde teknik, doğrudan doğruya yapı faaliyetinin amaçlarına uygun olarak meydana gelmiş olabilmektedir. Örneğin, Mezopotamya’da kerpiç bu şekilde bulunmuştur (Kuban, 2002). Ahşap ve taşın yok denecek kadar az olduğu Mezopotamya Bölgesi, Sümer, Akad, Babilonya ve Asur Uygarlıkları; toprağın verdiği malzeme (kil) ile insan zekasını birleştirerek güneşte kurutulmuş veya pişirilmiş kerpiç malzemenin bulunmasına yardımcı olmuştur. Açıklıkların monolit lento ve mekanın dallarla kapatılamaması küçük elemanlarla bu olanağın aranmasına ve sonuçta kemer, tonoz hatta kubbe gibi yapım elemanlarının bulunmasına neden olmuştur (Ataç, 2006). Bu özel koşulları toplumların ulaştıkları uygarlık düzeyini saptamaktadır (Kuban, 2002).

19. yüzyıla gelene kadar yapı eylemleri az sayıda gereç ve geleneksel yapım teknikleri ile oluşturulmuşlardır. Örneğin bir dolmen (Şekil 3.4), iki dik taşın üstüne bir yatay taş konmasıyla oluşturulmuştur. Taş yapı, ilkel yapımsal niteliğini tarih öncesinin megalitik mimarlığından, Yunan mimarlığına kadar korumuştur. Tüm taşıyıcıları ve örtü elemanları taştan olan anıtsal Mısır mimarisine karşılık Yunan mimarlığı, ahşapla oluşturduğu örtü sistemiyle daha ileri bir aşamayı göstermektedir (Ataç, 2006).



Şekil 3.4: Dolmen (Kuban, 2002).

Günümüzde mimarlık, sadece yakın çevrede bulunabilen malzemeleri kullanmak zorunda değildir. Nakliye olanaklarının artması ile malzemeler çeşitlenmiştir. Örneğin, her yerde bulunabilir ve uygulanabilir bir yapı malzemesi olarak betonun gelişimi, mimariye sonsuz olanaklar sunmuştur. Tasarımda sunduğu olanaklar ile beton, mimarlık için çığır açıcı olmuştur (Farrelly, 2011).

Toplum yapısını oluşturan hukuksal kısıtlamalar olan tasarımı etkileyen yazılı kurallardır. Toplum üyeleri bu kurallara uymak zorundadırlar. Kısıtlamaları; kanunlar, standartlar, yönetmelikler, şartnameler oluşturmaktadır. Kamu hakları anayasa ve ona bağlı kanunlar ile konulmaktadır. İmar kanunu ve imar yönetmelikleri bu yöndeki en önemli kısıtlamaları meydana getirmektedir. Bunların yanı sıra çeşitli alanlara ait yönetmelikler vardır. Ahşap, çelik, deprem şartname ve yönetmelikleri ise, yapıyla ilgili ayrı bir grubu oluşturmaktadır. Standartlar Türk Standartları Enstitüsü tarafından yapılmaktadır. Ulusal düzeyde kabul edilen standartlar, Bakanlar Kurulu onayından geçerek Resmi Gazete’de yayınlanarak kesin uyulması gereken uyulması gereken standartlar haline dönüştürülmektedir (Bayazıt, 1994).

3.3. Üst Yapı - Alt Yapı

Toplum alt yapı ve üst yapı kavramlarından oluşmaktadır. Üst yapı için çoğu iktisatçı kesin çizgiler çizmemiştir. Üst yapı için söylenenlerin çoğu alt yapı için de geçerli olmaktadır. Alt yapı ve üst yapı kavramları ekonomi ile diğer toplumsal düzenler arasındaki ilişkiyi belirlemekte ve analiz etmektedir (<http://www.ekonometrik.com/alt-yapiust-yapi-ve-iktisadi-yapi-kavramlari.html>).

Başta Karl Marks olmak üzere tüm Marksist sosyologlar alt ve üst yapı terimleri kullanmış ve araştırma konusu olarak ele almışlardır. Üst yapıyı genelde devlet, aile içi ilişkiler ve aile yapısı veya toplumda varolan din, sanat, kültür, ve ahlak kurumlarını kapsamaktadır. Yani ekonomik olmayan fakat ekonomisiz de olamayan kurumlardır. Alt yapı ise ekonomik ilişkiler, her türlü iktisadi, finansal ve sosyal faaliyetlerin ve üretim biçimlerinden oluşturmaktadır. Alt yapıda temel olan ekonomik karakterler, üretim araçları, üretim güçleri, üretim ilişkileri vb. unsurlardır. Üst yapının bütün özellikleri alt yapı tarafından oluşmaktadır. Bundan dolayı alt yapıyı oluşturan temel özellikler değişime uğradığında üst yapının niteliği de değişmektedir (<http://www.ekonometrik.com/alt-yapiust-yapi-ve-iktisadi-yapi-kavramlari.html>).

Marks'a göre toplum gerginlik ve mücadele ile değişmeyi yaratan zıt güçlerin hareket eden bir dengesidir. Yani sınıf çatışmasıdır. Her insan diğer türleri gibi hayatta kalmak için çevresine uymakla kalmayıp bunun yanında kendi amaçlarına daha iyi hizmet edecek şekilde doğayı değiştirmektedir. Yani emeği ile doğayıda kendini de değiştirmektedir. Bu değişim sosyal yaşama da yansımaktadır. Her insan yalnız değil sosyalleşerek üretmektedir. Sadece maddi değil manevi objeler de üretmektedir. Marks'a göre, insanların bir takım ana, temel ihtiyaçları söz konusudur. Bununla birlikte insan tatmin olmayan bir hayvandır, insanların birincil ihtiyaçları karşılandığı zaman yeni ihtiyaçlar ortaya çıkmaktadır. Böylece yeni ihtiyaçların üretilmesi de ilk tarihi hareketi oluşturmaktadır. Bundan dolayı insan ihtiyaçlarının sonu bulunmamaktadır. Bu ihtiyaçları karşılamak için insanlar düşmanca işbirliği geliştirmektedirler. Bu süreç ise toplumu uzlaşmaz gruplara bölmektedir. İşbölümü ve özel mülkiyet yabancılaşmanın koşullarındandır. Yabancılaşma ise üretim sürecinin örgütlenişindeki farklılaşmadır. Kapitalizmde emek ve sermaye ilişkisi bulunmaktadır. Bundan dolayı sermaye birikmiş emeği temsil etmekte ve oluşturmaktadır.

İnsanlar bu sömürü biçiminin var olan toplumun işleyişine müdahale edilemeyeceğini düşünmektedir, insanların böylece pasifleşerek, toplumun işleyişine ayak uydurmak zorunda hissetmeleri "fetişizm" olarak adlandırılmaktadır. İnsanlar arası ilişki kapitalizmde ise şeyler arası ilişkiler gibi görünerek "şeyleşme" yaratılmaktadır. Bunların hepsi ise egemen sınıfın ideolojisi ile pekiştirilmektedir. Egemen sınıf, toplumun egemen "maddi" gücü, aynı zamanda egemen zihinsel gücüdür. Marks, ideolojileri bir çarpıtmalar ve hatalar zinciri olarak görmektedir. Egemen sınıf ideolojisiyle, kendi çıkarını halkın çıkarıymış gibi sunmaktadır (<http://www.demokratikgenclikhareketi.org/felsefe/proleterya-dunya-goruuu-ve-metodolojisi-tarihsel-ve-di.html>).

Kapitalist üretim tarzının ebedi olarak görülmesi ideolojik bir çarpıtma olarak görülmektedir. Bunun doğal hale getirilmesi "sahte bilinçlenmenin bir sonucudur. Bunu yıkabilen de yine bu sahte bilince sahip olan proletaryadır. Kapitalist toplumun dönüşüme uğraması, toplumun ekonomik temelinin değişmesi, işin (emeğin) organizasyonunun ve toplumsal işbölümünün değişikliğe uğramasını gerekli kılmaktadır (<http://www.demokratikgenclikhareketi.org/felsefe/proleterya-dunya-goruuu-ve-metodolojisi-tarihsel-ve-di.html>).

Bu Marksist düşünce tarzından yani toplum yapısını oluşturduğu alt ve üst yapıdan dolayı Güç ve iktidarı elinde bulunduranlar çeşitli dönemlerde ve günümüzde bile mimarının görsel kimliğini etkilediğini görmek mümkündür.

Belli toplumlarda ve dönemlerde daha fazla ve yaygın olmak üzere, siyasal, ekonomik, askeri, dinsel ve benzeri etkenler, karşı konulmaz güçler, bir başka deyişle iktidar durumuna gelmekte, son derece, baskıcı, buyurgan davranarak, kentlerin, binaların, mekanların gerçek biçimleyicileri olmaktadır. Örneğin, Versailles'in büyük ölçüde, Güneş Kralı XIV. Louis'in iradesinin, siyasal, ekonomik, askeri gücünün, iktidarının ürünü olduğu; İmparator III. Napolyon'un ve Vali Haussmann'ın, 19. yüzyıl Paris'inin gerçek mimarları, gerçek plancıları sayılmaları gerektiği; Roma kentinin bugünkü görünümünü kazanmasında, bir zamanlar dinsel iktidarın yanı sıra, siyasal, ekonomik gücü de ellerinde tutan papaların büyük paylarının bulunduğu; eğer Hint-Türk İmparatoru şah Cihan

olmasaydı, Taç Mahal'in de olmayacağı; Notre Dame Katedrali'nin mimarının değil, bu ünlü binanın yapılmasına ön ayak olan Paris Piskoposu Maurice de Sully'nin adının bilindiği; faşizmin ve Hitler'in Alman, komünizmin ve Stalin'in Sovyet mimarisine; olumlu ya da olumsuz katkılarının bulunduğu, yadsınamaz gerçeklerdir (Ataç, 2006).

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 güce ve iktidara sahip olmuştur. Mimariyi kullanarak varlıklarını sürdürmüşler toplumları görsel olarak etkilemişlerdir (Yalçınpınar, 2009).

Romalılar döneminde ise hükümdarlık dünyanın büyük bir bölümünü etkilemiş, tarihsel süreçte önemli bir dönemi oluşturmuştur. Bu dönemde imparatorluğun gücünü gösteren yapılar inşa edilmiştir. Devletin kalıcı üstünlüğünü ifade edecek şekilde kamu yapıları ve anıtlar inşa edilmiştir. Ayrıca dini unsurların da bunda büyük etkisi olmuştur. İmparatorlar, unsurların, toplulukları daha kolay etkileyebilmek için dini gerekçelerle yapılar inşa ettirmişlerdir (Yalçınpınar, 2009).

Mussolini dönemine baktığımızda, Roma şehrinin sahip olduğu tarihi birikim bu bölgede süren 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 (Yalçınpınar, 2009).

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. İtalyan Profesör Cesare de Seta bunu şöyle ifade etmiştir: “Mussolini faşistti ve faşist mimariyi bir cam ev olarak anmayı tercih ediyordu”. Seta'nın bu söylevini en iyi yansıtan mimari eser Mussolini zamanında yapılan Faşist partinin aktivitelerini barındıran bir yönetim binasıdır. “La casa del Fascio” adlı

bina, şeffaf, bürokratlar yerine sürekli isyan halinde olan politik devrimcilerin oturacağı bir yapı olarak inşa edilmiştir (Yalçınpınar, 2009).



Resim 3.4: La Casa Del Fascio Binası
(<http://v3.arkitera.com/g151-diktatorluk-ve-mimarlik.html?year=&aID=2735>)

3.4. Çevre (Doğal ve Yapma Çevre)

Çevre kavramına getirilen tanımlar günümüzde, konunun hangi açıdan ele alındığına bağlı olarak değişmektedir. Ancak tüm tanımların ortak noktası, çevreyi insan varlığı ve onun etrafında süregelen oluşumlar temelinde çevreyi ele almasıdır. Bu değişik yaklaşımları şöyle özetlemek mümkündür.

- Çevre; insan yaşamını koşullandıran doğal ve yapma öğelerin tümüdür.
- Çevre; canlı ve cansız tüm varlıklar üzerinde zaman ve mekân koordinasyonları içinde, iç ve dış etkileri olan koşullar bütünüdür.

Yukarıdaki tanımlarda da görüldüğü gibi çevre, insanı her boyutu ile etkileyen zaman ve mekan sürekliliği gösteren ve kapsadığı tüm sistemler ile diyalektik bir ilişki içerisinde bulunan bir kavram olarak ifade edilmektedir (Ekinci ve Ozan, 2006).

Çevre, fiziki ve toplumsal özellikleri olan bir dış ortamdır. Bu ortam, farklı özellikleriyle toplumun ve canlıların yaşamlarını etkiler. Bu bağlamda, çevre farklı özelliklere sahip olan ve barındırdığı canlıların yaşamlarını etkileyen, bu etkileşim nedeniyle iyi veya kötü yönde değişebilen bir dış ortamdır diye tanımlanmaktadır. Türk Dil Kurumu sözlüğü çevreyi

birkaç anlamda tanımlamaktadır. Çevre, isim olarak, bir şeyin yakını, dolayı, etrafıdır. Kentlerin çevresi, masanın çevresi gibi. Aynı zamanda kişinin içinde bulunduğu toplumu oluşturan ortamı da tanımlamaktadır. Kapalı toplumlar gibi. Mecaz anlamda aynı konu ile ilgisi bulunan kimselerin tümü, muhit anlamında vardır. Hükümet çevreleri gibi. Gene mecaz anlamda bir kimse ile ilişkisi bulunanlar olarak da tanımlanmaktadır. Annemin çevresi, yakın çevresindekiler gibi. Dil bilgisinde bir birimden önce veya sonra gelen aynı türden birimlerin tümü, bunların oluşturduğu küçük grup, konteks bir diğer tanımı oluşturmaktadır. Matematikte ise, çevre, düzlem üzerindeki bir şekli sınırlayan çizgidir. Dairenin çevresi gibi. Toplum bilim ise, Türk Dil Kurumu sözlüğünde, hayatın gelişmesinde etkili olan doğal, toplumsal, kültürel dış faktörlerin bütünlüğünü çevre olarak tanımlamaktadır. İngilizcede environment olarak adlandırılan çevre, bir organizmanın ya da bir parçasının üzerinde etki yapan dış etkenler topluluğu olarak tanımlanır (Tokman, 2012).

KKTC Çevre Yasasına göre çevre şu şekilde tanımlanmaktadır. Canlıların yaşamları boyunca ilişkilerini sürdürdüğü fiziksel, biyolojik ve sosyo-kültürel ortamı anlatmaktadır (<http://www.avfed.com/cevre-yasasi.php>).

Çevre, belli bir yaşam ortamında canlıların yaşamı üzerinde etkili olan fiziksel, kimyasal ve biyotik faktörlerin bütünlüğüdür. Daha kısa bir tanımla organizmaların yaşamı üzerinde etkili olan bütün faktörler onun çevresidir. Bu tanımlarda ortak olan canlı ve cansız varlıklar arasındaki ilişki, diğer yandan canlı yaşamını etkileyen fiziksel, kimyasal ve biyolojik faktörlerin bütünlüğüdür. Çevre tanımı insan açısından ele alındığında; insanın diğer insanlarla olan ilişkiler sürecinde birbirleri üzerinde etkin olması ve insanın kendi dışında ki tüm canlı ve cansız varlıklarla olan ilişkilerini kapsamaktadır. Çevreyi, niteliğine göre fiziksel ve toplumsal çevre olmak üzere iki ana başlık altında incelemek mümkündür. Çevre mekansal boyutlara göre ele alınması durumunda, yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası boyutlarda düşünülebilir (Yücel, 2005).

Uzun yüzyıllar insanlar çevrelerine istendiği şekilde değiştirilebilecek bir hammadde, bazen de romantik bir seyir konusu olarak bakmışlardır. Günümüzün insanı kendisini çevresinden ayrı düşünemeyeceğini, geleneksel davranışların sağlıklı bir çevre yaratmak için yeterli olmadığını görmüştür. Doğal ya da insan yapısı bütün fiziksel çevre ile kendi

yaşantısı arasında organik bir bağ olduğunu, kendisinin, daha büyük bir organizmanın bağımlı bir parçası olduğunu öğrenmiştir. Bu, uygarlık yolunda yeni bir aşamadır ve bu düşünceye bağlı gelişmeler henüz çok sınırlıdır. Oysa insan doğal çevreyi kendi yaptıklarıyla değiştirmeye başlayalı binlerce yıl olmuştur (Kuban, 2002).

İnsanoğlunun çevresini düzene sokması Taş Çağının karanlıklarında başlamıştır. Doğanın sağladığı sığınaklar yeterli olmayınca, kendisinin yapıcılığı başlamıştır. Daha sonraları ailenin veya daha büyük grupların çeşitli eylemlerini barındıran yapılar, belli düzenler içinde bir araya geldikleri zaman, kişinin boyutunu aşan, meydan, sokak, mahalle gibi büyük yerleşme ögeleri ortaya çıkmıştır. Bu ögeler sadece boyut ve biçimleriyle değil, yarattıkları boşluklarda, insanlara sağladıkları eylem olanaklarıyla da kimlik kazanmışlardır. Bir bakıma simgeselleşen fiziksel çevre günlük yaşantıyla adeta eşdeğer olmuştur. Böylece içinde yaşanılan yapının birey için bir ilk kabuk, onu çeviren daha geniş çevrenin toplum için bir ikinci kabuk olduğu söylenebilir (Kuban, 2002).

Çevre, yaşayan tüm canlıları etkileyen dış etmenler olarak ele alındığında kastedilen dış etmenler fiziki ve toplumsal olmak üzere alt gruplara ayrılmaktadır.

Çevre içinde ilk alt grubu oluşturan fiziki özellikler Onat'a (1982) göre, doğal ve yapma çevreden oluşan bir bütündür. Doğal çevre, üzerinde yaşadığımız yer kabuğundan başlayarak çevremizdeki doğal kaynaklar, nesneler, iklim koşulları gibi unsurlarla oluşmaktadır. Yapma çevre ise, insan tarafından üretilmiş en küçük üründen kentlere kadar düşünebileceğimiz tüm nesne ve koşulları kapsamaktadır.

Doğal çevre, doğal oluşumların yarattığı bir mekandır. Boşluğun doğal elemanlarca sınırlandırılması ve biçimlendirilmesi ile oluşmuştur. Bu oluşumlar doğal etmenler yoluyla, başka bir deyişle, deprem, rüzgar gibi çeşitli doğa olayları sonucunda meydana gelmişlerdir. Örneğin bir göl, ırmak veya dağ ile sınırlanmış alanlar doğal çevreyi oluşturur. Kapadokya, Gobi Çölü, Alpler, Niyagara Şelalesi gibi doğal oluşumlar doğal çevre için güzel örneklerdir (Tokman, 2012).



Resim 3.5: Kapadokyanın doğal çevresinden bir görünüm.
(<http://www.geziantalya.com/tur.asp?TurADI=Konya%20-%20Kapadokya%20Turu&id=55>)



Resim 3.6: Gobi ölünden bir görünüm.
(<http://flaglerlive.com/7359/gobi-desert-photo/>)

Tasarım, insanın ilk var olduğı zamandan itibaren çevresini istediğı ihtiyaçlara ve konfor koşullarına bağılı değıştirmek üzere yapılan mimari bir eylemdir. Bu durum mimarlık

eylemine insanın var olduğu ana kadar götürmektedir ki hayati bir önemi de bulunmaktadır. Başlangıçta mimarlık eylemi insan ve çevresi arasında çevrenin olumsuz etmenlerinden korunma, kendisine güvenli bir ortam yaratma olarak başlamıştır. İnsanın yaşam standartları, toplumsal gelişmişlik düzeyi arttıkça bu ortam değişmiş ve özellikle aydınlanma çağıyla birlikte teknoloji tüm mekanlarda kendini hissettirmeye başlamıştır. Bu noktada insan çevresini biçimlendirmede yani yapma çevreyi oluşturmada sadece kendi temel ihtiyaçlarını gözetmemiş, gelişmişlik düzeyi yani ait olduğu toplumsal çevreden de etkilenerek temel ihtiyaçları yanında istekleri, beğenileri ve ekonomik bağlamda bütçe olanakları çerçevesinde yapma çevresini biçimlendirmeye başlamıştır. Gerek mimari gerekse endüstriyel tasarım bu yapma çevrenin biçimlenmesinde günümüz insanı için önemli yönlendirici unsurlar olmuştur. Teknolojiyi tüm imkanlarıyla kullanmak veya gerektiği kadarıyla kullanmak gibi bireysel tercihler tasarımı yönlendiren etmenler olmuşturlardır (Tokman, 2012).

İklim, arazinin karakterini biçimlendiren önemli etkenlerden biridir ve mimariyi de büyük ölçüde etkilemektedir. Binalarda, iç mekan ve dış mekan arasındaki ısı geçişi uyumlu hale getirilmelidir (Farrelly, 2011).

Mimari, iklim şartlarına yanıt vererek iklimi kontrol etmeye ve iç ve dış farklarını uyumlu hale getirmeye çalışmaktadır. Bu amaçla bazen iklim şartlarının oluşturduğu yerel malzemeler kullanılabilir. Isı değişimlerini ve yağış düzenini iklim etkilemektedir. Sert iklime sahip bölgelerde binaların içi ile dışarısı arasında belirgin bir ısı farkı olmaktadır. Yağmurun iç mekanlara girmesi önlenmelidir ve bina yağışa karşı yalıtılmalıdır. Yeterli eğimde çatılar tasarlanarak oluk ve borularla suyun hızla tahliyesi sağlanmalıdır. Bu önlemler mimarinin biçimini ve görünümünü etkilemektedir.

Ilıman iklimlerde, iç ve dış mekan arasındaki ısı farkı daha az belirgindir. Yağış düzeyi az ve iklim sert değilse, yapılarda daha hafif malzemeler kullanılabilir. Bu açıdan bakıldığında mimari, dış etkenlere bağlı olarak farklılaşan giysiler gibidir denilebilir.

İç mekanlarda yaşanabilir ve konforlu çevreler oluşturabilmek için mimari tasarımda aşırı ya da sert iklim koşulları belirleyici olmaktadır. Örneğin soğuk iklim koşullarında, iç mekanda ıstıyı kontrol edebilmek için duvarlara ihtiyaç duyulmaktadır. Benzer şekilde

soğuk iklimlerin hüküm sürdüğü yerlerde pencere açıklıkları azaltılarak binaların ısı kaybı önlenmiş olur.

Sıcak iklim koşullarında serinlemeyi sağlayacak ve iç mekanlara güneş ışığının doğrudan girmesini önleyecek şekilde mimari tasarım yapılmalıdır. Hafif malzemeler kullanılmalıdır.

Sıcak bölgelerde iç mekanlarda ısıнын düşük tutulabilmesi için tasarımda doğal havalandırma sağlanmalıdır. Çok sıcak bölgelerde bazen mekanların serinletilmesi ve havanın nemli kalması için su ögesi de kullanılabilir (Farrelly, 2011).

Çevre, doğal şartları göz önüne alındığında iklim, topoğrafya yani arazinin eğimli yapısı, yerel malzemeler ve yerel kaynaklar gibi yönlendirici etmenlerin etkisinde fiziki olarak oluşur. Mimar bu doğal çevrenin özelliklerini en iyi şekilde analiz etmek en verimli yani optimum değerlerini tesbit ederek istenilen amaca en uygun yapma çevreyi yaratmak üzere çalışmaktadır. Bu noktada iklimsel veriler (sıcak, ılıman veya soğuk iklim ve bunların kuru veya nemli olma özellikleri, güneşlenme süreleri, güneşlenme yönü, meteorolojik veriler gibi) yapma çevrenin biçimlenmesinde, malzeme seçiminde son derece önemli rol oynamaktadır. Yakın ve uzak çevre, çevredeki kullanılabilir doğal kaynaklar, altyapı özellikleri de ayrıca değerlendirilmesi gereken unsurları oluşturmaktadır. Örneğin, Bodrum gibi bir sıcak iklim kuşağında oluşturulacak yapma çevre için, işlevi de uygunsa, yalıtım özelliği ve yöresel olarak kolay temin edilebilirliği nedeniyle taş olması mantıklıdır. Mardin’de oluşan geleneksel doku yapma çevrenin ve çevresel verilerin başarılı bir sonucunu oluşturmaktadır. Ormanın yoğun olduğu alanlarda ahşap evlerin bulunması, soğuk iklimlerdeki yapılaşma özellikleri, iklim, topoğrafya, yerel şartlar ve yerel malzemenin biçimlendirmesi ile oluşan birer yapı/yapma çevrelerdir. Ancak yapma çevrenin oluşmasında yönlendirici unsur sadece bu değerler değildir. Çevrenin toplumsal özellikleri de bir diğer etmendir (Tokman, 2012).



Resim 3.7: Mardin’den bir görünüm (<http://marhed.org.tr/mardin-resimleri>)

Peri Bacalarında bulunan havalandırma baca ve delikleri, ilk bakışta gelişigüzel yerleştirilmiş gözüke bile, yer seviyesinden önemli derinliklere kadar bilinçli bir sistematığın ürünü olup, günümüzde halen büyük ölçüde işlevselliğini korur durumdadır. Göreme Peri Bacaları’nın doğal havalandırma dışında dikkati çeken bir diğer özelliği, toprağa ya da kayaya gömülü yaşama alanları ile gece/gündüz sıcaklık farkı çok büyük olan kuru iklime son derece uygun oluşudur (Aksu, 2007).

Genel olarak fiziksel çevreyi, “biyosferdeki tüm canlı varlıkları çepeçevre kuşatan olaylar, maddeler ve eylemler bütünü olarak tanımlayabiliriz. Biyosfer içinde yer alan tüm canlılar, onların içinde bulundukları ortam, birbirleriyle ve bu ortamlarla karşılıklı ilişkileri, fiziksel çevrenin ana unsurlarını ortaya koymaktadır (Ataç, 2006).

Çevre içinde ikinci altgrubu oluşturan toplumsal çevredir. Onat’a göre, çağımız insanı ve toplumu çevresi ile kendi arasındaki etkileşimin bilincine vardıkça, çevresine bilinçsizce egemen olmaması gerektiğini öğrenmektedir. İnsanı ve toplumu dengeli bir yaşama yöneltmek amacıyla, insan ve çevrenin bir bütün olarak incelenmesi, karşılıklı etkilerin saptanması ve fiziksel çevre düzenlemesinde gözönüne alınması gerekmektedir. Onat, aynı kaynakta insanın farklı çevrelerde gösterdiği davranış biçimlerine değinmekte ve bu

davranışlarla da çevreyi farklı etkilediğini vurgulamaktadır. Bu durum insan ve çevrenin bir bütün olarak çevre sorunlarının çözümünde ele alınması gerektiğini göstermektedir.

Çevre içinde bir altgrubu oluşturan ekonomik değeri toplumsal çevre kapsamında değerlendirilmektedir. Bununla beraber, ekonomik değer aynı zamanda bir çevrenin var olmasında ve toplumun yapısında önemli bir unsur olarak yer almaktadır. Ankara'nın memur kenti veya Eskişehir'in eğitim kenti olması gibi. Örneğin, Bilbao, İspanya bir sanayi bölgesidir. Ancak canlılığını mimar Frank Gehry'nin tasarımı olan müze yapısıyla yeniden kazanmıştır. İspir'e göre (2000), çevrenin ekonomik özelliği, sanayi alanında yapılan üretimden başlamak üzere tüketime kadar uzanan bütün aşamaları kapsamaktadır (Tokman, 2012).

Onat (1982), toplumsal çevre verilerini şöyle maddelere ayırmaktadır:

- Genel veriler (toplumun örgütlenme biçimi, toplumsal yaşantı, ilişkiler, koşullanmalar, değer yargıları, kurulacak mekânsal düzene tepki olasılığı)
- Ekonomik veriler (ekonomik yapı, ekonomik amaçlar, zorluklar, yapı malzemesi ile ilgili yerel endüstriler, yapım teknolojisi)
- Kültürel veriler (genel eğitim düzeyi, kültürel miraslar, dünya görüşü, sanatla ilgili uğraşlar).

Sonuç olarak, toplumsal çevre, kültürel, demografik ve ekonomik olmak üzere üç özellikten yani alt başlıktan oluşmaktadır (Tokman, 2012).

Ekolojik kavramlardan psikolojik kavramlara kadar insanı ilgilendiren tüm kavramları akılcı yolla bütünlemek için çeşitli çevre modelleri oluşturulmuştur. Bunlardan biri Ittelson'a aittir. Ittelson (1960) çevreyi 7 bileşeni olan bir ekolojik sistem olarak tanımlamaktadır.

1. Algı Sistemi: Bireyin evreni tanımasının yolu olan, insan ile çevrenin bağına kuran temel düzenek (mekanizma),
2. Anlatım Sistemi: Biçim, renk, doku, koku, ses ve simgesel anlam gibi özelliklerin insan üstündeki etkilerini içeren sistem,

3. Değer sistemi: Kültürün tüm değerlerinin, özellikle estetik değerlerinin bütünü anlatan sistem,
4. Uyum sistemi: Çevrenin etkinliklere olanak verici veya önleyici olma derecesini anlatan sistem,
5. Bütünleyici sistem: Çevrenin içerdiği veya önlediği toplumsal grup türlerinden oluşan sistem,
6. Gereçler sistem: Çevrenin sağladığı gereç ve bina olanaklarını barındıran sistem ve
7. Tüm bileşenlerin genel ekolojik ilişkilerinden oluşan sistem (Gür, 1996).

Biraz farklı olarak Lawton (1970) çevreyi beş bileşenli bir ekolojik sistem olarak tanımlamaktadır.

1. Birey,
2. Fiziksel çevre: coğrafya, iklim, kaynaklar ve insan yapısı çizgilerinden oluşan sistem,
3. İnsan çevre: aile, arkadaş, yetkili kişi (otorite) iş grubu gibi önemli davranış denetim kaynaklarını oluşturan sistem,
4. İnsan üstü çevre: yaş, sınıf, ırksal köken, yaşam biçimi ve diğer özelliklerin oluşturduğu çevre,
5. Toplumsal çevre: toplumsal norm ve kurumlar çevresi (Gür, 1996).

Koffka (1935), öznel ve nesnel çevre ayrımını ilk vurgulayan kişidir. Lewinde (1951), aynı anlamda kişinin eylemlerinin salt çevreye değil eylemde bulunanın kişiliğine de bağlı olduğunu belirtmektedir. Lewin, bireyin yaşam mekanı diye bu mekanın varlığından söz ederek “davranış kişilik ve çevrenin bir işlevidir” demektedir. Coğrafyacı Kirk ise çevreyi bu görüşü geliştirerek olgusal, kişisel ve bağlamsal olarak üç aşamada tanımlamaktadır;

1. Olgusal çevre: Nesnelerin evreni,
2. Kişisel çevre:
 - a. Davranışsal çevre: kişinin nesneler evreninden edindiği imgeler evreni,
 - b. Deneyimsel çevre: bireyin tutum, inanç ve yeğlemelerinden oluşan çevre,
3. Bağlamsal çevre: Kişinin geçmişini yansıtan algılarını saptıran kültür, etnik grup, sınıf, yaş ve cinsiyet gibi toplumsal özellikler olarak ele almaktadır (Gür, 1996).

3.5. İşlev

Her bir nesne gereksinme (ihtiyaç) sonucu ortaya çıkmaktadır. Tarihte doğada bulunan çukur nesnelerin insanoğlunun gereksinmelerini karşılayamaz hale geldiği durumda çömlek yapımı işine girildiği gibi, çevrede barınmaya elverişli korunmuş yerlerin bulunmayışı da insanoğlunu kendine barınaklar yapmaya yönlendirmiştir.

Tarihte insanoğlu, barınma ihtiyacına cevap verecek barınaklara ihtiyaç duymuştur. Korunma ve barınma ihtiyacına karşılık bir şemsiye gibi oluşturulması gereken ve bir biçimi olan örtüye (mimarlık dilinde kabuk) ihtiyaç vardır.

Korunma ve barınma ihtiyacını barınak karşılamaktadır; öyleyse bu barınağın bir (koruma, barındırma) görevi vardır. Kullanıcının ihtiyacı, nesnenin görevine dönüşmektedir. Bu göreve mimarlık dilinde “fonksiyon” ya da “işlev” (amaca ve kullanıma uygunluk) adı verilmektedir.

Kullandığımız tüm diğer nesneler gibi, mimarlık ürünleri olan yapılar da bir gereksinim sonucu ortaya çıkmışlardır. Mimari çevre içinde yer alan bütün yapıların belirli gereksinimleri karşılamak üzere bir veya daha fazla işlevleri ya da görevleri vardır (Birol, 2005).

İşlevin sözlükteki tanımlamasına göre: kullanışlılık veya işleyiş bakımından amaca uygunluk; belirli bir amaçla ilgili eylem türü; uğruna belirli bir şeyin yapıldığı görev olarak açıklanmıştır (Hasol, 2008).

İşlev öncelikle yapı öğelerinin, tek veya tüm, amaca uygunluğu anlamına gelmektedir. Bu plan özellikleri için olduğu kadar biçim özellikleri için de geçerlidir. Örneğin her yapı bölümü, kendi içinde belirli bir işlevin gereksinmelerini karşılayacak şekilde planlanır: Bir sınıf belli sayıda öğrenci alacaktır, yeterli hacimde hava, yeterli yoğunlukta aydınlanma gerektirir; çocukların boyuna uygun masa ve sandalyelere sahip olmalıdır; bahçeye, yeşile açılması, kışın güneş alması istenmektedir. Bir konser salonunun akustiği iyi olmalıdır. Sinemada her seyirci perdeyi iyi görebilmelidir; ışıklar gözü kamaştırmayacak, merdivenler de karanlık olamayacaktır. Günümüz insanı buna benzer sayısız gereksinme

içinde minimum standartlar saptamıştır. Bu standartların bir bölümü, uzun kullanım süreçleri sonunda kendiliğinden ortaya çıkmış, fakat özellikle de boyutlarla ilgili olan bir çoğu da bilimsel araştırmalar, istatistikler sonucunda elde edilmiştir (Kuban, 2002).

Yukarıda örneklerde işlev terimi yapının fiziksel, özellikle boyutsal düzenlenmesini etkileyen nitelikleri kapsamaktadır. Aynı terim bazen doğrudan doğruya biçim seçiminin nitelikleriyle ilgili olarak ta kullanılmaktadır. Fazla yağışlı bölgelerde çatının fazla eğimli olması, ya da duvar yüzünün hava etkilerine karşı uygun bir sıva tabakası ile örtülmesi, iklim koşullarına uymak için yapılarda balkon, saçak, veranda, iç avlu gibi plan öğelerinin yaygın kullanımı yine işleve uygunluk olarak tanımlanabilmektedir. İnsanın çevre ve toplumla belirli bir uyum kurmak için yaptığı yapıların işlevselliği insanoğlunun bütün eylemleri ve üretimleri için de geçerli olmaktadır (Kuban, 2002).

İşlev terimi, yapının farklı amaçlarla kullanılan bölümleri arasında, kullanmanın gerektirdiği bir sıralanmayı da ifade etmektedir. Nasıl herhangi bir eylem birbirini izleyen bölümlerle kurulmaktadır. Bir evin odaları, bir sinemanın girişi çıkışı, bir caminin çeşitli öğeleri arasında bir takım tanımlanabilmektedir, bazen değişmeyen ilişkiler bulunmaktadır. Bu ilişkilerin olumlu bir sıralama içinde ortaya konması, işlevsel oluşum olarak tanımlanmaktadır (Kuban, 2002).

İslam kültürlerinin mimarlığı dıştan yapıların ne tür bir işlevi olduğuna ilişkin bilgi vermediği gibi iç uzamları da belli işlevlere göre düzenlenememektedir. Yapı yalnızca bir kabuk oluşturmakta, içinde yer alacak işlevler de kendilerini buna uydurmaktadırlar. Bu nedenle bir kervansaray, medrese ya da hastanenin dış görünüşleri ile planları bir birine çok benzer bir biçimde olabilmektedir.

Konutlarda da odalar belli bir işlev uyarınca değişik yapılmamakta, her biri her tür işlevi karşılayacak biçimde düzenlenmektedir. Başka bir deyişle, yemek odası, yatak odası gibi ayrımlar yoktur, odaların hepsinin biçimi aynı, benzer öğelerle donatılmakta, her türlü işlev için kullanılabilirler. Bunun onların çok amaçlı bir kullanım sağladıkları için yeğlendiği de söylenmektedir (<http://www.ustunalsac.com/lang/en/mimarlik/mimarlikta-anlam-ve-anlatim/tasarim-ilkeleri-duzenleme-yontemleri>) (Resim 3.8).



Resim 3.8: Tek bir odada değişik işlevler (Oturma, yatma, yemek yeme)
(<http://www.ustunalsac.com/lang/en/mimarlik/mimarlikta-anlam-ve-anlatim/tasarim-ilkeleri-duzenleme-yontemleri>)

İşlev, en temel bileşeni, özgül hacim ya da mekân içinde özgül bir kullanımın ya da etkinliğin sürdürülmesi anlamında pragmatik yararlılık olan birçok bileşene sahiptir. Bir hacim, içinde uyumak için bir yatağı barındırmak üzere kullanılacağı gibi, içinde masanın bulunduğu bir ofis ya da büyük bir toplantı salonu ya da başka bir kamusal mekân olabilmektedir.

Bir yapı aynı zamanda simgesel işleve de sahiptir ve kullanımına ilişkin görünür bir bildirimde bulunmaktadır. 1956 yılında, Eero Saarinen'ten, New York, Idlewild (şimdiki Kennedy) Havaalanı'ndaki Uluslararası Havayolları için bir terminal binası tasarlanması istendiğinde, mimari bir anlatım simgeselliği içinde uçuş duygusunu iletebilecek bir yapı şekillendirmeye koyulmuştur. Yardımcılarıyla birlikte, merkezinden dışarı dev kanatlar gibi uzanan büyük beton kabukları olan ve keskin açılar ve köşeler olmaksızın kavislenip yükselen iç yüzeylere sahip bir bina tasarlamıştır. Böylece yalnız form, uçağa binmek için içinden geçerken insanları uçuşa hazırlamaktadır (Roth, 2002) (Resim 3.9.).



Resim 3.9: Eero Saarinen'in tasarladığı Kennedy Havaalanı
(<http://www.cambridge2000.com/gallery/html/P73127480e.html>)

Binanın türüne ve işlevine göre değişen ihtiyaçlar, Herzog & de Meuron firması tarafından tasarlanan Kaliforniya, Napa Vadisi'ndeki Dominus Şaraphanesi'nde olduğu gibi bazen fazla ışık almamayı da gerektirebilmektedir. Taşların tel örgülerle oluşturulmuş blokların içine doldurulmasıyla harçsız olarak birleşen taşlar arasında kalan küçük boşluklardan içeriye sadece ışık hüzmeleri girebilmektedir. Bu da, bir şaraphane için istenilen “loş” ortamı sağlamaktadır (Sevinç, 2006).



Resim 3.10: Dominus Şaraphanesi'nde loş ortamın sağlanması
(<http://indulgy.com/post/4CG9pvxGV1/dominus-winery-by-herzog-de-meuron-elevates-th>
ve Sevinç, 2006)

Mimarlık tarihine göz atıldığında, Farklı dönemlerde Vitruvius'un belirttiği üç temel nitelikten yalnızca birine ağırlık verilerek tasarlanmıştır. Örneğin, 19. yy'da gerçekleştirilen ticaret ve sanayi yapılarının çoğu, dönemin yapı araç ve gereçleri ile yapı tekniğinin sağladığı olanaklar öne çıkarılarak tasarlanmış işlevsel mimarlık ürünleridir. Bu yapıların güzelliğinden çok, yapılmalarına yol açan gereksinimi karşılamaları tasarımın birincil ilkesi olmuştur. 19. yy'ın sonlarında, 1880'de ABD'li mimar Louis Sullivan “form follows function/biçim işlevi izler” özdeyişiyle, yapının yüklendiği işlevin gerektirdiği anlayışının egemen olacağı bir dönemi başlatmıştır. Bu dönemde mimarlık yapıtları eğer işlevinin ne olduğunu anlatabiliyorsa, yapı “başarılı” sayılmaktaydı (Şenyapılı, 1999). Biçim veya form mimarlığın ana kriterlerinden ilki olan işlevselliği yerine getirmektedir. Eğer bu biçim sağlam inşa edilmişse rüzgar, deprem gibi güçlere dayanabiliyorsa işlevsel bir form yani bir bina yaratılmış demektir. Ancak bu yapının estetik değerlerinin büyüklüğü onun mimari değerlerinin de ölçütü olacaktır (<http://www.restoraturk.com/mimarlik-mimari/mimari-akimlar/273-mimari-akimlar-usluplar-mimarlik-akimlari.html>).

Sullivan dünyanın ilk gökdelenlerini bu işlevci anlayışa uygun olarak tasarlamıştır. Mimarın çelik iskelet sistem ile inşa ettiği Şikago'daki Carson Pirie Scott Mağazası içinde geçecek aktivitelere göre tasarlamıştır (Farrely, 2011) (Resim 3.11).



Resim 3.11: “Biçim işlevi izler” anlayışına göre yapılan Carson Pirie Scott Mağazası (<http://noonjes.wordpress.com/>)

İşlevselcilik kavramı Avustralyalı mimar Adolf Loos tarafından benimsenerek geliştirilmiştir. “Süsleme suçtur” diyerek yapıların üzerindeki süsleme öğelerinin gereksiz ve yersiz olduğu fikrini savunmuştur (Farrely, 2011). Adolf Loos'un Viyana'da 1910'da inşa ettiği Steiner Evi bu anlayışa göre yapılmıştır (Biol, 2006) (Resim 3.12 -3.13).



Resim 3.12: “Süsleme suçtur ” anlayışına göre yapılan Steiner Evi (ön cephesi)
(http://photo.iennelopez.net/gallery2/main.php?g2_itemId=20819&g2_jsWarning=true)



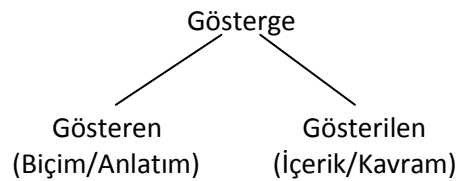
Resim 3.13: Steiner Evi (arka cephesi)
(<http://peeepI.com/people/adolf-steiner/>)

İşlevine göre biçimlenmiş ve süslemeden arındırılmış net ve sade yapılar yapılmıştır. Bu iki mimarın fikirleri mimaride yeni ve modern bir yaklaşımın gelişmesine katkıda bulunmuştur (Farrely, 2011).

İşlevselcilik, yapının gerçekleştirilmesine yol açan gereksinmelerin karşılanmasında birden çok seçenek olduğunu ve bunlar arasından yapılacak seçimin başarılı bir mimarlık ürünün ortaya çıkmasına yeteceği görüşüne dayalı ve 20. yy'. mimarlığında özellikle tarihselci canlandırıcı tutumlara karşı çıkan bir üslup olarak ağırlığını oldukça duyurmuştur. Le Corbusier'nin 1920 yılında ortaya attığı "house is a living machine/konut bir yaşama makinasıdır" özdeyişi, işlevselciliğin, dönemin ayrımlı bir ekonomik etkinlikçe biçimlenen yaşamına uygun bir mimarlık anlayışı olarak ağırlık kazandığını sergilemektedir. Sanayileşen ve gitgide makinalaşmakta olan toplumun, artık, ayrımlı bir mekân biçimlemesini gereksindiği düşüncesinden kaynaklanan İşlevselci üslubun ürünleri, ekonomik ve toplumsal yapıdaki bu köklü değişimi iletmekte de yükümlüydüler. Yaşama katılan ve yaşam biçimini yeniden biçimlendirmekte olan makinanın özellikleri yapılara da yansımalıydı ve böylece, yapılar yaşam biçiminin neden ve nasıl değiştiğini anlatmalıydı (Şenyapılı, 1999).

3.6. Simgesellik (Gösteren – Gösterilen İlişkisi)

Bir mimari yapıda anlamı, işaretler kompleksi oluşturmaktadır, yapının göstergesi olan cepheler de taşıdığı işaretler yoluyla çevreyle iletişim kurmaktadır. "Bireyler ya da toplumlar arasında bildirişimi sağlayan çeşitli gösterge dizgelerinin üretim, işleyiş ve algılama biçimlerine ilişkin bilim dalı" olan semiolojinin, bizde en çok kullanılan kelime hali "göstergebilim"dir. Literatür incelemesi sonucunda göstergebiliminde en çok kullanılan gösterge şeması Şekil 3.5'de gösterilmiştir (Şenyiğit ve Altan, 2011).



Şekil 3.5: Göstergebiliminde en çok kullanılan gösterge şeması
(Şenyiğit ve Altan, 2011)

Mimarlık göstergeleri bildiri taşıyan ve bu nedenle uyarıcı nitelikteki fiziksel mekanlardır. Bir yerin kimliğini ve dilini oluşturan cephe bileşenleri de bir araya getiriliş biçimleri ile bulundukları çevrenin karakterini oluşturmakta ve / veya etkilemektedirler.

Görsel iletişim kuran cephe, kullanıcıyla dizimsel ve anlamsal ilişki içerisindedir ve işlevsel ilişkisi yanında anlamsal değerleri olan bir göstergedir. Dolayısıyla görsel organizasyonda (mimaride) insan-cephe ilişkisini insan ile kitap arasındaki ilişkiye benzetebiliriz. İnsan okuyan, cephe ise okunan tarafı temsil eder. İnsanın cepheyi okuması; etkileşime girmesi, bu etkileşim sonucunda bilgiler alması ve bu bilgileri bir deneyim bütünü olarak kullanması ile oluşmaktadır (Şenyiğit ve Altan, 2011).

Kendisinden başka bir şey ifade eden bütün nesneler, formlar, fenomenler ise genel anlamları ile birer İşaret/sembol olarak tanımlanmaktadır. Kodlar ise; anlaşılmaya olanak tanıyan ve mantıksal bir ilişki tanımlayan mesajlar olarak ifade edilmektedir. Çalışma alanımız olan mimarlık ve şehircilik bilim alanında ise Eco, bir kavramsal tanımlama dizisi oluşturmuştur. Buna göre her mimari objenin bir işlevsel anlamı bir de sembolik anlamı bulunmaktadır. İşlevsel anlamı (gösteren/kullanım değeri), içinde yer alan fonksiyonun mimari elemanlara ve kent içindeki konumuna yansımalarıdır. Bu tanım sabittir ve her hangi bir yoruma bağlı olarak değişiklik göstermemektedir. Sembolik anlam ise (gösterilen/sembolik değer); o yapıya yüklenen anlam olarak ifade edilmektedir. Bir yapının sembolik anlamı sosyo-kültürel değerler, ideolojiler, dini inançlar, mimari akımlar vb. pek çok konu doğrultusunda; farklı coğrafyalarda ve farklı toplumsal katmanlarda farklılaşan değer unsurlarını ortaya koymaktadır (Seçilmişler ve diğ., 2007).

Sembolik anlam farklı mimari kodlar aracılığı ile kentsel fizik mekanda biçim bulmaktadır. Bunlar teknik (yapım sistemi, malzeme vb.), sentaktik (mekansal tipolojiye ilişkin) ve anlambilimsel (ölçek, biçim, renk, ses, koku gibi birincil ve bellekte oluşturduğu ikincil anlam) kodlar olarak ifade edilmektedir (Seçilmişler ve diğ., 2007).

Biçimler, yapı sanatında önemli bir rol oynamaktadır, simgesel anlatımların, verilmek istenen iletinin en önemli aracı durumundadırlar. Bu nedenle de en eski çağlardan beri önemsenerek, özenle oluşturulmaktadırlar. Anlam yüklemek, ileti vermek amacıyla yapıların biçimleri kütleleri kullanılabilirler ya da aradan bir süre geçtikten sonra simgesel anlamlar kazanmaktadırlar. Bir evin, bir caminin, bir üretim evinin en basit çizimleri bile onların birbirinden ayrıldığını göstermektedir, bu da o kültürü paylaşan bireyler tarafından hemen algılanmaktadır (<http://www.ustunalsac.com/lang/tr/mimarlik/mimarlikta-anlam-ve-anlatim/mimarlikta-bicimler>).

İlginç biçimlerin, özellikle de geometrik olanların, belki de evrensel bir yetkinliği anlattıkları için, insanlarda hayranlık duygusu uyandırdığı, simgesel anlamlar yüklendiği görülmektedir. Bu yapıların biçimleri söz konusu olduğunda da geçerlidir. En güçlü simgesel biçimlerden biri olan daire, çoğu kez evrenin kendisiyle, sonsuzlukla özdeşleştirilmiştir. Daire biçimini kullanan pek çok dinsel yapı vardır. Böylece evrensel düzen ile uyum içinde oldukları, sonsuzluğa kadar sürecekleri izlenimini vermeye çalışmaktadırlar. Bu yapıların kubbe ile örtülmesi de bu anlamı üçüncü boyuta taşımaktadır (Özek, 1980).

Kubbe ve minare, caminin simgesel öğelerini oluştururlar. Caminin merkezi planı toplayıcı özelliktedir. Kubbe örtüsü, gökyüzünü simgeler ve iç uzamı sanki gökyüzü evrenine doğru çekmekte, büyütmetedir. Camide kullanıcı ile iç uzam arasındaki boyut uyumsuzluğu tanrı önünde insan varlığının küçüklüğünü vurgulamayı amaçlamaktadır. Yapıda malzemenin işleniş insanın din ve tanrı olgusu karşısında coşkusunu ve özenini sergilemektedir (Özek, 1980).

Çağdaş mimarlıkta biçimleniş, dizimsel gösterge işlevinin salt önceliğine dayanır, herhangi bir anlam temsil etmez ve içeriği yoktur. “Mimari anlatım” tanımıyla nitelenen içerik, herhangi yok olmuş içerikler, simgeler ve düşünsel zeminler yerine dizimsel düzeyde aranmaktadır. Örneğin salt geometri, boşluk doluluk düzeni, bakışsızlık, anıtsal olmayış vb. özellikler. Dizimsellik anlayışı Eski Mısır, Yunan, Roma mimarlıklarına temel olmuş, prizmalar, küpler, silindirler, piramitler, küreler, geometrik biçimlenmenin değişik örneklerini oluştururlar. Buna karşın bir Gotik katedralinin plastiği, bir dramı yansıtmaktadır. Yer çekimi güçlerine karşı verilen savaşı anlatmaktadır. Roman ve Gotik kilisesinin haç biçimli (Latin haçı) planı, İsa’nın çarmıha gerilişini anlatan ikonik bir göstergedir (Özek, 1980).

Mısır’daki Giza Piramitleri, Mısırlıların ölümden sonraki hayata olan inançlarını temsil etmekteydi. Bu inanç, toplumun gündelik hayatına gece ve gündüz, sel ve kuraklık, su ve çöl gibi ikilikler ile de yansımaktaydı. Bu inanç ve ikilikler, Krallar Vadisi’nin Nil’in batı kıyısında, yani güneşin battığı yönde; Luksor yerleşimi ve tapınaklarının ise doğu kıyısında, yani güneşin doğduğu yönde yer almasının sebebidir. Tıpkı günümüzde daha

yüksek ve daha pahalı binalar ile güçlerini yansıtan şirketler ve hükümetler gibi, mezar anıtları olarak inşa edilen bu piramitler de firavunların hükümdarlarının sembolü idi. Antik Mısır yapıları, konumları itibari ile sembolik olmalarının yanı sıra, yapılarındaki titizlikle de dikkat çekmektedirler. Giza Piramitleri'nin geometrisi; mükemmel birer kare taban olan tabanların yükseklikler ile ilişkisi altın orana göre belirlenmiştir. Piramitlerin içinde, mezar odalarından çıkan koridorlar, firavunların ruhlarının ölümden sonraki yolculukları için tasarlandığı için gökyüzündeki takımyıldızların izleri gibi düşünülmüşlerdir (Farrelly, 2011).



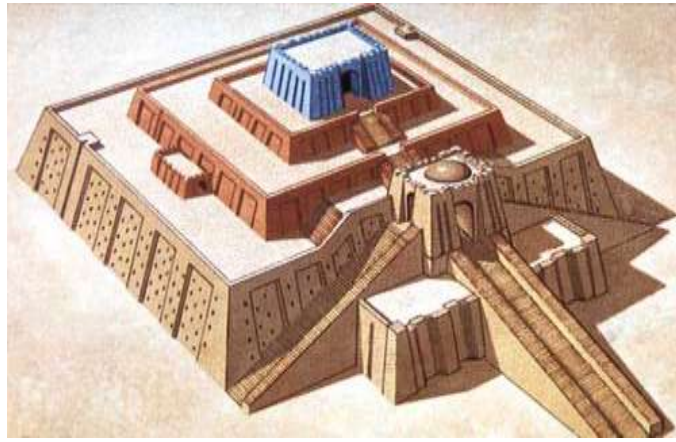
Resim 3.14: Mısır'daki Giza Piramitleri'nden bir görünüm (Farrelly, 2011)

Eski Mısır tapınağı ise evrenin bir imgesidir. Zeminde gökyüzü üzerinde beşgen sarı yıldızlı tavan, gökyüzü cennetini, süsleme ve bitkisel biçimli duvar çıkıntıları (nervürler) yeryüzünü anlatmaktadır. Sümer ve Babil'de Zigurat tapınağı, kare planlı dev bir piramit biçimiyle, yedi teras ya da katının herbiri bir gökyüzü varlığını (beş gezegen, ay ve güneş) ve evrenin yedi katını simgelemektedir. Tapınağın altındaki derin boşluk yeraltı dünyasını temsil etmektedir (Özek, 1980).



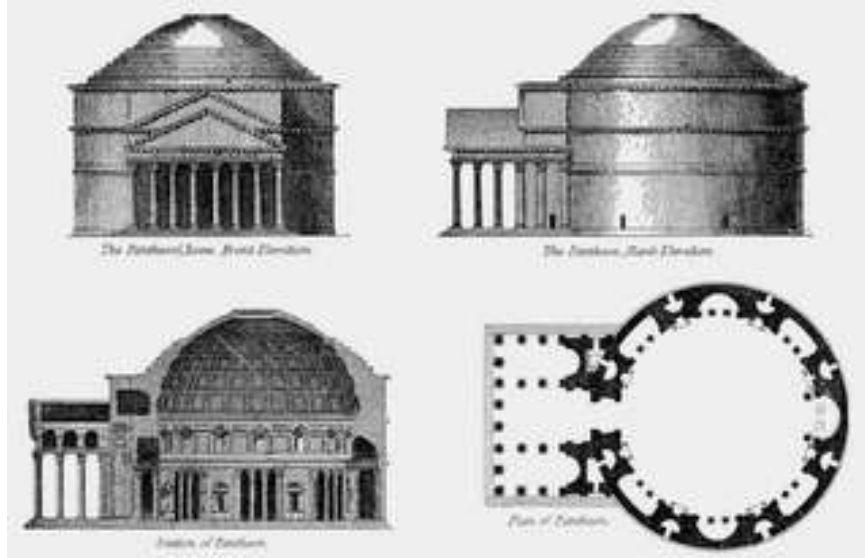
Resim 3.15: Ziggurat'ın günümüzdeki hali
(<http://www.frmartuklu.net/tarihi-bilgiler/181139-ziggurat-nedir-zigguratlar-yasamin-hangi-alanlarinda-etkili-olmustur.html>)

Mısır Piramitlerinin aksine zigguratlar mezar olarak değil, cennete ulaşan insan yapımı dağlar olarak inşa edilmekteydi. Sümer tanrıları doğudaki uzak, büyük dağlarla ilişkilendiriliyordu ve zigguratlar insanları fiziksel ve simgesel olarak tanrılara daha çok yaklaştıran bu dağlara benzeyecek biçimde şekillendiriliyordu. Zigguratın tepesindeki tapınak şehrin koruyucu tanrısının evi olarak düşünülmüştür (Borden ve Diğerleri, 2009).



Resim 3.16: Ziggurat'ın yıkılmadan önceki hali
(<http://www.frmartuklu.net/tarihi-bilgiler/181139-ziggurat-nedir-zigguratlar-yasamin-hangi-alanlarinda-etkili-olmustur.html>).

Roma imparatorluğunun saray ve tapınaklarının yuvarlak planlı, merkezsiz biçimlenişi gökyüzünü belirtmektedir, eksenî çevresinde gece ve gündüzün devrini anlatmaktadır (Özek, 1980). Yedi Roma Tanrısına adanmış bir tapınak olan Pantheon'da bunu görebiliriz (Şekil: 3.6 ve Resim 3.17).



Şekil 3.6: Pantheon Tapınağı plan, kesit ve görünüşleri
 (<http://tolgabey.blogspot.com/2010/05/roma-donemi.html>)



Resim 3.17: Pantheon Tapınağının kuşbakışı görünümü
 (<http://tolgabey.blogspot.com/2010/05/roma-donemi.html>)

Grek ve Helenistik devrin yuvarlak planlı yapıları (toloî) birer mezar ve tapınak olarak işlev görürken yeryüzünün imgesi, yuvarlak hatları ile de Ulu Ana'nın imgesi olarak yorumlanmaktadır (Özek, 1980).

Mimarlık yapıtında anlamsal değerlerin ağırlığı, klasik, geleneksel estetik anlayışının eğilimini belirlemektedir. Mimarlıkta anlamsal boyutun ortaya çıkışı üç ana neden kümesinde sınıflandırılabilir:

- 1- “İkonik göstergeler” in kullanışında mimarın anlatmak istediği anlamın izleyici tarafından anlaşılması olasılığı büyüktür. İkonik göstergeler, anlamını taşıdıkları nesnelerle benzerlik gösterdiklerinden, “mimar” ve “kullanıcı” arasında ortak bir düzgü ve sözlük birikiminin varlığı gereksiz olmaktadır. Örneğin Frank Lloyd Wright’ın tasarladığı kilisenin biçimlenişinde dua eden kişinin ellerini kavuşturması okunmaktadır (Özek, 1980).



Resim 3.18: Frank Lloyd Wright’ın tasarladığı Yunan Ortodoks Kilisesi
(<http://davidcobbcraft.blogspot.com/2010/11/wauwatosawis.html>)

21. yy’da bu gibi örneklere çok rastlamaktadır. Örneğin Amerika’da Longaberger Şirketi kurucusu Dave Longaberger, şirketinin tüm ofislerini kapsayacak dev bir piknik sepeti inşa ettirmiştir.



Resim 3.19: Longaberger Şirketi Sepet Binası
(<http://www.enteresan.com/haber/dunyanin-en-yaratıcı-tasarimina-sahip-binalari.3x4.4.1.html>)

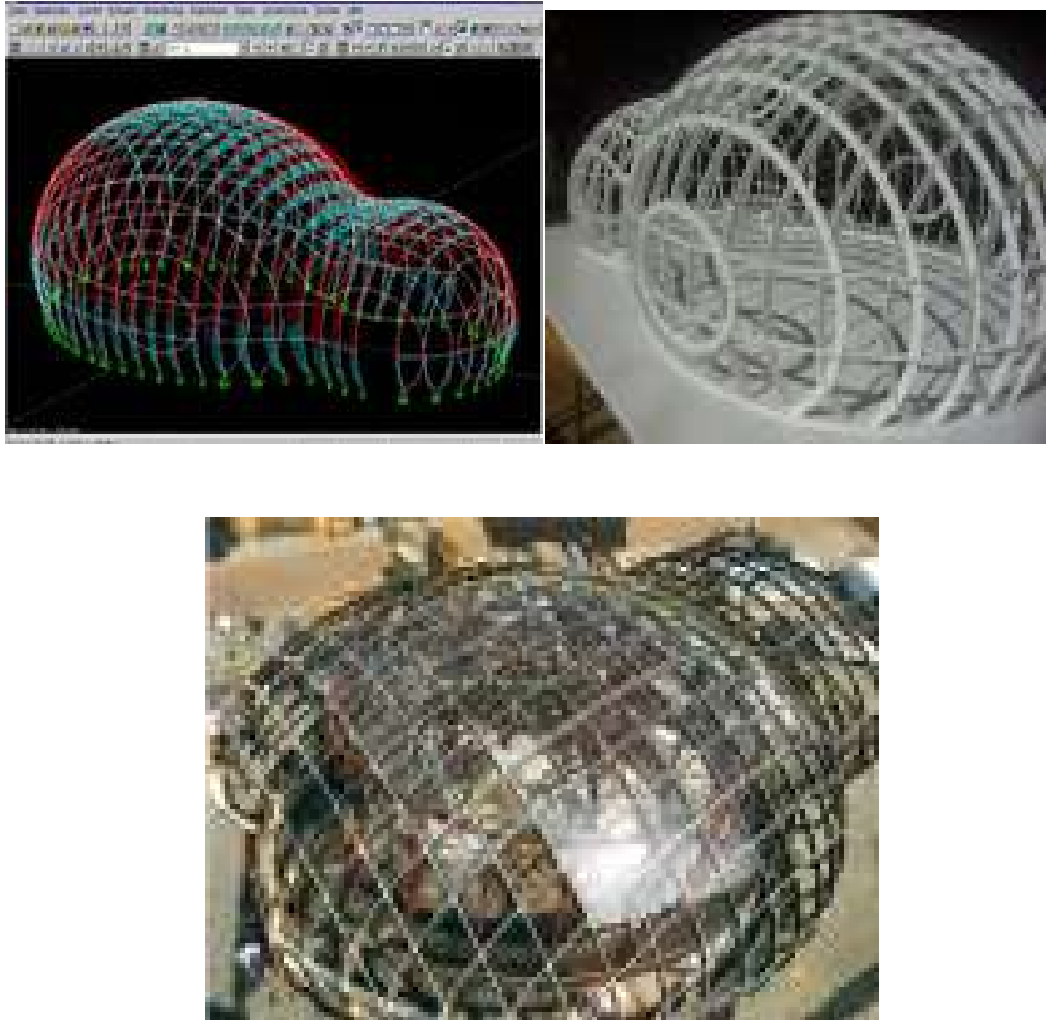
2- “Anlamsal çağrışımlar”, biçim ve gestaltlerin algılanmasının değişik kişilerde değişik anahtar uyarılarını içerdiği, bilinçte anahtar uyarılara dayanarak çağrıştırılan anlamlardır. Anlamsal çağrışımlar, izleyicilerin kişisel özelliklerine ve algılama anındaki bilinç durumuna çok bağımlıdır, yani öznel belirlenmişlerdir. Bir yapının anlatım gücü, bu yapıya ilişkin öznel algı kapsamlarının bir bütünü olduğuna göre “mimarlık bütünü, öğelerinin anlamsal çağrışımlarının bir üst anlamla bir araya getirildiği anlam birliğidir” (Özek, 1980).

Cesare Macchi Cassia tarafından 1999 yılında IAA araba fuarı için tasarlanan BMW Group standında yer alan kabarcık tasarımı yenilenebilir enerji olarak hidrojeni sembolize etmekte ve aynı zamanda yeni bir araba tasarımının tanıtımında kullanılmaktadır (Sipahioğlu, 2006).



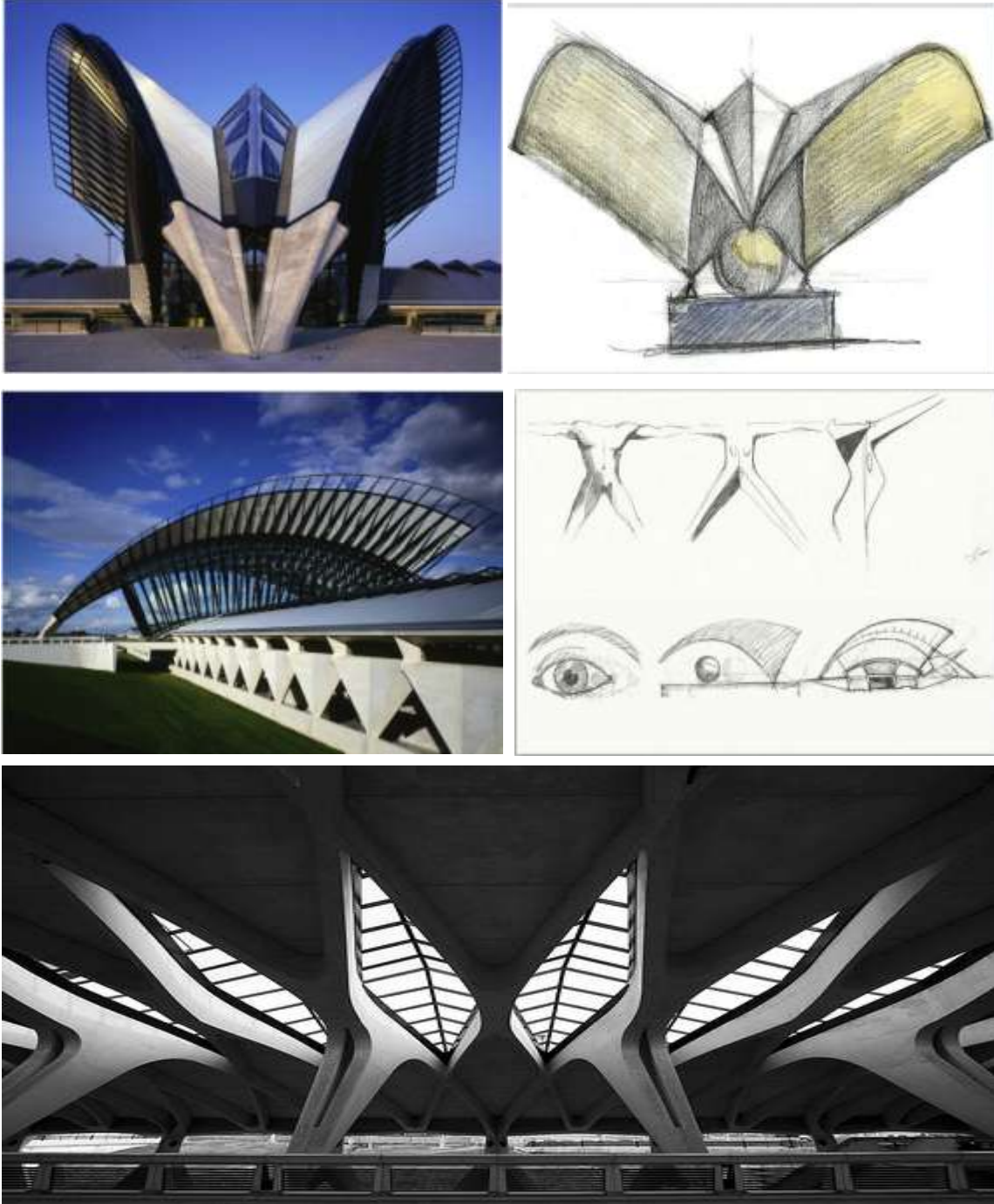
Resim 3.20: BMW Group standı (Sipahioğlu, 2006)

Bilgisayar programları ile tasarlanıp, üretilen şeffaf çeperi yapı su damlası, bulut gibi metaforik anlamlar kazanır. Yapının formu bilgisayar ortamında canlandırılan iki su damlacığının çekim nedeniyle birleşmesi sırasında ortaya çıkan “dinamik form”dur. Dev su damlacığı formundaki yapının dış çeperi; yüzey gerilimi ile iç basıncının kırılma dengesini ifade etmektedir. Yapının ağ şeklinde işlenmiş ince çelik taşıyıcıları yapıyı hafif bir şekilde taşımaktadır. Yapının strüktürü iskelet taşıyıcı sistem olmanın ötesinde 3 boyutlu bir strüktürel yapı olarak yer alır. Pürüzsüz form verilmiş plakalarla oluşturulmuş eksiz gibi görünen şeffaf cam yüzey ise dinamik forma kayganlık ve hareket gibi anlatımlar oluşturmaktadır. Tüm bu özellikleri ile yapı dijitalleşen bir imge ile tanımlamaktadır (Sipahioğlu, 2006).



Resim 3.21: BMW Group standı standı 3 boyut ve modelleri (Sipahioğlu, 2006)

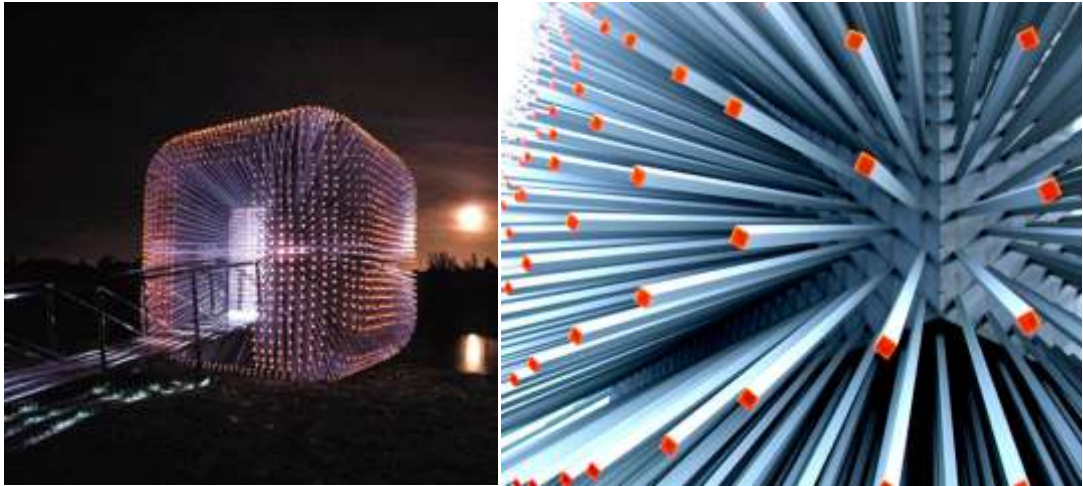
Lyon Stolas İstasyonu Lyon’u güneyinde 30 kilometre uzaklığındaki şehiri havaalanına bağlayan hızlı trenler için sınırdır (bauarchitecture.files.wordpress.com/). Santiago Calatrava’nın bu yapısında kuş ve insan gözünün yapısından esinlenmiştir (<http://designtheorykje.wordpress.com/2012/11/08/lyon-saint-exupery-airport-railway-station/>).



Resim 3.22: Stolas Tren İstasyonu (bauarchitecture.files.wordpress.com/, <http://verenavogler.wordpress.com/page/4/>)

- 3- Bir “göstergenin, biçimin ya da gestalt’ın sık sık ortaya çıkması” bu göstergeye karşı bir yakınlık, alışkanlık getirmektedir. Sözcüklerin ya da göstergelerin anlamları, algılanmaların yinelenmesiyle oluşan alışkanlık ve geleneklere bağımlı olarak ağırlık kazanmaktadırlar (Özek, 1980).

Cephelerdeki dokusal etkiler, aynı zamanda kendini gösterme, cazibe yaratma özelliklerini de taşımaktadır. Mimar Thomas Heatherwick tarafından İngiltere’nin Northumberland bölgesinde Belzay Estate’in bahçeleri için tasarlanmış “Sitooterie” isimli kiosk da bunun en ilginç örneklerinden biri. Uzaktan dev boyutlu bir kirpi gibi görünen heykelsi yapı adını İngilizce’deki “sitouterie” den gelen ve dış oturma alanı diye tanımlanabilecek eski bir İskoç deyiminden alıyor. Kirpiye benzese de, kirpinin dokusunun “tehlikelere karşı korunma” işlevini taşımamaktadır (Sevinç, 2006).



Resim 3.23: Sitooterie Binası (Sevinç, 2006)

Genel olarak bu bölümü özetleyecek olursak; kültür, toplum yapısı, alt-üst yapı, çevre, işlev ve simgesellik faktörlerinin etkileri burada ele alınmış ve somut örnekler araştırılarak incelenmiş, konunun daha iyi anlaşılması sağlanmıştır. Bu kapsamda kültürün somut ifadesini yaşam tarzına göre tasarlanan çevre veya binalarda görebilmekteyiz. Toplum yapısını oluşturan yazılı kurallar (standartlar, kanunlar, yönetmelikler ve şartnameler) ve yazı olmayan kurallar (norm ve değerler, ekonomik yapı ve malzeme kullanımı ve yapım teknolojisi) bina tasarımında etkili olmaktadır. Her toplum kendine has kuralları mevcuttur. Alt-üst yapı etkisinde ortaya çıkan güç ve iktidarı elinde bulunduranların geçmişten günümüze mimariyi kullanarak toplumu etkilemeye çalışmışlardır. Bu da mimarideki

görsel kimliği etkilemiştir. Doğal çevreye göre yapılan yapma çevre ise çevre verileri etkisinde oluşmaktadır. Diğer yandan işlevine uygun yapılmaya çalışılan binaların görsel kimliğindeki etkiyi görmek mümkündür. Bina ile iletişimi sağlamaya çalışanların ise simgesellik faktöründen etkisini göstermektedir. Tüm bunlar görsel kimliği etkileyen unsurlar olduklarının açık ve net göstergesidir.

4. BÖLÜM: AKTÖRLER

Aktörler yani mimar ve müşteri bina kimliğine etki eden bir diğer faktördür. Bu bölümde mimarın, müşterinin ve müşteri tiplerinin bina kimliğinde nasıl etkili olduğu irdelenecektir.

4.1. Mimar

İlk önce mimar sözcüğünün nereden geldiğine ve ne anlama geldiğine bakalım. Mimar sözcüğü Arapça “umrân” kökünden gelmektedir. Umrân kelimesi dilimize bayındırlık, bayındırlaşma, medeniyet, ilerleme, refah ve saadet, mutluluk olarak çevirilmektedir. Bu kökten türetilen diğer bir kelime ise mâmur etme, bayındır etme, şekillendirme anlamına gelen “imar” dır. Aynı kökten türeyen “mimar” sözcüğü ise geniş anlamda insanlara refah mutluluk getiren, bireylerin ve yaşam çevrelerinin şekillenmesine katkıda bulunan meslek adamıdır (Genim, 2010).

Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü’nde ise Doğan Hasol mimarı şu şekilde açıklamaktadır; Yapıları tasarlayıp çizen yönlendiren sanat ve fen adamı olarak tanımlamaktadır. Günümüzde mimar şehircilik, strüktür, ısıtma, havalandırma, iklimlendirme, aydınlatma, sıhhi tesisat, ekoloji, yapı fiziği, peyzaj vb. konularda da genel bilgi sahibi olmak zorundadır. Yapıların günden güne daha karmaşık hale gelmesi mimarı bütün bu alanların uzmanları ile işbirliğine itmiştir. Mimar, bir yapının gerçekleştirilmesinde teknik, estetik ve işlevsel planda bu teknik ekibin işbirliğinin ve eşgüdümünün yöneticisi konumundadır. Türkiye ve Kuzey Kıbrıs’ta mimarlık yasalar ile korunmuş mesleklerden biridir (Hasol, 2008).

İbrahim Kaplan mimarı üç farklı şekilde tanımlamıştır. Dar anlamda mimar yapının fikri temelini oluşturan plan ve projeyi hazırlayan, yapının gerçekleştirilmesi safhasında yapının denetim ve yönetim hizmetlerini üstlenen serbest meslek sahibi kişidir. Bir başka deyişle mimar, yapı projesini yapı sanatı ve tekniği kurallarına göre tasarlayan ve düzenleyen yapının gerçekleştirilmesine kadar onu yöneten ve denetleyen teknik bilgisi ve becerisi olan meslek sahibi kişidir. Geniş anlamda mimar kavramı, kamu kuruluşlarında Devlet memuru, kamu veya özel sektörde hizmet sözleşmesi kurallarına göre işçi olarak çalışan

mimarlar ile bir yapının tüm işlerini üstlenen müteahhit mimar ve serbest meslek icra eden mimarları ifade etmektedir (Kaplan, 1983).

Atilla Yücel'e göre mimar "Mimarlık olgusunu veya eylemini" icra eden rol sahibidir. Yani:

- İnşa eden - neyi / nasıl?
- İmar eden - neyi / nasıl?
- Tasarlayan - neyi / nasıl?
- Yaratan - mı?
- Örgütleyen - neyi / nasıl?

kişidir. Eylemin rol sahibine bağlı icra biçimiyle/tanımıyla ilgili Ne? ve Nasıl? Soruları, aynı zamanda daha temel bir Niçin? sorusunu da içermektedir. Yani, farklı statülere ve formasyon/rol içeriklerine göre: Mühendis, zenaatkâr, sanatkar ve düşünür/tasarımcı kimliklerini ortaya koyabilen bu görev, öz/nesne-süreç/teknoloji-değer sistemi/etik gibi konuları da beraberinde getirmektedir. Bu saptamanın ortaya koyduğu durum, mimarın özel uzmanlaşma alanları dışta tutulsa bile, aslî rolüne bağlı kimliğinin yine de düzgün olmadığı; aynı zamanda ve birlikte geçerli olan alt rol ve kimlikleri içerebildiğidir. Bunun yanısıra, bu aslî ve yan rollerin/kimliklerin:

- Düşünme biçimi,
- Mimari İnanç Sistemi/ Meslek İdeolojisi,
- Dönem Ruh, Moda, İdeoloji, Üslup gibi kategorilerle, farklı düzeylerle ilişkili olabildiğidir (Yücel, 2004).

Mimar tarihsel bir özne olarak kendi başına varolan herhangi bir yeri, tasarımlarıyla, düşünme yoluyla "mekan" haline getirmektedir. İşleyen sürecin sonucunda ortaya çıkan, mimarın söyleminden başka birşey değildir. Mimar bütün yaratma süreçlerini amaç koyan bir varlık (özne) olarak gerçekleştirir. Ayrıca mimar tıpkı Heidegger'in "gümüş ustası" gibi amaç koyan biri olarak hem sorumlu hem de borçludur. Gümüş ustası gibi mimar da belli bir amaç için düşünüp taşınandır. Düşünüp taşınan mimar, oluşturacağı mekânın kullanıcılarını, edimcilerini, diğer öznelere de hesaba katmak zorundadır. Mimarın

düşünme tasarımı sürecinde bir araya getirdiği her öge, insanla insan olmayanın, doğa-kültür ortaklığı içinde bütünleşmesidir. Özne olarak mimar ya da mimar özne, bütün yaratma sürecini hem doğa ve kültür dünyasına borçludur hem de bu iki dünyeyi sorumludur. Mimar, doğayı da kültürü de “şimdi ve buradan” hareketle tarihselliği içinde “kavramak”, onu “çerçevelemek”, onun üzerinde “yayılmak”, onu yeniden “yazmak” zorundadır (Çotuksöken, 2004).

Yapı sahibi eylemine girerken kentin bir parseline yapısını yerleştirip, yükseltirken kendisi ile birlikte herkesin bu kurguda hak sahibi olduğunu, az veya çok, bilinçli veya bilinçsiz olarak ondan etkilendiğini her türlü bencilliği aşan bir olgunlukla kabul etmesi ve buna göre davranması gerekmektedir. Yaşandığı kentin değerlerinin korunmasında, yenilenmesinde, gelişmesinde her kesin söz hakkı, yükümlülüğü ve sorumluluğu vardır. Kent uygarlığı bunu gerektirmektedir. Mimarın da, bu kavram doğrultusunda, tasarım evresinde, yapıyı kentsel dokunun bir ögesi olarak ele alması, mekân-kütle ilişkilerini mimarlık sanatının bütünlüğü içinde, tüm öğelerin birbirlerini tamamladığı ayrılmazlık ilkesi uyarınca kurması ve gerçekleştirmesi gereklidir.

Mimarlık yapıtının meydana getirilme sürecinde, meslek adamı olarak MİMAR, bu görevi tüm yükümlülükleri ve sorumlulukları ile birlikte üstlenmektedir. Ancak sadece mimarın yeteneği çabası, emeği ve gücü ile bir mimarlık yapıtının gerçekleştirilmesi olanaksızdır; geniş kapsamlı ve katılımcı destekler olmaksızın bu amaca ulaşılamaz. İşveren, çevrede yaşayanlar, yapı emekçileri, yapıda yer alan tüm ürünler, üretim teknolojisi, yatırım olanakları, gelenekler, yasalar haklar ve dayanaklar bu karmaşık düzeni birbirini tamamlayan ayrılmaz parçalardır, zinciri oluşturan halkalardır (İzgi, 1999).

Mimarın toplumsal kültürü kabullenmek veya değiştirmek istemesi konusundaki dünya görüşü ve değer sistemine, toplumda geçerliliği olan meslek ahlakı, yapı sanatı sorumluluğu, meslek kültürü ve buna bağlı olarak işlerliği olan yasa ve yönetmeliklere karşı tutumuna bağlıdır (Gür, 1996).

Güven Birkan’a göre; mimarın formasyonunda, “uzlaştırmacılık”, sahip olması gereken en önemli niteliktir ve uzlaştırmacılık gereği de üç noktada kendini göstermekte olduğundan söz etmektedir. Bu üç noktayı ise aşağıdaki gibi sıralamaktadır:

1. Tasarım süreci boyunca mimar, işlevsellik, estetik ve sağlamlık gibi, zaman zaman birbiri ile çelişir görünen niteliklerin uyumunu sağlamak zorundadır. Bu zorunluluk, mimarın çok yönlü bir yaklaşımı becerebilmesini gerektirmektedir.

2. Mimar, aynı zamanda, yapılı çevrenin oluşumu ve dönüşümünde rol oynayacak öteki uzmanlarla işbirliği içinde çalışmak ve onların eşgüdümünü sağlamak zorundadır. Bu zorunluluk da mimarın çok disiplinli çalışma bilgi ve becerisine sahip olmasını gerektirmektedir.

3. Mimarlık ürünleri yani yapılı çevre, mimar-müşteri-uygulayıcı-kamu dörtlüsünün eseridir. Bu dörtlü içinde, şüphesiz en bilgili ve deneyimli olan mimardır. Mimar, bu dörtlünün uyumunu sağlamaktan sorumlu olmanın yanı sıra, ister istemez diğer üçünün açıklarını da kapatmak zorunda kalmaktadır. Uzlaştırıcı olabilmek için mimarın, sorunlara geniş bir perspektiften bakabilmesi, toparlayıcı olabilmesi gerekmektedir (Birkan, 2004).

Mimarlıkla ilgili, teknik ve kuramsal bilgilerin ilk defa bilimsel olarak ele alındığı Vitruvius'un *De Architectura* başlıklı on kitaptan oluşan yapıtından bu yana düşünürler, eleştirmenler, mimarlar, sanat ve mimarlık tarihçileri değişik alanlarda çok sayıda kitap yayınlamışlardır. Özellikle çağımızda evrensel üdeki:

- Mimarların (Le Corbusier, Wright, Mies van der Rohe, Gropius vb.),
- Grupların (De Stijl, Groupe Espace-C.I.A.M. vb.),
- Mimarlık tarihçilerinin (Zevi, Joedicke, Ragon vb.)

yayınları kurumsal değerlerin 20. yy'ın mimarlığının ve ona bağlı olarak da mimarın portresinin belirlenmesindeki yerini, önemini ve rolünü açıklamaktadır (İzgi, 1999).

Doğal çevrede değişim yapma, bir yapıyı, yapı kompleksini veya yapılar grubunu inşa etme, toplulukların yerleşeceği, değişik etkinliklerin gerçekleştirileceği bir yapay çevreyi yaratma, düzenleme ve donatma karmaşık bir süreçte meydana gelmektedir.

Genelde bu süreçte üç aşama yer almaktadır:

- Düşünsel (tasarım – projelendirme – planlama),
- Eylemsel (inşa etme – üretme – gerçekleştirme),
- Yönetimsel (işlerin, ilişkilerin, emeğin, eşgüdüm içinde yürütülmesi).

Her aşamada ve bütün süreç boyunca gereken bilgiye, birikime ve yetkiye sahip olan bir yükümlünün veya sistemin bu görevi üstlenerek devreye girmesi gerekmektedir. Bunu da mimarın yapması gerekmektedir (İzgi, 1999).

Yapılacak işin basitliği veya karmaşıklığı hizmetin ve üstlenicinin niteliğini belirler. Tasarım, gerçekleştirme ve yönetim aşamalarının tümünü birden kapsayan bir hizmet anlayışından, herhangi birinin veya sadece ikisinin sınırlılığı içinde kalan ayrımcı bir seçim, yapı eyleminin başından bu yana mesleğin açılımını ve yayılımını belgeler ve bağlantılı olarak da *mimarın kimliğini* tanımlamaktadır.

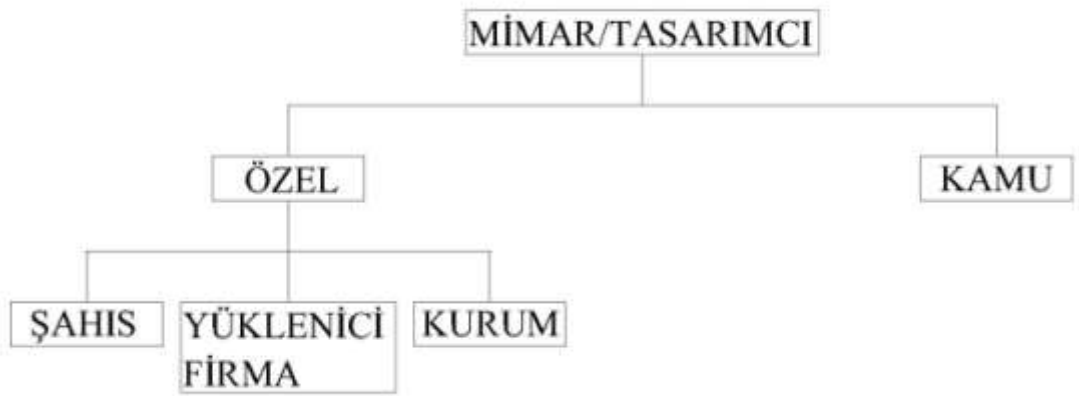
Mimar, insanlık tarihinin her döneminde etkili olmuştur; dini yapılar, iktidarı simgeleyen saraylar, kültürel ve sosyal yapılar gibi kentsel dokuları oluşturan konutlara kadar her türlü açık ve kapalı mekanı tasarlamaktadır. (Oğuz ve Diğerleri, 2008).

Meslek adamı olarak mimarın kavramsal açıdan yapı ile özdeşleşerek devreye girmesi barınma dışı simgeselliğe ve Tanrısal inanca dayanan tapınak türü anıtsal yapıların yapılması gereksimine ve girişimine bağlı olmuştur. İlk örnekleri Mısır ve Mezopotamya’da görülen bu anıtsal yapılarda Tanrı (temsilcisinin) buyruğunun uygulayıcısına mimar denmiştir. Mimar bu anlamda kutsal uygulamanın onurunu taşıyan bazan aynı zamanda bir din adamı, bazen gizemli, güçlü bir kişi olarak toplumda önemli saygın yerini almış, hatta İnhotep örneğinde olduğu gibi Tanrı kutsallığına erişmiştir (İzgi, 1999).

Günümüzde mimarlık ve mimarlık mesleğinin tanımı (en temel amacı aynı da olsa) yakın geçmişten ve özellikle ilk oluşum dönemlerinden farklılaşmıştır. XX. yy.’daki içeriği ve günümüzdeki kimliği itibariyle mimarlık, “yaşama mekanı, çevresi, yeri; ekonomik metea; güç gösterim aracı; sanat eseri, iletişim aracı; malzeme ve teknolojinin eylem alanı;

deneyim ve düşüncenin aktarım ve eylem alanı, aracı” olarak tanımlanabilir. Bununla beraber bu özellikler, mimarlığın tarih boyunca taşıdığı insanlığın en önemli oluşumlarından biridir, hatta en önemlisi olma niteliğini yitirmediğini göstermektedir. Değişen, sürecin niteliği, süreçteki katılımcıların katkı payları ve sayılarıdır. Mimarlığın en önemli özelliklerinden birisi onun bu sürece bağlı ve çok katılımlı, katmanlı bir eylem alanı oluşudur. Günümüzün büyüyen ölçekleriyle bu durum disiplinler arası yapıyı ve alt alanlara bölünmeyi getirmiştir. Fakat sonuç ürün itibarıyla her dönemde mimarlık denilince söz konusu olan nesnel bir oluşumdur ve bu niteliği ile mimarlık, ağırlıkla, uygulamanın eylem alanı olarak görülmektedir (Şentürer, 2004).

Mimarları çalıştıkları alanlara göre sınıflandırmak mümkündür. Mimar özel veya kamuya ait kurumlarda çalışmaktadır.



Şekil 4.1: Mimarın çalışma alanları

4.1.1. Özel

Mimar özel veya kamuya ait kurumlarda çalışmaktadır. Özel çalışan mimarlar şahıs olarak, yüklenici firma veya kurum çalışanı olarak mesleklerini yapmaktadırlar.

a. Şahıs

Şahıs olarak çalışan kişiler serbest mimar olarak tanımlanabilir. Serbest mimarlar yapı sanatı ve tekniği kurallarına uygun olarak mesleki bilgisiyle kendi rizikosu altında yapının plan ve projesini çizen ve yapı sahibi adına yapının denetimi ve yönetimini üstlenen bağımsız meslek icra eden gerçek kişidir. Ancak mimarların mimarlık ortaklıkları kurarak

bir yapının mimari hizmetlerini üstlenmeleri mümkün olabilmektedir. Mimarlık ortaklıkları, sermaye ortaklığı (anonim ve limited ortaklık) veya kişi ortaklığı (kollektif ve komandit ortaklık) olarak kurulmuş olabilmektedir (Kaplan, 1983).

Günümüzde mimari yapıtlarıyla bilinen birçok serbest mimar mevcuttur. Mimarı ile ünlü yapıtlara örnek verecek olursak; Frank Lloyd Wright ve onun Price Tower binası: Wright'ın mesleki kişilik ve kimliğini en iyi yansıtan eserinden birisidir. Bu yapı, yaklaşık yarım asır önce tasarlanmış olmasına rağmen, cephe elemanlarının biçimlenmesi, ölçü ve oranları, renk ve dokusu, kombinasyon ve kompozisyonu Wright'ın kişilik ve kimliğini yansıtmaktadır (Türeyen, 2010).



Resim 4.1: Frank Lloyd Wright'ın Price Tower Binası

(http://www.peterbeers.net/interests/flw_rt/Oklahoma/Price_Tower/price_tower.htm)

Richard Roger'ın eserlerinden biri olan Lloyd of London binası da mimari görüş ve düşüncelerini en etkin şekilde yansıtan yapıtlarından biridir. Roger'ın “High-Tech” uygulamalarını bakarak anlamak mümkündür (Türeyen, 2010).



Resim 4.2: Richard Roger'ın Lloyd of London Binası

(<http://aedesign.wordpress.com/2010/01/05/lloyd%E2%80%99s-building-london-united-kingdom/lloyds-building/>)

Günümüzde ise adından söz ettiren mimar olan Zaha Hadid adıyla anılan projelerden söz etmek mümkündür. Modernite geleneğinin varlığına inanan Zaha Hadid; 1960' lar ve sonrasında bu akımın devam ettiğine inanmaktadır. Ancak “modernite” kavramının toplumların değişen kültürel koşullarının bir yorumlanması olarak ortaya çıktığını düşünmektedir. Modern projelerin günümüz ihtiyaçlarını karşılamak için hızlı bir şekilde inşa edildiğini savunan Zaha Hadid bunların ucuz ve çok sıkı yönlendirmelerle yapıldığını düşünmektedir. New York'ta gerçekleştirilen mimari gösterilerde bile “Dekonstrüktivist” mimarlar olarak adlandırılan sekiz kişilik mimarlar grubunda bile yaptığı tasarımlar ve çözümler ile Zaha Hadid hemen mimarlık kişiliğini fark ettirmektedir. Kadın olmasında getirdiği sezgiselcilik onun her zaman bir adım öne taşımıştır.

Her zaman inandığı “*Mimarların kendi felsefi kuramlarını icat edecek yiğitlik ve özgüvenleri olmalı*” anlayışı onu bir kadın mimar olarak başarıya ulaştırmıştır. Mimari retoriğin getirdiği denge, simetri, düzen ve kompozisyona önem veren Hadid, yaptığı tüm tasarımlarda artık imzası haline gelmiş izleri itina ile kullanmaktadır. Yapıda ve mekanda adeta birbiri ile dans eder gibi duran formlar ve renkler Zaha Hadid’in ön plana çıkmasını sağlamıştır. Bunuda binalarında görmek mümkündür. Örnek olarak İspanya-Zaragoza’daki Köprü Pavyonu ve İtalya’da Napoli-Afragola’daki Hızlı Tren İstasyonu verilebilir (Eceoğlu, 2011).



Resim 4.3: Zaha Hadid’in İspanya-Zaragoza’daki Köprü Pavyonu
(<http://www.worldbuildingsdirectory.com/project.cfm?id=782>)



Resim 4.4: Zaha Hadid'in İtalya'da Napoli-Afragola'daki Hızlı Tren İstasyonu
(<http://najmie99.blogspot.com/2012/11/pavilion-puur-at-fort-diemerdam.html>)

b. Yüklenici firma

Mimar herhangi bir yüklenici firma yanında çalışan olarak yer alabilmektedir. Burada Tatbikat/tastik, detay projeleri, yapıldı projeleri gibi alanlarla hizmet vermektedir.

c. Kurum

Herhangi bir sektörde hizmet üreten firmalarda çalışan mimar yer alabilmektedir. Örneğin bir banka bünyesinde çalışabilir. Bu gibi kurumlarda mimar daha ziyade kurumsal kimlik uygulamaları, küçük-büyük onarım veya tadilat işlerinden sorumlu olmaktadır.

4.1.2. Kamu

Mimar, devlet bünyesinde bakanlıklar veya bağlı kurumlarında, belediyelerde görev alabilirler. Mimarlar buralarda daha çok kamunun kendi içindeki birtakım kurallara bağlı kalarak hizmet üretmekle yükümlüdürler.

4.2. Müşteri / İşveren

Hızla gelişen ve değişen dünyamızda müşteri kavramının her geçen gün anlamı çeşitlenmekte ve içeriği zenginleşmektedir. Bu nedenle “müşteri herkeştir” ifadesi yanlış olmayacaktır. Genel olarak müşteri, belirli bir işletmenin belirli bir marka malını, ticaret veya kişisel amaçları için satın alan kişi veya kuruluştur (Arabacı, 2010).

Ansiklopedik sözlüğe göre müşteri; satın alan kimse, alıcı veya para karşılığında kendisine hizmet edilen, işi yapılan kimse olarak açıklanmaktadır (Meydan Larousse, 1992).

Tüketici konununa göre ise müşteri, “bir mal veya hizmeti özel amaçlarla satın alarak kullanan veya tüketen gerçek veya tüzel kişi olarak tanımlanmaktadır (Şen, 2006).

Hukuk yönünden müşteri; bir sözleşmeye istekli kişi, alıcı veya iş sahibi olarak açıklanmaktadır (Yılmaz, 2005).

Başka bir tanımlamaya göre müşteri; tatmin edilecek ihtiyacı, harcayacak parası ve harcama isteği olan kişi, kurum ve kuruluşlardır (Demir, 2006).

Bazı durumlarda müşteri işveren olarak ta tanımlanmaktadır. Bunun neden bu tanımlamayı yapmaya gerek duyulduğunu da irdemek gerekmektedir. Yapılan araştırmalara göre işveren tanımı aşağıdaki gibi açıklanmaktadır.

Bir hizmet sözleşmesine dayanarak işçi çalıştıran gerçek ve tüzel kişiye işveren denir. Burada gerçek kişi, haklarını ve sorumluluklarını kullanabilecek durumda olan bireyleri, tüzel kişi olarak ise şirket, dernek, vakıf gibi kuruluşlar ifade edilmektedir. İşveren; işçiyi işe alan, ondan iş yapmasını isteyen, bu konuda emir ve talimat vermeye yetkili olan, bütün bunlara karşılık ücret ödemekle yükümlü kimsedir.

İş Kanununun 1. maddesinin 3.fikrasında “İş yerinde işveren adına hareket eden, işin ve iş yerinin yönetiminde görev alan kimselere işveren vekili denir.” hükmü yer almaktadır. Gerekli görülen zamanlarda işletmelerin başında işveren vekili dediğimiz, işveren adına yönetim çalışmalarını gerçekleştiren kişiler olabilmektedir (MEGEP, 2006).

Mimarlık alanında müşteri bir mimari projenin başlatıcısıdır; yapım için gerekli finansmanı sağlamaktadır ve bazı projelerde son kullanıcı olmaktadır. Müşterinin istediği projeyle ilgili fikirlerini, ihtiyaç duyduğu işlev ve aktiviteleri mimara açık şekilde ifade etmesi önemli noktadır. Örneğin müşterinin, yapının sahip olmasını istediği biçim ve kurgu ile ilgili bir hayali olabilir ya da binanın neyi temsil veya sembolize edeceğine dair beklentileri olmaktadır (Farrelly, 2011).

Müşteri, kendi ihtiyacını karşılamak amacıyla bina üreten kişi ya da kuruluş ise mal sahibi; elindeki kaynakları amaçları doğrultusunda kullanmayı hedeflerse girişimci olarak nitelendirilmektedir. Müşterinin girişimci olması durumunda, müşterinin yapılacak olan bina ve inşaat sürecine ilişkin beklentilerini ve ihtiyaçlarını saptamak gerekmektedir. Bu saptamalar doğrultusunda inşaat süreci ve binanın tasarımı ortaya çıkacaktır. İnşaat süresi boyunca müşteri ile irtibat halinde bulunmak, ilerleyen süre içinde fikirlerini ve isteklerini göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Girişimcinin inşaatı üstlenen firma olması halinde, binanın son kullanıcısı belli olmadığından, binanın tasarlanması genel istatistikler ve bina kullanıcısı olabilecek muhtemel toplum için edinilen genel fikirler doğrultusunda gelişmektedir. Binalar, inşaat sırasında ya da inşaat sonrasında kullanıcılarına teslim edileceğinden, burada satış hizmetlerini ön plana çıkarmaktadır. Satış sırasında ve sonrasında verilen hizmet kalitesi, firmanın genel imajını etkilemektedir (Şen, 2006).

Müşterinin tasarım sürecine en yoğun katılımı planlama aşamasında, ihtiyaç programının hazırlanmasında olmaktadır. Projenin tasarım aşamalarında da bütçe ve zaman sınırlamaları gibi önemli konularda tasarım ekibi ile birlikte çalışmaktadır (Şen, 2006).

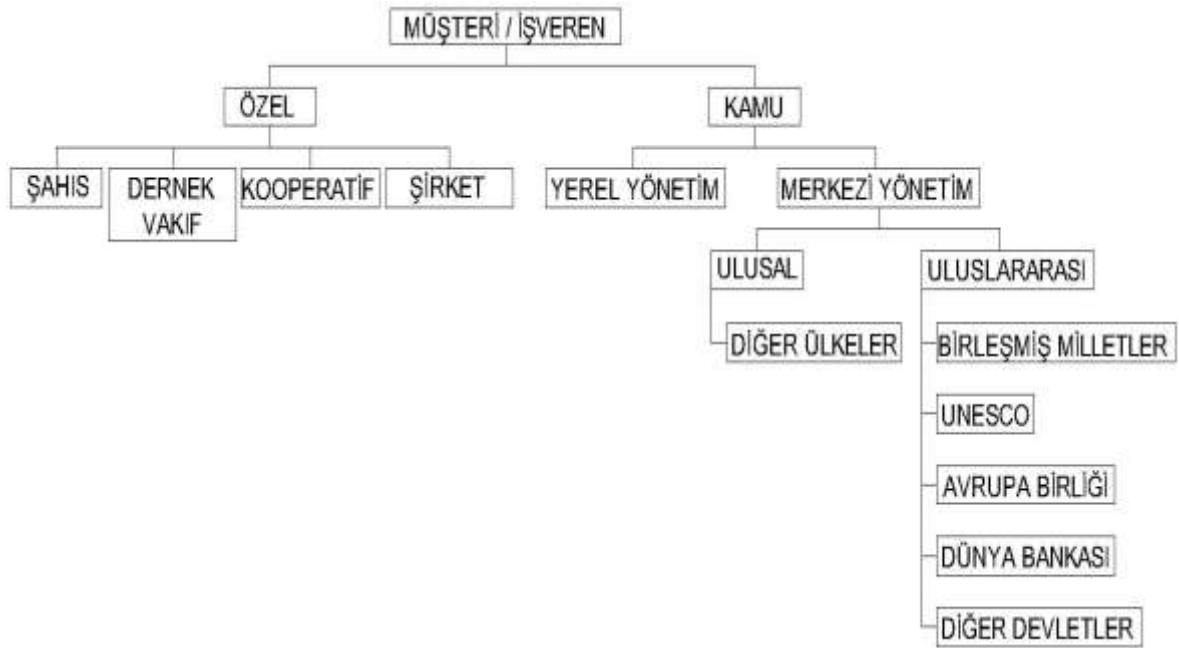
Mimar tarafından düşünüldüğünde kendisine iş getiren kişi işveren, hizmet verilen kişi müşteri ve yatırımı kendi malına yaptıran kişi ise mal sahibidir. Bundan dolayı tez içerisinde yerine göre mal sahibi/işveren/müşteri kelimeleri kullanılmıştır.

4.2.1. Müşteri tipleri

Başarılı bir tasarımın sonucunda iyi bir mimarlık eserinin ortaya çıkabilmesi mimarın müşterisini iyi anlayabilmesine, iyi bir fikir alışverişi ve iyi bir işbirliği yapabilmesine

bağlıdır. Her müşteri bireyseldir. Örneğin müşteri; evli veya bekar bir kişi, bir grup, ticari bir kuruluş veya kamu sektöründen olabilir. Birey, ticari bir kuruluş veya kamu sektöründen olan müşteri tiplerinin ortak yanı; projelerinin tasarım sürecinde en iyi şekilde yönetilmesi, istek ve beklentilerinin dikkate alınması ve proje açısından var olabilecek herhangi bir kısıtlamanın hesaba katılmasıdır (Şen, 2006).

Müşteri/işveren profili çeşitli şekillerde tanımlamak olasıdır. Örneğin Şen, iyi ve zor müşteri gibi bir ayırım yapmaktadır ve iyi müşteri profilini mimarı tasarım aşamasında serbest bırakan, fikirlerini değiştirmeyen, mimarın profesyonel çalışmasına ve problem çözme arayışına saygı duyan, zamanında ödemesini yapan müşteri olarak tanımlamaktadır. Zor müşteri profilini ise tasarım aşamasında mimara müdahale ederek fikirlerini sürekli değiştiren, mimarı tasarımında serbest bırakmayan, kararlarını yavaş veren, mimara yapılan ödemeyi fazla bulan müşteri olarak değerlendirmektedir. Başka bir sınıflandırmada ise müşteri profilini özel ve kamu sektörü olarak ikiye ayırmaktadır (Şen, 2006). Aşağıdaki tabloda müşteri tiplerini ayrıntılı biçimde görmek mümkündür.



Şekil 4.2: Müşteri tipleri

4.2.1.1. Özel sektör

Meslek pratiğinde en fazla karşılaşılan müşteri tipidir. Şahıs, dernek, vakıf, kooperatif veya şirket olabilmektedir. Kendine özel mülk yaptırmak isteği gibi yatırım amaçlı yapı da

yaptırmak isteyebilmektedir. Günümüzde özel sektör müşterisi en fazla yapı “kültürel ve idari yapılar hariç” talep eden konumdadır. Mimarla olan ilişkileri müşterinin sosyal statüsüne ve kurumsal yapısına bağlı olarak değişebilmektedir. Genelde ilişkiler belli bir samimiyet çerçevesinde gerçekleşmektedir.

a. Şahıs

Şahıs işletmelerinde işletmenin sahibi ve yöneticisi aynı kişidir, dolayısıyla üretim faktörleri tek bir kişide toplanır. Bu işletme türü en basit, en eski ve çok görülen bir işletme biçimidir (http://www.meb.gov.tr/aok/Aok_Kitaplar/AolKitaplar/isletme/2).

İnşaat sektöründe ise kendi fiziksel çevrelerinin kalitesini yükseltmek isteyen mal sahipleri en sık rastlanan müşteri tipidir. Bekar, evli veya topluluktan oluşan mal sahibi müşteri, yeni bir ev veya apartman dairesi tasarımı için veya yaşadıkları konutun yeniden düzenlenmesini istediklerinde mimarla anlaşmaktadırlar. Mimardan yaşamak istediği mekanın daha kullanışlı, daha lüks, daha güvenli, daha konforlu olmasını ve kendi tarzını yansıtacak daha iyi bir mekan tasarlamasını istemektedir. Müşterisinin isteklerini iyi anlayan mimar tasarımını başlatmaktadır. Mimar ve müşterisi çalışmanın sanatsal bir iş olmasını arzu etmektedir (Şen, 2006).

Mal sahibi müşteri mimarın sadece binanın tasarımı ile ilgili değil aynı zamanda dekorasyonu ile ilgilenmesini istemektedir. Bu tür çalışmalar mimarlık ile dekorasyon çalışmaları arasındaki uzmanlık ayrımını ortadan kaldırmaktadır. Mal sahibi müşterisi diğer müşteri tiplerine göre daha fazla talepte bulunmaktadır. Projeleri ister basit bir sundurma eklentisi milyon dolarlık bir ev olsun yaşamlarındaki en önemli girişimleridir.

Mimar ve müşteri ile arasındaki ilişkiler genellikle belirli bir samimiyette gerçekleşir. Müşterisinin kişisel alışkanlıklarını, zevklerini, davranışlarını, düşüncelerini iyi tanımlayarak psikanalizini yapmalıdır. Bazen tasarım kararlarında eşler arasındaki uyumsuzluk mimarı tasarımcı kimliği yanında aile bireyleri arasında arabuluculuk yapan danışman kimliğine de sokmaktadır (Şen, 2006).

Müşteri toplumun farklı gelir gurubundan kişiler olabilir. Yapının niteliği müşterinin sosyal statüsüne ve ekonomik gücüne bağlı olarak değişir. Mimar-müşteri ilişkileri samimi bir ortamda, bire bir görüşmeler şeklinde olur. Müşterinin yasal düzenlemeler konusundaki eksik bilgisi, projenin niteliği konusundaki deneyimsizliği ve bazen de kaprisi mimar ile müşteriyi sık sık karşı karşıya getirebilmektedir. Bu durum tasarım sürecinin uzamasına, proje maliyetinin artmasına ve mimarla müşteri arasında anlaşılmazlıklara yol açmaktadır (Şen, 2006).

Getty ailesi ABD’den bir örnek gösterilebilir. Aile, entellektüel 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 koleksiyonlarından birini oluşturmuştur. Getty ailesi, yansıtmak istedikleri güçlerini pekiştirmek adına Los Angeles’da mimar Richard Meire tarafından tasarlanan, “Getty Center” adıyla hizmet veren kültür 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 (Yalçınpınar, 2009).



Resim 4.5: Getty Center Binası (<http://www.elitehelicoptertours.com/wp-content/uploads/2012/05/photo-23.jpg>)

Koç ailesi sahip olduğu Koç Holding 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 entellektüel alt yapıyla hissedilmektedir. Genel merkezleri İstanbul Boğazı'nın en hâkim noktalarından Nakkaştepe'de bulunmaktadır. Fakat binalar grubunun ölçekleri ve etrafındaki yapılarla biçim olarak benzerliği ezici gözükmemekle birlikte, yarattığı seçkinlikle, kurumun profiline uygun söylem oluşturmaktadır (Yalçınpınar, 2009).



Resim 4.6: Nakkaştepe'deki Koç Holding Genel Merkez Binalarından biri
(http://www.koc.com.tr/en-us/Media_Center/VisualGallery/Lists/Fotograf/Attachments/7/DSC_0004_5_6.jpg)

b. Dernekler ve Vakıflar

Dernek ve vakıflar, kazanç paylaşımı ve kâr amacı taşımayan, bundan dolayı işletme kurup işletmeleri mümkün olmayan kişi ve mal topluluklarıdır. Dernekler Kanunu'nda derneğin tanımı; “kazanç paylaşma dışında, kanunlarla yasaklanmamış belirli ve ortak bir amacı gerçekleştirmek üzere, en az yedi gerçek tüzel kişinin, bilgi ve çalışmalarını sürekli

olarak birleştirmek suretiyle oluşturdukları tüzel kişiliğe sahip kişi toplulukları” olarak yapılmıştır.

Vakıflar ise genel olarak kişilerin, belirli bir hizmetin yerine getirilmesi ya da başkalarının yararlanması için malını ya da parasını bağışlayarak oluşturduğu kuruluşlardır. Türk Medeni Kanunu’nda vakfın tanımı; “gerçek tüzel kişilerin yeterli mal ve hakları, belirli ve sürekli bir amaca yönlendirmeleriyle oluşan tüzel kişiliğe sahip mal toplulukları” olarak yapılmıştır. Buna göre, vakfı oluşturan en önemli unsurlar bir mal varlığının bulunması ve mal varlığının kullanılacağı amaçtır (Sayın, 2012).

Vakıflar 5737 Vakıflar kanununa göre mazbut, mülhak, cemaat ve esnaf vakıfları ile yeni vakıflar olarak ayrılırlar.

Mazbut vakıf; Kaldırılan 743 sayılı Türk Kanunu Medenisinin yürürlük tarihinden önce kurulmuş ve 2762 sayılı Vakıflar Kanunu gereğince Vakıflar Genel Müdürlüğünce yönetilen vakıflardır.

Mülhak vakıf: Kaldırılan 743 sayılı Türk Kanunu Medenisinin yürürlük tarihinden önce kurulmuş ve yönetimi idare edenlerin soyundan gelenlere şart edilmiş vakıflardır.

Cemaat vakfı: Vakıf sahibi olup olmadığına bakılmaksızın 2762 sayılı Vakıflar Kanunu gereğince tüzel kişilik kazanmış, mensupları Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olan Türkiye’deki gayrimüslim cemaatlere ait vakıflardır.

Esnaf vakfı: 2762 sayılı Vakıflar Kanununun yürürlüğünden önce kurulmuş ve esnafın seçtiği yönetim kurulu tarafından yönetilen vakıflardır.

Yeni vakıf: Kaldırılan 743 sayılı Türk Kanunu Medenisi ile 4721 sayılı Türk Medenî Kanunu hükümlerine göre kurulan vakıfları kapsamaktadır (<http://www.vgm.gov.tr/icerikdetay.aspx?Id=62>).

İnşaat Sektöründe dernek ve vakıflar çalışma alanları doğrultusunda gereksinim duydukları yapıları mimarlardan talep etmektedirler. İşleri genellikle tanıdıkları mimarlara ya da

yarışma yoluyla vermektedirler. Yapının estetik değerlerine diğer kamu kurumlarına oranla daha çok önem vermektedirler. Müşteri olarak belirleyici olan sivil toplum örgütünün yöneticileridir (Şen, 2006).

c. Kooperatif

Türkiye’de; 1163 sayılı Kooperatifler Kanununda kooperatifin hukukî tanımı şöyle yapılmıştır: “Tüzel kişiliği haiz olmak üzere ortaklarının belirli ekonomik menfaatlerini ve özellikle meslek ve geçimlerine ait ihtiyaçlarını karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet sureti ile sağlayıp korumak amacıyla gerçek ve kamu tüzel kişiler ile özel idareler, belediyeler, köyler, cemiyetler ve dernekler tarafından kurulan değişir ortaklı ve değişir sermayeli teşekküllere” kooperatif denir (MEGEP, 2006).

Konut yapı kooperatiflerinin asıl kuruluş amacı üyelerinin düşük maliyetle barınma ihtiyacını karşılamaktır. Fakat bu durum zamanla müşterinin sosyal statüsüne ve ekonomik gücüne bağlı olarak değişmiştir. Mimardan orta ve düşük gelir gurubuna ait konut tasarımları istenebileceği gibi yüksek gelir gurubun hizmet eden konut tasarımları da istenebilir. Genelde kooperatiflerin mimardan talebi; yönetmeliklerin sonuna kadar zorlandığı ve minimum maliyetteki yapı çözümleri olmaktadır. Mimarın seçilmesi genellikle kooperatifin yöneticileri tarafından belirlenmektedir (Şen, 2006).

d. Şirketler

Birden fazla gerçek ve/ tüzel kişinin ortak bir ticari amacı gerçekleştirmek için emek ve sermayelerini bir sözleşme ile bir araya getirmeleriyle kurulan işletmelere şirket adı verilmektedir. Bir işletmenin şirket olarak kabul edilebilmesi için; iki daha fazla kişi tarafından kurulmuş olması, ortak bir amacın bulunması, bir sözleşmeye dayanması ve para, mal ve emeğin sermaye olarak ortaklığa getirilmiş olması gerekmektedir (Sayın, 2012).

Bu tip müşteriler belli bir konuda uzmanlaşmış kar amaçlı işletmelerdir. Bütün sektörlerden olabileceği gibi inşaat sektöründe faaliyet gösteren her türlü şirket ya da kurumsal firma olabilir. Ticari kuruluşun kurumsal yapısı, büyüklüğü, çalışma alanı

kuruluşun yapıdan beklentilerinde ve ihtiyaçlarında farklılıklar yaratır. Ticari kuruluşun sosyal statüsüne, prestijine ve ekonomik gücüne bağlı olarak tasarımın niteliğini etkiler. Kuruluşun yapısına göre mimardan “prestij binası” talebi olabilir. Mimarlık hizmetlerinin hangi yöntemle alınacağı ve işin hangi firmaya verileceği genellikle kuruluşun yönetim kurulu ya da üst düzey yönetimi tarafından belirlenmektedir. Bu tür işler mimara ihale yöntemi ile verilebileceği gibi yarışma açarak da verilebilmekte böylece yerli ve yabancı mimarların tasarımları uygulanabilmektedir. Bu müşteri tipinde mimarla iletişimi sağlayan ilgili kurumdur. Bu kurumda mimar fikirlerini açıkça dile getirebilmekte ve fikir alış verişi yaparak anlaşma sağlayabilmektedir. Mimarın başarılı olabilmesi için iyi bir iletişime sahip olması gerekir (Şen, 2006).

Mimari kimliğin ortaya çıkmasında, malsahibinin ortaya koyacağı sermaye miktarının önemi büyük rol oynamaktadır. 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 mimari kullanılmaktadır. Bunu en iyi şekilde Amerika Birleşik Devletleri’ndeki güçlü ailelerde görmek mümkündür. Bu aileler paralarını ve varlıklarını mimari ile farklı biçimlerde gösterirler. Sahip oldukları faaliyet gösterdikleri iş dalları dışında toplum tarafından tanınmalarına en büyük yardımcı olan öge mimaridir (Yalçınpınar, 2009).

New York’un ortasında bulunan Trump Tower gösterişli bir granit kütle olarak işadamları Donald Trump tarafından servetinin bir göstergesi olarak yapılmıştır. Aslen göçmen olan 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 (Yalçınpınar, 2009).



Resim 4.7: Trump Tower Binası (<http://brachablog.com/2011/02/trump-tower-donald-trump%E2%80%99s-signature-project-offers-residents-the-epitome-of-new-york-luxury-apartment-living-3/>).

4.2.1.2. Kamu sektörü

Cumhuriyetin kuruluşundan bu yana sektörün en büyük işvereni her zaman devlet olmuştur. Bu durum sektörün geleceği, rekabet ve çalışma koşulları açısından temel belirleyicinin devlet olması sonucunu doğurmuştur (DPT, 2007).

Kamu hizmeti veren bu tip müşteriler çalışma alanları doğrultusunda kamunun faydalanması için inşaat yatırımlarına girişirler. Özellikle altyapı yatırımlarının başlıca işvereni devlettir. Devletin işveren rolünün yanı sıra, yapı ve altyapı üretiminde uyulması gerekli kuralları koymak ve denetlemek gibi bir işlevi vardır (Şen, 2006).

Kamu hizmetleri Devlet ya da diğer kamu tüzel kişileri tarafından ya da bunların gözetimi ve denetimi altında genel ve ortak ihtiyaçları karşılamak, kamu ve çıkarını sağlamak için yapılan ve topluma sunulmuş sürekli ve düzenli etkinliklerdir (Acar, 2006).

Diğer bir ifade ile, devletin yasama ve yürütme yetkilerini saptadığı siyasi yönde ve hukuki çerçeve içerisinde, toplumun düzenli ve uygarca yaşamasını sağlamak ve sürdürmek için kamu gücü ve usülleri kullanılarak doğrudan, devamlı ve ahenkli surette kamusal faaliyetlerin yürütülmesi olarak tanımlanmaktadır (Acar, 2006).

Kamu hizmetleri; düzenli ve sürekli bir şekilde görülmesi, kamu menfaatlerinin sağlanıp, ihtiyaçların görülmesine dönük olması ve toplumsal ihtiyaçların giderilmesine yönelik nitelikleri barındırmalıdır. Bunun yanı sıra, kamu hizmetleri toplumsal ihtiyaçların elde edilmesine yönelik olacağı gibi, aynı zamanda toplumda yaşayan bireylerin konforlu ve rahat bir yaşamın sağlamasında yönelik olabilmektedir. Kamu hizmetlerinin kurulması ve işletilmesi için gereken mali ve teknik kaynakları sağlayamayan devlet, bunların özel hukuk sermaye tüzel kişileri eliyle yaptırması yol ve yöntemlerinin arayışı içerisinde (Acar, 2006).

Mimar-müşteri ilişkileri kurumsal yapıları ve çalışma alanlarına göre değişir. Günümüzde kamu sektörü müşterisi en fazla kültürel ve idari yapıları talep etmektedir (Şen, 2006).

Mimarlık ve politika arasındaki bağlantı dolaylıdır. İkisi totaliter bir çerçevede olmadıkça, politik rejimler, mimari usulleri dikte etmemektedirler. Binaları tasarlayanlar politikacılar değil, mimarlardır. Ancak mimarlar ve tarzları, politik liderleri etkileyen ve etkilenen kültürel fikirlerden de etkilenmektedirler. Bu etkiler iç mimaride dış mekan düzenlemelerinde, birtakım büyük ölçekli mimari öğelerle, balkonlarla, galerilerle, çok basamaklı merdivenler, dekorasyon ile, geniş açıklıklar, oymalar ve bezemeler gibi anıtsal mimari öğeler ile yansıtılmaktadır (Çamaş, 2000).

Simgesel gönderiler yönetici elit yapıda kendini göstermektedir. Bunun herhangi bir proje bazında ele alındığında mimarla temas etmek durumunda olan temsilcilerin kişisel değerlerini katmaktan yoksun kendisine özgü bir talebin fenomen olarak varolduğunu bunun zamanla kamu ve değişimine bağlı olarak (imgesel/simgesel) öğelerin de değiştiğini ifade etmek mümkün olabilmektedir (Batırbaygil, 2013).

Türkiye’de devlet yapılarının değişimine bakıldığında 19 yy. Osmanlı kurumlarının batılılaşmaya yönelik ancak yerel coğrafyanın motiflerini ve görsel öğelerini kullanan biranlayıştan giderek daha önceki dönemlerde Orta Avrupa kaynaklı totaliter rejimlerin uyguladığı ağır kitleli, kimi zaman devletin hakimiyetini kitlelere empoze etmeye yönelik biçimler geliştiğini görmekteyiz. 1940-1950’ler Ankara’sındaki üniversite yapıları, bakanlıklar ve diğer yönetim binaları bunlara örnek gösterilebilir. Bu arada yönetime egemen bireylerin zevklerinden ziyade kanunun simgesel yönünü özümleyerek uygulayan

mimarların hem kendi kültürel geçmişlerini hemde kültürel olguyu algılama biçimlerine bağlı olarak gerçekleştirilebilir. Örnek olarak TBMM Binası, Genelkurmay Binası, Ankara Üniversitesi Din, Tarih ve Coğrafya Fakültesi ve Fen Fakültesi binası ve o dönemlerdeki bakanlık binaları gösterilebilir. Bu dönemde misyon üstlenmiş bir yönetici figürünün olduğu görülmektedir (Batırbaygil, 2013).



Resim 4.8: TBMM Binası (Tekeli, 2006)



Resim 4.9: Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi
(http://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Dil_ve_Tarih_Co%C4%9Frafya_Fak%C3%BCltesi_Binas%C4%B1,_Ankara.jpg)

1960'ların sonlarından itibaren bu etkinin görsel simgesel etkinin değiştiğini ancak anıtsal olarak devam ettiğini yarışmalardan görmek mümkündür. Yönetici kesiminde doğrudan ifade etmemekle birlikte bu yönde beklentileri olduğunu kabul etmek gerekir. Bu dönemde 20 yy.'da farklı zamanlarda ortaya çıkan yerel görsel öğelerin ve motiflerin kullanımına Selçuklu taş kapılarını andıran öğeler eklendiği görülmektedir. Yaklaşık 2000'lere kadar devam eden bu eğilimin bu tarihlerden sonraki siyasal iktidarın modern karşıtı bir anlayışı güçlü olarak hissettirmesi sonucu özellikle günümüzde belediyelerin girişimiyle yapılan kamu binalarında Osmanlı ve Selçuklu üsluplarına gönderme yapılması istemlerinin sonucu kafa karışıklığı yaratan ve üslup anlayışlarına uymayan yapıların yapıldığı görülmektedir. Milli Mimari olarak anılan 1890-1930 yılları arasında kalan bu dönemdeki mimarların yapılarına bakılığında bunu görmek mümkündür. Mimar Kemalettin'in Gazi Üniversitesi Binası, Vakıf Oteli – Ankara Palace, Mimar Muzaffer'in Dar-ül Muallimat/ Kız Öğretmen Lisesi örnek verilebilir (Batırbaygil, 2013).



Resim 4.10: Vakıf Oteli – Ankara Palace
(<http://www.mimarkemalettinmahallesi.com/?Lang=TR&SyfNmb=2>)



Resim 4.11: Gazi Üniversitesi Binası
(<http://www.mimarkemalettinmahallesi.com/?Lang=TR&SyfNmb=2>)



Resim 4.12: Konya, Dar-ül Muallimat / Kız Öğretmen Lisesi (Günümüz Selçuk Üniversitesi Rektörlük Hizmet Binası)
(<http://www.mmf.selcuk.edu.tr/mmfdergi/upload/sayi/33/95/67-78.htm>)

a. Yerel yönetim

Yerel yönetimler, belli bir coğrafi alan üzerinde yaşayan yerel topluluk üyelerinin kendi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla, ekonomik, sosyal, kültürel zenginliğe ve refaha ilişkin yerel hizmetleri genel yetkiyle, kendi sorumluluğu doğrultusunda yerine getiren, işleyişinde açıklığı, şeffaflığı çoğulcu ve katılımcı demokrasi ilkelerini hayata geçiren, yetkilerin yerel halka en yakın yönetim birimince kullanıldığı, kamu tüzel kişiliğine sahip, özerk, demokratik bir kuruluştur (<http://www.yerelyonetim.net/yerel-yonetim-nedir/123/>).

Belediye, bir beldenin ve beldede oturan mahalli nitelikte ihtiyaçlarını karşılayacak imkanları sağlamak ve düzenlemekle görevli kamu tüzel kişiliğidir. Türkiye’de belediyeler “yerel yönetim” olarak düşünülmektedir. Belediyeler Batı toplumlarında bir sivil toplum kurumu olarak gelişmiştir. Türkiye’de ise devletçe tepeden inme kurumlar olarak oluşturulmuşlardır. Yönetim sistemi içinde oldukça güçlü bir merkezileşme eğilimi vardır. İnşaat sektörü içinde belediyeler, sınırları içerisinde yapılan inşaatların yasalara ve yönetmeliklere uygunluğunu denetleyerek, kullanma izni veren kurumlardır. Ayrıca belediyeler sınırları içerisinde yer alacak yönetim ve hizmet yapılarının tasarlanmasında serbest mimarlık bürolarından faydalanmaktadırlar. Küçük ölçekli işlerde kadrolarındaki mimarlardan yararlanmaktadırlar. Müşteri olarak belirleyici olan Belediye üst düzey yöneticileridir. Mimarın bu müşteri tipiyle iletişimi müşterinin bilinçli olmasından dolayı daha kolay olmaktadır. Belediyeler, yaptırdığı işin sürekliliği olduğundan ise ait standartlarını oluşturmaktadır. Mimar ise ait standartlara göre tasarımını yapmaktadır. Ne

istediğini bilen bilinçli bir müşteri olduğundan tasarım sürecinde mimardan maksimum fayda sağlamayı amaçlamaktadırlar. Devlet kuruluşlarında olduğu gibi tasarım sürecinde yerel seçim sonrasındaki personel değişimi mimarı zor durumda bırakmaktadır (Şen, 2006).

Türkiye’de belediye hizmet binaları bazı dış ülkelerdeki gibi özel sektörden yardım alamadıkları için, ekonomik sıkıntılardan ve bu binaların siyaset yapan binalar olarak görülmesinden dolayı ideal biçimde uygulanamamaktadır (Çamaş, 2000).

Gerek malzeme kullanımı, gerek planlama olarak daha esnek ve serbest olmayı engelleyen ekonomik nedenler ve aslında siyasi faaliyetin temsilcisi olmayan belediye binaları politik sınırlamalara maruz kalması, kendi içinde bağımsız olmamasından kaynaklanmaktadır. Bunu Nevzat Erol’ün tasarladığı İstanbul Büyükşehir Belediyesi Hizmet Binasında görmek mümkün olmaktadır. Bina yakın çevre makul yükseklikteki kütleleri, meydan düzenlenmesi, halk ve çevresiyle bütünleşme çabasını yansıtmaktadır. Ancak öz kullanımların ağırlıklı oluşu, sadece idari işlerin görüldüğü bir kurumu temsil etmektedir. Birbiri ardına tekrarlanan pencere dizileri, cephelerdeki kafes elemanlar, strüktürel elemanların tekrarı tipik belediye binasını temsil etmektedir (Çamaş, 2000).



Resim 4.13: İstanbul Büyükşehir Belediye Binası (http://www.emlakhaberleri.com/emlak-haberleri/istanbul-buyuksehir-belediye-binası-satiliyor_65203.html)

Günümüzde belediyeler, politik yapısındaki istikrarsızlık ve çözümsüzlük nedeniyle demokratik bir kurum özelliğini tam anlamıyla taşımamaktadırlar. Görevi vatandaşlara hizmet olan belediyeler, özellikle Türkiye’de, bunu en ideal yolu olan katılımcı yönetim

sistemine henüz geçilememiştir. Ayrıca bu problem belediye binalarının mimarisine de yansımaktadır, binalar çevresiyle iletişim kopukluğu yaşamaktadır (Çamaş, 2000).

b. Merkezi yönetim

Ulusal ve uluslararası yönetim olarak ikiye ayrılmaktadır.

Ulusal: Belirli bir ülke sınırları içinde kurulmuş ve sermayeleri o ülke vatandaşlarına kamuya ait olan işletmelerdir. Bu işletmelerin faaliyet alanı kurulu bulunduğu ülke sınırları içerisidir (Arslan, 2011). Devlete ait yapıların projelendirilmesi ve uygulanması ana amaç edinilerek, kendi mimarlık ve inşaat departmanlarını oluşturmuş kurumlardır. Çeşitli yapıların tasarlanmasında ve uygulanmasında kendi bünyelerindeki mimarlık ve inşaat departmanları olmasına rağmen genellikle özel sektörlerle de çalışmaktadırlar. Devlet kuruluşları kendi mimarlık ve inşaat departmanlarını planlamaya ve denetlemeye yönelmekte, yapıların gerçekleştirilmesini özel sektörün sorumluluğuna bırakmaktadırlar.

Devlet kuruluşları ne istediğini bilen, kültürlü bir müşteri tipidir. Proje ve inşaat işlerini genelde Bayındırlık Bakanlığı'nın belirlediği kurallar dahilinde yürütürler. Yapı gereksinimlerini Bayındırlık Bakanlığı'nın hazırlatmış olduğu tip projelerle karşılayabildikleri gibi özel sektöre ihale yarışma yoluyla verebilirler. Mimarlar özellikle tasarım sürecinde yaratıcı olmak istemelerine rağmen standart yönetmelik ve şartnamelerin benimsetilmesi ancak geleneksel tasarım çözümlerine izin vermektedir. Tasarım sürecinde devlet kuruluşlarındaki personel değişimi mimarı zor durumda bırakmaktadır. Bu durum seçimler sonrasındaki yönetim değişikliklerinde olmaktadır. Personel değişiminden dolayı tasarım sürecindeki istek ve ihtiyaçların tekrar gözden geçirilmesi, proje için ayrılan bütçenin değiştirilmesinden dolayı mimar tasarımını değiştirmeye tekrar yapmaya zorlanmaktadır. Hatta yönetim değişikliklerinden dolayı projenin ertelenmesi bile söz konusu olabilmektedir (Şen, 2006).

Uluslararası (Global): Ülkeye güçlü bir şekilde yerleştikten sonra merkezi yönetim sistemini esas alarak diğer ülkelere girmeye çalışan ve yerleşen işletme çeşididir (Özcan, 2011). Kendilerine ait yapıların projelendirilmesi ve uygulanması için, kendi mimarlık ve

inşaat departmanlarını oluşturmuş kurumlardır. Örnek olarak Birleşmiş Milletler, Unesco, Avrupa Birliği, Dünya Bankası verilebilir.

4.3. Mimar ve Müşteri İlişkisi

Mimar-müşteri ilişkileri, temelde, müşterinin ihtiyaçlarını gerçeğe dönüştürme kararını vermesine ve isteklerini gerçekleştirmek için de mimarla bağlantı kurmasına dayanmaktadır. Meslek pratiğinde mimarın varlığı müşteri olgusu ortaya çıkmadan önce bir anlam taşımamaktadır. İş yaşamının her alanında olduğu gibi mimarlık mesleğinde de hizmetin gerçekleşmesi için öncelikle talebin ortaya çıkması gerekmekte, diğer bir deyişte arz-talep ilişkisi gündeme gelmektedir. Böylece müşteri, meslek pratiğinin varoluş nedeni olarak ortaya çıkmakta, varlığı ve talepleriyle tasarım sürecini başlatan kişi kurum olmaktadır. “Müşteri yoksa mimar da yoktur” diyebiliriz (Şen, 2006).

Birey, özel sektörün bir kuruluşu devletin bir kurumu kimliklerinden birini taşıyan işveren (müşteri); yapısının mimarlık hizmetlerini üstlenecek mimar mimarlık örgütünün seçebileceği gibi, teklif alması sınırlı açık yarışma yöntemlerinden birini de devreye sokabilir (İzgi, 1999).

İşveren, danışmalarını, araştırmalarını, incelemelerini tamamlayıp mimarı seçtiğinde, aynı zamanda beğeni kriterlerini ve güvenini de devreye sokmuş olur. Benzer durum mimar için de geçerlidir (İzgi, 1999).

Karşılıklı anlaşma ile yasallaşan bu işbirliği, yapı süresince geçerli olacak sağlıklı bir ortaklığın temelini oluşturmaktadır. İşverenin; ücretini ödediğinden ötürü mimarı, isteklerinin, beğenilerinin doğrultusunda tartışmasız olarak yapıyı gerçekleştirmekle görevli bir hizmetkarı şeklinde değerlendirmemesi gerekir. Mimarın da kendisini yapının tek yetkilisi, tüm kararları verme hakkına sahip olan yöneticisi şeklinde görüp, yapı süresince işverenin üstünde, hatta onu dışlayan bir konumda bulunduğunu varsaymaması zorunlu olmaktadır (İzgi, 1999).

Genel olarak mimar ve müşteri ilişkilerinde mimar müşterisini memnun etme çabası içerisinde.

Söz konusu olan, yapının sağlıklı bir şekilde başlatılmasını, sürdürülmesini, tamamlanmasını ve herkesin mutlu olacağı bir sonuca ulaştırılmasını sağlamaktır. Hatta yapı eyleme geçtiğinde işbirliğinin sürekli dostluğa dönüşümüdür (İzgi, 1999).

BÖLÜM 5

TASARIM SÜRECİNDE KİMLİK OLUŞUMUNUN İNCELENMESİ

Her tasarım kendisine ait kişisel bir hikayeye sahiptir. Bir proje başlatılır, geliştirilir ve kronolojik düzen içinde bir süreçte olaylar dizisi şeklinde tekrarlanır. Genellikle bütün projelerde bu aynı şekilde devam etmektedir. Bu düzen tasarlama sürecini oluşturmaktadır. Tasarlama süreci kapsamında bilgilerin nasıl elde edildiği, özel problem durumlarına göre bu bilgilerin yorumlanması ve uygulanması, proje amaçlarını gerçekleştirirken tasarımcıların vermek zorunda oldukları kararlar dizisi yer almaktadır. Karar verme tarzının, tasarlama eylemi sonucunda elde edilen tasarlama ürününün nasıl etkilendiği bu kapsamda değerlendirilir. Bu bölümde süreçlerin aşamaları incelenecektir.

5.1. Mimari Tasarım Süreci ve Mimari Ürünün Oluşumu

Önceelikle tasarım kavramını açıklamak gerekmektedir. Tasarım; bir ürünü ortaya koymaya yönelik düşünsel ya da maddi çalışmalar sürecidir (Araz, 1993).

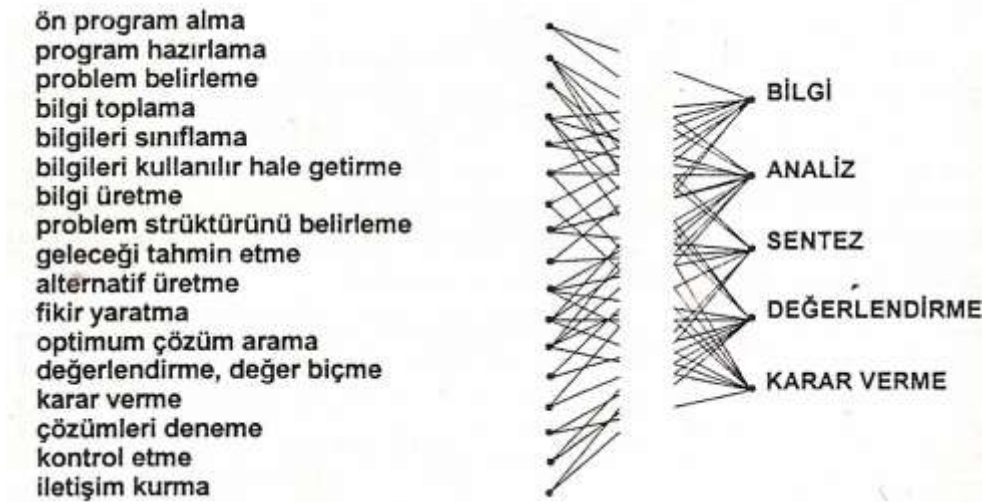
Aksoy (1975), Höfler ve Kandel'e dayanarak tasarlamayı "tasarlayıcının belirli değer sistemlerine bağlı olarak iki üç boyutlu ortamlarda somut bileşenlerin seçimi ve düzenlemesi işlemleri" şeklinde tanımlamaktadır. Dolayısıyla "tasarım" da tasarlama sonu oluşan biçimsel ifade olarak tanımlanabilir. Bu durumda tasarımcı mimar "yeni biçimler önerisi ile bir estetikçi, görevlere uygun mekanlar önerisi ile bir örgütleyici, fiziksel ve mekansal çevreyi değiştiren kararları ile bir reformcu ve çevre planlayıcısı sorumluluklarını yüklenmektedir" (Aksoy, 1975: s. 3).

Avustralyalı mimar A. Schwanzer bir mimari yapıyı 'dört duvar ve başımızın üzerinde bir damdan daha fazla olan şey' diye tanımlamaktadır. Bu daha fazla olan şey sanatsal, sosyolojik, antropolojik, ekonomik, tarihsel ve kültürel bir yapıyı ifade etmektedir. Daha yalın bir ifadeyle 'mimari yapı bir tasarım varlığıdır'. Tasarım ise bir stratejiyi gerektirmektedir. Bu strateji kapsamında, ne?- niçin?- nasıl? sorularının cevapları aranmaktadır. Her bütünün görünen bir biçimi ve bu görünüşü düzenleyen örgütlenme yapısı bulunduğu bilinmektedir. Mimari tasarımda kullanıcı için tasarlanmak istenen

(nesne) ve ne için tasarlanacağı (gereksinimler) bellidir. Bu anlamda tasarım, nasıl olacağı ile daha çok ilgilenmektedir. Dolayısıyla mimari tasarım süreci bir çeşit problem bilmecesini en akılcı yönde çözme biçimi olarak ele alınabilmektedir (Çırak, 2008).

Mimari tasarım, bir üründe kurgu, eskiz ve yapıya dek uzanan bir süreci kapsamaktadır. Tasarım, bir tasarlama eylemi sonucunda beliren ve asıl yapının gerçekleştirilmesi sırasında yönlendirici olan proje, çizim, maket vb. gibi ürünlerin tümüdür. Tasarlama bir bütündür ve bir nesne, bir sistem ya da bir olayın amaçlanan bir sonuca göre tanımlanmasıdır. Ancak bu sonuç tasarlanan ürünün işlev boyutu ile ilişki içindedir. Bu anlamda yaratıcılık bizi sonuca götüren binlerce olasılığı kendi yöntemi içinde barındırmaktadır. Bir başka söyleyiş ile bir tasarımda tasarımcı, tasarladığı ürünün işlevini tasarımın hiçbir aşamasında unutmamalıdır. Bu süreç yaratıcılığa engel değildir. Çünkü yaratıcılık bir anlamda sonuç değil, gidilen yoldur. Yani süreçtir. Ve aynı ürünün binlerce farklı tasarımı bu tasarıma götüren binlerce yaratım olasılığı bulunmaktadır. Tasarım bir kurgudur. Planlama, biçimlendirme, kurma işlemidir. Bütün bu işlemler belli sanatsal ve bilimsel yöntemlerin birlikte kullanılmasını gerekli kılar. Bir ürünün tasarlanmasında kullanılan yöntemler zamana ve teknolojiye göre farklılık gösterse de kültürel, ekonomik, teknolojik, sosyal v.b faktörler tasarlanacak ürünü ve tasarımcıyı etkilemeye devam etmektedir. Tasarımı oluşturan renk, biçim, çizgi, doku, gibi öğeler ise farklılaşan yöntemlere bağlı olarak değişiklik gösterse bile tamamen ortadan kalkmamaktadır.

Tasarlama süreci ise, tasarlama eylemi sırasında kullanılan teknik ve araçlardan kurulu eylem düzenine denilmektedir. Tasarlama süreci tasarım probleminin ortaya çıkmasından tamamlanmasına kadar olan süreci kapsamaktadır. Başka bir deyişle soyut zihinsel işlemlerden somut fiziksel sonuçlara giden bir dizi süreçtir. Tasarım araştırmacılarının birbirine benzer fakat değişik şekillerde açıkladıkları yaklaşımlarda **Bilgi-Analiz-Sentez-Değerlendirme-Karar verme** temel işlemler olmaktadır. Şekil 4.1’de süreklilik ve kendi içinde geri dönüşümlü olan tasarım sürecinde yer alan adımların alt açılımlarını göstermekte süreçlerdeki eylemleri tanımlamaktadır. Fikir yaratma, bilgi toplama eylemlerinin tasarım sürecinin her adımında yer aldığı görülmektedir (Bayazıt, 1994).



Şekil 5.1: Tasarlama süreci (Bayazıt, 1994)

5.2. Tasarım Sürecindeki Aşamaların İncelenmesi

Tasarım sürecinde ilk olarak işveren/müşteri ihtiyaç ve gereksinimlerden dolayı mimara gelerek ilk adımı atan kişidir. Daha sonra mimar diğer aşamaların tümünde yer almaktadır. Bilgi toplama aşamasında ise bir ekip çalışmasıyla çözümler ortaya koyulmaktadır.



Şekil 5.2: Tasarlama sürecinin başlangıç ve bitiş noktası

a. İhtiyaç

Tasarım süreci; yeni bir yapı için ihtiyacın açıklanmasıyla veya bir pazar talebinin varlığının tespitiyle başlamaktadır (İzgi, 1999).

b. Problemin Belirlenmesi

Müşteri istek ve gereksinimlerinin belirlendiği, projeye yönelik verilerin değerlendirildiği önemli bir süreçtir. Bu aşamada, tasarımcı ve süreci başlatan müşteri/işveren ile inşa edilmesi düşünülen binanın hizmet edeceği amaçlar doğrultusunda ihtiyaç programını oluşturmaktadırlar (Şen, 2006).

Problemin belirlendiği sırada gereksinimler, tüketici profili, rekabet, mevcut malzeme ve bileşenleri, bütçe, zaman kriterleri, politik sınırlamalar, hukuksal kısıtlamalar dâhilinde yapılan araştırmalar doğrultusunda tasarım problemlerinin sınırları belirlenmektedir (Gümüş, 2007).

c. Bilgi Toplama

Çeşitli şekillerde bilgi toplayarak yapılacak tasarım için gerekli unsurlar ortaya çıkarılmaktadır. Bilgi toplama literatür tarama, gözlem ve incelemeler, kullanıcılar ile görüşme, soru kağıdı düzenleme ve toplantı düzenleme ile yapılabilmektedir (Bayazıt, 1994).

Literatür taramada amaç, tasarımcının ürününü etkileyecek basılı bilgileri kısa sürede ve ucuza elde etmesine yardımcı olmaktır.

Gözlem ve incelemelerde amaç, tasarımda, toplumsal ve fiziksel çevre problemleriyle ve üretimle ilgili problemleri ve malzemeleri tanımak amacıyla gözlem ve inceleme yapılır. Gelişen teknolojik ve toplumsal sorunlara göre tasarlanacak ürünün uyum sağlaması gerekmektedir.

Kullanıcılarla görüşmede tasarlanacak ürün konusunda, yalnız ya da kullanıcılar tarafından bilinmekte olan bilgilerin, konuşulup tartışılmasıyla ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır

Soru kağıtları (anket cetvelleri) tasarımda genellikle geniş bir grup insanın bir ürün ya da bina konusunda görüş, davranış ve niteliklerini yansıtmak için gereklidir. Özellikle grupların ortak ilgilerinin ve eylemlerinin belirlenmesi amacıyla kullanılır.

Toplantı düzenlemede tasarlama konusuyla ilgisi bulunan kişilerin konu hakkındaki görüşlerinin alınması amaçlanmaktadır. Bazı durumlarda, karşılıklı bilgi alışverişi yoluyla etkileşim sağlamak ve çağrışımla yeni bilgileri elde etmek amacı ile de yapılabilmektedir (Bayazıt, 1994).

d. Alternatif Çözüm Arayışları

Alternatif çözüm aşamasında konuyla ilgili edinilen bilgiler doğrultusunda zihnindeki düşünceler şekillenmeye, belirginleşmeye başlamaktadır. Fikirsiz çözümler üretilir, alternatifler araştırılır ve öneriler geliştirilir. Üretilen çözümlerden gerekli olmayanlar çıkartılarak, en iyiye ulaşmak için elemeler yapılmaktadır. Tasarım probleminin çözümleri arasından tercih edilen en iyi çözüm uygulama aşamasında somutlaştırılır (Gümüş, 2007).

e. Karar Verme

Genel tasarlama kararlarının kesinleştirilerek tasarım sürecinin aktörleri ile tasarım alternatiflerinin değerlendirildiği ve en doğru çözümü belirlemeyi amaçlayan bir süreçtir (Şen, 2006). Eskiz çalışmaları ve çalışma maketleri ile farklı öneriler üzerinden tartışmalar gerçekleştiren tasarım ekibi ideal tasarımlara ulaşmayı hedeflemektedir. Ön proje tasarımı, proje büyüklüğüne göre 1/200 ya da 1/500 ölçekte hazırlanan plan, kesit ve cephelerden oluşmakta, kavramsal şemalar, maketler ve üç boyutlu görseller ile birlikte sunulmaktadır. Bu aşamada, tasarım konusu yapının temel şeması ve biçimi, kullanılacak malzemeler vb. ortaya konularak işveren ile paylaşmakta ve görüşmeler sonucunda projeye geri besleme sağlanmaktadır (<http://www.tolgasevimmimarlik.com/tr/tasarim-sureci>).

Gerekli durumlarda tasarım sürecindeki temel ve ara evrelerden herhangi birine geri dönülerek, yeni fikirler üretme ve proje geliştirme eylemleri sırasında karşılaşılan hatalar düzeltilir, tasarımın iyileştirilmesine yönelik düzenlemeler yapılır, edinilmiş bilgiler tanımlanarak yorumlanır, proje irdelenir (Gümüş, 2007).

f. Tasarımın Geliştirilmesi

Kesinleşen çözümün tasarım ekibinde yer alan mimar ve mühendislerle birlikte yapım için gerekli çizimlerin hazırlandığı bir aşamadır (Şen, 2006). Bu aşamada binanın inşa edilebilmesi için uygulama projesi çizilmektedir. Bu çizimlerin ölçek ve miktarı projeye göre çeşitlilik gösterebilir. Projeye özel malzeme ve bileşenlerin yapımı için birçok detay çözümüne ihtiyaç duyulmaktadır. Daha standart ya da alışıldık malzeme ve yapım teknikleri içinse, bilinen detaylar kullanılabileceğinden ayrıntılı çizimler üretmek gerekmebilir (Farrelly, 2011).

g. Sunum ve İletim

Mimar standart çizim tekniklerine göre hazırladığı çizimleri hazırlar. Gerekli olan evraklar (Vaziyet planı, koçan v.b.) işveren/müşteriden temin ederek dosya oluşturur.

h. Onay Süreçleri

Bu süreçte hazırlanan dosya gerekli onayların alınması için sorumlu kurumlara verilmektedir. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde ve Türkiye'de ilk olarak Mimarlar Odası onayına başvurulmaktadır. Emirname bölgelerinde ise ilk olarak Şehircilik Dairesi'nin onayı gerekmektedir. Bu onaylardan sonra inşaat ruhsatı alınarak yapım aşamasına geçilmektedir.

ı. Yapıma Geçiş

Yapım aşamasında, yapının uygulama projelerine göre, hazırlanan iş programı çerçevesinde, zamanında tamamlanması sağlanır. Yükleniciler ve alt yükleniciler yapım aşamasında ağırlıklı olarak görev alır. Ayrıca mal sahibi, tasarım ekibi, malzeme ve

ekipman tedarikçileri ve denetleyicilerinin de önemli bir katkısı bulunmaktadır (Şen, 2006).

Yapım aşamasında bazı revizyonlar ya da yeni çizimler gerekebilir ancak tasarım sürecinin önceki aşamalarına göre daha az çizim yapılmaktadır (Anderson, 2011).

5.3. Mimarın Tasarım Sürecindeki Rolü

Tasarım sürecinde mimar ilk önce üretken, yenilik getiren, sağlam bir bilgi birikimine sahip, toplumun ihtiyaçlarına göre farklı çözümler ile ihtiyaçları karşılayabilecek ürünler ortaya koyabilen kişi olmalıdır. Ancak bilgi estetiğin önüne geçmemeli, bir başka söyleyiş ile bilgi mutlak, katı ve belirleyici olmamalıdır. Tasarımda, teknik ve malzeme bilgisi bir amaç değil tüm tasarım sürecinde bir araç olarak ele alınmalıdır. Aynı zamanda bu bilgi değişken ve esnek olmalı, estetik alana uyarlanmalıdır (Alp, 2009).

Bir binanın tasarım süreci, öngörülemeyen bir yolculuk gibidir. Mimar tasarıma bir kavramla ve bunu ifade eden bir seri eskiz ya da çalışma maketi ile başlamaktadır ancak projenin gelişiminde önemli kararlar müşteri tarafından verilmektedir. Bu aşamada mimara düşen görevi mekanların kullanımı, işlevsel ihtiyaçlar, seçilecek malzemeler ya da ısıtma, havalandırma ve aydınlatma sistemleri hep müşteri ile iletişim içinde kararların alınmasını gerektiren bir süreç olduğu bilinmelidir. Tüm bu gelişme aşamalarında ilk mimari kavramdan uzaklaşmamak ya da bu kavramı da geliştirmek gereklidir. Tasarım sürecinde alınan çeşitli kararların, kavramsal bütünlüğü bozmayacak şekilde projeye entegre edilmesi mimara düşmektedir (Farrelly, 2011).

Bir mimari projenin hayata geçirilmesi için büyük bir ekip çalışması gerekmektedir. Tasarım ve yapım sürecinin farklı aşamalarında, farklı beceri ve bilgiye sahip kişiler projeye katkıda bulunmaktadırlar. Mimari projenin başarısı, bu ekibin uyum içinde çalışabilmesine ve gerekli bilginin bu ekipte yer alanlar arasında açık ve net şekilde paylaşılmasına bağlıdır (Farrelly, 2011). Mimar burada ekipte bulunanları inşaat mühendisi, makine mühendisi, elektrik mühendisi v.b. görevli kişileri koordine etmesi gerekmektedir.

Günümüz karmaşıkleşan gereksinmeler ve çözüm arayışlarının tasarımcı yapısını ve mimarın rolünü önemli ölçüde etkilemiştir. Bir tesisin tasarımı en basit haliyle mimar, inşaat mühendisi, makine mühendisi, elektrik mühendisi, peyzaj mimarı gibi bir takım çalışmasıyla çözüme ulaşmakta ise de bu çalışmalarda binanın görsel kimliğinin ortaya çıkışında ekip içinde mimar tarafından belirlendiği veya en azından mimarın görüşlerinin ağırlık kazandığı bilinmektedir. Dolayısıyla tesisin işlevsel özelliklerine bağlı olarak tasarım takımını çok farklı uzmanların da katkıda bulunmak durumunda olduğu bilinmektedir. Örneğin, bir fabrikanın tasarlanmasında çeşitli proseslerin, mühendislerin, çevreci uzmanların yer alması; eğitim tesislerinin tasarımında pedagogların, sosyologların, eğitim bilimcilerinin yer alması; sağlık tesislerinin tasarımında sağlık konusunda uzmanların yer alması söz konusudur (Batırbaygil, 2013).

Ancak takım oluşumu her zaman ideal şekilde gerçekleşmez. Dolayısıyla mimarın iradesinin etkisi tasarım takımına katılan işveren/müşteri temsilcisi ile gelişen ilişki ve etkileşim çerçevesinde oluşan merkeze doğru kaymaktadır (Batırbaygil, 2013).

Ayşe Şentürer, mimarın tasarımdaki konumu hakkında şunları söylemektedir: Mimar/tasarımcı -donanım ve sorumlulukları- itibariyle, doğrudan tasarım ve yapım sürecinde yer alışıyla diğer bireylere göre mevcut çevrenin oluşumunda daha etkiliymiş gibi görünür. Bununla beraber, tasarımın pratikteki karar verme mekânizması içinde mimarın konumunun zayıf olduğu bilinmektedir: Mimar tarafından verilir gibi görünen kararlar, daha geniş ölçekte sistem, yani proje sahibi (kullanıcı veya yüklenici), işleyiş/bürokrasi, politika/siyaset ve (popüler) kültür tarafından belirlenmektedir. Bu durumda, mimar, herhangi bir birey olarak taşıdığı ortamın genel yansıması kopmalarına ilave olarak, temsiliyetin getirdiği birileri adına ve kimi zaman kim olduklarını bilmedikleri adına tasarlamaktan doğan kopmaları, işleyişten doğan kopmalarla birlikte taşımaktadır. Evet mimar tasarımın, mimarlığın doğası gereği nesneler dünyası ve ortam ile daha yakın, duyarlı, entelektüel bir ilişki içinde olmak durumundadır. Fakat mimarın -kişisel ve mesleki olarak- bu duruşa ne kadar sahip olabildiği sorusu ile birlikte; onu tasarıma, sonuç ürüne ne kadar yansıtabildiği şüphelidir. Bu şartlarda mimarın rolünün çok etkili olduğunu söylemek de zordur. Dolayısıyla çevreye ve nesneler dünyasına bakıldığında karşımıza çıkan “kötü taklit/kitsch ve kopyalamadan, tatsızlıktan” sıradan bir bireyden ve genel kültürden çok daha fazla mimarı sorumlu tutmak zor görünmektedir. Her

ne kadar sorun, özü itibariyle toplumsal-kültürel ve profesyonel ayakları olan bir proje çerçevesinde ele alınmayı gerektiriyorsa da, bu alanın temsilcisi, mekansal-yapısal çevrenin tasarımcısı mimar ve onun geliştiği ortama (eğitim, kültür ve uygulaması ile mimarlık söylemi ve ortamına) çok önemli görevler düşmektedir (Şentürer, 2004).

BÖLÜM 6

MİMARİ ÜRÜNÜN GÖRSEL KİMLİĞİNİN BELİRLENMESİNDE “MİMAR VE İŞVEREN” ETKİLERİNİN İNCELENMESİNE YÖNELİK ALAN ÇALIŞMASI

Alan çalışmasında seçilen binaların mimar ve mal sahibi olan işveren/müşteriler ile ayrı ayrı görüşülmüş ve hazırlanan soruları cevaplamaları istenmiştir.

6.1. Binaların seçilmesi ve tanımlanması

KKTC’de göze çarpan, görsel kimlikleri ile dikkat çeken binalar araştırılmış ve seçilmiştir. Bu kapsamda yola 10 adet bina seçilerek başlanmıştır. Binalar KKTC’de kendi sektörlerinde yer edinmiş kurum veya işletmelerdir. Binaların daha sonra müellifi olan mimar ve mal sahipleri araştırılmış ayrıca bu kişilere kolay ulaşılabilir olmasına dikkat edilmiştir. Gerekli araştırmalardan sonra mimar veya mal sahiblerine ulaşılabilmesi nedeniyle 7 adet binada görüşmeler tamamlanmak zorunda kalınmıştır. Yapılacak olan görüşmeler öncesinde telefon ile kişilere ulaşılmış ve tez hakkında genel bilgi verilerek randevu alınmıştır. Bu görüşmeler kapsamında yer alan bina isimleri şöyledir; Malpas Otel, Kaner Grup Genel Merkez Binası, Eziç Premier Restaurant, Akay Optik (Lefkoşa), Lemar Süpermarket (Girne), Toros Otomotiv (Opel Bayisi) ve Özyüksel Podiumdur. Akay Optik ve Lemar Süpermarket mal sahipleri ile birebir görüşme yapılamadığı için bu kişilerin yardımcıları aracılığı ile görüşme soruları iletilerek cevaplamaları talep edilmiştir.

Seçilen binaların mal sahipleri ve mimar müellifleri hakkında bilgi vermek için binaların resimleri ve yerleşim planları, mal sahiplerinin kimlikleri, sahip oldukları kurum ve mimari müellif bilgileri aşağıda verilmiştir. Mal sahiplerinin internet sitelerinde şirketleri hakkında verdikleri bilgiler ve görüşmede 1. bölümde yer alan soruların cevapları doğrultusunda veriler saptanmıştır.

6.1.1. Kaner Grup genel merkez binası



Resim 6.1: Kaner Grup Genel Merkez Binası görünümü ve yerleşim planı (Harita Google Earth'ten alınmıştır)

Mal sahibi: Güliz Kaner

1942 yılından bu yana ticari amaçlı işler yapmakta olan şirket çeşitli markaların bayiliklerini alarak işletmektedir. Kaner Grup bir aile şirkettir. Güliz Kaner ise şirketin direktörleri arasındadır. 50 yılı aşkın bir süre Sarayönü'ndeki binalarında işlerini yürüten şirket 2007'de teze konu olan Lefkoşa/Ortaköy'deki binalarına taşınmışlardır (<http://www.kaner.net/>).

Mimar: Ziya Necati Özkan

43 yıldır mesleğini sürdürmekte olan mimar büro, karma kullanım, konut, ticaret amaçlı binalar tasarlamaktadır. Halen kendi ofisinde mesleğini sürdürmektedir.

6.1.2. Eziç Premier Restorant binası



Resim 6.2: Eziç Premier Restorant Binası görünümü ve yerleşim planı
(Harita Google Earth'ten alınmıştır)

Mal sahibi: Mehmet Eziç

İşadamı 23 yıldır yiyecek–içecek sektöründe yer almaktadır. Eziç Peanuts, Premier, Lavash isimleri ile Girne, Lefkoşa ve Magosa bölgelerinde değişik tarzdaki restoranlarla hizmet vermektedir. Bu restoranlar içinde teze konu olan Eziç Premier çeşitli konseptlerle hazırlanmış salonları ile Girne’de hizmet vermektedir (<http://www.eziconline.com/tr>).

Mimar: Ertuğ Ertuğrul

20 yıldır mesleğini sürdürmekte olan mimar genelde konut tipi binalar tasarlamaktadır. Halen kendi ofisinde mesleğini sürdürmektedir. Çağdaş mimarlık anlayışını önemseyen Ertuğrul KKTC’de birçok projeye imzasını atmıştır.

6.1.3. Malpas Hotel binası



Resim 6.3: Malpas Hotel Binası görünümü ve yerleşim planı
(Harita Google Earth'ten alınmıştır)

Mal sahibi: Fahri Altınör

Altınör Şirketler Grubuna ait olan Malpas Otel, Fahri Altınör direktörlüğünde 6 yıldır Girne/Çatalköy'de hizmet vermektedir. Otelciliğin yanı sıra Altınör Şirketler Grubu kuyumculuk, saat&optik, inşaat sektöründe hizmet vermektedir (<http://www.malpashotel.com/tr/altinor-group.html>).

Mimar: Osman Sarper

32 yıldır mesleğini sürdürmekte olan mimar genelde karma kullanım tipi binalar tasarlamaktadır. Halen kendi ofisinde mesleğini sürdürmektedir.

6.1.4. Özyüksel Podium binası



Resim 6.4: Özyüksel Podium Binası görünümü ve yerleşim planı
(Harita Google Earth'ten alınmıştır)

Mal sahibi: Hüseyin Yüksel

Özyüksel 1978'de kurulmuş mobilya üretimi ve satışı yapmakta olan bir firmadır. Lefkoşa'da iki showroom binasına sahip olan firma Girne/Çatalköy'de 2011'de Özyüksel Podium adında yeni binasını hizmete açmıştır. Teze konu olan binada çeşitli markalara ve kendi üretimlerine ait ev-bahçe mobilyası satışı yapılmaktadır. Bir aile şirketi olan Özyüksel'in showroom yönetiminde aile üyelerinden Hüseyin Yüksel görev almaktadır (<http://www.ozyukselmobilya.com/kurumsal.html>).

Mimar: Onur Özdeniz

15 yıldır mesleğini sürdürmekte olan mimar genelde karma kullanım tipi binalar tasarlamaktadır. Halen kendi ofisinde mesleğini sürdürmektedir.

6.1.5. Lemar Süpermarket binası



Resim 6.5: Lemar Süpermarket Binası görünümü ve yerleşim planı
(Harita Google Earth'ten alınmıştır)

Mal sahibi: Gaye Boyacı

Bir aile şirketi olan Levent Şirketler Grubu'na bağlı çalışan süpermarketler zinciri Lemar 1997'den bu yana perakende satış sektöründe hizmet vermektedir. Levent Şirketler Grubu Lemar direktörlüğünü Gaye Boyacı yapmaktadır. Lefkoşa, Magosa, Girne, Güzelyurt olmak üzere birçok yerde şubeleri mevcuttur. Şirket bünyesinde perakende satış sektörü dışında inşaat ve emlak, ithalat ve dağıtım, otomotiv ve eğitim alanlarında hizmet vermektedir. Lemar şubeleri kendi inşaat şirketleri olan Levent İnşaat bünyesinde projelendirilmektedir. Teze konu olan Lemar Girne'de hizmet vermektedir (http://www.levent.com/web/faaliyet_alanlari.php).

Mimar: Soner Ersen

Levent İnşaat Şti. Grubu bünyesinde bir dönem çalışan mimar Lemar Süpermarket binası projesine imzasını atmıştır. 32 yıldır mesleğini sürdürmekte olan Ersen şuan kendi ofisinde hizmet vermektedir. Genellikle karma kullanım, konut, ticaret amaçlı binalar tasarlamaktadır.

6.1.6. Akay Optik binası



Resim 6.6: Akay Optik Binası görünümü ve yerleşim planı
(Harita Google Earth'ten alınmıştır)

Mal sahibi: Mehmet Akay

60 yıldır gözlük satışı ile uğraşan firma bir aile şirkettir. Birçok şubesi olan Akay Optik Merkez olarak 2011'de Lefkoşa/Ortaköy'de yapılan binalarına taşınmışlardır. Teze konu olan bina şu ana kadarki şubeleri içerisinde büyük showroomuyla dikkat çekmektedir (<http://www.akayoptic.com/companyprofile.php>).

Mimar: Ahmet Akbil

26 yıldır mimarlık mesleğini sürdürmekte olan mimar genelde konut, karma kullanım, büro, ticaret ve turistik tesis vb. binalar tasarlamaktadır. Mesleğini kendi ofisinde yürütmektedir.

6.1.7. Toros Otomotiv binası



Resim 6.7: Toros Otomotiv Binası görünümü ve yerleşim planı
(www.torosoto.com - harita Google Earth'ten alınmıştır)

Mal sahibi: Salih Toros

22 yıldır otomotiv sektöründe olan Salih Toros, Toros Otomotiv direktörlüğünü yapmaktadır. Toros Otomotiv Opel KKTC bayiliğini alarak Lefkoşa/Ortaköy'deki showroomunu yaptırmıştır. Opel bayiliğinin yanı sıra Chevrolet KKTC bayiliğine de sahiptir (www.torosoto.com).

Mimar: Kozan Uzunoğlu

26 yıldır mimarlık mesleğinde olan mimar genelde konut tipi binalar tasarlamaktadır. Mesleğini kendi ofisinde yürütmekte olan Uzunoğlu aynı zamanda Yakın Doğu Üniversitesi Mimarlık Fakültesi'nde öğretim görevlisidir.

6.2. Görüşme soruları

Mimar ve mal sahipleri ile yapılan görüşmede sorular iki bölümden oluşmaktadır. Mal sahiplerine ve mimarlara sorulan görüşme soruları aşağıdaki gibidir.

1. BÖLÜM
1. Adınız ve Soyadınız? 2. Ne kadar zamandır bu işi yapıyorsunuz? 3. İşyerinizde kaç kişi çalıştırıyorsunuz? 4. İş kolunuz nedir?
2. BÖLÜM
1. Yaptırdığınız tesis hangi ihtiyaçtan doğdu? 2. Tesis yaptırdığınız tesisin ön plana çıkarmak istediğiniz özellik ne oldu? 3. Yaptırdığınız tesisde çalıştırdığınız/çalıştıracığınız kişi sayısı nedir? 4. Mimardan tesisin görsel kimliğine ilişkin talebiniz oldu mu? Yanıtınız evet ise ne olduğunu kısaca açıklar mısınız? 5. Tesisin görsel kimliğiyle ilgili isteklerinizin tamamen yerine getirildiğini düşünüyor musunuz? Yanıtınız evet ise neler olduğunu kısaca açıklar mısınız? 6. Tesisin tasarım aşamasında sizi temsil eden, binada olmasını istediğiniz herhangi bir görsel öge talep ettiniz mi? Cevabınız evet ise ne talep ettiniz açıklarmısınız? 7. Tesisin görsel kimliği açısından sizin önemseydiğiniz bir form gerçekleşti mi? Cevabınız hayır ise neden gerçekleşmediğini kısaca açıklar mısınız? 8. Tesisin tasarım sürecinde birebir siz mi yer aldınız? 9. Tesisinizin tasarım sürecinde sizi/kurumunuzu temsilen herhangi bir kişi yer aldı mı? Cevabınız evet ise kimin yer aldığını belirtir misiniz? 10. Tesis herhangi bir kurumun bayisi veya temsilcisi olarak mı tasarlandı? 11. Tesisin cephelerinde kullanılan malzemeyi (giydirme cephe, taş kaplama, güneş kırıcıları, vitrin cam, kompozit panel v.b.) siz mi talep ettiniz?

Tablo 6.1: Mal sahiplerinin görüşme soruları

1. BÖLÜM
1. Adınız ve Soyadınız? 2. Ne kadar zamandır tasarımcılıkla uğraşıyorsunuz? 3. İşyerinizde kaç kişi çalışıyor? 4. Yapı faaliyetlerinde bulunuyor musunuz? 5. Genelde hangi tip yapılar tasarlıyorsunuz? 6. En son yaptığınız tasarım çalışmasını ne zaman yaptınız? Tasarladığınız tesisin alanı veya büyüklüğü ne idi?
2. BÖLÜM
1. Araştırmaya konu olan tesisin kullanım amacı nedir? 2. Tesisde yapmak istediğiniz görsel kimliği gerçekleştirebildiniz mi? 3. Binanın temsilinde müşteriye hatırlatan herhangi bir öge istenildi mi? Cevabınız evet ise ne istenildiğini kısaca belirtir misiniz? 4. Tesis tasarlanırken tasarım ekibinde hangi uzmanlar yer aldı? 5. Tasarım sürecinde işveren/müşteri mi, yetkili temsilcisi ile mi muhatap olundu? 6. Tesis herhangi bir kurumun bayisi veya temsilcisi olarak mı tasarlandı? 7. Eğer tesis herhangi bir kurumun bayisi veya temsilcisi olarak tasarlandı ise kurumun görsel kimlik talebi mi takip edildi? Cevabınız evet ise görsel kimlik talebi nedir kısaca belirtir misiniz? 8. Tesisin görsel kimliğinde kullanılan malzemeyi (giydirmce cephe, taş kaplama, güneş kırıcıları, vitrin cam, kompozit panel v.b.) siz mi önerdiniz?

Tablo 6.2: Mimarların görüşme soruları

6.2.1. Mal sahiblerinin 1. bölüm görüşme soruları

1. bölümde, genel sorular adı altında mimar ve mal sahiblerinin çalışma alanlarını ve ne kadar zamandan beri bu işi yaptıklarını belirlemeye yönelik sorular yer almıştır. Bu bölümde mal sahiplerine 4 adet soru, mimarlara ise 7 adet soru sorulmuştur. Alınan cevaplar doğrultusunda mimarlar ve mal sahipleri hakkındaki bilgiler toplanmış ve binaların tanıtıldığı bölüm oluşturulmuştur. Bu bölümde sorulan sorular aşağıdaki gibidir.

1. soru: Görüşmeye katılan mal sahiblerinin ilk önce kimlik bilgilerini belirtmesi istenmiştir.

2. soru: Kurumun sürekliliği, piyasada yer edinmişliği, oturmuşluğu gibi özelliklerini öğrenmek amaçlanmıştır. Bu nedenle **“Ne kadar zamandır bu işi yapıyorsunuz?”** sorusu yöneltilmiştir.

3. soru: Bu soruda amaç firmanın büyüklüğü hakkında bilgi edinmektir. Bunun için **“İşyerinizde kaç kişi çalıştırıyorsunuz?”** diye sorulmuştur.

4. soru: Kurumun hangi sektörde hizmet verdiğini öğrenmeye yöneliktir. Bunun içinde **“İş kolunuz nedir?”** diye sorulmuştur.

6.2.2. Mimarların 1. bölüm görüşme soruları

1. soru: Görüşmeye katılan mimarlarlara da aynı şekilde ilk önce kimlik bilgilerini belirtmesi istenmiştir.

2. soru: Mimarların kendi sektöründeki hizmetinin kaç yıla dayandığını öğrenmek amaçlanmıştır. Bu nedenle **“Ne kadar zamandır tasarımcılıkla uğraşıyorsunuz?”** sorusu mimarlara yönlendirilmiştir.

3. soru: Sektöre hizmet verirken mimarların çalışma kiplerini (ofislerinin olup olmadığı vs) öğrenmek ve ofis büyüklükleri hakkında bilgi edinmektir. Bunun için **“İşyerinizde kaç kişi çalıştırıyorsunuz?”** sorusu yöneltilmiştir.

4. soru: Mimarların sektörde halen daha iş yapmakta olup olmadıkları öğrenmek istenmiştir. Bunun için **“Yapı faaliyetlerinde bulunuyor musunuz?”** diye sorulmuştur.

5. soru: Mimarlardan daha çok hangi tip yapılar tasarladığını veya daha çok hangi tip yapı talepleri için kendilerine başvurulduğunu öğrenmek istenilmiştir. Bu nedenle **“Genelde hangi tip yapılar tasarlıyorsunuz?”** sorusu sorulmuştur.

6. soru: Mimarların en son yaptıkları işi ne zaman gerçekleştirdiklerini öğrenmek ve yaptıkları tesislerin hangi büyüklükte ve hangi sektörde olduğu hakkında bilgi edinmek istenmiştir. Bunun içinde **“En son tasarım çalışmasını ne zaman yaptınız? Tasarladığınız tesisin alanı veya büyüklüğü ne idi?”** sorusu sorulmuştur.

6.3. İkinci bölüm görüşme soruları

2. bölümde seçilen bina ile ilgili görsel kimliğe etki eden faktörlerden yola çıkılarak hazırlanmış, genel amaçlı ve çoktan seçmeli sorular yer almıştır. Bu bölümde mimarlara 8 adet soru, mal sahiplerine ise 11 adet soru sorulmuştur. Yer alan sorular mimar ve mal sahiblerinin görsel kimliğe katkı ve isteklerini belirlemeye yönelik genel ve ayrıntıya girmeyen sorulardır. Ayrıca vakit almamak adına sorular kısa, öz ve mümkün olduğunca kapalı uçlu sorular seçilmiştir. Mimar ve mal sahibine ifade olarak farklı ama içerik olarak benzer sorular sorulmuştur. Verilen yanıtların dökümleri yapılırken her iki tarafın yanıtları bireysel ve kişisel kimlik açısından yorumlanmıştır.

6.3.1. Mal sahiplerinin 2. bölüm görüşme soruları

1. soru: Mal sahiplerine ilk olarak bina tasarlanırken öncelikli olarak binayı yaptırma gerekçesi olarak, ilk yatırım, genişleme veya prestij amaçlı bir yatırım mı yaptırdıkları sorulmuştur.

2. soru: Tasarım aşamasında binayı yaptırmalarındaki amacın ne olduğu öğrenilmek istenmiştir. Fonksiyonellik için mi, temsil gücü için mi veya her ikisi birden mi seçenekleri ile soru yöneltilmiştir.

3. soru: Teze konu olan binanın hizmet verirken firmanın sektördeki büyüklüğünü görmek adına yaptırılan binada çalıştırılan kişi sayısı sorulmuştur.

4. soru: Mal sahibinin tasarım sürecinde görsel kimliğe katkısını belirlemeye yöneliktir. Mimara görsel kimliğe ilişkin herhangi bir talep olup olmadığı öğrenilmek istenmiştir.

5. soru: Bu soruda ise mal sahibinin yapılan tasarımdan memnun olup olmadığı hakkında bilgi edinmek amaçlanmıştır. Yapılan tasarımda nelerin kendilerini memnun ettiğini açıklamaları istenmiştir.

6. soru: Kurumun görsel kimliğini yansıtmaya yardımcı olan kurumun logosu, seçilen malzeme cinsi ve rengi vb. araçların binanın görsel kimliğinde etkisi tez içerisinde de belirtilmiştir. Bu bağlamda mal sahiblerine binada bulunmasını istedikleri herhangi bir görsel öğenin olup olmadığı sorulmuştur. Böyle bir talepleri olmuş ise açıklamaları istenmiştir.

7. soru: Mal sahibinin memnuniyetini öğrenmek amacıyla yaptırdıkları binanın önemsedikleri bir form da gerçekleşip gerçekleşmediği öğrenilmek istenmiştir.

8. soru: Mal sahiplerinin tasarım sürecinde birebir kendilerinin mi yoksa kendilerini/kurumlarını temsilen herhangi bir kişinin mi yer aldığı sorulmuştur.

9. soru: Mal sahiblerini/kurumları temsilen herhangi bir kişi yer almış ise kimin yer aldığı sorulmuştur.

10. soru: Kurumsal kimliğe sahip olan bir firmanın kendilerine ait görsel kimlik standartlarının bulunduğu tez içerisinde de anlatılmıştır. Bu standartlar bayilik alan firmanın tasarım sürecini de etkilemektedir. Bina görsel kimliği de bundan dolayı etkilenmektedir. Tezde konusu geçen Arçelik firması örneğinde bunu görmek mümkündür. Bundan dolayı mal sahiblerine yaptırdıkları tesisin herhangi bir kurumun bayisi veya temsilcisi olup olmadığı sorulmuştur.

11. soru: Görsel kimlikte etkili olan diğer bir unsur da binanın cephelerinde kullanılan malzemedir. Bundan dolayı görsel kimlikteki etkisini görmek için binanın cephelerinde kullanılan malzemeyi mal sahibinin mi, mimarın mı talebi olduğu yoksa birlikte mi karar verildiği yönünde soru sorulmuştur.

6.3.2. Mimarların 2. bölüm görüşme soruları

1. soru: Seçilen binaların mimari müellifleri tarafından hangi amaca hizmet vermek için tasarlandıklarını öğrenmek adına büro, karma kullanım veya ticari amaçlı bir yapı olup olmadığı sorulmuştur.

2. soru: Mimarın tesisi tasarlariken tatmin olup olmadığının anlaşılabilmesi ve binada mimarın etkisinin olup olmadığının görülmesi amaçlanmıştır. Bu nedenle tesiste yapmak istediğiniz görsel kimliği gerçekleştirip gerçekleştirilemedikleri sorulmuştur.

3. soru: Binanın tasarım sürecinde görsel kimlik mimari aracı olarak kullanılan kurumu temsil eden logo, malzeme cinsi ve rengi vb. elemanların binada kullanılmasını talep edip etmedikleri sorulmuştur. Böyle bir talep olmuş ise ne istenildiğinin açıklanması istenmiştir.

4.soru: Herhangi bir bina tasarlanırken mutlaka olması gereken uzmanlar vardır. Bunlar mimar, inşaat mühendisi, elektrik mühendisi ve mekanik mühendisidir. Bunun dışında eğer gerekiyorsa tasarım sürecinde başka uzmanlar da yer alabilmektedir. Bu soruda tasarım sürecinde hangi uzmanların katıldığı öğrenilmek istenmiştir.

5. soru: Tasarım sürecinde mimarın birebir işveren/müşteri ile mi yoksa işvereni/işverenin kurumlarını temsilen herhangi bir kişiyle mi muhatap olduğu sorulmuştur.

6. soru: Tesisin herhangi bir kurumun bayisi veya temsilcisine yönelik tasarlandığı öğrenilmek istenmiştir. Bu nedenle tesis herhangi bir kurumun bayisi/temsilcisi olarak tasarlanıp tasarlanmadığı sorulmuştur.

7. soru: Tesis herhangi bir kurumun bayisi/temsilcisi olarak tasarlandığında kurumun görsel kimlik standartlarına uyulması gerekebilir. Eğer tesis kurumun temsilcisi veya

bayisi ise kurumun görsel kimlik standartlarının olması durumunda kurumun talebinin de ne olduğunu belirtmeleri istenmiştir.

8. soru: Görsel kimliği etkileyen unsurlardan biri cephede kullanılan malzeme ile ilgili seçimdir. Binada malzemeyi kimin belirlediği mimarın mı yoksa işverenin mi etkisi olduğunun göstergesidir. Bu etkiyi anlayabilmek için, işverene de sorulan soruda malzemenin mimarın mı, işverenin mi talebi olduğu ya da beraber mi karar verildiği sorulmuştur.

6.3.3. Mal sahiblerinin ikinci bölüm görüşme sorularının cevapları

Soru 1: Yaptırdığınız tesis hangi ihtiyaçtan doğdu?

Görüşülen kişi Seçenekler	Güliz Kaner (Kaner Grup Merkez Binası)	Mehmet Eziç (Eziç Premier)	Fahri Altınör (Malpas Hotel)	Hüseyin Yüksel (Özyüksel Podium)	Gaye Boyacı (Lemar Süpermarket)	Mehmet Akay (Akay Optik)	Salih Toros (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
İlk yatırım			X					1
Genişleme	X				X	X		3
Genişleme + Prestij		X		X			X	3

Tablo 6.3: Mal sahiblerinin binayı yaptıрма amaçlarına ilişkin döküm tablosu

Verilen yanıtlar çerçevesinde Malpas Hotel'in ilk yatırım, Kaner Grup Merkez Binası, Lemar Süpermarket ve Akay Optik binasının genişleme, Eziç Premier Binası, Özyüksel Podium binasının ise genişleme + prestij amaçlı bir yatırım olduğu belirtilmiştir.

Soru 2: Tesisi yaptırırken ön plana çıkarmak istediğiniz özellik ne oldu?

Görüşülen kişi Seçenekler	Güliz Kaner (Kaner Grup Merkez Binası)	Mehmet Eziç (Eziç Premier)	Fahri Altınör (Malpas Hotel)	Hüseyin Yüksel (Özyüksel Podium)	Gaye Boyacı (Lemar Süpermarket)	Mehmet Akay (Akay Optik)	Salih Toros (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
Fonksiyonellik					X			1
Temsil gücü								0
Her ikisi de	X	X	X	X		X	X	6

Tablo 6.4: Mal sahiblerinin binada ön plana çıkarmak istediği özelliğe ilişkin döküm tablosu

Mal sahiblerinin tesisleri yaptırırken ön plana çıkarmak istediği özellik ne olduğu sorusuna Gaye Boyacı tesisin fonksiyonel, diğer mal sahipleri ise tesislerinin hem fonksiyonel hem

de temsil gücüne sahip olmalarını istediklerini belirtmişlerdir. Sadece temsiliyet gücü için yaptırılan bina görülmemektedir.

Soru 3: Yaptırdığınız tesiste çalıştırdığınız kişi sayısı nedir?

Görüşülen kişi Seçenekler	Güliz Kaner (Kaner Grup Merkez Binası)	Mehmet Eziç (Eziç Premier)	Fahri Altınör (Malpas Hotel)	Hüseyin Yüksel (Özyüksel Podium)	Gaye Boyacı (Lemar Süpermarket)	Mehmet Akay (Akay Optik)	Salih Toros (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
0-9				X				1
10-49	X					X	X	3
50-249		X	X		X			3

Tablo 6.5: Mal sahiplerinin tesiste çalıştırdıkları kişi sayısına ilişkin döküm tablosu

Mal sahipleri yaptırdıkları tesiste kaç kişi çalıştırdıklarına yönelik soruda seçenekler belirli aralıklar ile verilmiştir. Verilen aralıklar firmaların büyüklerinin ne olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Buna göre; Özyüksel Podium'un küçük ölçekli, Kaner Grup Merkez, Akay Optik, Toros Otomotiv'in orta ölçekli, Eziç Premier, Malpas Hotel ve Lemar Süpermarket'in büyük ölçekli işletme oldukları görülmektedir.

Soru 4: Mimardan yaptırdığınız tesisin görsel kimliğine ilişkin talebiniz oldu mu?

Görüşülen kişi Seçenekler	Güliz Kaner (Kaner Grup Merkez Binası)	Mehmet Eziç (Eziç Premier)	Fahri Altınör (Malpas Hotel)	Hüseyin Yüksel (Özyüksel Podium)	Gaye Boyacı (Lemar Süpermarket)	Mehmet Akay (Akay Optik)	Salih Toros (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
Hayır								0
Evet	X	X	X	X	X	X	X	7

Tablo 6.6: Taleplerinin olup olmadığına ilişkin döküm tablosu

Soru 4.1: Cevabınız evet ise taleplerinizin ne olduğunu açıklarmısınız?

Malsahiblerinin hepsi tesisin görsel kimliklerine ilişkin talepleri olduklarını ifade etmişlerdir. Taleplerini ise;

Güliz Kaner: Binanın renk tercihi ile ilgili talebinin olduğunu,

Mehmet Eziç: Tesisin çağdaş mimaride olmasını ve tüm müşterilerinin denizi rahatlıkla görebilmesini,

Fahri Altınör: Birçok otel odasının denizi görebilmesini,

Hüseyin Yüksel: Tesiste ürünlerin rahatça sergileneceği geniş cephe olmasını,

Gaye Boyacı: Binanın renginin doğa ile uyumlu olmasını,

Mehmet Akay: Tesisin ön cephesinde showroomun öne çıkmasını,
 Salih Toros: Tesisin yüksek olmasını
 talep ettiklerini belirtmişlerdir.

Soru 5: Tesisin görsel kimliğiyle ilgili isteklerinizin tamamen yerine getirildiğini düşünüyor musunuz?

Görüşülen kişi Seçenekler	Güliz Kaner (Kaner Grup Merkez Binası)	Mehmet Eziç (Eziç Premier)	Fahri Altınör (Malpas Hotel)	Hüseyin Yüksel (Özyüksel Podium)	Gaye Boyacı (Lemar Süpermarket)	Mehmet Akay (Akay Optik)	Salih Toros (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
Hayır	X							1
Evet		X	X	X	X	X	X	6

Tablo 6.7: Tesisin görsel kimliğiyle ilgili taleplerinin yerine getirilip getirilmediğine ilişkin döküm tablosu

Soru 5.1: Cevabınız hayır ise hangi isteğinizin yerine getirilmediğini açıklarmısınız?

Güliz Kaner: Binanın giriş saçağı modelinin istediği biçimde yapılmadığını belirtmiştir.

Soru 6: Tesisin tasarım aşamasında sizi temsil eden, binada olmasını istediğiniz herhangi bir görsel öge (logo, amblem, renk-doku) talep ettiniz mi?

Görüşülen kişi Seçenekler	Güliz Kaner (Kaner Grup Merkez Binası)	Mehmet Eziç (Eziç Premier)	Fahri Altınör (Malpas Hotel)	Hüseyin Yüksel (Özyüksel Podium)	Gaye Boyacı (Lemar Süpermarket)	Mehmet Akay (Akay Optik)	Salih Toros (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
Hayır			X	X		X		3
Evet	X	X			X		X	4

Tablo 6.8: Tesisde görsel öge talebinin olup olmadığına ilişkin döküm tablosu

Soru 6.1: Cevabınız evet ise istediğiniz ögeyi belirtirmisiniz?

Mal sahiblerinin binalarında kurumsal yapılarına bağlı olarak logo, amblem, renk – doku vs. gibi görsel ögeler yer almasını isteyip istemediklerine ilişkin soruya verdikleri yanıtlar aşağıdaki gibidir:

Güliz Kaner: Kurumun renginin (gri) temsili bir öge olduğunu ve binada yer alması gerektiğini,

Mehmet Eziç: Cam cephelerin hijyen ve şeffaflık göstergesi olduğunu, dolayısıyla binada kullanılmasını istediklerini,

Gaye Boyacı: Lemar logosunun kullanılmasını istediğini,

Salih Toros: Servis girişinin kesik piramit (kendi deyişi ile yarım piramit) olmasını istediğini ifade etmişlerdir.

Soru 7: Tesisin görsel kimliği açısından sizin önemseydiğiniz bir form gerçekleşti mi?

Görüşülen kişi Seçenekler	Güliz Kaner (Kaner Grup Merkez Binası)	Mehmet Eziç (Eziç Premier)	Fahri Altınör (Malpas Hotel)	Hüseyin Yüksel (Özyüksel Podium)	Gaye Boyacı (Lemar Süpermarket)	Mehmet Akay (Akay Optik)	Salih Toros (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
Hayır		X						1
Evet	X		X	X	X	X	X	6

Tablo 6.9: Mal sahibinin önemseydiği bir form gerçekleşip gerçekleşmediğine ilişkin döküm tablosu

Soru 7.1: Cevabınız hayır ise neden önemsemediğinizi açıklarmısınız?

Mehmet Eziç: Kapasite konusundaki sıkıntılardan dolayı formu önemsemediğini belirtmiştir.

Soru 8: Tesisin tasarım sürecinde birebir siz mi yer aldınız?

Görüşülen kişi Seçenekler	Güliz Kaner (Kaner Grup Merkez Binası)	Mehmet Eziç (Eziç Premier)	Fahri Altınör (Malpas Hotel)	Hüseyin Yüksel (Özyüksel Podium)	Gaye Boyacı (Lemar Süpermarket)	Mehmet Akay (Akay Optik)	Salih Toros (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
Hayır								0
Evet	X	X	X	X	X	X	X	7

Tablo 6.10: Tasarım sürecinde mal sahiblerinin yer alıp almadığına ilişkin döküm tablosu

Mal sahibleri tesislerinin tasarım sürecinde mimar ile birebir kendilerinin görüşmelerini belirtmişlerdir.

Soru 9: Tesisinizin tasarım sürecinde sizi/kurumunuzu temsilen herhangi bir kişi yer aldı mı?

Görüşülen kişi Seçenekler	Güliz Kaner (Kaner Grup Merkez Binası)	Mehmet Eziç (Eziç Premier)	Fahri Altınör (Malpas Hotel)	Hüseyin Yüksel (Özyüksel Podium)	Gaye Boyacı (Lemar Süpermarket)	Mehmet Akay (Akay Optik)	Salih Toros (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
Hayır	X	X	X	X				4
Evet					X	X	X	3

Tablo 6.11: Tasarım sürecinde mal sahibinden başka herhangi bir kişinin yer alıp almadığına ilişkin döküm tablosu

Tasarım sürecinde malsahibleri dışında tasarım sürecinde herhangi birinin yer alıp almadığı alması durumunda kimin yer aldığını belirtmeleri istenmiştir. Bunun sonucunda; Güliz Kaner, Mehmet Eziç, Fahri Altınör ve Hüseyin Yüksel tasarım sürecinde kendileri dışında herhangi kişinin yer almadığını,

Gaye Boyacı: Levent Şirketler grubu bünyesine bağlı olarak çalışan Levent İnşaat'ın binanın tasarımları ile ilgilendiği bu nedenle de tasarım sürecinde yer aldığını,

Mehmet Akay: Aileden biri olan Salih Ertay'ın,

Salih Toros: Tesisin Opel bayiliği olmasından dolayı Opel mimar taşeronlarından görüş alındığını belirtmiştir.

Soru 10: Tesis herhangi bir kurumun bayisi veya temsilcisi olarak mı tasarlandı?

Görüşülen kişi Seçenekler	Güliz Kaner (Kaner Grup Merkez Binası)	Mehmet Eziç (Eziç Premier)	Fahri Altınör (Malpas Hotel)	Hüseyin Yüksel (Özyüksel Podium)	Gaye Boyacı (Lemar Süpermarket)	Mehmet Akay (Akay Optik)	Salih Toros (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
Hayır	X	X	X	X	X	X		6
Evet							X	1

Tablo 6.12: Tesisin herhangi bir kurumun bayisi/temsilcisi olarak tasarlanıp tasarlanmadığına ilişkin döküm tablosu

Soru 10.1: Cevabınız evet ise hangi kurumun bayisi/temsilcisi olarak tasarlandığını belirtiniz?

Salih Toros: Toros Otomotiv binasının Opel bayisi olarak tasarlandığını ifade etmiştir.

Soru 11: Tesisin cephelerinde kullanılan malzemeyi (giydirmce cephe, taş kaplama, güneş kırıcıları, vitrin cam, kompozit panel v.b.) siz mi talep ettiniz?

Görüşülen kişi Seçenekler	Güliz Kaner (Kaner Grup Merkez Binası)	Mehmet Eziç (Eziç Premier)	Fahri Altınör (Malpas Hotel)	Hüseyin Yüksel (Özyüksel Podium)	Gaye Boyacı (Lemar Süpermarket)	Mehmet Akay (Akay Optik)	Salih Toros (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
Evet	X							1
Hayır		X			X			2
Birlikte karar verildi			X	X		X	X	4

Tablo 6.13: Tesisin görsel kimliğinde kullanılan malzemeye kimin karar verdiğine ilişkin döküm tablosu

Tesislerin cephelerinde kimin etkisinin olup olmadığı adına sorulan bu soruda,

Güliz Kaner, malzeme seçimini kendisinin yaptığını,

Mehmet Eziç ve Gaye Boyacı malzemenin mimarın seçimi olduğunu,

Fahri Altınör, Hüseyin Yüksel, Mehmet Akay ve Salih Toros mimar ile birlikte malzeme seçildiğini belirtmişlerdir.

6.3.4. Mimarların ikinci bölüm görüşme sorularının cevapları

Soru 1: Araştırmaya konu olan tesisin kullanım amacı nedir?

Görüşülen kişi Seçenekler	Ziya Necati Özkan (Kaner Grup Merkez Binası)	Ertuğ Ertuğrul (Eziç Premier)	Osman Sarper (Malpas Hotel)	Onur Özdeniz (Özyüksel Podium)	Soner Ersen (Lemar Süpermarket)	Ahmet Akbil (Akay Optik)	Kozan Uzunoglu (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
Büro	X							1
Karma Kullanım						X	X	2
Ticaret		X	X	X	X			4

Tablo 6.14: Tesisin kullanım amacına ilişkin döküm tablosu

Tesisin kullanım amacının ne olduğunu öğrenmek adına sorulan soruda, Ziya Necati Özkan, Kaner Grup merkez binasının büro, Ertuğ Ertuğrul, Eziç Premier binasının ticari, Osman Sarper, Malpas Hotel binasının ticari, Onur Özdeniz, Özyüksel Podium binasının ticari, Soner Ersen, Lemar Süpermarket binasının ticari, Ahmet Akbil, Akay Optik binasının karma kullanım ve Kozan Uzunoglu, Toros Otomotiv binasının karma kullanım amaçlı tasarlandığını belirtmişlerdir.

Soru 2: Tesisde yapmak istediğiniz görsel kimliği gerçekleştirebildiniz mi?

Görüşülen kişi Seçenekler	Ziya Necati Özkan (Kaner Grup Merkez Binası)	Ertuğ Ertuğrul (Eziç Premier)	Osman Sarper (Malpas Hotel)	Onur Özdeniz (Özyüksel Podium)	Soner Ersen (Lemar Süpermarket)	Ahmet Akbil (Akay Optik)	Kozan Uzunoglu (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
Evet	X	X	X	X	X	X		6
Hayır								0
Kısmen							X	1

Tablo 6.15: Mimarın yapmak istediği görsel kimliği gerçekleştirip gerçekleştirmediğine ilişkin döküm tablosu

Altı mimar yaptıkları tesisin görsel kimliğine ilişkin yapmak istediklerini yaptıklarını belirtmişlerdir. Kozan Uzunoğlu ise yapmak istediği görsel kimliği kısmen yapabildiğini belirtmiştir.

Soru 3: Binanın temsilinde müşteriye hatırlatan herhangi bir öge istenildi mi?

Görüşülen kişi Seçenekler	Ziya Necati Özkan (Kaner Grup Merkez Binası)	Ertuğ Ertuğrul (Eziç Premier)	Osman Sarper (Malpas Hotel)	Onur Özdeniz (Özyüksel Podium)	Soner Ersen (Lemar Süpermarket)	Ahmet Akbil (Akay Optik)	Kozan Uzunoğlu (Toro Otomotiv -Opel)	Sonuç
Hayır	X	X	X	X	X	X	X	7
Evet								0

Tablo 6.16: Mal sahibini temsil eden herhangi bir öge istenip istenmediğine ilişkin döküm tablosu

Mal sahiblerine de sorulan soruda; kendilerini temsil eden herhangi bir öge isteyip istemediği sorulmuştur. Mal sahiblerinin verdiği cevaplar doğrultusunda kurumlarını temsilen kullanacak malzeme, firma logosu ve binanın formu ile ilgili öge talepleri olduğunu belirtmişlerdir.

Soru 4: Tesis tasarlanırken tasarım ekibinde hangi uzmanlar yer aldı?

Görüşülen kişi Seçenekler	Ziya Necati Özkan (Kaner Grup Merkez Binası)	Ertuğ Ertuğrul (Eziç Premier)	Osman Sarper (Malpas Hotel)	Onur Özdeniz (Özyüksel Podium)	Soner Ersen (Lemar Süpermarket)	Ahmet Akbil (Akay Optik)	Kozan Uzunoğlu (Toro Otomotiv -Opel)	Sonuç
İnşaat, Elektrik, Makine Müh.	X	X	X	X	X	X	X	7
İç mimar		X	X					2
Peyzaj mimarı		X		X				2
Kontrol Mühendisi		X						1
Cephe kaplama ekibi						X		1

Tablo 6.17: Tasarım sürecinde hangi uzmanların yer aldığına ilişkin döküm tablosu

Yedi mimarın tümü tesislerin tasarım sürecinde inşaat, elektrik ve makine mühendislerinin yer aldığını belirtmişlerdir. Bunların dışında,

Ertuğ Ertuğrul: İç mimar, peyzaj mimarı ve kontrol mühendisinin,

Oaman Sarper: İç mimar,

Onur Özdeniz: Peyzaj mimarının,

Ahmet Akbil: Cephe kaplama ekibinin yer aldığını belirtmişlerdir.

Soru 5: Tasarım sürecinde işveren/müşteri mi, yetkili temsilcisi ile mi muhatap olundu?

Görüşülen kişi Seçenekler	Ziya Necati Özkan (Kaner Grup Merkez Binası)	Ertuğ Ertuğrul (Eziç Premier)	Osman Sarper (Malpas Hotel)	Onur Özdeniz (Özyüksel Podium)	Soner Ersen (Lemar Süpermarket)	Ahmet Akbil (Akay Optik)	Kozan Uzunoglu (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
Yetkili Temsilci								0
İşveren/Müşteri	X	X	X	X	X	X	X	7

Tablo 6.18: Tasarım sürecinde mal sahipleri ile bire bir muhatap olup olunmadığına ilişkin döküm tablosu

Mimarların hepsi tesisin tasarım sürecinde bire bir mal sahipleri ile muhatap olduklarını belirtmişlerdir.

Soru 6: Tesis herhangi bir kurumun bayisine yönelik mi tasarlandı?

Görüşülen kişi Seçenekler	Ziya Necati Özkan (Kaner Grup Merkez Binası)	Ertuğ Ertuğrul (Eziç Premier)	Osman Sarper (Malpas Hotel)	Onur Özdeniz (Özyüksel Podium)	Soner Ersen (Lemar Süpermarket)	Ahmet Akbil (Akay Optik)	Kozan Uzunoglu (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
Hayır	X	X	X	X	X	X		6
Evet							X	1

Tablo 6.19: Tesisin herhangi bir kurumun bayisi/temsilcisi olarak tasarlanıp tasarlanmadığına ilişkin döküm tablosu

Soru 6.1: Cevabınız evet ise hangi kurumun bayisi/temsilcisi olarak tasarlandığını belirtiniz?

Kozan Uzunoglu: Toros Otomotiv binasının Opel bayisi olarak tasarlandığını belirtmiştir.

Soru 7: Eğer tesis herhangi bir kurumun bayisi veya temsilcisi olarak tasarlandı ise kurumun görsel kimlik talebi mi takip edildi?

Görüşülen kişi Seçenekler	Ziya Necati Özkan (Kaner Grup Merkez Binası)	Ertuğ Ertuğrul (Eziç Premier)	Osman Sarper (Malpas Hotel)	Onur Özdeniz (Özyüksel Podium)	Soner Ersen (Lemar Süpermarket)	Ahmet Akbil (Akay Optik)	Kozan Uzunoglu (Toros Otomotiv -Opel)	Sonuç
Hayır	X	X	X	X	X	X		6
Evet							X	1

Tablo 6.20: Tesisin herhangi bir kurumun bayisi/temsilcisi olarak tasarlanmış ise kurumun görsel kimlik talebinin takip edilip edilmediğine ilişkin döküm tablosu

Kozan Uzunoglu: Toros Otomotiv'in Opel bayisi olarak tasarlandığından dolayı kurumun görsel kimlik talebinin takip edildiğini belirtmiştir.

Soru 8: Tesisin görsel kimliğinde kullanılan malzemeyi (giydirmce cephe, taş kaplama, güneş kırıcıları, vitrin cam, kompozit panel v.b.) siz mi talep ettiniz?

Görüşülen kişi Seçenekler	Ziya Necati Özkan (Kaner Grup Merkez Binası)	Ertuğ Ertuğrul (Eziç Premier)	Osman Sarper (Malpas Hotel)	Onur Özdeniz (Özyüksel Podium)	Soner Ersen (Lemar Süpermarket)	Ahmet Akbil (Akay Optik)	Kozan Uzunoğlu (Toro Otomotiv -Opel)	Sonuç
Evet	X	X						2
Hayır								0
Birlikte karar verildi			X	X	X	X	X	5

Tablo 6.21: Tesisde kullanılan malzemeye kimim karar verdiğine ilişkin döküm tablosu

Tesislerin cephelelerinde mal sahibinin mi yoksa mimarın mı etkisinin olup olmadığı sorusuna,

Ziya N. Özkan ve Ertuğ Ertuğrul malzeme/lerin kendi önerileri olduğunu, Osman Sarper, Onur Özdeniz, Soner Ersen, Ahmet Akbil ve Kozan Uzunoğlu ise mal sahibi ile birlikte seçildiğini ifade etmişlerdir.

6.4. Sonuçların değerlendirilmesi

Seçilen binaların mal sahiblerinin mimar tercihlerini yaparken 15-43 yıllık tecrübeli mimarlar tercih ettikleri gözlemlenmektedir. Yaptırılan binaların ise mimarlar tarafından üç tanesinin ticari, iki tanesinin karma kullanım, bir tanesinin ise büro amaçlı tasarlandığı görülmektedir. Mal sahiblerinin genişleme ve prestij amaçlı ihtiyaçtan dolayı yatırım yaptıkları görülmektedir. Yatırımlarında ise fonksiyonelliği ve temsili gücü önemsedikleri saptanmıştır. Binaların tasarım aşamasında mimarın birebir mal sahipleri ile muhatap olduğu görülmüştür. Mal sahiplerine tasarım sürecinde sizden başka biri yer aldı mı diye sorulduğunda ise başka kişilerin yer aldığını belirtmişlerdir. Mal sahiplerinin cevaplarındaki terslik kendilerini tamamen temsil eden birilerinin yer aldığı yönünde açıklanabilir. Mal sahiplerinin mimardan mutlaka taleplerde bulundukları görülmektedir. Tesislere bakıldığı zaman ise taleplerin mimarlar tarafından değerlendirilip uygulandığı görülmektedir.

- Kaner Grup Genel Merkez binasında Güliz Kaner'in binanın renk tercihinin yerine getirildiğini,

- Eziç Premier tesisinde Mehmet Eziç'in tesisin moderin bir mimaride olması ve tüm müşterilerinin denizi rahatlıkla görebilmesi,
- Malpas Otel'in Fahri Alınör'ün birçok otel odasının denizi görmesi,
- Özyüksel Podium'un Hüseyin Yüksel'in tesiste ürünlerin rahatça sergileneceği geniş cephenin olması,
- Lemar Süpermarket'in Gaye Boyacı'nın binanın renginin doğa ile uyumlu oluşu,
- Akay Optik Mehmet Akay'ın tesisin ön cephesinde showroomun öne çıkma isteğini,
- Toros Otomotiv'in Salih Toros'un tesisin yüksek olması isteminin gerçekleştiğini binaların görsel kimliklerine bakarak anlamak mümkündür.

BÖLÜM 7

SONUÇ

Tezin çıkış noktasını oluşturan “binanın görsel kimliğine kim karar veriyor?” sorusuna yanıt aranmıştır. Bu doğrultuda tez kapsamında kavramlara açıklık getirilmiş, bina kimliğine etki eden faktörlerin bina örnekleri ile daha iyi anlaşılması sağlanmış, aktörlerin yani mimar ve müşterinin ele alınarak detaylı bir şekilde mimarın çalışma alanlarına ve müşteri tiplerinin ne olduğuna değinilmiş, tasarım süreci detaylı bir şekilde irdelenmiş ve mimari ürünün biçimlenmesinde “mimar ve müşteri” etkilerinin incelenmesi adına alan çalışması yapılmıştır.

Yapılan araştırmada, konunun tüm hatlarıyla ele alınmasına, detaylı bir şekilde incelenmesine ve tezin akıcı bir dilde olmasına önem gösterilmiştir.

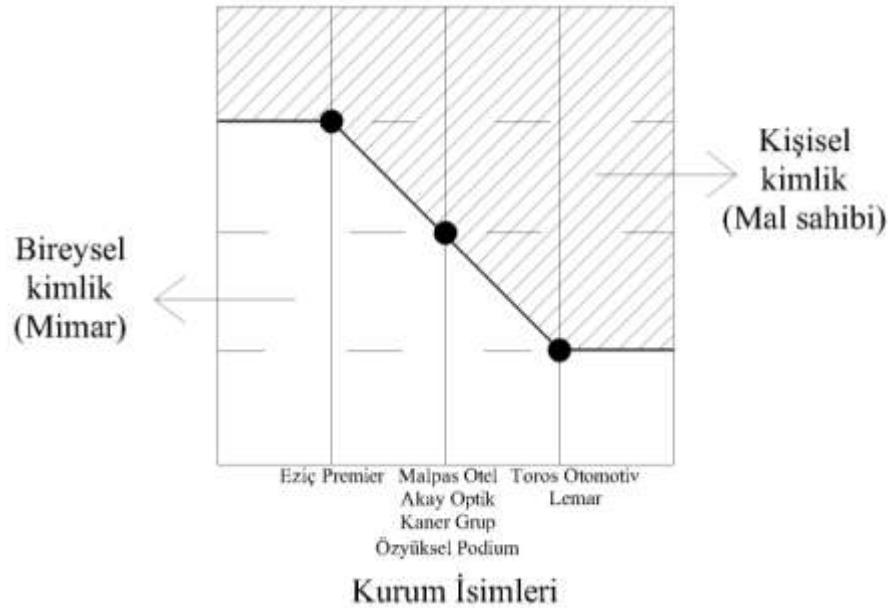
Bu kapsamında çalışmada 7 bölüm yer almıştır. İlk bölümde giriş verilirken, ikinci bölümde kavramlar, üçüncü bölümde binanın kimliğinin oluşumuna etki eden faktörler, dördüncü bölümde aktörler, beşinci bölümde tasarım sürecinde kimlik oluşumunun incelenmesi ile ilgili kuramsal çalışmalar verilmiştir. Altıncı bölümde ise mimari ürünün görsel kimliğinin belirlenmesinde “mimar ve işveren” etkilerinin incelenmesine yönelik alan çalışması yer almıştır. Son bölümü oluşturan yedinci bölümde ise sonuç yer almıştır.

Alan çalışması kapsamında mimari ürünün görsel kimliğinin belirlenmesinde mimar ve işveren etkileri tez içerisinde geçen Jan Assman’ın bireysel ve kişisel kimlik tanımı ele alınarak yorumlanmıştır. Assman’ın tanımından yola çıkılarak varılan sonuçta; kurum ve bina ilişkisi söz konusu olduğunda, tasarımı ortaya çıkaran mimar bireysel kimlik, işveren/mal sahibi/müşteri ise kişisel kimlik arayışındadır.

Kurumların, kurumsal kimlik standartlarının olması durumunda ise binaların görsel kimliğinde kurumun kimliğinin yani mal sahibinin kişisel kimliğinin ön planda olduğu görülmektedir.

Tezde yapılan görüşmeler sonucunda varılan noktada ise seçilen binaların KKTC’de kendi zincir ağına sahip firma olmalarından dolayı tesislerin görsel kimliğini belirlemede,

mimarların bireysel kimliklerinin ön plana çıktığı görülmüştür. Diğer yandan gelişmiş zincir ağına sahip olan Opel bayiliğine sahip Toros Otomotiv ve Lemar Süpermarket binasında, mal sahiblerinin kişisel kimliğinin ön plana çıktığı görülmektedir.



Şekil 7.1: Mimar ve mal sahiblerinin binalardaki bireysel ve kişisel kimlik oranları.

Bu çalışma, bu konu hakkında inceleme yapan araştırmacılara, mimarlara ve işverenlere yararlı olacaktır.

Daha sonra yapılacak çalışmalarda ise bu tezin kapsam ve sınırları genişletilerek mimari ürünün görsel kimliğinin belirlenmesinde “mimar ve müşteri” etkileri yanında yapım aşamasında görsel kimliğin değişime uğramasında “mimar ve mal sahibi” etkileri de ele alınabilir. Alan çalışması 7 adet bina ile sınırlı tutulmuştur, bina örnekleri çoğaltılarak geliştirilen çerçevede daha iyi sonuçlara ulaşılabilir.

KAYNAKLAR

- Acar, M. C. (2006). *Kamu Yapıları Üretiminde Yap-İşlet-Devret Modelinin İrdelenmesi - Havalimanı Terminal Binaları Örnekleme*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Akçay, A. Ö. (2006). *Mimari Kimlik Değişimini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma, Kıbrıs – Lefkoşa Örneği*. Doktora Tezi, İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Aksoy, E. (1975). *Mimarlıkta Tasarım İletim ve Denetim*. Mimari Tasarım Teorileri, Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- Aksu, Ö. (2007). *Yerel Kültür Ve Mimarlık İlişkisi: Cengiz Bektaş Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Alfabetik Genel Kültür Ansiklopedisi (1993). *Gelişim Hachette*. Interpress Basın ve Yayıncılık A.Ş.
- Alp, Ö. (2009). Uygulamalı Sanatlar Eğitiminde Tasarım, Yapı, İşlev, Estetik ve Algı Sorunu. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 6, Sayı 1, 48-39.
- And, M., Şenlik, E. ve Canak, E. (1981). *Kültürel Etkinlikler ve Büyük Kuruluşlar*. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Anderson, T. (2011), *Mimari Tasarım* (1. Baskı). (N. Şık, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Arabacı, B. (2010). *Müşteri Hizmetleri ve CRM*. İstanbul: Kumsaati Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Arslan, M. (2011). *Genel İşletme Ders Notları*. Birecik.
- Assmann, J. (2001). *Kültürel Bellek* (1. Baskı). (A. Tekin, Çev.), İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Ataç, B. (2006), *Mimari Biçimlenişte Yorum*. Yüksek Lisans Tezi. Trakya: Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Aybar, U., Başkaya, A. ve Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Mimarlık Bölümü 4. Sınıf Öğrencileri (2005). *Müstakil Toplu Konut Cephelerinde Farklı Malzeme Kullanım ve Farklı Yorumlarla Kimlik – Kimliksizlik ve Kişileştirme*. Ankara.
- Batuş, G. (2005). *Sözlü Kültürden Kitle Kültürüne Geçiş Sürecine Direnen Değerler*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.

- Bayazıt, N. (1994). *Endüstri Ürünlerinde ve Mimarlıkta Tasarlama Metodlarına Giriş* (1. Baskı). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Bayazıt, N. (2004). *Tasarlama Kuramları ve Metodları* (1. Baskı). İstanbul: Birsen Yayınevi.
- Beyhan, Ş. G. ve Ünügör, S. M. (2005). Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli. *İstanbul Teknik Üniversitesi Dergisi*, Cilt 4, Sayı 2, 79-87.
- Birkan, G. (2004). Çağımızın Don Kişotları: Mimarlar. *Ege Mimarlık Dergisi*, Sayı 49, Sy. 40-42.
- Birol, G. (2006). *Modern Mimarlığın Ortaya Çıkışı ve Gelişimi*. Balıkesir Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Mimarlık Bölümü.
- Birol, G. (2008). “Tarafo” mu, “Ev” mi? “Dekore Edilen” Tarafo Yapılarının Düşündürdükleri. Balıkesir Üniversitesi.
- Birol, G. (2005). *Mimariye Giriş Ders Notu*. Balıkesir Üniversitesi.
- Borden D., Elzanowski J., Lawrenz C., Miller D., Smith A. ve Taylor J. (2009). *Mimarlık*, İstanbul: NTV Yayınları.
- Bozkurt, G. (1996). *Türk Kimliği* (4. Baskı). Remzi Kitabevi.
- Çamaş, E. (2000). *Geçmişten Günümüze Kamu Yönetim – Belediye Hizmet Binalarının Mimari Değişimi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Çırak, M. (2008). *Mimaride Biçimin Görsel Etkisi: Tasarımcı Hedefi ve Kullanıcı Üzerinden Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Çotuksöken, B. (2004), “Özne Olarak Mimar”, *Mimarlık ve Felsefe* (2. Baskı). İstanbul: Yapı – Endüstri Merkezi Yayınları.
- Demir, M. (2006). *Otel İşletmelerinde Müşteri Memnuniyetinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir Alan Araştırması (Bartın İli Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirel, E. T. (2002). *Örgütsel Kültür*. Yüksek Lisans Seminer Çalışması. Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dönmez, E. (2006). *Türkiye’deki Kültürel Kimliğin Mimariye Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Devlet Planlama Teşkilatı (2007). *Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara.

- Eceoğlu, A. (2011). “Mimarlık Kavramında Farklı Bir Sembol; Zaha Hadid”. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, Özel Sayı, Cilt 2, 1087-1157.
- Ekinci, C. E. ve Ozan, S. S. (2006). *Yapı – Çevre ve İnsan – Mekan İlişkisi*. Coğrafi Bilgi Sistemleri Bilişim Günleri. İstanbul: Fatih Üniversitesi.
- Elçin, N. (2007). *Popüler Kültür – Mimarlık İlişkisinin Turizm Yapılarında İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ergun, D. (2000). *Kimlikler Kıskaçında Ulusal Kişilik* (1. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi Yayıncılık.
- Farrelly, F. (2011). *Mimarlığın Temelleri* (1. Baskı). (N. Şık, Çev.). Literatür Kitabevi.
- Genim, S. (2010). “İstanbul ve Mimari”. *Şehir ve Kültür İstanbul*. İstanbul: Ebru Matbaacılık A.Ş.
- Güler Ç. ve Çobanoğlu Z. (1994). *Sosyal Çevre* (1. Baskı). Ankara: Aydoğdu Ofset.
- Gümüş, E. (2007)., *Tasarım Süreci ve Bilgisayar*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Günçe, K., Ertürk S. ve Z. (2006). Gelenekten Günümüze Konut: Kıbrıs Örneği. *Yapı Dergisi*, Sayı 292, 76-82.
- Gür, Ş. Ö. (1996). *Mekan Örgütlenmesi*. Trabzon. Gür Yayıncılık.
- Gür, Ş. (2000). Modern ve Sonrası Mimarlık. *Tarihi Ders Notları*. Karadeniz Teknik Üniversitesi Yayınları.
- Güvenç, B. (1985). *Kültür Konusu ve Sorunlarımız*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hasol, D. (2008). *Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü* (10. Baskı). İstanbul: Yapı – Endüstri Merkezi Yayınları.
- İnceoğlu, M. ve N. (2004), *Mimarlıkta Söylemler, Kuram ve Uygulamalar*, İstanbul: Tasarım Yayın Grubu.
- İzgi, U. (1999), *Mimarlıkta Süreç Kavramlar İlişkiler* (1. Baskı), İstanbul, Yapı – Endüstri Merkezi Yayınları.
- Kancıoğlu, M. (2005), Çevresel İmaj, Kimlik ve Anlam Kapsamında Turizm Binalarına İlişkin Kullanıcı Değerlendirmeleri, *Uludağ Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi Dergisi*, Cilt 1, Sayı 2, 49-62.
- Kaplan, İ. (1983), *Türk-İsviçre Hukukunda Mimarlık Sözleşmesi ve Mimarın Sorumluluğu*, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

- Karaaslan, Ç. (2010). *Tarihi Kentlerde Kimliksizleşme Sorunu ve Bir Çözüm Yolu Olarak Kentsel Canlandırma Projeleri*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Kaya, B. Ü. (2006). Kurum Kimliği ve Kurumsal Tasarım, *Tasarım Kuram - Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Dergisi*, Sayı 4, 27-37.
- Köse, R. (2002). *Mimar ve Yapısı: Özne ve Nesne Etkileşimlerinin Doğası*. Yüksek Lisans Tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Kuban, D. (2002), *Mimarlık Kavramları* (6. Baskı), İstanbul: Yapı – Endüstri Merkezi Yayınları.
- MEGEP (Meslekî Eğitim Ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi) (2006), *Kişisel Gelişim – Girişimcilik*, Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı.
- Meydan Larousse (1992). *Büyük Lugat ve Ansiklopedi*. Sabah Gazetesi, Cilt 12-14.
- Nergis, F. (2005), *Minimalist Mekanların Tasarım Özellikleri ve Görsel Niteliklerinin Mimarlığın Bazı Temel Öğeleri Aracılığıyla Konut Tipolojisi Kapsamında İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Oğuz, G. P., Özyılmaz, H. ve Dağtekin, E. , Dicle Üniversitesi'nde Mimarlık Eğitimi, Uludağ Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi Dergisi, Cilt 13, Sayı 2, 2008.
- Ovalıoğlu, N. (2007), *Kurumlarda Kimlik ve İmaj Değişimi Süreci: Arçelik Firması Örneği*, Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öçal, H. (2008), *Isparta Kent Kimliğinde Modernizmin Yansımaları ve Modernizm Etkisindeki Konut Mimarisi*. Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Özcan, T. E. (2011). *Çok Uluslu Şirketlerde Stratejik Planlama*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: T.C. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdemir, E. (2010). Kimlik Kavramı ve Teorik Yaklaşımlar, *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*. Ankara. Cilt 8, Sayı 32, 9-29.
- Özek, V. (1980). *Mimarlık Gösterge ve Simge Eşik Aşamasının Belirlenmesi*. Doktora Tezi. Karadeniz Teknik Üniversitesi İnşaat ve Mimarlık Fakültesi. Trabzon: Karadeniz Gazetecilik ve Matbaacılık A. Ş.
- Özer, B. (2000). *Kültür, Sanat, Mimarlık* (3. Baskı). İstanbul: Yapı – Endüstri Merkezi Yayınları.
- Özgen, S. (2003), Ege Adaları'nda Mimari Kimliğin Yeri. *Yapı Dergisi*, Sayı 260, 69-73.

- Özgüven, B. M. (1996). *Toplum Bilimlerine Giriş* (5. Baskı). Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.
- Özkalp, E. (2005), *Sosyolojiye Giriş* (13. Baskı), Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.
- Özlem, D. (2000), *Kültür Bilimler ve Kültür Felsefesi* (4. Baskı). İzmir: İnkilâp Yayınları.
- Öztürk, G. (2006). Logonun Kurum Kimliği Üzerindeki Etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 9, 1-17,.
- Prof. Dr. Harun Batırbaygil (2013), *Kişisel Görüşme*, Lefkoşa.
- Rapoport, A. (2004), *Kültür-Mimarlık-Tasarım* (1. Baskı) (S. Batur, Çev.), İstanbul: Yapı – Endüstri Merkezi Yayınları.
- Roth, L. M. (2002), *Mimarlığın Öyküsü Öğeleri, Tarihi ve Anlamı* (2. Baskı). (E. Akça, Çev.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Sayın, C. (2012). “İşletmelerin Sınırlandırılması”. *İşletme İlkeleri*. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Seçilmişler, T., Akın, O. ve Koç E. (2007), *Sosyo-Kültürel Miras Sembollerinin Sürdürülebilirlik Bağlamında Geleceğe Taşınması: Akdeniz Örneği. Uluslararası Gazimağosa Sempozyumu*. KKTC/ Gazimağosa: Doğu Akdeniz Üniversitesi Yayınevi.
- Sevinç, U. (2006). *Mimari Cephede Dokusal Etkilerin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Sipahioğlu, V. (2006). *Teknolojik Anlatımın Aracı Olarak “Çelik Mimarlığı”*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Smith, P. (2005). *Kültürel Kuram* (1. Baskı). (İ. Gündoğdu, Çev.). İstanbul: Babil Yayınları.
- Şen, F. G. (2006). *Müşteri İsteklerindeki Değişikliklerin Proje Nitelikleri Üzerindeki Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Şentürer, A. (2004). “Estetik Bugün (ve Türkiye): Kötu Taklit, Gerçeklik, Yenilik”. *Etik-Estetik* (1. Baskı). İstanbul: Yapı – Endüstri Merkezi Yayınları.
- Şentürer, A. (2004). “Mimarlıkta Felsefe Nerede Duruyor?”. *Mimarlık ve Felsefe* (2. Baskı). İstanbul: Yapı – Endüstri Merkezi Yayınları.
- Şenyapılı, Ö. (1999). “Mimarlık (Yapılarının) Anlam (sızlığını) Beğeni (yormuyor?)”. *Mimar Anlam Beğeni* (1. Baskı). İstanbul: Yapı – Endüstri Merkezi Yayınları.

- Şenyiğit Ö. ve Altan İ. (2011). Anlamsal İfade Aracı Olan Cephelerin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Yaklaşım: İstanbul’da Meşrutiyet Caddesi’ndeki Cephelerin İncelenmesi. *Megaron Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Dergisi*, Cilt 6 , Sayı 3, 139.
- Tekeli, D. (2006). “Cumhuriyetin Binaları”. *Türkiye Mühendislik Haberleri*, Sayı 442-443, 30-63.
- Tokman, L. Y. (2012). *Şehircilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Türeyen, M. N. (2010). *Mimari Kişilik ve Kimlik*. İstanbul: Tasarım Yayın Grubu.
- Yalçınpınar, S. (2009). *Büro Binalarında Güç ve Prestij Unsurları*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Yılmaz, E. (2005). *Hukuk Sözlüğü* (9. Baskı). Ankara: Yetkin Yayınları.
- Yücel, A. (2004). “Mimarlık Nedir, Mimar Kimdir, (Felsefeye Nasıl Başvurur)?”. *Mimarlık ve Felsefe* (2. Baskı). İstanbul: Yapı – Endüstri Merkezi Yayınları.
- Yücel, E. (2005). *Canlılar ve Çevre*. Anadolu Üniversitesi.

İNTERNET KAYNAKLARI

bauarchitecture.files.wordpress.com (Erişim tarihi 16 Ekim 2012).

<http://academics.triton.edu/faculty/fheitzman/architecturalmethodology-C.html> (Erişim tarihi 17 Şubat 2014).

<http://aedesign.wordpress.com/2010/01/05/lloyd%E2%80%99s-building-london-united-kingdom/lloyds-building> (Erişim tarihi 25 Şubat 2013).

<http://brachablog.com/2011/02/trump-tower-donald-trump%E2%80%99s-signatureproject-offers-residents-the-epitome-of-new-york-luxury-apartment-living-3> (Erişim tarihi 27 Mart 2013).

<http://damadenegro.wordpress.com/2014/01/21/capilla-de-notre-dame-du-haut-ronchamp> (Erişim tarihi 17 Şubat 2014).

<http://davidcobbcraig.blogspot.com/2010/11/wauwatosawis.html> (Erişim tarihi 14 Şubat 2012).

<http://designtheorykje.wordpress.com/2012/11/08/lyon-saint-exupery-airport-railway-station> (Erişim tarihi 9 Ocak 2013).

<http://ekonomi.milliyet.com.tr/ikincimegakent/ekonomi/ekonomidetay/29.08.2012/1588064/default.htm> (Erişim tarihi 17 Şubat 2014).

http://en.wikipedia.org/wiki/Chrysler_Building (Erişim tarihi 9 Ocak 2013).

<http://erkanozseyhan.blogspot.com/2008/05/bmw-merkez-binas.html> (Erişim tarihi 10 Ocak 2013).

<http://flaglerlive.com/7359/gobi-desert-photo> (Erişim tarihi 19 Kasım 2012).

<http://indulgy.com/post/4CG9pvxGV1/dominus-winery-by-herzog-de-meuron-elevates-th> (Erişim tarihi 9 Ocak 2013).

<http://logoshistory.blogspot.com/2011/01/all-lacoste-logos.html> (Erişim tarihi 10 Ocak 2013).

<http://marhed.org.tr/mardin-resimleri> (Erişim tarihi 19 Kasım 2012).

<http://najmie99.blogspot.com/2012/11/pavilion-puur-at-fort-diemerdam.html> (Erişim tarihi 6 Mart 2013).

<http://noonjes.wordpress.com> (Erişim tarihi 12 Aralık 2012).

<http://peeep1.com/people/adolf-steiner> (Erişim tarihi 13 Aralık 2012).

http://photo.iennelopez.net/gallery2/main.php?g2_itemId=20819&g2_jsWarning=true (Erişim tarihi 13 Aralık 2012).

<http://tolgabey.blogspot.com/2010/05/roma-donemi.html> (Erişim tarihi 14 Aralık 2012).

http://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Dil_ve_Tarih_Co%C4%9Frafya_Fak%C3%BCltesi_Binas%C4%B1,_Ankara.jpg (Erişim tarihi 4 Mayıs 2013).

<http://trade.mar.cx/marlboro> (Erişim tarihi 10 Ocak 2013).

<http://v3.arkitera.com/g151-diktatorluk-ve-mimarlik.html?year=&aID=2735> (Erişim tarihi 16 Nisan 2012).

<http://v3.arkitera.com/v1/gununsorusu/2001/10/20.htm> (Erişim tarihi 17 şubat 2014).

<http://verenavogler.wordpress.com/page/4> (Erişim tarihi 9 Ocak 2013).

<http://www.airnewstimes.com/yunan-adalarina-vizesiz-gecis-aldatmacami-16089haberi.html> (Erişim tarihi 19 Aralık 2012).

<http://www.avfed.com/cevre-yasasi.php> (Erişim tarihi 14 Kasım 2012).

<http://www.cambridge2000.com/gallery/html/P73127480e.html> (Erişim tarihi 9 Ocak 2013).

<http://www.delinetciler.net/forum/dunya-tarihi/31998-kremlin-sarayi-vekizilmeydan.html> (Erişim tarihi 20 Eylül 2012).

<http://www.demokratikgenclikhareketi.org/felsefe/proleterya-dunya-goruuu-ve-metodolojisi-tarihsel-ve-di.html> (Erişim tarihi 7 Kasım 2012).

<http://www.ekonometrik.com/alt-yapiust-yapi-ve-iktisadi-yapi-kavramlari.html> (Erişim tarihi 7 Kasım 2012).

<http://www.elitehelicoptertours.com/wp-content/uploads/2012/05/photo-23.jpg> (Erişim tarihi 27 Mart 2013).

http://www.emlakhaberleri.com/emlak-haberleri/istanbul-buyuksehir-belediye-binasi-satiliyor_65203.html (Erişim tarihi 17 Nisan 2013).

<http://www.enteresan.com/haber/dunyanin-en-yaratıcı-tasarimina-sahipbinalari.3x4.4.1.html> (Erişim tarihi 27 Aralık 2012).

<http://www.felsefedersligi.com> (Erişim tarihi 30 Ekim 2012).

<http://www.fmartuklu.net/tarihi-bilgiler/181139-ziggurat-nedir-zigguratlar-yasaminhangi-alanlarinda-etkili-olmustur.html> (Erişim tarihi 13 Aralık 2012).

<http://www.geziantalya.com/tur.asp?TurADI=Konya%20%20Kapadokya%20Turu&id=55> (Erişim tarihi 19 Kasım 2012).

<http://www.gidasayfasi.com/haber-65-ulkelerin-barkod-numaralari.html> (Erişim tarihi 18 Eylül 2012).

<http://www.grupanya.com/istanbul/firsat/tursem-kaya-artemis-bayram> (Erişim tarihi 20 Eylül 2012).

http://www.koc.com.tr/enus/Media_Center/VisualGallery/Lists/Fotograf/Attachments/7/DSC_0004_5_6.jpg (Erişim tarihi 27 Mart 2013).

http://www.meb.gov.tr/aok/Aok_Kitaplar/AolKitaplar/isletme/2 (Erişim tarihi 24 Mayıs 2013).

<http://www.mimarkemalettinmahallesi.com/?Lang=TR&SyfNmb=2> (Erişim tarihi 8 Mayıs 2013).

<http://www.mmf.selcuk.edu.tr/mmfdergi/upload/sayi/33/95/67-78.htm> (Erişim tarihi 8 Mayıs 2013).

<http://www.nedirnedemek.com/kimliksizlik-nedir-kimliksizlik-ne-demek> (Erişim tarihi 17 Eylöl 2012).

http://www.peterbeers.net/interests/flw_rt/Oklahoma/Price_Tower/price_tower.htm (Erişim tarihi 25 şubat 2013).

<http://www.seyal.k12.tr/html> (Erişim tarihi 29 Kasım 2012).

<http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=404273&page=9> (Erişim tarihi 30 Ekim 2012).

<http://www.tatilmekan.net/safranbolu-tanitimi-ve-resim-galerisi> (Erişim tarihi 16 Ocak 2012).

<http://www.thefinancepages.co.uk/companies/starbucks-sales-tax-dodged/02553> (Erişim tarihi 10 Ocak 2013).

<http://www.tolgasevimmimarlik.com/tr/tasarim-sureci> (Erişim tarihi 19 Ocak 2014).

http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/followup_starbucks_rolls_out_new_identity.php (Erişim tarihi 10 Ocak 2013).

<http://www.ustunalsac.com/lang/en/mimarlik/mimarliktaanlamveanlatim/tasarimilkeleriduzenleme-yontemleri> (Erişim tarihi 13 Aralık 2012).

<http://www.ustunalsac.com/lang/tr/mimarlik/mimarlikta-anlam-ve-anlatim/mimarlikta-bicimler> (Erişim tarihi 28 Temmuz 2012).

<http://www.vgm.gov.tr/icerik-detay.aspx?Id=62> (Erişim tarihi 18 Nisan 2012).

<http://www.worldbuildingsdirectory.com/project.cfm?id=782> (Erişim tarihi 6 Mart 2013).

<http://www.wowhotels.com/wowkremlinpalace.asp?islem=fotogaleri&kategoriID=5> (Erişim tarihi 20 Eylöl 2012).

<http://www.yasamvesaglik.com/forum/turizm-gezi-doga-ve-sehir-rehberi/43433-artemis-tapinagi-nerede.htm> (Erişim tarihi 20 Eylöl 2012).

<http://www.kaner.net> (Erişim tarihi 24 Ocak 2014).

<http://www.eziconline.com/tr> (Erişim tarihi 24 Ocak 2014).

<http://www.malpashotel.com/tr/altinor-group.html> (Erişim tarihi 24 Ocak 2014).

<http://www.ozyukselmobilya.com/kurumsal.html> (Erişim tarihi 24 Ocak 2014).

http://www.levent.com/web/faaliyet_alanlari.php (Erişim tarihi 24 Ocak 2014).

<http://www.akayoptic.com/companyprofile.php> (Erişim tarihi 24 Ocak 2014).

<http://www.torosoto.com> (Erişim tarihi 25 Nisan 2012).

Ek 1: Mimarların görüşme formu

**TASARIM SÜRECİNDE GÖRSEL KİMLİĞE ETKİ EDEN FAKTÖRLERİN
İNCELENMESİ ÜZERİNE BİR ALAN ÇALIŞMASI**

Bu anket, Yakın Doğu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı Yapı Bilgisi Yüksek Lisans Programı öğrencisi Mimar Bahire Karataş'ın Tez Danışmanı Harun Batırbaygil ile yürütülmekte olan tez kapsamında Tasarım sürecinde görsel kimliğe etki eden faktörlerin incelenmesi üzerine bir alan çalışmasıdır.

Katılımcı bilgileri, yapılan görüşmeler ve anket formları gizli tutulacak ve bu çalışmada istatistiksel sonuçları kullanılacaktır.

1. Bölümde anket formuna katılan kişilerin erişim bilgileri ve çalışma alanlarını belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır.

2. Bölümde ise Tasarım sürecinde görsel kimliğe etki eden faktörlerin incelenmesi üzerine genel amaçlı ve çoktan seçmeli sorular yer almaktadır.

Sonuç olarak yapılan bu alan çalışması, tasarım sürecinde görsel kimliğe etki eden faktörlerin incelenmesi amacıyla hazırlanmıştır.

Bu çalışmaya göstermiş olduğunuz katkıdan dolayı teşekkür eder. Çalışmalarınızda başarılar dilerim.

Saygılarımla.

Bahire Karataş

Mimar

Bilgi almak için ulaşılabilecek kişiler;

Tez Danışmanı Prof. Dr. Harun Batırbaygil : XXXX XXX XX XX

Genel Sorular

1. Adınız ve Soyadınız

.....

2. Ne kadar zamandır tasarımcılıkla uğraşıyorsunuz?

- a. 1-5 yıl
- b. 5-10 yıl
- c. 10-20 yıl
- d. Diğer

3. İşyerinizde kaç kişi çalışıyor?

- a. 0-3
- b. 4-7
- c. 8-10
- d. 10' dan fazla

4. Yapı faaliyetlerinde bulunuyor musunuz?

- a. Evet
- b. Hayır

5. Genelde hangi tip yapılar tasarlıyorsunuz?

- a. Konut
- b. Büro
- c. Karma kullanım
- d. Ticaret

6. En son yaptığınız tasarım çalışmasını ne zaman yaptınız?

.....

7. Tasarladığınız tesisin alanı veya büyüklüğü ne idi?

.....

TEZ KAPSAMINDA MAL SAHİBLERİNE AİT OLAN BİNANIN RESMİ EKLENMİŞTİR.

Konu ile İlgili Sorular

1. Araştırmaya konu olan tesisin kullanım amacı nedir?
 - a. Konut
 - b. Büro
 - c. Karma kullanım
 - d. Ticaret
2. Tesisde yapmak istediğiniz görsel kimliği gerçekleştirebildiniz mi?
 - a. Hayır
 - b. Evet
 - c. Kısmen
3. Binanın temsilinde müşteriyi hatırlatan herhangi bir öge istenildi mi? Cevabınız evet ise ne istenildiğini kısaca belirtir misiniz?
 - a. Hayır
 - b. Evet.....
4. Tesis tasarlanırken tasarım ekibinde hangi uzmanlar yer aldı? Aşağıdaki seçeneklerden işaretleyiniz.
 - a. İnşaat Mühendisi
 - b. Elektrik Mühendisi
 - c. Makine Mühendisi
 - d. Diğer
(Belirtiniz).....
5. Tasarım sürecinde işveren/müşteri mi, yetkili temsilcisi ile mi muhatap olundu?
 - a. İşveren/Müşteri
 - b. Yetkili Temsilci

6. Tesis herhangi bir kurumun bayisi veya temsilcisi olarak mı tasarlandı?
- a. Hayır
 - b. Evet
7. Eğer tesis herhangi bir kurumun bayisi veya temsilcisi olarak tasarlandı ise kurumun görsel kimlik talebi mi takip edildi? Cevabınız evet ise görsel kimlik talebi nedir kısaca belirtir misiniz?
- a. Hayır
 - b. Evet.....
8. Tesisin görsel kimliğinde kullanılan malzemeyi (giydirme cephe, taş kaplama, güneş kırıcıları, vitrin cam, kompozit panel v.b.) siz mi önerdiniz?
- a. Evet ben önerdim.
 - b. Hayır müşterinin talebi.
 - c. Birlikte karar verildi.

Ek 2: Mal sahiblerinin görüşme formu.

**TASARIM SÜRECİNDE GÖRSEL KİMLİĞE ETKİ EDEN FAKTÖRLERİN
İNCELENMESİ ÜZERİNE BİR ALAN ÇALIŞMASI**

Bu anket, Yakın Doğu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı Yapı Bilgisi Yüksek Lisans Programı öğrencisi Mimar Bahire Karataş'ın Tez Danışmanı Harun Batırbaygil ile yürütülmekte olan tez kapsamında Tasarım sürecinde görsel kimliğe etki eden faktörlerin incelenmesi üzerine bir alan çalışmasıdır.

Katılımcı bilgileri, yapılan görüşmeler ve anket formları gizli tutulacak ve bu çalışmada istatistiksel sonuçları kullanılacaktır.

1. Bölümde anket formuna katılan kişilerin erişim bilgileri ve çalışma alanlarını belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır.
2. Bölümde ise Tasarım sürecinde görsel kimliğe etki eden faktörlerin incelenmesi üzerine genel amaçlı ve çoktan seçmeli sorular yer almaktadır.

Sonuç olarak yapılan bu alan çalışması, tasarım sürecinde görsel kimliğe etki eden faktörlerin incelenmesi amacıyla hazırlanmıştır.

Bu çalışmaya göstermiş olduğunuz katkıdan dolayı teşekkür eder. Çalışmalarınızda başarılar dilerim.

Saygılarımla.

Bahire Karataş

Mimar

Bilgi almak için ulaşılabilecek kişiler;

Tez Danışmanı Prof. Dr. Harun Batırbaygil : XXXX XXX XX XX

Genel Sorular

1. Adınız ve Soyadınız

.....

2. Ne kadar zamandır bu işi yapıyorsunuz?

- a. 1-5 yıl
- b. 5-10 yıl
- c. 10-20 yıl
- d. Diğer

3. İşyerinizde kaç kişi çalıştırıyorsunuz?

- a. 0-9
- b. 10-49
- c. 50-249
- d. 250-1999
- e. 2000' den fazla

4. İş kolunuz nedir?

- a. ...
- b. ...

**TEZ KAPSAMINDA TASARIMLARI MİMARLARA AİT OLAN
BİNANIN RESMİ EKLENMİŞTİR.**

Konu ile İlgili Sorular

1. Yaptırdığınız tesis hangi ihtiyaçtan doğdu? Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.
 - a. İlk yatırım
 - b. Genişleme
 - c. Prestij
2. Tesis yaptırdığınızdaki ön plana çıkarmak istediğiniz özellik ne oldu?
 - a. Fonksiyonel olması
 - b. Temsil gücü için
 - c. Her ikisi birden
3. Yaptırdığınız tesisde çalıştırdığınız/çalıştıracığınız kişi sayısı nedir?
 - a. 0-9
 - b. 10-49
 - c. 50-249
 - d. 250-1999
 - e. 2000' den fazla
4. Mimardan tesisin görsel kimliğine ilişkin talebiniz oldu mu? Yanıtınız evet ise ne olduğunu kısaca açıkla mısınız?
 - a. Hayır
 - b. Evet
5. Tesisin görsel kimliğiyle ilgili isteklerinizin tamamen yerine getirildiğini düşünüyor musunuz? Yanıtınız evet ise neler olduğunu kısaca açıkla mısınız?
 - a. Hayır
 - b. Evet.....

6. Tesisin tasarım aşamasında sizi temsil eden, binada olmasını istediğiniz herhangi bir görsel öge talep ettiniz mi? Cevabınız evet ise ne talep ettiniz açıklarmısınız?
- a. Hayır
- b. Evet
7. Tesisin görsel kimliği açısından sizin önemsedığınız bir form gerçekleşti mi? Cevabınız hayır ise neden gerçekleşmediğini kısaca açıklar mısınız?
- a. Evet
- b. Hayır.....
8. Tesisin tasarım sürecinde birebir siz mi yer aldınız?
- a. Evet
- b. Hayır
9. Tesisinizin tasarım sürecinde sizi/kurumunuzu temsilen herhangi bir kişi yer aldı mı? Cevabınız evet ise kimin yer aldığını belirtir misiniz?
- a. Hayır
- b. Evet.....
10. Tesis herhangi bir kurumun bayisi veya temsilcisi olarak mı tasarlandı?
- c. Hayır
- d. Evet
11. Tesisin cephelerinde kullanılan malzemeyi (giydirmce cephe, taş kaplama, güneş kırıcıları, vitrin cam, kompozit panel v.b.) siz mi talep ettiniz?
- d. Evet
- e. Hayır