



**KÜRESELLEŞME MİMARLIK İLİŞKİSİ VE UZAKDOĞU
UYGULAMALARI**

Emine OĞUZ

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
MİMARLIK ANA BİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

HAZİRAN 2019

Emine OĞUZ tarafından hazırlanan “KÜRESELLEŞME MİMARLIK İLİŞKİSİ VE UZAKDOĞU UYGULAMALARI” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Gazi Üniversitesi MİMARLIK Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Prof. Dr. Nazan KIRCI

Mimarlık Ana Bilim Dalı, Gazi Üniversitesi

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

.....

Başkan: Dr. Adnan AKSU

Mimarlık Ana Bilim Dalı, Gazi Üniversitesi

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

.....

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Emel ÖZCANLI AKIN

Mimarlık Ana Bilim Dalı, Atılım Üniversitesi

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

.....

Tez Savunma Tarihi: 24/06/2019

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

.....

Prof. Dr. Sena YAŞYERLİ

Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

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

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

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

Emine OĞUZ
24/06/2019

KÜRESELLEŞME MİMARLIK İLİŞKİSİ VE UZAKDOĞU UYGULAMALARI

(Yüksek Lisans Tezi)

Emine OĞUZ

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Haziran 2019

ÖZET

1990'lı yılların sonlarında internet erişiminin tüm dünyaya açılması ve küresel sermayenin Batı'dan Uzakdoğu'ya kayması ile birlikte küreselleşme karşı konulamaz bir hız kazanmıştır. Ülkeler arasındaki sınırların kaybolduğu, tüm dünyanın görünmez ağlar ile birbirine bağlandığı bu süreçte, Uzakdoğu şehirleri Avrupa şehirlerinin köklü tarihi karakterlerine kıyasla, Batılı marka mimarlık ofisleri için bir tabula rasa olmuş ve mimarlık alanında çarpıcı bir dönüşüm yaşanmasına ortam hazırlamıştır. Bu çalışma kapsamında da birinci bölümünde küreselleşmenin tarihsel süreçteki tanımlamalarına ilişkin literatür taraması yapılmış ve küreselleşmenin mimarlık ile olan ilişkisinin tarihsel gelişimi sorgulanmıştır. İkinci bölümde mimarlık alanında etkili olan küreselleşme hareketleri, Modernizm milat noktası kabul edilerek; Modernizm öncesi, Modernizm ve Modernizm sonrası olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir. Modernizm sonrasında, küreselleşme alanında yaşanan hızlı sıçrama ile mimarlık literatürüne giren yeni mimarlık terimlerine yer verilmiştir. Çalışmanın sonraki bölümünde; Avrupa veya Amerika merkezli, farklı kıtalarda ikonik işlere imza atan, dünya çapında star kimliği kazanmış mimarlara ait ofisler seçilmiş ve mimarlığın ticarileşmesinde ve küreselleşmesindeki etkileri irdelenmiştir. Çalışmanın dördüncü bölümünde, küresel mimarlık ortamının baş aktörleri olarak kabul edilen marka ofislerin, 1980'li yılların sonundan günümüze kadar Uzakdoğu'da tasarlamış oldukları ikonik projeler küreselleşme bağlamında incelenmiştir. Ekonomik, kültürel, sosyal etkileri ile küreselleşmenin hissedildiği Uzakdoğu'da, mimarlıkta bu sistemin önemli bir parçası olarak ele alınmıştır. Yeni mimarinin deney alanı olan bölgede bilinçli bir tercih olarak kamu ya da özel sektör tarafından bu tür yapıların sipariş verildiği, bu projelerle bölgenin güçlü bir şekilde dönüştürüldüğü, benzer projeler için de çekim yaratıldığı ortaya konulmuştur.

Bilim Kodu : 80107

Anahtar Kelimeler : Küreselleşme, Markalaşma, Sermaye, Postmodernizm
Starmimarlar, İkonik Mimarlık, Bilbao etkisi, Küresel Mimarlık
Ofisleri, Uzakdoğu, Manhattanizm

Sayfa Adedi : 155

Danışman : Prof. Dr. Nazan KIRCI

GLOBALISATION ARCHITECTURE RELATIONSHIP AND FAR EAST APPLICATIONS

(M. Sc. Thesis)

Emine OĞUZ

GAZİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF NATURAL AND APPLIED SCIENCES

June 2019

ABSTRACT

In the late 1990s, with global access to the world and shifting the global capital from the West to the Far East, globalisation gained an irresistible speed. The boundaries between countries have disappeared and the whole world is connected with invisible networks. In this process, Far East cities have become a tabula rasa for Western brand architecture offices compared to the deep-rooted characters of European cities and they have prepared a dramatic transformation in the field of architecture. Within the scope of this study, in the first part, literature review on the definition of globalisation in historical process has been made and the historical development of the relation of globalisation with architecture has been questioned. In the second chapter, Modernism is accepted as the milestone point and the globalisation movements which are effective in the field of architecture are examined under three headings: pre-modernism period, Modernism period and post modernism. Also in this section, the new architectural terms which entered into the architectural literature with the rapid leap in the field of globalisation after Modernism were explained in order to better define today's global architecture environment. In the next part of the study; European and American based, iconic works on different continents, the offices of architects who have gained a worldwide star identity were selected and their effects on the commercialization and globalisation of architecture were examined. In the fourth part of the study, the iconic projects designed by the brand offices as the main actors of the global architecture environment in the Far East from the late 1980s to the present are examined in the context of globalisation. In the Far East, which is the test area of the new architecture, it has been seen that these structures are ordered as a conscious choice by the public or private sector, and this situation has been strongly transformed in these areas. It turned out that these projects made an attraction for similar projects.

Science Code : 80107

Key Words : Globalisation, Branding, Capital, Postmodernism, Starchitects, Iconic Architecture, Bilbao Effect, Global Architecture Brands, Far East, Manhattanism

Page Number : 155

Supervisor : Prof. Dr. Nazan KIRCI

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam boyunca engin bilgisini, sevgisini, güvenini benden esirgemeyen, sabırla ve içtenlikle her zaman destek olan, değerli zamanını benimle paylaşan danışman hocam sayın Prof. Dr. Nazan KIRCI'ya, varlıkları ile bana her zaman güç veren, maddi ve manevi her zaman yanımda olan annem Perihan OĞUZ ve babam Adnan OĞUZ'a çok teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLERİN LİSTESİ	xi
RESİMLERİN LİSTESİ	xii
HARİTALARIN LİSTESİ.....	xv
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	xvi
1. GİRİŞ.....	1
2. KÜRESELLEŞME VE UZAKDOĞU	5
2.1. Ekonomik, Kültürel ve Teknolojik Boyutları	9
2.2. Küreselleşme ve Markalaşma	15
2.3. Küreselleşme ve Uzakdoğu Pazarı.....	27
3. MİMARLIKTAKİ ULUSLARARASI HAREKETLİLİKLER VE KÜRESEL MİMARLIK	37
3.1. Modernizm Öncesi Hareketlilikler.....	37
3.2. Modernizm ve Uluslararası Çalışmalar.....	42
3.3. Küresel Mimarlık Ortamı	48
3.3.1. Postmodernizm.....	51
3.3.2. Süpermodernizm	52
3.4. Küresel Marka Mimarlık Ofisleri.....	63
3.4.1. Rem Koolhaas ve OMA	69

Sayfa

3.4.2. Norman Foster ve Foster+Partners	72
3.4.3. Zaha Hadid ve Zaha Hadid Architects	74
3.4.4. Renzo Piano ve RPBW	77
3.4.5. Herzog & de Meuron	80
3.5.6. SOM / Skidmore, Owings & Merrill.....	81
4. KÜRESEL MARKA MİMARLIK OFİSLERİNİN UZAKDOĞU UYGULAMALARI	83
4.1. Çin.....	83
4.1.1. Herzog & de Meuron / Pekin Olimpiyat Stadyumu.....	92
4.1.2. OMA / CCTV Genel Merkezi.....	94
4.1.3. OMA / Jin Mao Kulesi.....	96
4.1.4. Zaha Hadid Architects / Guangzhou Opera Binası	97
4.1.5. Zaha Hadid Architects / Galaxy SOHO	98
4.1.6.Foster+Partners / Fosun Vakfı Genel Merkezi	99
4.1.7. Foster+Partners / Pekin Uluslararası Havaalanı.....	100
4.1.8. SOM / Poly Genel Merkezi.....	101
4.1.9. SOM / Çin Dünya Ticaret Merkezi.....	102
4.1.10. SOM / Poly Uluslararası Plaza.....	103
4.1.11. SOM / Pearl Nehri Kulesi	104
4.2. Japonya.....	105
4.2.1. RPBW / Maison Hermes	107
4.2.2. RPBW / Ushibuka Köprüsü	108
4.2.3. RPBW / Kansai Havaalanı	109
4.2.4. OMA/Nexus World Housing	109

Sayfa

4.2.5. Herzog & de Meuron / Prada Tokyo.....	110
4.2.6. Herzog & de Meuron / Miu Miu Aoyama	112
4.2.7. Foster+Partners / Milenyum Kulesi	113
4.2.8. Foster + Partners / Yüzyıl Kulesi.....	114
4.2.9. SOM / Tokyo Midtown.....	115
4.3.Singapur	116
4.3.1. OMA / The Interlace	117
4.4. Güney Kore	118
4.4.1. Zaha Hadid Architects / Dongdaemun Tasarım Merkezi	119
4.4.2. SOM / 63 Building.....	120
4.4.3. Foster+Partners / Daweoo-Elektrik Genel Merkezi.....	121
4.5. Hong Kong.....	122
4.5.1. SOM / 535 Kulesi	124
4.5.2. Zaha Hadid Architects / Jokey Klubü İnovasyon Kulesi.....	124
4.5.3. Foster + Partners / Hong Kong Uluslararası Havalimanı	125
4.6. Tayvan.....	126
4.6.1. OMA/ Taipei Sahne Sanatları Merkezi.....	127
4.6.2. RPBW / Fubon Kulesi.....	128
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	131
KAYNAKLAR	139
ÖZGEÇMİŞ	155

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 3.1. Küresel Mimarlık Ofisleri Uzakdoğu Projeleri Sayısal Analizi-1.....	68
Çizelge 3.2. Küresel Mimarlık Ofisleri Uzakdoğu Projeleri Sayısal Analizi-2.....	68

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 2.1. Çalışma Alanı olarak seçilen Uzakdoğu Bölgesi.....	27
Şekil 3.1. Delirious New York Kapak Tasarımı	58
Şekil 3.2. OMA'nın Dünya Çapındaki Ofisleri: Rotterdam / New York / Doha / Dubai / Hong Kong / Pekin / Avustralya	69
Şekil 3.3. OMA'nın Dünya Çapındaki Projeleri.....	70
Şekil 3.4. Foster+Partners Ofisleri: Londra / New York / San Francisco / Madrid / Abu Dabi Dubai / Şangay / Pekin / Hong Kong / Singapur / Sidney / Bangkok / Buenos Aires.....	73
Şekil 3.5. Zaha Hadid Architects'in Küresel Çalışmaları.....	75
Şekil 3.6. Zaha Hadid Architects Ofisleri: Londra / Pekin	76
Şekil 3.7. Renzo Piano Building Workshop Ofisleri: New York / Cenova / Paris.....	78
Şekil 3.8. Herzog & de Meuron Ofisleri: Basel / Berlin / Londra / New York / Hong Kong	81
Şekil 3.9. SOM Ofisleri: New York / Chicago / San Francisco / Los Angeles / Washington Londra / Hong Kong / Şangay / Dubai / Mumbai.....	82
Şekil 4.1. Pearl River Delta Bölgesi-19/10/1979, Pekin, Çin.....	88
Şekil 4.2. Pear River Delta Bölgesi-10/01/2003, Pekin, Çin	89
Şekil 4.3. Güney Kore Gece Görüntüsü / 24 Eylül 2012.....	119

RESİMLERİN LİSTESİ

Resim	Sayfa
Resim 2.1. (a)New York-Times Meydanı, (b) Shinjuku,Tokyo.....	20
Resim 3.1. Tokyo Imperial Otel, Japonya, 1915-1925.....	39
Resim 3.2. Jiyu Gakuen Girls’ School, Tokyo, Japonya, 1921	39
Resim 3.3. Chandigarh Meclis Binası, Chandigarh, Hindistan	41
Resim 3.4. Bauhaus Okulu, Deseau.....	45
Resim 3.5. Guggenheim Müzesi, Bilbao, İspanya.....	55
Resim 3.6. Shenzhen 2019, Pearl River Delta, Çin	60
Resim 3.7. Guangzhou 2019, Pearl River Delta, Çin	60
Resim 3.8. (a) Zhuhai-1990, (b)Zhuhai-2016.....	61
Resim 3.9. Zhuhai 1990-2019, Zhuhai, Çin.....	62
Resim 3.10. (a, b, c) Zaha Hadid’in Lüks Markalar ile Yaptığı İş birliği Örnekleri	66
Resim 3.11. (a, b) Zaha Hadid Architects-Stuart Weitzman İş birliği, Milan	66
Resim 3.12. (a, b) Herzog & de Meuron / Prada ve Miu Miu İş birliği, Tokyo	67
Resim 3.13. (a, b) Prada Invites / Herzog & de Meuron ve Rem Koolhaas	67
Resim 4.1. Herzog & de Meuron / Pekin Olimpiyat Stadyumu, Pekin	92
Resim 4.2. OMA / CCTV Genel Merkezi, Pekin	94
Resim 4.3. OMA / CCTV Genel Merkezi, Pekin	95
Resim 4.4. OMA / Jin Mao Kulesi, Şanghay.....	96
Resim 4.5. Zaha Hadid Architects / Guangzhou Opera Binası, Guangzhou	97
Resim 4.6. Zaha Hadid Architects / Galaxy SOHO, Pekin.	98
Resim 4.7. Foster+Partners / Fosun Vakfı Genel Merkezi, Şanghay.	99
Resim 4.8. Foster+Partners / Pekin Uluslararası Havaalanı, Pekin.	100
Resim 4.9. SOM / Poly Genel Merkezi	101

Resim	Sayfa
Resim 4.10. SOM / Çin Dünya Ticaret Merkezi, Pekin	102
Resim 4.11. SOM / Poly Uluslararası Plaza, Pekin	103
Resim 4.12. SOM / Pearl Nehri Kulesi, Guangzhou	104
Resim 4.13. Tokyo'nun Son 70 Yılda Geçirdiği Değişim.....	106
Resim 4.14. RPBW /Maison Hermes, Tokyo	107
Resim 4.15. Renzo Piano / Ushibuka Köprüsü.....	108
Resim 4.16. Renzo Piano / Kansai Havaalanı.....	109
Resim 4.17. OMA / Nexus World Housing, Fukuoka.....	110
Resim 4.18. Herzog & de Meuron / Prada, Tokyo	111
Resim 4.19. Herzog & de Meuron / Miu Miu Aoyama, Tokyo.....	112
Resim 4.20. Foster+Partners /Milenyum Kulesi, Tokyo	113
Resim 4.21. Foster+Partners /Yüzyıl Kulesi, Tokyo	114
Resim 4.22. SOM / Tokyo Midtown, Tokyo.	115
Resim 4.23. OMA / The Interlace, Singapur	117
Resim 4.24. Seul'ün Yıllar içerisindeki Değişimi, Güney Kore.....	118
Resim 4.25. Zaha Hadid Architects / Dongdaemun Tasarım Merkezi	120
Resim 4.26. SOM / 63 Building, Seul	121
Resim 4.27. Foster+Partners / Daweoo Elektrik Genel Merkezi.....	121
Resim 4.28. Hong Kong Silueti, Victoria Tepesi	123
Resim 4.29. SOM / 535 Kulesi, Hong Kong	124
Resim 4.30. Zaha Hadid Architects / Jokey Klubü İnovasyon Kulesi, Hong Kong.....	125
Resim 4.31. Foster+Partners / Hong Kong Uluslararası Havalimanı	126
Resim 4.32. OMA / Taipei Sahne Sanatları Merkezi, Taipei	127

Resim**Sayfa**

Resim 4.33. RPBW / Fubon Kulesi, Taipei	129
---	-----

HARİTALARIN LİSTESİ

Harita	Sayfa
Harita 4.1 Çin Pearl River Delta Bölgesi'ndeki Kentsel Alanlar.	86
Harita 4.2. Çin Pearl River Delta Bölgesi'ndeki Kentsel Alan Nüfusu.....	87

SİMGELER VE KISALTMALAR

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

Kısaltmalar

Açıklamalar

AA	Architectural Association
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AMO	Architectural Media Office
CCTV	Close Circuit Television
COED	The City of Exacerbated Difference
CTBUH	Council on Tall Buildings and Urban Habitat
CWED	The City With Exacerbated Difference
GM	General Motors
HDM	Herzog & de Meuron
IMF	International Money Fund
LEED	Leadership in Energy and Environmental Design
MIT	Massachusetts Institute of Technology
MoMA	The Museum of Modern Art
NASA	National Aeronautics and Space Administration
OMA	Office for Metropolitan Architecture
POLYU	The Hong Kong Polytechnic University
RIBA	Royal Institute of British Architects
RPBW	Renzo Piano Building Workshop
SOM	Skidmore, Owings and Merrill
TDK	Türk Dil Kurumu
ZHA	Zaha Hadid Architects

1. GİRİŞ

Çağlar boyunca insanoğlu yeni yerler, coğrafyalar keşfetmeyi, öğrenmeyi, üretmeyi, ticaret yapmayı arzulamış ve imkanları yettiği ölçüde bunları farklı şekillerde deneyimlemiştir. İlkel dönemden günümüze kadar sürekli hareket halinde olan ve teknolojinin gelişimiyle birlikte hareket çapı genişleyen, hız kazanan insanlık için tüm dünya erişilebilir, deneyimlenebilir bir hale gelmiştir. Bu süreçte yer ve el değiştiren meta, tüm meslek sınıflarının farklı coğrafyalarda aktif olmasına imkân sağlamış ve uluslararası alanda yapılan işleri tanımlamak için koyulan isimler zamana bağlı olarak sürekli değişmiştir.

Küreselleşme, yukarıda tanımlanan çerçeve ile ilintili olarak günümüzde vardığımız noktayı temsilen kullanılan bir kavramdır. Ekonomik, teknolojik, kültürel, toplumsal boyutları ve etkileri ile geniş olarak irdelenmekte ve tartışılmakta olan küreselleşmenin, mimarlık alanını da etkilemesi kaçınılmazdır. Günümüzde mimarlık ve şehircilik alanında tartışılan birçok konunun, küreselleşme ile bağı bulunmaktadır.

Tüm dünyanın sanal ağlar ile sarmalandığı bir çağda küreselleşmenin etkilerinin ulaşmadığı bir noktadan söz etmek olası görünmemektedir. Yüzyıllar boyunca kapalı kapı politikası izleyen Uzakdoğu ülkelerinin ekonomik olarak dünyaya açılması başka bir deyişle küresel ağa katılması ve uzun yıllar batılı devletlerin sömürgesi olan bazı Uzakdoğu ülkelerinin, II. Dünya Savaşı sonrasında sömürgecilik faaliyetlerinin bitmesiyle birlikte özerkliklerini kazanması sonucunda, küreselleşme için yeni bir pazar alanı doğmuştur. Bu ortamla küresel büyük sermaye sahiplerinin, sermaye ve kar odaklı yapılanma beklentileri karşılanmıştır. Esasen, Batı coğrafyasının mimarlık ortamında da önemli etkiler bırakan küreselleşmenin Uzakdoğu'ya sıçraması ile bölgenin çehresi dramatik bir şekilde değişmiştir. Kapitalizm tarafından şekillendirilen Uzakdoğu'da yaşanan süreç incelendiğinde mimarlığın bu sürecin hem aracı hem de sonuç ürünü olduğu düşünülebilir.

Bu çalışmada, küreselleşmenin ekonomik, kültürel, toplumsal etkilerine referanslar vererek mimarlık ortamının Modernizm sonrasında geçirdiği dönüşümün üzerindeki etkisini vurgulamak, küresel mimarlığın yeni deney alanı haline gelen Uzakdoğu şehirlerinin geçirdiği dönüşümlerin kentler ve mimari ürün ölçeğinden (makro ve mikro) değerlendirilmesini yapmak ve tüm bu incelemeler ışığında 21. yüzyıl mimarlığının geldiği

noktanın kavranabilmesine ışık tutmak amaçlanmaktadır. Çalışmada öncelikle ekonomik, kültürel ve toplumsal etkileri ile küreselleşmenin kavramsal temelini ne olduğu ve dünyada neleri değiştirdiği, olumlu ve olumsuz görüşlerin tümüne referanslar verilerek incelenmiştir.

Küreselleşmenin mimarlığa etkisinden söz edebilmek için, öncelikle tarihsel süreç içerisindeki uluslararası, sınır ötesi mimari çalışmalara değinilmesinin, durumun yorumlanması için referans oluşturacağı düşüncesi ile yola çıkılmıştır. Mimarlık alanında yaşanan Uluslararası hareketliliklere, Modernizm öncesi, Modernizm Dönemi uygulamaları Küresel Mimarlık Dönemi olarak tanımlanan Modern ardı süreç ve mimarlık literatürüne giren yeni mimarlık kavramlar tanıtılmıştır.

Finans sektörü tarafından domino edilen küreselleşme döneminin ekonomik ve sosyolojik boyutlarının belirlenebilmesi için meta, tüketim kültürü, markalaşma ve marka değeri gibi kavramlara yer verilmiştir. Öncelikle Batı’da görülmeye başlayan tüketim kültürünün ve markalaşma stratejilerinin Uzakdoğu’ya sıçraması, küreselleşmenin sonuçlarından biri olarak görülmüştür. Doksanlı yıllar öncesinde ekonomik olarak Batıya kapalı bir coğrafya olan Uzakdoğu’nun, serbest piyasa ekonomisine geçişle birlikte, küresel sermayenin çekim merkezi haline gelmesi ve bu süreçte küresel mimarlığın deney ve uygulama alanı olarak ön plana çıkması dikkat çekici bir gelişme olarak görülüp, araştırma alanı olarak seçilmiştir. Sermaye sahiplerinin çıkarlarını ve maksimum kârlılık-kazanç ilkesini benimseyen bu sistemde, kentler devasa tüketim alanlarına dönüşmüştür. Küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan markalaşma stratejilerinin mimarlık ve kentleşme üzerinde bıraktığı etkiler, tüketim kültürü ve serbest piyasa ekonomisinin, sermaye yararını gözetken karlılık prensibi üzerinden ele alınmıştır.

Ticari rekabetin çok sert koşullarda hüküm sürdüğü ortamın ikonik yapı taleplerini karşılayan star mimarlar ve küresel marka mimarlık ofisleri çalışma kapsamında araştırılmıştır. Tüketim ve kâr odaklı sisteme dahil olan; ‘star’, ‘marka’ mimar kimliğine sahip, kurucu ve/veya ortaklı küresel mimarlık ofisleri olarak tanımlanan grup içerisinde, Uzakdoğu’da önemli sayıda ve nitelikte iş yapan, Avrupa ve Amerika merkezli ana ofislerinin dışında araştırma alanı olarak seçilen Uzakdoğu bölgesinde kardeş ofisleri bulunan küresel mimarlık ofislerinin, çalışma alanında tasarlamış oldukları projelerin sayısal analizleri yapılmış ve SOM, OMA, Zaha Hadid Architects, Foster+Partners, Renzo Piano Yapı Atölyesi ve Herzog & de Meuron bu çalışma kapsamı için seçilmiştir.

Seçilen Küresel Mimarlık Ofislerinin Uzakdoğu’da yaptığı projeler üzerinde yapılan sayısal analizler sonucunda Çin, Japonya, Güney Kore, Hong Kong, Singapur ve Tayvan alışma alanı olarak belirlenmiştir. Küresel mimarlık ürünlerin sayıca az olduğu ülkeler, çalışma alanı dışında bırakılmıştır. Belirlenen lkeler bazında, yukarıda sözü edilen kriterlere göre seçilen ofislerin projeleri tanıtılmış, sonuç bölümünde bu uygulamaların ve küreselleşmenin yere ve mimarlığa etkileri tartışılmıştır.

Çalışmanın başlangıcında küreselleşme ve Uzakdoğu’nun pazar alanı olma durumu ve küreselleşme marka ilişkisi tartışılmıştır. Bunun için öncelikle;

- Küreselleşmenin ne olduğu tanımlanmış, Küreselleşmenin ortaya çıkışında etkili olan ekonomik, kültürel, toplumsal altyapının belirlenmesi amacıyla bir literatür taraması yapılmıştır.
- Yapılan literatür taramasında, konunun tarafsız bir gözle ele alınabilmesi için, küreselleşme ve etkileri konusundaki olumlu ve olumsuz görüşlere birlikte yer verilmiştir. Küreselleşme sonrasında dünyanın değişen ekonomik, kültürel, teknolojik yapısına değinilmiştir.
- Küreselleşme ve marka ilişkisi, tüketim kültürü bağlamında ele alınmıştır.
- Küreselleşmenin son dönemlerde uzandığı bir coğrafya olarak Uzakdoğu lkelerinin küreselleşme öncesi ve sonrası dönemleri; ekonomik, kültürel ve toplumsal boyutta ele alınmıştır.

Küreselleşmenin Uzakdoğu’daki mimarlık uygulamalarındaki etkileri incelemeden önce, küreselleşmenin mimarlıkla ilişkisini ortaya koymak üzere, mimarlık alanındaki uluslararası hareketliliklere ve üretilen yeni kavramlara, mimarlığın marka ve star kavramlarına yer verilmiştir.

Bunun için sırası ile;

- Yapılan literatür taramasında, son dönemlerde özellikle 1990 yılına referans verilerek tanımlanan küreselleşme kavramının aslında, tarihsel bir gelişim sürecinin sonuç ürünü olduğu ortaya kmıştır. Küreselleşme kavramının mimarlıkla ilişkisini kurarken de benzer

şekilde, küresel mimarlık döneminin temellerinin çok daha önceden atılmış olduğu düşüncesi ile yola çıkılmıştır. Bu bakış açısı ile Modernizm öncesi ve Modernizm döneminde mimarlık alanında yaşanan uluslararası hareketlere değinilmiştir.

- Postmodernizm ile başlayan ve Süpermodernizm ile devam eden Küresel Mimarlık dönemi, küreselleşme ve markalaşma ile mimarlık literatürüne giren Bilbao etkisi, İkonik Mimarlık ve Star mimarlık kavramları üzerinden tanımlanmıştır.
- Küreselleşme ile hayatlarımıza daha da derinden giren marka kavramının mimarlık alanındaki yansımaları olarak Star mimar kimliğine sahip mimarlar tarafından kurulmuş, dünya çapında tanınan marka olan ve Uzakdoğu’da yoğun bir iş hacmi bulunan Avrupa ve Amerika merkezli ofislerin belirlenmesine yönelik analiz çalışması yapılmıştır.
- Bu analizler sonucunda SOM, OMA, Zaha Hadid Architects, Foster+Partners, Renzo Piano Yapı Atölyesi ve Herzog& de Meuron *Küresel Marka Mimarlık Ofisleri* olarak belirlenmiştir. Starmimarlara ait olan bu mimarlık ofisleri; çok uluslu şirket yapılanmaları, ofis çalışanlarının etnik çeşitliliği, Uzakdoğu’da tasarladıkları projelerin yoğunluğu ve fonksiyonel çeşitliliği, çalışma bölgesinde yer alan kardeş ofisleri, çalışanların ve star ortakların küresel seyahat etkinliği gibi konular bağlamında incelenmiştir.
- Seçilen küresel mimarlık ofislerin Uzakdoğu bölgesinde yapmış olduğu çalışmalarda yapılan sayısal analizler sonucunda Çin, Japonya, Güney Kore, Hong Kong, Singapur ve Tayvan çalışma alanı olarak belirlenmiştir. Tez kapsamında belirlenen Batı merkezli Küresel Mimarlık Ofislerine ait çalışmaların sayıca az olduğu ülkeler çalışma alanı dışında bırakılmıştır.
- Son olarak küresel marka değeri kazanan bu ofislerin seçilen Uzakdoğu ülkelerinde tasarlamış oldukları birçok farklı fonksiyondaki yapı form, fonksiyon, küreselleşme ve ikonik değerleri bağlamında incelenmiştir.

2. KÜRESELLEŞME VE UZAKDOĞU

Küreselleşme, Uluslararası Para Fonu (IMF) tarafından “sınırlar arası ticaret, mal, sermaye ve teknoloji transferinin artmasından dolayı ulusların dünya ölçeğinde artan ekonomik özgürlüğü” olarak tanımlanmıştır (IMF, 1997). Giddens ise küreselleşmeyi, uzak bölgelerde meydana gelen yerel olayların, kilometrelerce uzakta meydana gelen olaylar ile şekillenecek şekilde bağlayan, dünya çapındaki sosyal ilişkilerin yoğunlaşması olarak tanımlanmaktadır (Giddens, 1991: 64). Giddens ayrıca temelleri ekonomiye dayanan bu süreçle birlikte, dünyanın topyekûn değişeceğini ve zamanla tüm ülkelerin bu durumdan etkileneceğini öngörmüştür (Giddens, 2000, 21-28).

Jürgen Habermas küreselleşmeyi dünya çapında ticaret ve üretim genişlemesinin, emtia ve finans piyasalarının, modanın, medya ve bilgisayar programlarının, haber ve iletişim ağlarının, ulaştırma sistemlerinin ve göç akışlarının, büyük ölçekli teknolojinin yarattığı risklerin, organize suç ve terör örgütlerinin yanı sıra çevresel zarar ve salgınların kümülatif süreçleri olarak tanımlamaktadır. Habermas, emperyalizm, enternasyonalizm ve kültürler, ekonomiler arasındaki diğer değişim biçimlerinin yüzyıllar boyunca devam eden bir geçmişi olmasına karşın küreselleşmenin tüm bunlardan farklı etki, derinlik ve genişliğe sahip olduğunu savunmaktadır (Habermas, 1996: 17).

Kuban’a göre küreselleşme; dünya genelinde rekabetçi kapitalizmin yerini finans kapitale bırakması sonucunda ortaya çıkan, şirketlerin rekabet etmediği, anlaşmalar yoluyla birleşerek büyüdüğü ve tekelleştiği bir tür ekonomik örgütlenmedir. Çoğu zaman küreselleşme Batı dünyasının bir komplosu olarak düşünülmüş olmakla birlikte, ekonomik bariyerlerin kalkması olarak da tanımlanabilmektedir (Kuban, 2000: 78). Kuban’ın küreselleşme tanımına paralel olarak, Lenin; “rekabetçi kapitalizm” den “tekelci kapitalizm”e geçişi, çağdaş kapitalizmde yaşanan dönüşüm olarak tanımlamıştır. Lenin, büyük endüstriyel firmaların, büyük bankalar ile birleşmesi sonucunda endüstrinin az sayıda firmanın egemenliği altına girmek zorunda kaldığını ve tekelleşen bu şirketlerin, devlet üzerinde nüfuz sahibi olduğunu savunmaktadır (Heinrich, 2016: 244).

Küreselleşmeyi ulusal sınırları aşan, yoğun, kapsamlı ve karşılıklı bir bağlılık ağı olarak tanımlayan Yeates, zaman içerisinde bu küresel ağda iletişim hızında yaşanan artışın

sonucunda coğrafi sınırların aşıldığını ve tüm dünyanın küresel bir köye dönüştüğünü savunmaktadır (Yeates, 2002; 629).

Küreselleşme, anlamı, içeriği ve boyutları hakkında farklı bakış açılarını ifade eden düşünürlerin tanımlarında küreselleşmenin başlangıcı içinde farklı tarihler verilmektedir. Bu farklılıklar da küreselleşmenin tanımlanış biçimine bağlı olarak ortaya koyulmuştur. Küreselleşmenin algılanış ve yorumlanış biçimlerini geniş bir dönem çerçevesinden bakarak inceleyen Koray, “*Reel Küreselleşme ve Küreselleşmenin Realitesi*” isimli makalesinde, küreselleşmeyi dört temel grup altında incelemektedir. Bunlar;

- Teknolojik/ekonomik gelişmelere bağlayanlar,
- Kapitalizmin yeni bir evresi olarak görenler,
- Liberal-çoğulcu anlayışla Modernizm sonrasında farklılaşan kültürün bir sonucu olarak değerlendirenler,
- Uluslararası ilişkiler sistemindeki değişikliklerle ilişkilendirenlerdir (Koray, 2005: 14).

Koray’ın oluşturduğu sisteme göre; küreselleşmeyi teknolojik gelişmelere bağlayan grup için küreselleşme günümüze ait bir kavram olarak kabul görmektedir. Küreselleşmeyi ekonomide yaşanan değişiklikler ve Modernizm sonrası farklılaşan kültürel yapıya bağlayan grup için ise, küreselleşme çok daha geniş bir dönemi ilgilendiren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Küreselleşmenin yeni bir terim olmadığını, yaklaşık beş yüz yıllık bir geçmişe sahip olduğunu savunan Talas’a göre ise küreselleşme eğilimi coğrafi keşifler ile başlamış ve Afrika’nın köleleştirilmesi, yerelliğin yok edilişi, sanayi devrimi ve ulus devletlerin doğuşu ile gelişen yeni bir ekonomik yapının evrensel yayılımı ile günümüze ulaşmıştır (Talas, 2007: 151). Küreselleşmenin yüzyıllara dayanan bir geçmişi olduğunun düşünen Sosyolog Kızılcıçelik, küreselleşmenin 15. Yüzyıl sonunda Avrupa’da doğduğunu ve 19. Yüzyıl sonuna kadar birçok bölgeye yayıldığını, günümüzde ise tüm dünyayı etkisi altına aldığını belirtmektedir (Kızılcıçelik 2004: 9).

Küreselleşmenin tarihsel gelişimine yönelik yapılan bir diğer çalışmada, Orta Çağ’dan bu yana birçok küreselleşme dalgasının yaşandığı ileri sürülmüştür. Uygun’a göre birinci

küreselleşme dalgası, Batı Avrupa’da kapalı tarım ekonomisinden, ticari kapitalizme geçiş ile yaşanmıştır ve bu süreçte ulus-devletler ortaya çıkmıştır. İkinci Küreselleşme dalgası ise sanayi devrimi ile birlikte gelen emperyalizmle sonuçlanmıştır. 20. yüzyılın sonunda teknoloji alanında yaşanan gelişmeler ile birlikte dünyanın, üçüncü küreselleşme dalgasının etkisine girdiği savunulmaktadır (Uygun, 2001: 152).

Küreselleşmeyi çok boyutlu bir süreç olarak yorumlayan ve yalnızca teknolojik/ekonomik gelişmelerin bir sonucu olarak kabul edenlere karşı bir duruş sergileyen Clark, küreselleşmenin; tüm dünyayı etkisi altına alan II. Dünya Savaşı ve sonrasında yaşanan depresyon ve Batılılaşma hareketleri gibi olaylar etkisinde geliştiğini savunmaktadır (Clark, 2000: 25). Eğilmez’e göre ise 1990 sonrasında Sovyetler Birliği’nin dağılma sürecine girmesi ile birlikte ortaya çıktığı kabul edilen küreselleşme olgusu, kapitalist sistem ve kültürünün tüm dünyaya egemen olması olarak tanımlanmaktadır (Eğilmez, 2018: 149).

Robert Adam, küreselleşmenin dünya sahnesine çıkış sürecini İkinci Dünya Savaşı’nda yaşanan soykırım ve sonrasında yaşanan depresyon dönemine bağlamaktadır. Adam’a göre, savaş sonrasında dünyaya egemen olan Batılı güçler, dünya ekonomisinin ve insanlığın refahının artık ulus-devletlerin inisiyatifine bırakılmaması gerektiğine karar vermiştir. IMF ve Dünya Bankası’nın Bretton Woods sözleşmesinde oluşturulması, Birleşmiş Milletlerin kurulması ve İnsan Hakları Bildirgesinin ilan edilmesi 1944-1948 arasında küresel bir ekonomi ve küresel politik felsefenin kurumsal çerçevesinin kurulmasını sağlamıştır. Batının Aydınlanma ilkelerine dayanan bu adımlar ile küreselleşmenin temeli atılmıştır (Adam, 2008).

Yeates’da Adam ile benzer şekilde, küreselleşmenin İkinci Dünya Savaşı sonrasında yaşanan Soğuk Savaş döneminin bitişi ile popüler bir söyleme dönüştüğünü belirtmektedir. Yeates’e göre, Berlin Duvarı’nın yıkılması ve 1989’da Sovyet bloğunun sona ermesi ile birlikte ABD Başkanı George Bush’un “yeni dünya düzeni” olarak ilan ettiği dönem küreselleşme çağıının habercisi olmuştur (Yeates, 2002: 631).

IMF’nin çöken Rus ekonomisine serbest piyasa sistemini getirmesinin ardından Hindistan ve Çin kendi istekleri doğrultusunda serbest piyasa ekonomisine geçmiştir (Stiglitz, 2002: 29). Sermaye hareketlerinin tüm dünyada serbest hale gelmesini savunan bu sistem ile birlikte, sermaye Amerika’dan Uzakdoğu’ya kadar geniş bir alanda kendi çıkarları

doğrultusunda hareket edebilmiştir. Ekonomi alanında yaşanan bu serbestleşme politikası kapitalizmi küresel ekonomik bir sistem haline getirmiş ve bu ekonomik sistem toplumsal yapının da dönüşmesine sebep olmuştur. Kapitalizmin doğduğu Batı dünyasının kültürü, modası, sanatı küresel popüler kültürün tüketim alanını oluşturmuştur (Eğilmez, 2018: 149). Adam’a göre bu serbest piyasa ekonomisi, ABD tarafından teşvik edilen ve genellikle Amerikan tarzı liberal demokrasi ya da “özgürlük” ile politik olarak bağlantılı olan Kuzey-Atlantik ekonomik sistemidir (Adam, 2008: 74-78). Serbest piyasa ekonomisinin Amerika tarafından teşvik edilen bir sistem olması, Amerikan emperyalizmi olarak yorumlanmasına sebep olabilmektedir. Fakat emperyalizmin aksine serbest piyasa ekonomisi, liberal bir sistemdir ve uluslar arasındaki mal, ticaret trafiğinin başlaması bu liberal yapılanmanın bir sonucudur. Şirketlerin birleştiği ve tekelleştiği bu sistem ile tüm dünya çok uluslu şirketlerin pazarı haline gelmiştir.

Küreselleşme konusunda uzman bir yönetim stratejisti olan Kenichi Ohmae, 1990 yılında yayınlanan “*Sınırsız Dünya: Küresel Pazarda Güç ve Strateji*” isimli kitabında son dönemde teknolojiye yaşanan yeniliklerin toplumların etkileşimini arttırmanın yanı sıra üretim sistemlerinde de dönüşüme neden olduğunu ve bu yeni üretim sistemlerinin ekonomide yarattığı etkiler sonucunda piyasaların küreselleşme yoluna girdiği görüşünü savunmaktadır. Fordist üretim sisteminden Post-fordist üretime geçilmesi ile birlikte emek-sermaye arasındaki dengelerin değişmesi (Ohmae, 1990: 19), en yüksek getiriyi kovalayan sermayenin ulus-devlet sınırlarını aşma eğilimi (Heinrich, 2016: 244), piyasaların küreselleşmesine neden olurken, küresel şirketleri bu sistemin en önemli yapıtaşı haline getirmiştir. Ohmae’nin küresel şirket tanımlaması ile Lenin’in tekelci kapitalizm terimi altında tanımladığı tekelleşmiş şirketlerin benzer niteliklere sahip olduğu görülmektedir. Heinrich’e göre tekelleşmiş şirketlerin kendi ülkelerinde yeterli değerlendirme olanağı bulamamaları sonucunda, diğer ülkelere meta ve sermaye ihracı zorunluluğu ile karşılaşmakta ve sermaye ihracı sonucunda Batılı ülkelerin burjuvazisi diğer ülkelerin artık değerlerine el koymaktadır (Heinrich, 2016: 245).

Küresel şirketlerin dünya çapında izlemiş olduğu bu yayılmacı politikayı, Harvey, Fordist birikim rejiminin aşırı birikim sorunu (Harvey, 1996: 211), sonucunda ortaya çıkan iktisadi krizler ile açıklamaktadır. Heinrich, bu krizleri kapitalist bir ekonomik sistemde üretilen çok sayıda metanın artık satılabilir olmaması olarak tanımlamaktadır (Heinrich, 2016: 191). I. Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıktığı kabul edilen Fordist üretim sistemi ile birlikte iç

pazarları doygunluğa ulaşan ve ellerindeki fazla ürünler için ihracat pazarları aramak zorunda kalan Batılı ülkeler yeni birikim merkezleri arama yoluna gitmiştir. Mekânsal kaydırma olarak tanımlanan ve sermaye-emek fazlasının coğrafi yayılım içinde emilmesini sağlayan bu sistemde rekabet gücü bulunmayan Üçüncü Dünya ülkeleri Fordist sistemin yeni birikim merkezleri olarak seçilmiş fakat Fordist üretim sistemlerinin bu bölgelerde zaman içerisinde olgunlaşması ile birlikte rekabet gücü yüksek birikim merkezleri haline gelmişlerdir. Çin gibi ülkelerde Batı sermayesinin yerleşmesine karşı direnç gösterilirken, Hong Kong, Singapur ve Tayvan’da sisteme dahil olunması için ekstra çaba gösterilmiştir (Harvey, 1996; 167 -213).

2.1. Ekonomik, Kültürel ve Teknolojik Boyutları

Ekonomide ve üretim sistemlerinde yaşanan dönüşümler ile yakından ilişkilendirilen küreselleşmenin kültürel ve toplumsal boyutları bir diğer önemli araştırma alanıdır. Talas, bu bağlamda küreselleşmeyi bir kültür ürünü olarak kabul etmekte ve kültürün de küreselleşmeden etkilenererek değişime uğradığını savunmaktadır (Talas, 2004: 242).

Bayhan, 1992 yılında yaptığı çalışmada kültürel küreselleşmenin medya aracılığı ile arttığını savunmaktadır. Bayhan’ın doksanlı yılların başında yaptığı nicel araştırmalara göre radyo 38 yılda, televizyon 13 yılda, bilgisayar 16 yılda, internet ise 4 yılda 50 milyon kişiye ulaşmıştır (Bayhan, 1992: 199). Bu tez kapsamında dünyanın küresel sanal ağlar ile birbirine bağlanması olarak tanımladığımız internetin ilk 4 yılda 50 milyon kişiye ulaşmasının altındaki başarı, küreselleşmenin son kırk yılda hayatın tüm alanlarına nüfuz edebilmiş olmasına açıklık getirmektedir.

Kültürel küreselleşmenin, bilişim sistemlerine hâkim olan ülkeler tarafından yönlendirildiğini ifade eden Bayhan ile ABD’nin kitle kültürü yaratma konusundaki üstünlüğünün sonucunda herkesin aynı potada kaynaştığını savunan Kazgan’ın görüşleri birbirini desteklemektedir. ABD kültürünün diğer ülkelerin kültürlerini Amerikanlaştırması küreselleşmenin doğal bir sonucu olmuştur (Kazgan, 2000: 50). ABD’nin küreselleşmeyi domino eden esas güç olarak görülmesi o kadar baskın bir görüştür ki ABD eski Dışişleri Bakanı Henry A. Kissinger, 1999 yılında Trinity College’da yaptığı “*Globalisation and World Order*” konuşmasında küreselleşmenin Amerikan egemenliğinden başka bir şey

olmadığını ifade etmiştir. Kissinger’e göre Amerikan müziği, sineması, yazılımları, yeme-içme-moda kültürü tüm dünyada arzulanan, aranan bir hal almıştır ve günümüzde tüm dünyada erişilebilir hale gelmiştir (Kissinger, 1999).

Yerel kültürlerin Amerikan popüler tüketim ürünleri aracılığıyla pasifize edilmesini, geleneksel-yerel mimarlığın ve şehirciliğin Amerika şehirlerinin mimari imgeleri ile donatılması takip etmiştir. Ortadoğu’da ve Uzakdoğu’da gelişmekte olan birçok kentin silüetinde Manhattan izlerinin görülebilmesi, küreselleşmenin bir nevi Amerikanlaşma olarak tanımlanmasını doğrular niteliktedir. Küreselleşmenin gelişmekte olan ülkelerde son kırk yılda bıraktığı izler mimarlık dünyasını derinden etkilemiştir. Amerikanlaşma ile eş tutulan küreselleşmenin Uzakdoğu ülkelerinde ve sermaye güdümünde şekillenen küresel mimarlık piyasalarında yarattığı sirkülasyon hızı bu tezin oluşumunda etkili olmuştur.

Sosyolog Peter Berger, 1997 yılında yayınlanan küreselleşmenin sosyolojik boyutunu ele alan *Four Faces of Global Culture* adlı makalesinde, küreselleşme teriminin dört farklı yüzünden bahsetmekte ve bu kültürel yüzler üzerinden incelemeler yapmaktadır:

- Davos Culture /Davos Kültürü
- Faculty Club Culture / Akademisyen Klüp Kültürü
- McworldCulture / Popüler Kültür
- EvangelicalProtestantism / Toplumsal Dini Hareketler

“Davos Culture” olarak tanımladığı ilk yüzde “yuppie” hayat tarzını benimsemiş bir elit kültüründen bahsetmekteyken; “Faculty Club Culture” olarak tanımladığı ikinci yüzde küreselleşmeyi, vakıflar, küresel haberleşme ağları, sivil toplum kuruluşları ve çok uluslu örgütler gibi oluşumların unsuru olan bir kültür biçiminde aktarmaktadır. Çevrecilik ve feminizm faaliyetlerini “Faculty Club Culture” olarak tanımladığı bu yüz içerisinde değerlendirmektedir. “Mc World Culture” deyiminin atası Benjamin Barber olmasına rağmen, bu deymi Barber’den ödünç alan Berger, üçüncü kültürel yüzü açıklarken; Amerikan damgalı popüler kültür nesnelerinin ve ürünlerinin tüm dünyada tüketilmesinden söz etmektedir. Eylemde; yer ve zaman fark etmeksizin simgesel olarak Amerika ile özdeşleşmiş popüler nesnelerin tüketimine yönelik faaliyetlerin varlığı, “Mc World Culture” yüzünün en önemli özelliği olarak görülen bir yansımadır. Örneğin; Amerikan

üniversitelerinin sembollerini ve amblemlerini taşıyan jean ve t-shirtlerin giyilmesi, kırtasiye ürünlerinin kullanılması, Amerikan, Talk Show, TV dizileri ve filmlerinin seyredilmesi, Hollywood yıldızlarının Pakistan'ın herhangi bir köyündeki kahvenin duvarını süslemesi veya Amerikan fast foodlarının tüketilmesi açıkça bu yüzün etkilerinin sonuçları olarak ortaya çıkmaktadır. Berger'in tanımlamalarının dördüncü yüzü olan "Evangelical Protestantism" yüzünde ise Evanjelist Protestanlık öğretisinin bir sonucu olarak ortaya çıkan çoğulculuk, pazar ekonomisi ve demokrasi yanlısı bir söylemin, birçok ülkeye dayatıldığından söz edilmektedir. Başta Latin Amerika ülkeleri olmak üzere, Doğu Asya ülkeleri, Filipinler, Güney Pasifik, Afrika ve Doğu Avrupa ülkeleri gibi büyük bir coğrafyayı kapsar nitelikte ve yaygın bir biçimde empoze edildiği anlatılmaktadır (Berger, 1997).

Berger'in McWorld Culture teorisini, "*Toplumların McDonaldlaştırılması*" isimli kitabında McDonaldlaştırma terimi altında inceleyen Ritzer, Amerikan fast-foodlarının temelinde yatan ilkelerin önce Amerikan toplumunda daha sonra tüm dünyada egemen kültür haline geldiğine dikkat çekmektedir. Zaman içerisinde yemek endüstrisi dışında eğitim, iş, ticaret, sağlık, aile, toplum, seyahat v.b gibi birçok alanı etkisi altına alan McDonaldlaştırma, dünyanın etkilere kapalı görünen birçok bölgesine yayılmıştır (Ritzer, 2011: 23).

Uğur Tanyeli, hiçbir ülkenin küresel dolaşıma aynı oranda katılmadığı gerekçesi ile küreselleşme kavramını ve onun tek dünya hayalini eleştirmektedir. Hatta Afganistan gibi, bu küresel ağın dışında kalma konusunda kararlı ve coğrafi olarak terk edilmiş az sayıda ülkenin olduğunu, küreselleşmenin karşı durulabilecek bir akım değil, Süpermodern dünyanın güncel hali olduğunu ileri sürmektedir (Tanyeli, 2001).

Kitlesele göç üzerine çalışmalar yapan Michel Agier, sermayenin, metaların ve imgelerin küreselleşmesinden sonra sıranın insanlığın küreselleşmesine geldiğini ve önümüzdeki kırk yıl içerisinde bir milyar kişinin daha yurdundan ayrılarak, yersizleşeceğini öngörmektedir (Agier, 2011: 95). David Harvey'e göre, bu güçlü göç akımlarının artması sonucunda dünya üzerinde bir sürü küçük Tokyo'lar, Chinatown'lar ve Türk mahalleleri çıkacaktır (Harvey, 1996: 108).

Küreselleşmeye ilişkin bir başka yaklaşım ise küreselleşmenin kültürler arası etkileşim sonucunda ortaya çıktığını savunmakta olup, bu yaklaşıma göre hiçbir uygarlığın homojen bir yapıya sahip olmadığı düşünüldüğünde, küreselleşmenin de homojen bir yapıda olması

beklenmemektedir. Doğulu ülkelerin birbirleri arasında bile çok fazla kültürel farklılıklar olmasına rağmen, Batılı ülkelere kıyasla kendi aralarında daha çok yapısal ve kültürel benzerliklere sahip oldukları gözlemlenebilmektedir. Hatta aynı ülkenin kentlileri ve kırsalında yaşayan halkı arasında bile ciddi farklılıklar bulunurken, ülkeler arası bir analizde ortaya çıkan farklılıkların boyutu da açıkça kavranabilmektedir. Ülke sınırları fark etmeksizin, kapitalist ekonomik ilişkilerin ve küresel iletişim araçlarının (TV-reklam vs.) etkili olduğu büyük kentlerde yaşayan Doğu toplumlarında yapılan gözlemlerde, Batı'ya öykünme, onlar gibi giyinme, yemek yeme, aynı filmleri ve müzikleri dinleme arzusu görülmektedir. Küresel etkileşime kapalı alanlarda(kırsalda) yaşayan topluluklar ise Doğu'nun bilgelik öğretilerine dayanan hayatlarına devam etmeyi gelenekselleştiren bir yaşam profili oluştururlar. Tüm bu etkileşimlere rağmen, genel olarak her alanda ve anlamda Doğu ve Batı uygarlıklarının birbirinden ayrılan keskin sınırları, çizgileri vardır. Bu keskin çizgilerin mümkün olduğunca ortadan kalkması anlamında küreselleşme; uygarlıkların farklı şekillerde bir araya gelmesi sonucu ortaya çıkan heterojen bir süreci oluşturur.

Küreselleşme sürecinin temelinde kendini merkezileştiren Batı, Avrupa'nın bir kimlik olarak kendini inşa etme çabasının doğal bir sonucu olarak; Hint-Avrupa kültürünü "Öteki"leştirerek Doğu'ya itmiştir (Duman, 2015: 47). Buradaki "Öteki" kavramını, Batı'dan farklı ama aşağı olan Doğu yaklaşımı olarak şekillendiren ve bu çerçevede hareket eden Hristiyan Avrupa'nın, öteki ile ilişkiye geçmeye başlaması da sömürgeciliğin tarihinin yazılmaya başlanmasını sağlamıştır. Bu yaklaşım "İlkel Doğu"nun yönetilmesi ve uygarlıktan nasibini almasını hedeflemektedir (Yavuz, 2010: 79).

Keyman Modern olmayan toplumlar arasındaki farkları; Modern-geleneksel, Batı-batı olmayan ve Doğu-Batı ikilemlerini kullanarak açıklamış, geleneksel olanın çıkış noktasının modern olandan türediğini, varoluşun özünün modern olanın hükümlerine göre belirlendiğini ortaya koymaktadır (Keyman, 1998:207-212). Aynı zamanda Keyman; kültürel çeşitliliğin yalnızca kültürün küreselleşme kuramına eklenmesi yoluyla çözülecek bir sorun olmadığını, kültürel çeşitliliğin tanınması ve kabul edilmesinin önemini vurgulamaktadır. Bu tanımanın ve kabullenmenin sadece modern olanı tanımakla değil, modernin dışında diğer coğrafyalardaki kültürlerin farklılığının tanınmasıyla mümkün olabileceğini belirtmektedir. Bu hususta dünya çapındaki istatistiksel veriler de incelendiğinde, üçüncü dünya ülkelerinin pek çoğunun batı toplumlarının gerisinde kaldığı bilinirken, kimi ülkelerin başarıyla sanayileşme sürecini başlattıkları da görülebilmektedir.

En başarılı örneklerden biri olan Tayvan’da ekonomik büyüme oranları batı ekonomilerinin birkaç katı olmuştur. 1990’lardan itibaren yeni sanayileşen benzer ülkeler, kalıcı ekonomik refah düzeyini sağlamış ve bu toplumlardaki yaşam biçimleri de hızla değişmiş, bunun sonucu olarak da batı dışındaki yeni sanayileşen bazı ülkeler güç elde etmişlerdir (Giddens; 2000: 65). Dünya genelinde ortaya çıkmış küresel gücün, giderek batıdan çıkıp, Japonya, Tayvan gibi Uzakdoğu ülkelerine kayması sonucunda batı dışında kalan ülkeler de küresel ortamda söz sahibi olmuş ve artan hareketlilik doğu ve batı arasındaki iletişimi arttırmıştır (Featherstone, 1996:12).

Üretimin uluslararası bir iş birliği olduğunu düşünen Robert Reich, bu iş birliğini şu örnekle açıklamaktadır:

Bir Amerikan vatandaşı General Motors (GM)’dan bir “Pontiac le Mans” satın aldığı anda farkına varmadan bir uluslararası işleme girmektedir ve bu işlem sırasında, GM’a ödenen 20 000 dolardan;

- Yaklaşık 6 bin doları rutin emek ve montaj işlemleri için Güney Kore’ye,
- 3500’ü gelişmiş komponentler (montaj, dingil, elektronik parçalar) için Japonya’ya,
- 1500’ü stil ve tasarım mühendisliği için Almanya’ya,
- 800’ü küçük komponentler için Tayvan, Singapur ve Japonya’ya,
- 500 doları reklam ve pazarlama hizmetleri için İngiltere’ye,
- Yaklaşık 1000 doları veri işleme için İrlanda ve Barbados’a gitmektedir (Reich, 1994: 54).

21. yüzyılı şekillendiren en temel faktör çok uluslu şirketlerin ortaya çıkması olmuştur. Ülke, ulus, bölge, sınır gözetmeksizin farklı dil, din, ideoloji, kültür ve ırktan insanları aynı çatı altında, farklı coğrafyalardaki ofislerinde bir araya getiren çok uluslu şirketler, geçmiş şirketlerden farklı kurumsal bir yapıya, ciddi ticaret hacimlerine sahip olmanın yanında, bünyesindeki çok uluslu yapının getirisi olarak da hitap kitlelerini genişletmeye elverişlidir. Teknolojik ilerlemeler, gelişen internet kullanımı ve sosyal medya aracılığıyla büyük coğrafyalarla iletişim kurabilme ve büyük kitlelere reklam verebilme imkânları, çok uluslu şirket sisteminin güç kazanmasında etkili olmuştur.

Barnett ve Cavanagh’a göre küresel ekonominin temel aktörleri haline gelen bu çok uluslu şirketlerin liderliğini ise birkaç yüz şirket birlikte yürütmektedir ve yapılan hesaplara göre; en tepedeki 300 şirketin toplu varlıkları, kabaca tüm dünyadaki üretim varlıklarının dörtte birini oluşturacak derecede yüksek kazançlar ortaya koymaktadır (Barnett ve Cavanagh, 1994: 2). Bu şirketler daha önce hiçbir imparatorluğun ya da ulus-devletin başaramadığı ölçüde bir ekonomik küreselleşmeyi sağlamış bulunmaktadır.

Yerel, ulusal ve uluslararası sınırları aşan çok uluslu şirketler, politik kurumlar karşısında daha güçlü duruma geldiklerinden, bu şirketler üzerinde ulusal denetim ve etkiler giderek zayıflamakta ve bu durum devlet kurumlarınca verilen kararları bile etkisi altına alabilmektedir. Gittikleri ülkelere sermayenin yanı sıra bilgi, teknoloji ve yönetim sistemini de götüren çok uluslu şirketler, yatırıma ev sahipliği yapan ülkenin uluslararası pazarlara daha kolay erişmesine olanak sağlamaktadır (Eğilmez, 2018: 135). Her şeyin akışkanlaştığı bu dönemde hükümetlerin sermayeyi ülkelerinde tutabilmek ve yatırım yapmasını teşvik etmek için gökdelen ofis binaları inşa etmekten başka bir şansı yoktur diyen Zygmunt Bauman’da, çok uluslu şirketlerin yerel politikalar karşısındaki gücüne işaret etmektedir (Bauman, 2018: 276).

Küreselleşme üzerine yapılan literatür taraması sonucunda, küreselleşmenin tanımı ve gelişim süreci hakkında birçok farklı görüş bulunduğu görülmektedir. Ekonomik, politik, sosyal, kültürel, teknolojik, siyasi birçok etken ile etkileşimi bulunan küreselleşme kavramı her yazar tarafından farklı bir bakış açısı ile yorumlanmaktadır. Küreselleşmenin; insanlığın tamamını ilgilendiren bu alanların toplamında yarattığı etkiler göz önüne alındığında, sınırlarının çizilmesinin imkânsız olduğu görülmektedir. Küreselleşmenin, mimarlık ile kurduğu ilişkinin sınırlarının çizilmesi de aynı şekilde mümkün görünmemektedir. Ekonomiden, kültürden, teknolojiden ve toplumdan ayrı düşünülmesi imkânsız olan mimarlık uygulamalarının küreselleşme kavramı ile kurduğu ilişki de kapsamlı ve derin olmuştur. Literatür incelemelerinde de görüldüğü üzere kimi yazarlar küreselleşmenin ekonomik boyutları üzerinde durmakta, kimileri kültürel boyutlarını ele almaktadır. Küreselleşmenin mimarlık ile kurduğu ilişkinin belirlenmesi konusunda da çalışmacıların bu ilişkiye farklı başlıklar üzerinde yoğunlaşması ve sınırların keskin bir biçimde çizilememesi olağandır.

2.2. Küreselleşme ve Markalaşma

Meta

Kapitalist toplumların zenginliğini “muazzam bir meta yığını” olarak tanımlayan Marx, Kapital’e metanın analiziyle başlamaktadır. Kapital’in giriş bölümünde emek ürünün meta halini, burjuva toplumun hücresi olarak tanımlayan Marx, bu betimlemesinde metanın; kapitalist düzenin en temel yapıtaşı olduğuna işaret etmektedir (Marx, 2015: 49). Heinrich’e göre kullanım değerinin yanı sıra, mübadele edilebilme niteliğine sahip olan nesneler-şeyler meta olarak tanımlanmaktadır. Örneğin bir sandalyenin oturulabilecek nitelikte olması onun kullanım değerini tariflerken, sandalyenin keten bezi karşılığında değiştirilebilmesi sandalyenin mübadele değerine sahip olduğunu ve bir meta olduğunu tanımlamaktadır (Heinrich, 2016: 45). Marx ise, metanın kullanım değerinin tüketim esnasında ortaya çıkan bir olgu olduğunu, mübadele değerinin ise farklı kullanım değerlerinin bir pazar ortamında değiş-tokuş edilmesi sonucunda ortaya çıktığını savunmaktadır.

Metayı gösteri bağlamında değerlendiren Debord, metanın toplumsal yaşamı tümüyle işgal etmeyi başardığı anı gösteri olarak tanımlamakta ve gösteriyi paranın öteki yüzü, bütün metaların soyut genel eşdeğeri kabul etmektedir. Kullanım değerinin zaman içerisinde değişim değeri altında kaybolduğunu savunan Debord’a göre nesnenin gerçek kullanım değeri gelişmiş meta ekonomisi tarafından tüketilmiştir (Debord, 2018: 50-54).

Adorno ise kapitalist sistemde malların bireylerin ihtiyaçlarını karşılamaktan ziyade daha fazla kar ve sermaye için üretilmesi sonucunda, kullanım değerinin mübadele değeri içerisinde erimek zorunda kaldığını ve sonuç olarak metanın yapay bir kullanım değeri oluşturmak için özgürleştiğini savunmaktadır. Metaların özgürleşmesinin evrensel çağrışımlar yaratma gücüne sahip reklam gibi kitle iletişim araçları aracılığıyla kurgulanması, tüketim nesnelerinin iyi hayat imgeleri ile ilişkilendirilmesiyle sonuçlanmıştır (Adorno, 2007: 14).

Adorno’nun nesnelerin iyi hayat imgeleriyle tanımlanmasına benzer bir görüş belirten Featherstone; nesnelerin imgeler aracılığıyla tanımlanması sonucunda nesnelerin belirli bir forma, dokuya veya işleve sahip sıradan metalar olmaktan çıktığını, canlı organizmalara dönüşmeye başladığını ifade etmektedir. Sıradan tüketim ürünlerinin reklamlar aracılığıyla

lüks, güzellik, romantizm veya egzotizm gibi farklı imgeler ile ilişkilendirilmesi sonucunda ürünün orijinal kullanımı yitirmekte, nesneler tüketim hazzı uyandıran öznel bir kimlik kazanmaktadır (Featherstone, 1996: 153). Harvey’e göre de reklam artık kapitalizmin resmi sanatı haline gelmiştir (Harvey, 1996: 81).

Metanın estetik nesne ve kullanım nesnesi bağlamında ticaret ile iç içe geçmesini sorgulayan Foster’a göre ise günümüzde küresel dolaşıma giren ürünler gösterge mübadele değerine sahip imge ürünlerdir. Bu süreçte tasarım, üretim-tüketim çevrimine topyekûn hizmet eder hale gelmiş, mimarlık projelerinin dışında kot pantolonlarından dergi kapaklarına, genlere kadar her şey tasarım alanı haline gelmiştir (Foster, 2015: 33). Foster ile benzer bir görüşe sahip olan Jameson, 1960lı yıllardan itibaren kitle üretiminin meta üretimi ile bütünleştiği bir çağın başladığını ifade etmektedir. Tasarımın, yaşamın tüm alanlarına sirayet etmesiyle birlikte, kitlesel üretime giren metalar geniş kültürel çağrışımlara yüksek devirde cevap verecek şekilde özgürleşmiştir (Harvey, 1996: 80-81). Reklam sektörü bu çağrışımların üretilmesinde, metaların imgeleştirilmesinde kendine yer bulmuştur.

Kıyasıya rekabetin yaşandığı tüketim ortamında tüketiciyi kışkırtacak yöntemler geliştirilmiş, ürün ambalajı ürün kadar değerli hale gelmiştir. Reklamcılık aracılığıyla metalar öznelleştirilmiş, kitlesel üretim yapılan ürünlerin bireyler üzerinde kişisel olabilme algısı yaratması hedeflenmiştir. Metanın müşteri profiline uyarlanması, internet üzerinden alışveriş yapan tüketicinin, ürünler için “işte beni yansıtan bir ürün” şeklinde tepki vermesi (Foster, 2015: 33-36), kapitalizmin reklam sanatının mantığını örneklemektedir.

Guy Debord “*Gösteri Toplumu*” isimli eserinde kapitalist üretimin toplumlar arasındaki sınırları kaldırması sonucunda ortaya çıkan soyut pazar alanının, seri olarak üretilen metaların birikmesine ve mekânların özerkliğinin kaybedilmesine neden olduğunu belirtmektedir. Debord’a göre bu homojenleştirme, dünya üzerinde her türlü Çin Seddi’ni yok edebilecek bir güce sahiptir. Meta dolaşımının yan ürünü olarak gördüğü insan dolaşımını, bir tüketim olarak kabul eden Debord, bu dolaşımı bayağılaşmış olan şeyi görmek için harcanan boş zaman olarak tanımlamaktadır (Debord, 2018: 128). Meta ilişkilerinin tüm dünyaya yayıldığı, ülkeler arasındaki sınırların ekonomik anlamda belirsizleştiği, yerel ve yabancı pazarların iç içe geçtiği kapitalist sistemde sermaye dünya çapında hareketlilik kazanmıştır (Koç 2003: 52-54).

Marka nedir?

Türk Patent Enstitüsü markayı, “bir işletme tarafından üretilen veya sağlanan mallar veya hizmetlerin diğer işletmelerinkinden ayırt edilebilmelerini sağlayan bir işaret” olarak tanımlarken (Türkpatent, 2003), Aaker, satıcı veya satıcı gruplarının mallarını veya hizmetlerini belirlemeye ve bu malları ya da hizmetleri rakiplerinkinden farklılaştırmaya yarayan ayırt edici bir isim ve/veya sembol oluşuna dikkat çekmektedir (Aaker, 2009: 25). Bu bağlamda markanın, herhangi bir ürünün diğerleri arasından fark edilebilir olmasını sağlayan bir özellik olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Marka değeri nedir?

Marka değeri, bir ürün adının ürün fazlalığından ötürü dikkati dağılmış bir kitle için marka haline getirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Ürün ambalajının ürünün önüne geçtiği bu dönemde tüketicinin dikkatini çekmek ve imgeyi vurgulamak önem kazanmıştır (Foster, 2004: 37). Türk Patent Enstitüsü’ne göre; tüketicilerin beklentilerini karşılayan, diğer markalar içerisinde öne çıkmasını sağlayan marka imajı, şöhreti ve niteliklerinin toplamı marka değerini ifade etmektedir. Tüketicilerin daha fazla para ödemeye hazır oldukları marka değeri, şirketler için rekabet avantajı sağlamaktadır (Türkpatent, 2003).

Post-fordist üretim sistemi ile birlikte metalar farklı imajlar altında piyasaya sürülmekte ve piyasalarda pazar açığı oluşturulmaktadır (Amin, 1994: 140). Nicel olarak kitlesel olan ürünlerin, tüketici üzerinde “işte beni yansıtan bir ürün” şeklinde kişisel bağ oluşturabilmesi tasarım enflasyonunun oluşmasında etkili olmuştur. Metanın müşteri profiline uyarlanmasıyla birlikte toplumda “minyatür ben”ler oluşturulmuştur (Foster, 2004: 37).

Marka ve tüketim kültürü

Foster’a göre markalaştırma stratejileri Reagan-Thatcher döneminde başlayan şirket evlilikleri ile başlamıştır. George Bush döneminde yaşanan finansal durgunluğa kadar sadece şirket logolarının ve adlarının reklamını yapmakla yetinen büyük şirketler, finansal durgunluk dönemi ile birlikte borsa değerlerini arttırabilmek için markalaşma yoluna gitmişlerdir (Foster, 2015: 38). Marka kimliğinin ürünlerin fonksiyonlarından çok daha üst bir anlama işaret ettiğini savunan Baudrillard’a göre marka, firma, reklam ve vitrin

birbirinden ayrılamayan bir bütündür. Tüm bu bileşenler ürünün, fonksiyonundan daha üst bir değer kazanmasına imkân sağlamaktadır ve bu değer algısı tüketicinin tercihlerini yönlendirmektedir. Var olmayı arzulayan tüketim toplumu, nesneleri ve özellikle nesnelerin markalarını tüketmeye ihtiyaç duymaktadır (Baudrillard, 2012:18-44).

Toplumun küresel markalara ve popüler(kitle) ürünlerine bağımlı hale getirilmesi sonucunda markalar arasında küresel rekabet ortamı oluşmuştur (Yüksel ve Çimen, 2016) ve bu ortam küresel tüketimin artmasına, günümüz toplumunun tüketim toplumu olarak eleştirilmesine zemin hazırlamıştır. Kapitalist sistemin, toplumsal ilişkileri şekillendirdiğini, küreselleştirdiğini ve küresel finans ağları yarattığını düşünen Castell’e göre bu süreçte, zaman ve mekân akışkan hale gelmiş, rekabet artmış, markalar tüketimin etkili araçlarından biri haline gelmiştir (Castell, 2013:634-635).

Tomlinson’da; popüler tüketim ürünlerinin ve medya metinlerinin küresel ölçekte yayılımının sonucunda kapitalist tek bir kültürün ortaya çıktığını savunur (Tomlinson, 2013:129). Kapitalist sistemin özü tüketime dayanmakla birlikte, bu sistemde üretim sadece tüketim içindir. Zaman içerisinde tüketimin artırılması amacıyla geliştirilen markalaşma sistemi, kitlesel iletişim araçlarının(reklam) bireyin üzerinde yaratacağı tüketme eğilimleri ile desteklenmektedir.

Tüketim kültürü

Baudrillard’ın, “Tüketim Toplumu” isimli kitabında Galbraith’dan yapmış olduğu; “Birey sisteme tasarruflarını yatırırlarak değil ve sistemi sermayeleriyle besleyerek değil, ama sistemin ürünlerini tüketerek hizmet eder.” alıntısı, içinde bulunduğumuz çağın tüketim ortamını tam anlamıyla ifade etmektedir (Baudrillard, 2012: 89). Üretimin, tüketim için yapıldığı, tüm dünya toplumlarında ekonominin itici gücü olarak görülen tüketici-orta sınıfın oluşturulduğu bu sistemde birey sistemi tüketme eylemleri ile desteklemektedir. Küresel sermaye birikim süreçleri ve metaların değişim değerleri bağlamında biçimlenen tüketim, 1980 sonrasında küreselleşme olgusu ile birlikte büyük dönüşüm geçirmiştir.

Kitle iletişim araçları ve reklamcılık aracılığı ile tüketimin tüm dünyada teşvik edilmesi ve bu etkileşime maruz kalan bireylerin tüketimi kimlik yaratma aracı olarak görmeleri sonucunda tüketim global ölçekte hız kazanmıştır (Bocock, 1997:115). Bireyin tüketim

aracılığı ile kimlik oluşturma dürtüsü sürekli yeni mallar edinmesi ile sonuçlanmaktadır. Featherstone göre bunun sebebi; statü işareti olarak görülen malların alt gelir grubu tarafından gasp edilmesi sonucunda, üst gelir grubunun aradaki sınıflandırmayı tekrar tesis edebilecek yeni mallara yatırım yapmak zorunda kalmasıdır (Featherstone, 1996: 45). Featherstone ve Bocock'un tüketim ve kimlik oluşturma üzerine belirttikleri görüşlerden hareketle küresel mimarlık ortamını etkin bir şekilde gözlemleyebildiğimiz dünya metropollerine bakıldığında, mimarlığın gelir grupları arasındaki sınırların belirginleştirilmesinde bir araç olarak kullanıldığını, kent merkezlerinden alt gelir grubunu çıkartmaya yönelik planlamaların yapıldığını söylemek mümkündür.

Kapitalist sistemin bir ürünü olan tüketim kültürü, kitlesel iletişim araçları ve reklamlar aracılığı ile toplumları alışverişe teşvik etmektedir. Tüketimin arttırılması amacıyla popüler kültür ürünlerinin çeşitliliği arttırılmakta, reklamlar aracılığı ile de bireyin algısının yönetilmekte ve talebin sürekliliği sağlanmaktadır.

Harvey kitlesel iletişim araçları olarak tanımlanan televizyon, radyo, sinema, reklam ve iletişim sanayi gibi birimlerin yalnızca emtiaları tüketen bireyleri üretmediğini, kültürel kitlenin ve popüler kültür ürünlerinin oluşumunda da etkili olduğunu savunur. Harvey, 1960 sonrasında ortaya çıkan popüler kültürü, kitle zevkini, gelip geçici modayı kapitalist tüketimin aptal hazcılığı olarak görmektedir (Harvey, 1996: 78). Son yıllarda büyük şirketlerin sanatın esas hamileri haline geldiğini savunan Crimp, sanatın büyük şirketlere hizmet eder hale geldiğini ve sermayenin modernizmin sanatının esas aktörü haline geldiğini ifade etmektedir (Crimp, 1987: 85). Harvey ise reklamın ve sanatın karşılıklı etkileşiminin sonucunda, reklamın kapitalizmin resmi sanatı haline geldiğini iddia etmektedir (Harvey, 1996 :81).

Toplumların tüketime teşvik edilmesi konusunda reklamların etkinliğine dikkat çeken Debord'da, insanların evlerinde, televizyonları karşısında, oturdukları yerden küresel emtiaları tükettiğini ve reklamın medya gösterisinin bir boyutu olduğunu ifade etmektedir. Gösteri toplumu üzerine yazdığı kitabında, gösteriden kaçmanın mümkün olmadığı gibi reklamdan da kaçmanın mümkün olmadığını savunur (Debord, 2018). Fiske'ye göre ise reklamlar ürünün satılması için değil, tüketimin satılması içindir (Fiske, 2012: 45).



Resim 2.1. (a)New York-Times Meydanı (Archdaily, 2017), (b) Shinjuku,Tokyo (Shinjuku, 2015).

Devasa ölçekte parıltılı reklam ekranları, billboardlar, ışıltılı vitrinler ile donatılmış küresel metropollerin meydanları, ünlü caddeleri, sokakları Debord'un reklamlar tarafından kuşatılmış birey tasavvurunu doğrular niteliktedir.

Tüketim ve kapitalizm ilişkisini inceleyen Bocock, 19. Yüzyılın ortalarında Amerikan kadınlarına aşıl原因 dışarı çıkma ve satın alma kültürünün, 19. Yüzyılın sonlarına gelindiğinde Avrupa'ya sıçradığını ve Batılı orta sınıf kadını için çok katlı alışveriş mağazalarından alışveriş yapmanın gündelik bir etkinlik haline geldiğini belirtmektedir (Bocock, 1997: 100).

Suner'e göre tüketim kültürü ve marka bilinci ancak 1970'lerden sonra Uzakdoğu'ya sıçrayabilmiştir. Yirmi birinci yüzyılın tüketici cennetleri olarak tanımlanan Asya kentleri mimari ürünlerde gösterdikleri “büyüklük arzusu” ve “yükseklik yarışı”nın bir benzerini tüketim ve marka saplantısı ile devam ettirmektedir (Suner, 2018: 162). Asya ülkelerinde 1970 sonrasında görülen ekonomik büyüme ile birlikte orta sınıf ve tüketim kültürü gelişmiştir. Batılı hayat tarzının ve lüks-marka tüketimin merkezleri olan alışveriş merkezleri, Asya şehirlerinde bu süreç sonucunda açılmaya başlamıştır (Ng, 2009: 92-94).

Kentsel markalaşma

Sermayenin aşırı birikim sorununa çözüm olarak bulduğu mekânsal yer değiştirme ile üretimin Batı'dan, emeğin ucuz olduğu bölgelere kayması (Harvey, 2008: 91-93), kentlerin uluslararası ve yerel aktörler tarafından küresel pazarların talepleri doğrultusunda yeniden yapılandırılması ile sonuçlanmıştır (Ergun, 2011: 291). Ulaşım maliyetlerinin düşmesiyle birlikte mekânsal engeller azalmış; sermaye, mal, bilgi ve insan hareketi küresel ölçekte

yayılma göstermiştir. Kapitalist gelişim sermayelerini kentlerine çekmek isteyen yerel yönetimler ve devletler, çok uluslu şirketler için en iyi iş ortamını sağlama yarışına girmiştir (Harvey, 2015: 423-424). Kentler bu süreçte küresel sermayenin sürekliliğini sağlamak için sürekli yeni tüketim ürünleri, imajları, pazarları yaratmak zorunda kalmıştır (Schumpeter, 2007: 103).

Gösterinin, reklamın ve tüketimin merkezi haline gelen kentler arasında başlayan rekabet sonucunda kentsel markalaşma ve marka kentler gibi kavramlar ortaya çıkmıştır. Sermaye sahipleri için büyük önem arz eden markalaşmanın, küreselleşme ile birlikte nesneler düzeyinden kent ölçeğine sıçraması, tüketim merkezleri haline gelen ve tüketim, finans kültürü tarafından şekillendirilen günümüz kentlerinin birbirleri ile rekabete girmesi, marka kentler kavramının oluşmasına zemin hazırlamıştır.

Mimarlık alanında yaşanan markalaşma süreci ise küreselleşmenin ve post-fordist üretim sisteminin sonucu olarak kentler arasında yaşanan rekabet ortamının sonucunda gelişmiştir. Tez kapsamında mimarlık alanında yaşanan markalaşma eğilimlerinin küreselleşme sonucunda ortaya çıkan küresel kentlerde gelişen markalaşma stratejileri kapsamında geliştiği kabul edilmekle birlikte, öncelikle kentsel markalaşma ve küresel kent kavramlarına yer verilecektir.

Küresel kent ve global kent

1990 sonrasında kentlerde ekonomik, kültürel, teknolojik ve sosyolojik alanda yaşanan değişim sürecinin tanımlanması amacıyla yeni tanımlamalara ihtiyaç duyulmuş ve ilk olarak Friedmann tarafından “Dünya Kenti” kavramı ortaya atılmıştır (Friedmann, 1986: 69-83). Friedmann’ın “Dünya Kenti” tanımının batının mekân gelişimini tanımlamakla sınırlı kalması (Aslanoğlu, 2000:148), çok daha geniş bir coğrafyayı etkisi altına alan küreselleşme sürecinde dönüşen kentleri tanımlamakta yetersiz kalmıştır. Ünlü sosyolog Saskia Sassen tarafından ortaya atılan “Küresel Kent” ise dünya kentinden farklı olarak, küreselleşme etkisi altında değişen kentlerin tanımlanması ve yeni sürecin toplumsal yapı üzerindeki etkilerinin araştırılması için kullanılmıştır (Sassen, 1996: 61-72). Dünya kentinin yüzyıllar boyunca Asya’da ve Avrupa sömürge merkezlerinde görülen bir şehir tipine işaret ettiğini ifade eden Sassen’e göre, küreselleşme etkisi altında değişen günümüz dünyasının kentlerinin yeni bir terim ile tanımlanması gerekmiştir. Günümüzün büyük küresel şehirlerinin çoğunun aynı

zamanda dünya kenti olmasına rağmen dünya kenti olarak tanımlanamayan bazı küresel şehirlerin varlığı terimlerin farklı anlamlara sahip olduğunu göstermektedir (Sassen, 2005: 28).

1990'lı yılların sonunda New York, Londra, Tokyo, Paris, Frankfurt, Zürih, Amsterdam, Los Angeles, Sydney ve Hong Kong'u küresel kent olarak tanımlayan Saskia Sassen'e göre, küresel kent uluslararası ticaret ve yatırımların finans ve hizmet sektörü bağlamında desteklendiği merkez üslerdir (Sassen, 1999:180). Dünya kentlerinin hepsinin küresel kent olarak nitelenemeyeceğini savunan Sassen, 2009 yılında Radikal'e verdiği röportajında; küresel kentler arasında yaşandığı düşünülen rekabetin aslında uluslararası firmalar tarafından yönlendirilen bir süreç olduğunu ve şehirlerin birbirleri ile yarışmadığını ifade etmektedir. Uluslar arasındaki sınırların geçirgenleştiği küreselleşme çağında, kârlarını arttırmak isteyen uluslararası firmalar, daha fazla kentte aktif olmak için çabalamaktadır (Çuhadar, 2009).

Ulusötesi/uluslararası/küresel sermaye sahiplerini ve bu şirketlerin çalışanlarını küresel kentlerin yeni kullanıcıları ve egemen sınıfı olarak tanımlayan Sassen, uluslararası şirketler tarafından yerelin işgal edilmesine ve toplumsal sınıfların bu işgal sonucunda yeniden tanımlanmasına işaret etmektedir. Hong Kong özelinde yaptığı incelemelerde kente sonradan gelen uluslararası sermaye sahiplerinin ve çalışanlarının kentin tepelik alanlarında inşa edilen lüks, korunaklı rezidanslarda ikamet ettiğini belirten Suner, sınıfsal hiyerarşinin alt grubunda yer alanların ise sıcaklık ve nemin yoğun olarak hissedildiği alçak kesimlerde yaşamasına dikkat çekmektedir (Suner, 2018: 77-78). Suner'in Hong Kong üzerinde yaptığı analizler, küresel kentlerde sınıfsal ayrışmanın izlerinin belirgin şekilde mekâna yansıdığı göstermektedir. Kent merkezlerinin ve kentin nitelikli alanlarının "yabancı"ların kullanımı için tahsis edilmesi, küresel kentlerde yaşanan "soylulaştırma" hareketlerinin göstergesidir. Bu kentlerde sıkça görülen soylulaştırma, kentsel dönüşüm, eğlence merkezleri ve tüketici çekim merkezleri olarak tanımlanan alışveriş merkezleri, stadyumlar, marinalar, lüks restoranlar tüketim odaklı kent planlamasının önemli stratejileri olmuştur (Harvey, 2015: 419-420). Küresel kentlerde yaşanan soylulaştırma politikalarını, yereli Batılılaştırarak içine alma olarak yorumlayan Abbas'a göre, bu bölgelerde aynı anda hem Avrupa'da hem Amerika'da hem Hong Kong'da olma duygusunun yaratılması amaçlanmaktadır (Abbas, 1999: 83). Harvey'in "zaman-mekân sıkışması" (Harvey, 1996: 270) ve "küresel köy" kavramları ile benzer konulara dikkat çeken Abbas'ın çoklu mekân algısı, Sharon Zukin

tarafından “yerellik ve küresellik sıkışması” (Zukin, 1992: 138-144), olarak tanımlamaktadır.

Kentler arasında yaşanan rekabet sonucunda, kentlerin kapitalist yatırımlara açılması kentlerin aynılaştırılmış formlarda ticaret merkezleri, alışveriş merkezleri, bilim parkları, kültür ve eğlence merkezleri ile donatılmasına, soylulaştırma hareketleri ile yerel halkın kent çeperlerine itilip kent merkezinin yüksek kâr amaçlı ticaret ve lüks konut alanlarına tahsis edilmesine neden olmuştur (Harvey, 2015: 425). Küresel kentlerde kentsel mekânda görülen sınıfsal ayrışmanın izleri, kentlerin farklılaşmış ürünler ile donatılmasında da görülmektedir. Harvey’ın kentsel köylü olarak tanımladığı küresel kentin yerli halkının zevk kültürlerinin, kentin yeni sakinleri olan çok uluslu yabancılar ile farklılık göstermesi, mimarlığı birleştirici bir üst-dil olmaktan uzaklaştırarak, farklılaşmış söylemler arasında parçalanmaya itmiştir (Harvey, 1996: 102).

Kentin lüks tüketim markaları ile donatılmış alışveriş caddeleri, lüks rezidanslar, alışveriş merkezleri, ticaret ve finans merkezleri, gökdelenler kentin küresel yabancıları ve üst gelir grubu için tasarlanmış özel alanlar olarak dikkat çekmektedir. Bu kentlerde kimi zaman kamu, kimi zamanda özel sektörün girişimleri ile kentsel alanlar uluslararası şirketlerin yönetici ve çalışan grubunun taleplerini karşılayacak iş ve yaşam alanları ile donatılmaktadır (Ergun ve Tümtaş, 2016).

Tüketim, meta, ucuz işgücü ve maksimum kârlılık ilkeleri çerçevesinde kurgulanan küresel kentlerde tüketim bir serbest zaman aktivitesinden öteye geçmiştir, yeni gelişmekte olan birçok coğrafyada devlet tarafından yurttaşlık görevi olarak lanse edilmiş ve toplum bu algı çerçevesinde tüketime yönlendirilmiştir (Ng, 2009: 90). Ng’nin tüketimi yurttaşlık görevi olarak gören küresel kent bireyi, Galbraith’ın sistemi tasarrufları ile değil tüketerek destekleyen birey tanımını (Baudrillard, 2012: 89), akıllara getirmektedir. Paranın herkeste olan şeyle ilgilendiğini ve her türlü bireyselliği para ile ölçtüğünü belirten Simmel’e göre metropol para ekonomisinin merkezidir (Simmel, 2015: 318-319).

Sassen’in küresel kentlerden biri olarak tanımladığı Hong Kong’ta da para kazanmak ve harcamak küresel kent bireyinin en önemli boş zaman etkinliklerinden biri haline gelmiş, marka tüketimi saplantı boyutlarına ulaşmıştır (Suner, 2018: 90-165). Tüketimin bireyin ihtiyaçlarını karşılamaktan ziyade, güç ve statü göstermek için yapılan bir eylem haline

gelmesi sonucunda günümüz kentleri gösteriş tüketiminin hüküm sürdüğü alanlar haline gelmiştir (Veblen, 1994: 50-62).

Marka değeri kazanmış mimarlar ve mimarlık ofisleri tarafından tasarlanan mimarlık ürünlerinin, küresel kentler arasında yaşanan rekabette bir araç olarak kullanılması, mimarlığın sermaye odaklarına hizmet veren ve sermayenin mekânlarını tasarlayan yönünü göstermektedir.

Küresel mimarlıkta marka oluşumu ve mimarların markalaşması

Ekonominin küreselleşmesiyle bağlantı olarak ortaya çıkan küresel kentlerin yeni bir yapılanma türüne ihtiyaç duyduğunu ifade eden Sassen'e göre küresel mimarlık dönemi bu sürecin sonucunda ortaya çıkmıştır. Sistemin ihtiyaçlarından doğan küresel mimarlık, küresel kentlerin imajlarının yaratılmasının en önemli araçlarından biri haline gelmiştir (Sassen, 2005: 33).

Küresel mimarlık döneminin üslubu konusunda birçok görüş bulunmakla birlikte, Postmodernist söylem tarafından, ortadan kalktığı iddia edilen Modernizm'in etkilerinin günümüzde küçük ve büyük ölçekli birçok yapıda görüldüğünü belirten Kuban, Modernizm'i küresel mimarlığın ana üslubu olarak görmektedir (Kuban, 2000: 78-80). Günümüz mimarlık ortamında yaşanan küreselleşmenin Modernizm'in küreselleşmesi olarak yorumlayan Kuban'ın görüşlerine paralel olarak Adam'da küreselleşmenin sınırlarının Modernite ile kesiştiğini ifade etmektedir. Küreselleşmeyi Modernitenin yerel sınırları aşması veya yerelin yabancı sermaye odakları tarafından etkilenmesinin bir sonucu olarak gören Adam'ın (Adam, 2008) aksine Harvey, küresel mimarlık ortamını postmodernizmin piyasa merkezli yapısının bir sonucu olarak görmektedir. 1996 yılında kaleme aldığı *Postmodernliğin Durumu* isimli kitabında mimarları ve şehir plancılarını zenginlerin dolarlarının peşine düşmekle suçlayan Harvey'in, günümüz mimarlarının ve şehir plancılarının statü göstergelerine, ticarete ve her türlü zevke hizmet ettiğini ifade eden mimarlık eleştirmeni Jencks'e atıflarda bulunarak görüşlerini desteklendirdiği görülmektedir (Harvey, 1996: 96). Mimarlığın piyasaya hizmet etmesinin temelinde piyasanın toplumun en etkin iletişim aracı olmasını gören Jencks, piyasa ile bütünleşmenin sonucunda mimari ürünün ve kentlerin yoksul kesimden çok zengin kesimin ihtiyaçlarına hizmet edeceğini ve bu durumun toplumsal sınıf ayrışmasını derinleştireceğini

öngörmektedir (Jencks, 1985: 52-128). Mimarlığın ve şehirciliğin piyasa tarafından kontrol edilmesi sonucunda kentlerin ve mimarlık ürünlerinin tüketimin birer parçası haline geldiği görülmektedir. Devletler ve yerel yönetimler ulusal çıkar adına, ulusötesi ve küresel finans kapitali cezbetmek ve daha kârlı bölgelere doğru sermaye kaçışını engellemek için “çekici bir iş ortam” yaratmaya zorlanmaktadır (Harvey, 1996: 195).

Tüketicinin merkezleri haline gelen kentler küresel sermayeyi ve ekonomik güce sahip tüketici kitlesini kendisine çekmek için yeni tüketim alanları ve tüketim ürünleri yaratmak zorunda kalmıştır. Küresel kentler arasındaki yaşanan rekabetin sonucunda ortaya çıkan kentsel markalaşma süreci mimarlık ürünlerinin ve mimarların markalaşmasını zorunlu hale getirmiştir.

Dünyanın markalaşan mimarların piyasası haline gelmesi

2003 yılında Building Design dergisinde yayınlanan makalede yeni ikonlara sahip olmak için yarışan kentlerin, farklılık yaratmak için uluslararası mimarlar ile çalışmaya başladığı ve ikonik kamu binalarının sayısını arttırmak için yarışan kent yöneticilerinin çoğunlukla yabancı mimarlık firmalarını tercih ettiğine dikkat çekilmektedir (Booth, 2003:10).

Mimarların markalaşmasını star mimarlık kavramı ile eş tutan Adam’a göre star mimar olmak aynı zamanda küresel bir marka olmak ve bu marka değerini projelerine vermek anlamına gelmektedir (Adam, 2012: 180) Ünlü İngiliz mimar David Chipperfield ise mimarların markalaşmasını şu şekilde özetlemektedir: “Mimarlar hakkında bilgi sahibi olmak mimarlık hakkında bilgi sahibi olmaktan daha kolaydır. Bir bankacı mimarlık hakkında bir şey bilmez fakat Zaha Hadid’in veya Rem Koolhaas’ın bir marka olduğu bilir.” (Marcus, 2008).

Adam’a göre mimarın küresel ününün, binanın durumu kadar önemli olması, ikonik tasarımların daha az radikal olmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda, 1980’lerde uluslararası ofis yapılanmalarını kuran Norman Foster, Richard Rogers, Renzo Piano gibi mimarlar, mimarın küresel ününe göre ikonik değer kazanan çok daha geleneksel binalar inşa edebilmiştir (Adam, 2012: 177). Reklam, muhasebe, hukuk hizmetleri, ticari hizmetler, bankacılık, mühendislik ve mimari hizmetler gibi sektörlerin karmaşıklığı tanımlanan küresel kentlerde görülen yığılma ekonomisi, son dönemde küresel marka haline gelmiş

mimarlık ofislerinin şube açtığı kentlerin ortak özelliği olarak dikkat çekmektedir (Adam, 2012: 97).

Küresel marka değeri kazanan mimarlar sayıca az olmakla birlikte, tasarladıkları yapılar tüm dünyaya yayılmıştır. Küresel markaların statüsüne ve gücüne sahip olan marka mimarlar ve yapıları rekabet yarışına girmiş şehirler ve çokuluslu şirketler tarafından marka değerleri sebebiyle tanınan ve aranır hale gelmişlerdir. Marka mimarlar ve marka mimarlık ofislerinin çalışmalarına, profesyonel meslek yayınlarında ve küresel medya platformlarında düzenli olarak yer verilmesi tüm dünyadaki mimarları etkilemektedir.

Küresel mimarlık

Küresel dönemin başlangıcında dünya ekonomisinde baskın güçler olan Avrupa ve Kuzey Amerika'nın mimari formlarının küresel ağa daha geç dahil olan Güneydoğu Asya ve Ortadoğu kentlerinde taklit edildiği görülmektedir (Adam, 2012: 315-318). Küresel rekabete geç katılan bu ülkelerin, Batı'nın formlarını ithal etmelerinin temelinde çok uluslu şirketleri ve yabancı tüketiciyi ülkeye çekme arzuları yatmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde kentlerin; yabancı yatırımcılara kendisini evinde (Avrupa-Amerika) hissedebileceği, tanıdık, modern bir imaj altında sunulmak istenmesi, Adam tarafından Kuzey Amerikan mimari formları olarak tanımlanan mimari imajların Uzakdoğu ve Ortadoğu ülkelerinde görülmesini açıklar niteliktedir.

Küresel mimarlığı, finans kapitalin teşvik ettiği bir üslup olarak yorumlayan Kuban'a göre, gökdelenler, finans merkezleri, yüksek ofis blokları gibi yapı fonksiyonlarının seri olarak üretildiği görülmektedir. Büyük yatırımların ürünleri olan bu yapıların, paranın gücünü simgeleştirmesi ortak bir dil olmakla birlikte gökdelen formunun bir banka merkezini veya uçak şirketini benzer şekilde çevrelemesi günümüz mimarlığının yer ile bağı olmayan bir seri üretim ürünü olarak yorumlanmasına neden olmaktadır (Kuban, 2000:79).

Küresel kentlerde kapitalizmin sınıfsal yapılanmasının işaretleri haline gelen bina formlarına dikkat çeken Haila ise, simgesel hale gelen bu bina tiplerini;

- Zafer Yapıları
- Özel Yapılar

• İmaj Yapıları

olmak üzere üç grup altında incelemektedir. Yapı sahiplerine prestij ve isim kazandıran yapıları zafer binaları olarak tanımlayan Haila, New York'ta bulunan Rockefeller Center'ı bu gruba örnek göstermektedir (Haila, 1997: 286-287). Haila'nın zafer yapıları gruplandırmasının bir benzeri, Chicago Tribune binasını sınıf iktidarını yücelten bir yapı olarak tanımlayan Harvey'de de görülmektedir. Yapıların sınıfsal hegemonyanın işaretleri olarak kullanılmasının, postmodernizmin anıtsallığı ile bütünleştiğini ifade eden Harvey, Trump Tower ve AT&T binasını bu sürecin ürünleri olarak görmektedir (Harvey, 1996: 89).

Alışveriş merkezlerini ayrıştırmayı ve dışlamayı amaçlayan özel binalar grubunda listeleyen Haila, küresel sermayenin ve para sahibi tüketici kitlenin kentlere çekilmesi amacıyla tasarlanan, şehirlerin dikkat çekici, güzel ve turistik görünmesini amaçlayan yapıları imaj binaları grubu altında değerlendirmektedir (Haila, 1997: 286-287). Günümüz küresel kentleri incelendiğinde Haila'nın imaj binaları grubunun küresel kentlerin mimari formlarını işaret ettiği ve bu formların şehrin yapılanmasını tüketim alışkanlıkları ve kârlılıkları bağlamında şekillendirdiği görülmektedir.

2.3. Küreselleşme ve Uzakdoğu Pazarı



Şekil. 2.1. Çalışma Alanı olarak seçilen Uzakdoğu Bölgesi

Fordist sistemde yaşanan aşırı birikim sorunun çözülmesi amacıyla mekânsal ve zamansal kaydırma yönteminin benimsenmesi sonucunda, yeni sanayileşmekte olan birçok bölge yeni coğrafi birikim merkezleri haline gelmiştir (Harvey, 1996: 211). Post-fordizmin yeni birikim merkezleri olarak tanımlanan bu bölgelerde zamanla Fordist üretim sistemlerinin olgunlaşmış ve bu merkezler rekabet gücü yüksek aşırı birikim merkezleri haline gelmiştir.

Tez kapsamında seçilen Uzakdoğu ülkeleri, mekânsal kaydırma ile birlikte kapitalizmin yeni birikim merkezleri haline gelmiştir. 1990 sonrasında yaşanan küreselleşme dalgasından yoğun bir şekilde etkilenen bölge, tüketim odaklı gelişimleri ile dikkat çekmektedir. Fordist birikme sorununa çözüm olarak bulunan mekânsal kaydırma hareketine bazı ülkelerde (Çin) Batı sermayesinin yerleşmesine karşı direnç oluşurken, Japonya, Hong Kong, Singapur ve Tayvan gibi yerlerde kentin üst-sınıfları kendilerinden üstün gördükleri bir ekonomik sisteme dahil olmak için çaba göstermiştir (Harvey, 1996: 209-211). Nüfusun yoğun, emeğin ucuz olduğu Çin, Hindistan, Endonezya gibi ülkeler küreselleşme sürecinde, yatırımcılar ve tüketiciler için küresel ekonominin önemli pazarları haline gelmiştir (Koç, 2003: 55).

Harvey, ABD Coğrafi Araştırma verilerine göre ABD'nin 1900-1999 yılları arasında 4 milyar 405 milyon ton, Çin'in ise sadece 2011-2013 yılları arasında 6 milyar 651 milyon ton çimento tüketmiş oluşunu "*Dünya'nın Halleri*" isimli kitabında aşağıdaki cümle ile yorumlamıştır.

"...ABD'de gerçekten çok beton döktük ama Çinliler ölçüsüzce her yere beton döküyor olmalı..." (Harvey, 2019: 9)

ABD'nin 99 yılda kullandığı çimento miktarından çok daha fazlasını 12 yıl içerisinde kullanan ülke, doğal alanlarını betonlamak konusunda yoğun çaba sarf etmektedir. Bu durumu kimi araştırmacılar küreselleşmenin bir sonucu olarak görür, Harvey ise bunun hızla biriken sermayeyi absorbe etmek için dünya coğrafyalarının yeniden düzenlenmesinin bir sonucu olduğunu savunmaktadır. Günümüzde Uzakdoğu'da gerçekleşen inşaat patlamasının tarih boyunca dünyanın birçok yerinde yaşandığını ve bunun dünyanın coğrafi çevresinin yaratıcı bir imhası olduğunu söyleyen Harvey'e göre şehirler bir süreliğine gelişir ve çöker (Harvey, 2019: 14). Eski bir coğrafi birikim merkezi olarak tanımladığı Detroit'in ani bir gelişme gösterdiğini, sermayenin başka bir birikim merkezine hareket etmesi sonucunda ise

çöktüğünü ifade eden Harvey, gelecek yıllarda Çin'in devasa şehirlerinin de aynı kaderi paylaşacağını öngörmektedir.

Güney Doğu Asya'daki mega kentlerin birçoğunun yirminci yüzyılın ilk yarısında son derece yavaş büyüdüğünü belirten Davis'e göre ise büyüme hızları 1960'lerden sonra ani bir yükselme yaşamıştır (Davis, 2016: 71). Kırsaldan kent merkezlerine doğru yaşanan bu göç dalgaları kentlerin gecekondulaşmaları ile dolmasına neden olurken, çokuluslu şirketler için ucuz işgücü potansiyeli anlamı taşımaktadır. Kırsaldan mega kentlere akan yoksul köylü kitlesi, Çin'in Pearl River Delta bölgesinde, Şanghay'da, Pekin'de bulunan şantiyeler için ucuz insan kaynağı olmuştur (Davis, 2016: 82).

Çin

Günümüz Çin Halk Cumhuriyeti, Mao Zedong başkanlığında ki Çin Komünist Partisi'nin 1949 yılında kazandığı zafer sonrasında kurulmuştur. Modernizm öncesinde Çin Devleti ismini kullanmayı reddeden, devleti Qing Krallığı, kendilerini Qing halkı olarak tanımlayan halk Batı emperyalizmi ile karşılaşmalarının sonucunda Avrupa'nın siyasi düşünce sisteminden etkilenmiş ve ilk defa ulus devlet olma fikrini kabul etmiştir (Mitter, 2012: 13).

19. yüzyıl sonlarında İngilizlerin Doğu Hindistan Şirketi'ni kurarak Bengal'de afyon üretimine başlaması ve Çin'i ürettikleri afyonu pazarlayabilecekleri bir ülke olarak görmeleri iki krallığı ilk kez karşı karşıya getirmiştir. Afyon Savaşları'nı kaybeden ülke ilk kez Batılı güçlü devletlerin pazarı haline gelmiştir ve yabancılara uygulanan düşük vergiler Çin ekonomisinin daha da kötüleşmesine neden olmuştur. Ekonomide yaşanan çöküş Hong Kong ve Tayvan'ın Japonlar tarafından istila edilmesi ile sonuçlanmıştır. Afyon savaşlarından sonra il olarak ekonomik yaptırımları devreye sokan Batılı güçler, zamanla misyonerlik faaliyetlerinin ülkede serbest hale getirilmesini sağlamıştır ve ülkede egemen olan Konfüçyüs öğretisinin sarsılmasına, toplumun kültürel yapısının Batılılaştırılmasına neden olmuşlardır (Mitter, 2012: 33). Misyonerlik faaliyetleri sonucunda, Konfüçyüsçülüğün modernleşmenin önünde bir engel olduğunu savunan bir reformist grup oluşmuş (Holcombe, 2016: 275) ve 20.yüzyılın başında bir milyondan fazla tapınağın bulunduğu ülkede, yüzyıl sonuna gelindiğinde tapınakların yarısı kapanmıştır (Goossaert, 2006: 308).

Afyon Savaşlarında emperyalizmi kötü bir şekilde tecrübe eden Çin halkı için komünizm; modern, bilimsel, emperyalizme göre daha barışçıl ve Batılı bir değişim formu olmuştur. Marksist teoriden etkilenen Çinli reformcular, tüm dünyadaki sistemin feodalizmden kapitalizme, kapitalizmden de komünizme geçeceğine inanmıştır ve uzun yıllar sadece entelektüel Çinli reformist kesim arasında etkili olan komünizm düşüncesi II. Dünya Savaşı sonrasında tüm ülkeye yayılmıştır (Holcombe, 2016: 278).

Çin'in ekonomik olarak diğer dünya devletlerinin gerisinde kalmasında II. Dünya Savaşı sonrasında yaşanan Mao Dönemi etkili olmuştur. Doğu Asya'da ki Japonya, Tayvan, Güney Kore ve Hong Kong gibi diğer devletler ekonomiyi kalkındıracak hafif sanayi üretimine ve tüketici mallarına yönelirken, Çin içine kapanmıştır (Mitter, 2012: 142). Mao Dönemi'nde yaşanan içe kapanma, kendileri için hem tehdit hem de modernleşme modeli olarak gördükleri Japonya'nın 1968 yılında yaşadığı Meiji Restorasyonu ile sarsılmaya başlamıştır (Mitter, 2012: 142). 1980'lerde açık kapı politikasını geçilmesi ile birlikte kötü olan ekonominin düzeltilmesi için yabancılar ile ticari ilişkilerin kurulmasına önem verilmiş ve yerel olan her şey ikinci plana itilmiş, uluslararası tasarımlara öncelik verilmiştir (Ren, 2011: 171).

Çin'in güneybatısındaki liman kentlerinin Özel İktisadi Bölge ilan edilmesi, yabancı yatırımlar için vergi oranlarının düşürülmesi ve yabancı yatırımcıyı kısıtlayıcı iş yasalarının değiştirilmesi ile Çin hızla küresel yarışa dâhil olmuştur. Çin'in Açık Kapı Politikasının kabul edilmesinden sonra birçok uluslararası kuruluşu üye olan ülkenin, Dünya Ticaret Örgütü'ne üye olması yerel ve küresel ticari hayatın hızla gelişmesinde etkili olmuştur (Zheng, 2004: 1). Son dönemde Amerika ve İngiltere'de birçok şirkete yatırım yapan Çin, 2000-2007 yılları arasındaki döviz rezervlerini 6 kat arttırmış ve dünya ekonomisini kendi ihtiyaçlarına göre dönüştürmeyi başarmıştır (Mitter, 2012: 145).

Çin'in İnci Nehri (Hong Kong-Guangzhou) ve Şanghay deltaları ile Beijing-Tianjin koridoru bölgelerinin, Tokyo-Osaka, aşağı Ren veya New York-Philadelphia ile mukayese edilebilecek kentsel-endüstriyel megapoller haline geldiğine değinen Davis, gelişmekte olan ülkeler içinde önemli bir yere sahip olan Çin'in ABD'nin doğu sahillerini model alan büyük bölgesel ölçekli bir kentsel gelişmenin içinde olduğunu ileri sürmektedir (Davis, 2016: 20).

Japonya

Japonya'nın modern şehirlerinin büyük bir kısmı 1580-1610 yılları arasında kale şehir olarak inşa edilmiştir ve eski ismi Edo olan Tokyo'da bu dönemde kurulmuştur. 18. Yüzyılda yarım milyondan fazla nüfusu ile Paris, Avrupa'nın en büyük şehri unvanını taşıırken, Tokyo bir milyondan fazla nüfusa sahiptir (McClain ve Merriman, 1994: 12-13).

Doğu Asya tarihi üzerinde incelemeler yapan Holcombe, Japonya'da yaşanan Batılılaşma hareketlerinin 19. yüzyılın başlarında yaşanan Meiji Dönemi ile birlikte başladığını belirtmektedir. Batılılaşma hareketlerinin öncelikle Batı modasının takip edilmesiyle başladığını ve evlerin Batılı tarzda dekore edilmesiyle devam ettiğini belirten Holcombe, Batı kültürünün ve modasının ülkeye yerleşmesinde devletin büyük payı olduğunu ifade etmektedir. Bu dönemde ilk ticari reklamlar ve alışveriş merkezleri Japonya'da görülmeye başlanmıştır.

Televizyon ve radyo aracılığı ile Batı kültürünün ve tüketim maddelerinin özendirilmesi Meiji döneminde başlamıştır. İlk Batılılaşma Dalgası olarak tanımlanan ve 1920'li yıllara kadar devam eden bu geçiş döneminde yayınlanan ticari reklamlarda Batılı ürünlerin Batılı tarzda reklam filmleri ile Japon toplumuna tanıtılması toplumda olumsuz tepkilere neden olmuş ve çözüm olarak Japon kültürüne uyumlu reklam filmlerinin hazırlanmasına özen gösterilmiştir. Küresel markaların ürünlerinin yer aldığı Batı tarzı çok katlı alışveriş merkezleri kent merkezlerini süslemeye başladığı bu dönemde büyük Japon şehirlerinin gece silüetlerini neon ışıkları aydınlatmaya başlamıştır. Kentte yaşayan kesim Batılılaşma Dalgasını yaşarken, kırsal kesimde geleneksel Japon kültür ve yaşamı devam etmiştir (Holcombe, 2016: 288-292). İlk Batılılaşma Dalgasının sonrasında yaşanan I. Dünya Savaşı'nda denizaşırı ülkelere silah sanayisi alanında aldığı talepleri iyi değerlendiren Japonya'nın ekonomisi büyük bir sıçrama göstermiştir. Savaş sonrasında Avrupa ve Amerika merkezli birçok fabrikanın piyasaya dönmesi Japonya ekonomisinin dibe vurmasına sebep olmuştur.

II. Dünya Savaşı'ndan güçlenerek çıkan Amerika için Japonya'da komünizmin yayılma ihtimali tehlike olarak görülmüş ve çeşitli yardımlar ile Japonya'nın Rusya ile yakınlaşması engellenmeye çalışılmıştır. Kapitalist bir ülkeye dönüştürülmesi amaçlanarak yapılan bu yardımlar savaş sonrasında Japonya'nın ekonomisinin toparlanmasına, "Japon Mucizesi"nin

yaşanmasına ortam hazırlamıştır ve Japon Ekonomisi 1950'lerden sonra toparlanmaya başlamıştır. 1955-1973 yılları arasında gayri safi milli hasılası yılda ortalama %10 oranında büyüyen ülke, 1968 yılında Batı Almanya'yı dahi geride bırakarak dünyanın üçüncü ekonomik gücü haline gelmiştir (Holcombe, 2016: 323). 1980'li yılların sonunda Japonya'nın ekonomik kalkınması "Japan As Number One" sloganları ile anılmaya başlanmış olsa da 1990'dan sonra Japon ekonomisi duraklama sürecine girmiş, işsizlik artmıştır. Japonya'nın II. Dünya Savaşı'ndan sonra ekonomik alanda yaşadığı hızlı sıçramada istikrarlı siyasi iktidarın, büyük şirketlerin ve güçlü bürokrasinin etkisi olmuştur (Ateş, 2003).

Doğu Asya ülkeleri için bir rol model olan Japonya'da 1960 ve 1970'lerde başlayan iktisadi büyüme; Tayvan, Güney Kore, Hong Kong ve Singapur'a yayılmıştır (Arıcıoğlu, 2012: 46).

Güney Kore

19. yüzyılda tarıma dayalı bir yaşam süren, birçok dinin özgürce yaşandığı bir ülke olan Kore'de, 1910 sonrasında sömürge dönemine geçilmiş ve otuz yıl boyunca Japon asimilasyonuna maruz kalınmıştır. 1910-1949 yılları arasında Japon istilasına altın olan ülkenin dili ve dini Japonlar tarafından yasaklanmış, isim hakları dahi ellerinden alınmış, Japon isimleri kullanmaya zorlanmıştır (Holcombe, 2016: 286-287). Baskıcı kültürel asimilasyon politikaları ile dikkat çeken Japonya, Kore'de ki ilk sanayileşme ve Batılılaşma hareketlerini başlatan güç olmuştur. Güney Kore'de yaşanan bu ilk küreselleşme hareketleri Amerikan borsasında yaşanan iflas sonrasında sekteye uğramıştır (Holcombe, 2016: 295).

Sömürge döneminin sonunda Doğu Asya'da, Japonya'dan sonra sanayileşmiş ikinci ülke konumuna gelen ülkeye Batılı modern tüketim kültürü yerleşmiştir. Batı kültürüne ait olan sinemalar, alışveriş merkezleri, ticari reklamlar, moda trendleri Kore'nin büyük şehirlerinde görülmeye başlamıştır (Holcombe, 2016: 286).

Küreselleşmenin Japonlaşma ve Batılılaşma ikileminde sirayet ettiği ülkede sanayileşme ve kentleşmenin birbirine paralel olarak gitmiştir. Kore Kültür ve Enformasyon Ajansı tarafından yapılan analizlere göre 1960 yılında nüfusunun yalnızca %27.7'si kentlerde yaşayan Güney Kore'nin, 2000 yılına gelindiğinde nüfusun %88.3'ü kentlerde yaşamaya

başlamıştır. Kentsel nüfusta yaşanan bu yoğun artış, kent merkezlerinde arsa ve konut sıkıntılarını beraberinde getirmiştir (Kore Kültür ve Enformasyon Ajansı, 2011:41-42).

Arsa fiyatlarında yaşanan artış ve artan konut talebi kent merkezilerinin yüksek katlı yapılar ile dolmasına, kent merkezlerinin seçkinler tarafından işgal edilmesine ve yoksul halkın kentin çeperlerine itilmesine neden olmuştur.

Hong Kong

Üretim odaklı yerleşim kolonilerinden farklı olarak Güneydoğu Asya, Çin, Hindistan ve Avrupa arasındaki ticaretin koordine edileceği bir merkez olarak kurulan Hong Kong (Watson, 2011: 35), uzun yıllar boyunca Büyük Britanya İmparatorluğuna bağlı bir sömürge olmuştur ve 1 Temmuz 1997 tarihinden itibaren Çin Halk Cumhuriyeti'ne bağlı Özel Yönetim Bölgesi statüsüne geçmiştir (Suner, 2018: 50). Sömürgecilik öncesi dönemde küçük balıkçı köyleriyle çevrili bir ada olan Hong Kong'un modern tarihi sömürgecilik sonrasında başlamıştır ve artan rekabet Hong Kong'un küresel ölçekte öne çıkmasını sağlamıştır (Suner, 2018: 46). Asya'nın en büyük serbest limanı unvanına sahip olan kentte ticaret ve sanayi alanındaki en büyük atılım II. Dünya Savaşı'ndan sonra yaşanmıştır ve Hong Kong, 1960-1990 yılları arasında ekonomide ve sanayide yaşanan yüksek büyüme oranları ile Dört Asya Kaplanı olarak tanımlanan ülkelerden biri olmuştur (Wikipedia, 2019).

Hong Kong Doları'nın Çin Yuanı'ndan düşük olması ve Hong Kong'un Özel Yönetim Bölgesi olması sebebiyle vergi uygulamasının olmaması, Hong Kong'u elektrik-elektronik alanında ihracatın merkezi haline getirmiştir. Çin Halk Cumhuriyeti'ni tanımayan ülkeler ile Çin arasında yaşanan ticari sirkülasyon Hong-Kong üzerinden gerçekleştirilmektedir (Wikipedia, 2019). Kapitalizmin ve kozmopolitizmin önemli merkezlerinden biri olan Hong Kong, 2009 yılında Heritage Foundation tarafından dünyanın en serbest birinci ekonomisi seçilmiştir (Heritage, 2009).

Küresel dünyanın ticaret hacminden büyük pay alan Hong-Kong'da sanayi ve kentleşme hızla büyümektedir. Yüksek yapılaşma hacimleri ve Manhattan benzeri kent silueti ile dikkat çeken bölge, küreselleşmenin izinin sürülebileceği önemli alanlardan biridir.

Singapur

Yıllardır dış ticarete açık olan bir serbest liman olması sebebiyle Batılı kültürler ile etkileşimi fazla olan kent uzun yıllar İngiliz sömürgesi altında bulunmuş, II. Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya çıkan sömürgeciliği bırakma eğilimleri sonucunda bağımsızlığını kazanmıştır. Bu süreç zarfında ülkede İngilizce tüm etnik grupların ortak dili olmuştur. Sömürgecilik döneminde dünya ticaretinde önemli bir rol oynayan ülke, bağımsızlığını kazandıktan sonra da ticaret alanında önemli başarılar kazanmıştır. Geçmişten gelen ticaret tecrübesi, düşük vergilendirme sistemi, stratejik konum ve İngilizce konuşan toplumun varlığı Singapur'un uluslararası ticarete önemli bir yer kazanmasında etkili olmuştur. Bu başarıda, küresel kapitalizmde etkili olmuştur. Singapur, stratejik konumundan kaynaklı olarak en çok tercih edilen konteyner limanı olmuştur (Holcombe, 2016: 378).

Çin Halk Cumhuriyeti'nde Mao Dönemi sonrasında yaşanan modernleşme sürecinde model alınan Singapur, 2008 yılında yapılan bir araştırmaya göre Amerika'dan daha fazla gayrisafi milli hâsılaya sahiptir (Holcombe, 2016: 377). 2009 yılında Heritage Foundation tarafından yapılan araştırmada ise Singapur dünyanın en serbest ikinci ekonomisi seçilmiştir (Heritage, 2009).

Tayvan

Jeostratejik önem açısından Kore ile benzer kaderi yaşayan Tayvan tarih boyunca birçok devletin işgali altında kalmıştır. 1895 yılında ilk olarak Japonya yönetimi altına geçen ülke, II. Dünya Savaşı'nın ardından Çin yönetimine geçmiştir (Çolakoğlu, 2009: 203). 1912 yılında bağımsızlığını kazanan ülkede günümüze ulaşan birçok yapı Japon yönetimi altında kaldıkları dönemde inşa edilmiştir (Karlova, 2011: 147). Amerika, Avrupa ve Japon kültürünün karışımı bir kültürü Tayvan'a taşıyan Japonlar Tayvan'ın küresel kültüre geçişinde etkili olmuştur. Popüler kültürünün ülkede ilgi görmeye başlaması ve uluslararası iş ortamının ülkede canlanması ile birlikte Tayvan'da 1980 sonrasında kültürel küreselleşmenin başladığı görülmektedir (Berger ve Huntington, 2003: 60).

Huntington ve Berger *Bir Küre Bin bir Küreselleşme* isimli kitabında uluslararası iş dünyasının kitle iletişim araçları ile kendisine küresel tüketiciler sağladığını ve daha sonra kültürel ürünler ile yarattığı tüketicilerin ihtiyaçlarını karşıladığını söylemektedir. Tayvan'ın

popüler kültürünün de çokuluslu medya ve iletişim sanayileri aracılığı ile dönüştürüldüğünü söyleyen Berger, Tayvan’da kablolu televizyon bağlantısı bulunan evlerin sayısının 1994’te yüzde 43,4 iken, 1998’de yılında yüzde 68’e yükseldiğini belirtmektedir (Berger ve Huntington, 2003: 63-64).

Bu dönemde ülkede ekonomik alanda yaşanan sıçrama, çok uluslu yabancı şirketlerin ülke piyasasına katılımı Batılı yaşam kültürünün benimsenmesinde etkili olmuştur. Ülkedeki mimarlık ortamı da bu yeni küresel yaşam kültüründen ve ekonomiden etkilenmiştir.

3. MİMARLIKTA ULUSLARARASI HAREKETLİLİKLER VE KÜRESEL MİMARLIK

Küreselleşme kavramı; kabaca bilgi transferi ve akışı olarak betimlenirse, bu aktarım esnasında gerçekleşen ulusal ve uluslararası etkileşimlerin ve uygulamaların, iletişim halindeki taraflar için farklılık yaratması olasıdır. Mimaride küreselleşmeyi; akımların, kavramların, biçimlerin, üslupların, teknolojinin, bir coğrafyadan diğer coğrafyaya hareketi olarak betimlersek, bunun başlangıç zamanını ve yerini tespit etmenin güç olduğu da açıkça anlaşılabacaktır.

Çalışmanın bu kısmında, mimaride küresellik konusu, Modernizm öncesi ve sonrasındaki uygulamalar üzerinden değerlendirilip, 19.yüzyıl sonlarında başlayan Uzakdoğu'daki uygulamalar öncesindeki genel profili belirlenmiştir. Tez kapsamında toplumsal yapıyı ve mimarlık ortamını tanımlamak için kullanılan ulus ötesi, uluslararası, çokulusluluk terimleri küresel sözcüğü ile eş anlamlı olarak kullanılmıştır. Gözde, ünlü, popüler, star, imza mimar kavramları literatürde mimarları tanımlamak için kullanılmaktadır. Dönemlere göre mimarları tanımlayan bu sıfatlar değişse de orijininde tümü mimarlık tarihinde yer alan önemli işlere imza atmış mimarlara referans vermektedir.

3.1. Modernizm Öncesi Hareketlilikler

Küreselleşmenin mimarlık açısından değerlendirilmesinde konunun sadece mimarların uluslararası dolaşıma katılmalarından ibaret olmadığı, esasen mesleğin kendisi kadar eski bir geçmişe sahip olduğu da kavranmaktadır. Güç, otorite, egemenlik gibi bir kavram simgesi olarak da kullanılabilen mimari ürüne harcanan maddi kaynağın oldukça fazla olması ve teknolojik olanaklar bağlamında yapım emeğinin fazlalığına karşın, üretimine yönelik talebin az olması çağın özellikleri arasındadır. Böyle bir çağ ve coğrafyada, mimarlık hizmetini sunanların bu küresel dolaşıma katılmak zorunda kalmaları kaçınılmaz olmuştur. Anıtsal yapı talebinin gündeme geldiği her coğrafyada ve çağda mimarlar ulusötesi/küresel bir kimlik kazanarak, “Küresel Mimarlık” kavramlarını ve hizmetlerini ortaya çıkarmaktadırlar.

Eski Yunan ve Mısır uygarlıkları incelendiğinde o dönemde yapılan anıtsal yapıların sayıca çok fazla olmadığı, anıtsal yapı ihtiyacının yüzyılda bir denebilecek kadar seyrek olduğu

görülmektedir. Böylesine nadir bir ihtiyaç karşısında talep edilen anıtsal yapının döneminin en gösterişli, pahalı, etkileyici, karmaşık yapısı olması beklenmiş ve inşası için bu konuda uzman olan mimar arayışı ortaya çıkmıştır. Mimarlık mesleği bu dönemde de sınırları aşan, sınır tanımaz bir meslek olmuştur. Antik dünyanın yedi harikasından biri olan İskenderiye Feneri'nin Knidoslu (Datçalı) Yunan Mimar Sostratos tarafından tasarlanması, Bosna'daki Drina Köprüsü'nün Mimar Sinan'a, Mostar Köprüsü'nün Sinan'ın öğrencisi Mimar Hayruddin'e tasarlatılması bulundukları dönemin küresel mimarlık dolaşımına örnek gösterilebilir. Bu örneklerde bahsedilen mimarlık hizmetleri(yapılar) tez kapsamında incelenen küresel ölçek bağlamında olamamakla birlikte, günümüz küresel mimarlık ortamının kökenini oluşturdıkları söylenebilir. Bu kadar önemsenen, fakat sınırlı sayıda fırsat yakalanan bir hizmeti veren meslek adamları(mimarlar) geniş bir coğrafyada hareketli olmuştur.

Orta çağ Avrupa'sında da mimari hizmet sunumunda benzer durumların yaşandığı bilinmektedir. Gotik katedral ustaları, mimarları belirli bir yerde sürekli ikamet edememiş, sipariş edilen yapılara göre şehir ve bazen ülke değiştirmek zorunda kalmıştır. Bu ulusötesi dolaşımda etnik kimliklerin hiçbir önemi olmamış, sanat ve zanaat alanındaki yetenekleri bu kişileri ulusötesi yapım dolaşımına dâhil etmiştir. Yapı pratiği içinde yer alan camcılar, vitraycılar, cam dökümcüleri, taş ustaları, marangozlar da yaşamlarını kazanmak için bu dolaşıma katılmıştır. Özetle, Orta çağ Avrupası'nda mimari işgücü İngiltere'den Macaristan'a uzanan çok büyük bir bölgeye yayılmış ulusötesi bir trafik haline gelmiştir. Bu küresel mimari işgücü trafiğinin bir benzeri İslam Orta Çağ'ında da görülmektedir. Orta çağda Anadolu'da da İslam coğrafyasının farklı bölgelerinden gelmiş mimarların eserlerine rastlanmaktadır. Avrupa'da, 15. yüzyıldan başlayarak mimari hizmet verme biçimi değişmiş ve bir mimari dolaşım ağı ortaya çıkmıştır (Tanyeli, 2001).

1900'lü yıllara gelindiğinde dönemin önemli mimarları, teknolojinin de gelişmesiyle birlikte deniz aşırı seyahatler gerçekleştirebilmiştir. Bu seyahatler mimari dolaşımın boyutunu etkilemiş ve mesafelerin sanayi devrimi sonrası makineleşmenin etkisiyle kısalması, farklı medeniyetlerin birbiriyle kurduğu iletişimi arttırmıştır. Frank Lloyd Wright'ın 1900'lerin başında Avrupa'ya yaptığı ziyaret hem kendi mimarlık kariyerini hem de Avrupa'nı mimari perspektifini değiştirmiştir. Yerel bir mimar olarak yorumlanan Wright, Güney Amerika, Avrupa ülkeleri, Sovyetler Birliği ve Japonya başta olmak üzere, pek çok ülkeyi ziyaret etmiş (Eleanor, 2017), uluslararası birçok ağ ile bağlantı kurmuş, bağlantı kurduğu bu

Ülkelerin kültürlerinden ve mimari yapılarından da etkilenmiştir. Japonya seyahati sonrasında Japon kültüründen ve mimarisinden çok etkilenen Wright, Tokyo’da The Imperial Otel’in inşasını üstlenmiştir. Uzakdoğu’nun Batı mimarlığı ile ilk karşılaşması olan bu yapı tez bağlamında tartışılan küresel mimarlık oluşumunun mimarlık tarihi açısından ilk rneği olmuştur.



Resim 3.1. Tokyo Imperial Otel, Japonya, 1915-1925 (Eleanor, 2017)

Maya uygarlığından etkilendiğini bilinen Wright, Tokyo’da tasarladığı bu yapıda da Maya ve Mezoamerikan kültürlere ait ikonları modern mimariyle birlikte kullanmıştır. Japonya’nın modernliğini simgelemesi ve batılı ziyaretçilerin ilgisini çekmek amacıyla sipariş edilen yapıda, geleneksel Japon malzemeleri ve mimarın Maya uygarlığına referans veren tasarımı i içe geçmiştir. Wright 1910-1925 yılları arasında Japonya’da bu yapı haricinde, 14 proje daha tasarlamıştır (Eleanor, 2017).



Resim 3.2. Jiyu Gakuen Girls’ School, Tokyo, Japonya, 1921 (Frank Lloyd Wright Foundation, 2017)

Wright'ın Uzakdoğu'ya yapmış olduğu seyahatin bir benzeri, çağdaşı Le Corbusier tarafından 1911'de yapılmıştır. Batılı bir mimar olarak doğu tanımlamasının sınırını Macaristan'dan başlatan mimar, seyahatini o dönemde şarkın en gözde kenti olan İstanbul'da bitirmiştir. Şark seyahatleri olarak adlandırdığı bu seyahat Doğu-Batı kültürünün ve mimarisinin ilk kıyaslandığı eserlerden biri olmuştur. Hava taşımacılığının daha gelişmediği dönemde yapılan bu seyahatler küresel mimari dolaşımın ilk örneklerini oluşturmaktadır.

Batılı mimarların Uzakdoğu ülkelerinde sundukları mimarlık hizmeti yakın tarihli bir durum değildir. 1915'li yıllarda Wright'ın Japonya'daki tasarımları ile başlayan Batılı mimarların Uzakdoğu'daki etkinliği, Le Corbusier'in 1950'li yıllarda Hindistan'da yaptığı tasarımlar ile devam etmiştir. 1947 yılında bir İngiliz kolonisi olmaktan kurtulup bağımsızlığını ilan eden Hindistan, yeni bir başkent arayışına girmiş ve yeni başkent in tasarımı nda dönemin gözde mimarı olan Le Corbusier ile çalışmak istemiştir (Archdaily, 2017). O dönemde Himalaya'nın eteğinde boş bir düzlük olan Chandigarh başkent için uygun bulunmuştur. Dünya çapında yepyeni bir kent kurma deneyi, Batılı bir mimar tarafından Doğu coğrafyasında gerçekleştirilmiştir. Le Corbusier, 1959 tarihli bir raporunda Chandigarh'ı şöyle tanımlamaktadır:

“Chandigarh, içinde yaşayan nüfusun en yoksullarına bile onurlu bir yaşam için bütün hoşlukları sunan bir kenttir. Chandigarh, belirli bir amacı olan ve bunun sonucu olarak belirli bir kentli kalitesine sahip hükümet kentidir.” (Archdaily, 2017).

Corbusier, Modulator 1&2 adlı eserinde cebindeki Modulator'un küçük kutusunun Chandigarh'ın kalbinde, yerin tam altında, toprakla birleşmiş bir halde olduğunu belirtir. Bu uyumlu ölçeğe göre tek parça halinde organize edilmiş dünyanın ilk şehrinin, bütün ölçülerine Modulator'un serpileceğini anlatmaktadır (Corbusier, 2010: 33).

Yaşamın tamamını kapsayan ve hiçbir alanda görülmediği kadar insanlarla iç içe olan mimarlık evrensel bir niteliğe sahiptir. Hangi ülkede olursanız olun mimarlık/mimari ürünler tüm insanlık için anlaşılabilir olmuştur. Aynı dili konuşmayan milyonlarca insan farklı şehirlerde, ülkelerde taşı, ağacı, kubbeyi benzer şekillerde kullanmıştır. Milattan önce 8. yüzyılda yapıldığı düşünülen Maya uygarlığına ait Chichen Itza piramidinde kullanılan taşın ve mimari formun, M.Ö 2500'lü yıllara tarihlenen Mısır'da ki Keops Piramidi ile olan

benzerliği, aynı dilleri konuşmayan insanların mimari konusunda benzer akılla hareket ettiğini doğrulamaktadır. Mimarlık, yüzlerce farklı dilin konuşulduğu dünya üzerinde tüm bireylerin konuşmadan birbirini anlayabildiği tek dil olmuştur.



Resim 3.3. Chandigarh Meclis Binası, Chandigarh, Hindistan (Arkitera, 2013)

Endüstriyel üretim, tüketim ve talebin, yükselen bir gelişim eğrisi oluşturduğu, 19. Yüzyılda düzenlenen endüstri sergileri mimarinin küreselleşmesine zemin hazırlamıştır. Modern endüstriyle paralel süreçte ilerleyen, endüstriyel sergiler, yeni ürün, malzeme ve teknolojilerin tanıtımını sağlamış, öte yandan mimari ürünlerin, imgelerin, akımların uluslararası dağılımına olanak sağlamıştır. Bu sergiler temelde ticaret, sanayi ve teknoloji alanındaki paylaşımlar için kurulmuş olsa da süreç içerisinde mimari iletişime ve etkileşime hizmet etmişlerdir. Ticari amaçlı sergilerin dışında doğrudan mimarlık ve sanat odaklı açılan Werkbund sergileri, Stuttgart'taki Weissenhof sergisi dönem üslubunun kitlelere ulaşmasında, uluslararası bir boyut kazanmasında etkili olmuştur. Yeniçağın stilini, yönelimini kamuya sunma, tanıtmaya, propagandasını yapma amacıyla 20. Yüzyılın başında birçok sergi, dünya fuarı yapılmış ve hepsi de bu konuda başarılı olmuştur. Modern dünyada mimarlık alanında var olmak demek, dünya genelinde saygın kabul edilen bu ortamlarda, mekânlarda bulunmak, yer tutmak anlamına da gelmektedir. Kitle iletişim araçlarının daha yaygınlaşmadığı, internet diye bir olgunun hayatlarımıza girmediği dönemde mimarlığın küreselleşmesi, uluslararasılaşması bu sergiler, fuarlar aracılığı ile sağlanmıştır.

19. yüzyıldan bu yana ise küreselleşme ile mimarlık birbirinden ayrı düşünülemez hale gelmiştir. 19. yüzyıl emperyalizminin etkisi, güce, ekonomik temellere, siyasi ve kültürel olarak devletlerarası hükmedicilere dayalı ilerlerken, mimari boyuttaki küreselleşmeyi Hollanda'dan Jakarta'ya, Amerika'dan Çin'e, Hindistan'dan Afrika'ya ve Osmanlı başkentine kadar aktarmada etkili olmuştur (Tanyeli, 2001).

Bozdoğan, *Modern Mimarlık ve Tropik Coğrafyalar* isimli makalesinde Modernizm'in Hindistan'dan başlayarak Endonezya'ya kadar ilerleyen topraklar bazında, Güneydoğu Asya'yı bünyesine katan tropik bir bölgede etki göstermeye başladığını ve ilerleyen süreçte 19. yüzyılın kolonyal sisteminin çözülmesiyle birlikte, bölgedeki ülkelerin birbirlerinden bağımsızlaştığını ve yeni ülkeler inşa etmeye başladıklarını ifade etmektedir. Güney Asya'da gelişmeye başlayan bu "Tropikal Modernizm" in esasları yerel ve bölgesel bir harekete dayanmamaktadır ve bu akımın, eski kolonyal ağlardan köken aldığı bilinmekle beraber, temel çıkış noktasının Avrupa'ya ait olduğu ve üretilen bu akımın süreç içerisinde kurumsallaştığı bilinmektedir (Bozdoğan, 2013).

Le Roux'a göre Avrupalı mimar ve inşaat şirketlerinin bölgedeki amacı, kolonyal dönemdeki hâkimiyetlerini, post-kolonyal ortamda da sürdürebilmektir ve çok uluslu şirketler, Batılı uzmanlar için büyük pazar potansiyeli ortaya koyan bu geniş alanda etkinliklerini koruyarak, proje almayı sürdürmeyi hedeflemektedir (Le Roux, 2003).

3.2. Modernizm ve Uluslararası Çalışmalar

Modernizm

Latince kökenli *Modo*'dan türetilmiş, *Modernus* kelimesinin, ilk kullanımı 5. yy'a dayanmaktadır ve paganizmi reddeden Hristiyan topluluklarını tanımlamak için kullanılmıştır (Kızılcılık, 1994: 87).

Modern ve antik toplum ayrımı yapmak isteyen Rönesans düşünürleri, kelimenin anlamını genelleştirmişlerdir. Rönesans düşünürlerinin yapmış olduğu bu genellemeye göre modern toplum; Batı toplumunu temsil etmektedir ve ilkel olarak tanımlanan tüm topluluklar Batı dışında kalan toplumları ifade etmektedir. Aydınlanma çağına geçildiğinde ise,

modernizmin daha geniş bir alanı tanımlamak için kullanıldığı görülmektedir (Küçükalp, 2010: 82).

Kumar, modernizmin zaman içerisinde geçirdiği değişimi ise şöyle anlatmaktadır:

“On sekizinci yüzyıl Aydınlanması sadece orta çağın antik ve modern ayrımına katkıda bulunmakla kalmadı, bundan sonra da geçerli olacak kritik bir tespiti de yaptı. Bu andan itibaren modern toplum bizim toplumumuzdu, yaşadığımız türden toplumlar, ister on sekizinci yüzyıldaki olsun isterse yirminci yüzyıldaki. Kelimenin ilk ve son anlamları arasında fark olsa bile, bu iki kelime (modernizm ve toplum) birbirleriyle eş anlamlıydı, Batı toplumu modernitenin amblemi oldu. Modernleşme demek, Batılılaşma demektir. Bu nedenle modern toplumlar on sekizinci yüzyıldan beri Batı toplumlarının damgasını taşımaktadırlar.” (Kumar, 1993: 391).

Özetle Kumar’a göre “modern” terimi ilk olarak Hristiyan olmayı tanımlamıştır, günümüzde ise Batı’lı olmak anlamında da kullanan düşünürler bulunmaktadır. Yüzyıllarca eski düşünce ve yaklaşımlardan yeniye geçişi anlatmak için kullanılan Modernizm, İngiltere’de ise 20.yüzyılın ortalarından itibaren çağdaşlaşma anlamında kullanılmaya başlamıştır (Anderson, 2002: 9). Daha özelleşmiş bir anlamıyla Modernizm, 19. yüzyıl ortalarından itibaren kültür, sanat ve bilimle ilgili olan değişiklikleri ifade etmek için kullanılmaktadır (Kumar, 1993: 391).

Modern mimarlığın doğuşu Rönesans gibi, tarihsel süreksizliğin kabulüne bağlı olarak ortaya çıkabilmiştir. 19. Yüzyılda Modernizm en büyük mücadelesini geçmişe bağlılığın kırılması konusunda gerçekleştirmiştir. 1900’lerde avangart mimarlar geleceğe giden yolun geçmişten geçmediğini, aradaki bağın tamamen koparılması gerektiğini göstermiştir. Bu düşünceler mimarların belleğinde kalmamış ve gerçek dünyada mimarlık değişmiştir. Endüstriyel makine çağı ekonomik gerçeklikleriyle birlikte yaşamın içine nüfuz etmiştir. Güçlü varlığı ve heyecan veren güzelliği ile makine dünyası, insanların yaşamına girip düşlerini değiştirmiştir (Trachtenberg ve Hyman, 2002).

Geleneksel stilleri reddeden bir üslup olarak da tanımlanan Modernizm, yeniçağın gerekliliklerini sorgulamış ve bu çağa uygun formları yaratmayı amaçlamıştır. Yeniçağa yönelik bu sorgulamalara Moholy-Naghy’nin “Konstruktivizm ve İşçi Sınıfı” adlı denemesinde teknolojinin yeniçağın ana gerçekliği haline geldiğini, makine kullanıcısı

olmanın çağın ruhunu yakalamakla eşdeğer bir anlam taşıdığını ve bunun geçmiş dönemlerin maneviyatını yerle bir ettiğini açıklanmaktadır (Butler, 2013: 42).

20. yüzyılın başında H. G Wells ve Julian Huxley, “Fare ve insanlar da dâhil tüm hayvanlar karmaşık türde yanmalı makinelerdir.” ve “İnsan vücudu kendini yağlayan, yakıtını sağlayan ve kendini onaran bir makinedir... kendisinin yerine geçecek yeni makineleri de yapma kapasitesine sahiptir.” yorumunda bulunmuşlardır. Mimarlık makine çağına adapte olmaya çalışırken, aynı zamanda makineden de esinlenmiştir (Kırcı, 2013: 7). Makine stili, modern mimarlığın özü olmuştur, ancak makine stili binalar makineye sadece metaforik olarak benzemiştir. Oysa modern mimarlık, sadece makine stili değil, çok yönlü modern hayatın şekillendirdiği çok yönlü bir mimarlık olmuştur. Makinelere yönelik yapılan övgülerle sınırlı kalınmamış ve makineler sürekli geliştirilerek; biyolojik, geometrik eğilimler ve doğadaki formların canlandırılması gibi farklı özellikler kazandırılarak, birçok şekil ve özellik elde edilmiştir (Trachtenberg, M. ve Hyman, I, 2002).

Modernizm 1890’larda Atlantik’in iki yakasında eş zamanlı olarak başlasa da Avrupa, Avrupa-Amerika diyalektiğinden ilk yararlanan taraf olmuştur. Yeni mimarlığın doğuşuna şahitlik etmek için yeni kıtadaki gelişmelerin incelenmesi gerekmektedir. Avrupa’da yaşanan baskılardan ve savaşlardan uzakta izole bir yaşamın sürdüğü Amerika kıtasının yeni mimarlığın gelişmesinde, endüstrinin ilerlemesinde önemli bir yeri vardır. 1880-1890 yılları arasında L. Sullivan, Henry Richardson gibi mimarlar Chicago ve Buffalo’daki çelik çerçeveli çok katlı binaları ile modern mimarlığın temelini atmışlardır (Kırcı, 2013: 7).

1. Dünya Savaşı öncesindeki yıllarda Avrupa ve Amerika’da modern stil üzerinde çalışan mimarlar, beton, çelik çerçeve, cam şerit ve alüminyum gibi yeni malzemeleri kullanarak yeni, farklı uygulamalara imza atmıştır. Saydam dış cephe tasarımları, mimarlığa yeni alanlar açmıştır. Yeni malzemeler ve teknikler, yapı kabuğunu iç mekânla bütünleştirmiş ve yapıların ağır kitle etkisini azaltmıştır. Mimarlığı özgürleştiren yeni malzemeler yeni teknolojilerle birleştikçe heykelsi bir mimarlık çağının önü açılmıştır.

Geçmiş bağlılığın kırılmasını savunan Modernizm, gelişen teknolojilerle ve yeni malzemelerle birlikte günümüz küresel mimarlığının önünü açmıştır. Yeni çağın gerekliliklerine uygun bir mimarlığı arzulayan Modernizm ideolojisi/düşüncesi, küresel çağın kendi dinamiklerine uygun bir mimarlığı yaratması gerektiği fikrini doğrulamaktadır.

Giddens'e göre modernite içsel olarak küreselleşmektedir. Küreselleşme ile modernleşme / modernite arasındaki sınırların pek çok durumda kaynaşmaya başladığı görülmektedir ve çoğu zaman bunların arasında ayırım yapmak zordur (Giddens, 1996; 63).

Uluslararası Modernizm

Uluslararası Üslup ismi ilk kez mimarlık tarihçisi Henry-Russell Hitchcock ve mimar Philip Johnson'un, 1932 yılında New York Modern Sanatlar Müze'sinde (MoMa) düzenledikleri "Uluslararası Üslup: 1922'den Günümüze Mimari" sergisinde kullanılmıştır (Roth, 2000: 629). Philip Johnson'ın 1932'de açılan New York sergisinden sonra, birkaç yıl içinde, 2. Dünya Savaşı'nın başlamasıyla, önde gelen Avrupalı mimarların çoğu Amerika'ya taşınmıştır. Bauhaus'un 1933'te kapatılmasının ardından Mies van der Rohe, Walter Gropius ve Marcel Breuer gibi eski Bauhaus eğitimcileri ünlü Amerikan üniversitelerinde etkin görevler üstlenmiştir. Böylece Kuzey Amerika, Modernist mimarlık eğitim ve uygulamalarının merkezi haline gelmiştir. Amerikan şehirlerinin yeni kültürel ve coğrafi ortamı mimari deneyler için kusursuz bir yer sunmuştur. Güçlü Amerikan ekonomisi anıtsal ve kapsamlı projelere olanak sağlamıştır (NTV, 2009: 377). Sosyalist yapısı, gelenekselden kopukluğu ve endüstriyel estetik konusundaki ısrarı yüzünden savaş öncesi ABD'de reddedilen Uluslararası Stil, savaş sonrasında Amerika'da kabul görmüştür. Amerika, Uluslararası Stil'in Nazi baskısından kurtulup özgürleşeceği, kök salacağı bir ülke haline gelmiştir (Kırcı, 2013: 75).



Resim 3.4. Bauhaus Okulu, Deseau (Arkitektuel, 2018)

Eski Bauhaus eğitimcileri, Amerika'nın köklü üniversitelerinin mimarlık kürsülerinin başına getirilmiş ve Avrupa'da benimsemiş oldukları tasarım felsefelerini burada da devam ettirmişlerdir. Nagy ve Gropius, Chicago Tasarım Okulu'nu açtıklarında, okul eğitim ve yönetiminin yapılanmasını Bauhaus Okulu'ndaki kabul görmüş temeller üzerinden ilerleterek, mimari ve endüstriyel ürünler üretmişlerdir. Mies Van Der Rohe, Illinois Teknoloji Enstitüsü'nde eğitim vermeye başlamış ve uzun yıllar orada çalışmaya devam etmiştir. Gropius, Harvard, Albers ise Yale Üniversite'sinde kadro sahibi olmuştur (Eti, 1971: 70).

Endüstrinin sürekli ve hızlı gelişme içerisinde olduğu on dokuzuncu yüzyılda, endüstri sergileri; çözümleyici, üretken ve yaratıcı yeni bir mimarlığa ortam hazırlamıştır. Modern endüstriyle paralel süreçte gelişen bu sergiler, yeni ürün, malzeme ve teknolojileri tanıtırken, yaratıcı mimarlığın önünü açmıştır. Bu sergiler temelde ticaret, sanayi ve teknoloji alanındaki alışveriş ve haberleşmeler için kurulmuş olmasının yanında, dolaylı olarak mimarlık alanında iletişime ve etkileşime hizmet etmiştir. Ticari amaçlı sergilerin dışında doğrudan mimarlık ve sanat odaklı açılan Werkbund sergileri, Stuttgart'taki Weissenhof sergisi dönem üslubunun kitlelere ulaşmasında, uluslararası bir boyut kazanmasında etkili olmuştur.

Bu dönemin Star Mimarları/popüler mimarları olarak tanımlanabilecek olan Bauhaus'un Göçmen Mimarları, yaptıkları akademik çalışmaları, kent kimliğini derinden, etkileyen döneminin avangard sayılabilecek projeleri ve birçok ülkede basılan kitapları ile yeni nesilleri etkilemiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında ekonomik sıkıntılarla boğuşan, yapım faaliyetlerini minimuma indiren birçok ülkenin aksine Amerika iyi bir ekonomik güce sahip olmuştur. Bu güç Bauhaus'un Göçmen Mimarlarının özgürce tasarımlarını sergilemesine imkân tanımıştır. Mimari tasarımın sermayeden ve ekonomik güçten-iktidardan ayrı düşünülmemesi gerektiği, mimarlık tarihinin her safhasında karşımıza çıkmaktadır. Küresel kent olma yarışına birçok ülkeden önce giren Amerika'nın gücünü tüm dünyaya kanıtlayabilmesi ve sermayeyi kendisine çekebilmesi için marka değeri olan tüketilebilir metalara ihtiyacı vardı. Amerika yeni bir mimarlık ile marka, tüketilebilir bir kent silüeti yaratmayı amaçlamıştır. Bilbao'dan çok daha önce döneminin ikonik yapılarına kapılarını açmıştır. Döneminin simge yapılarının marka değeri kazandırdığı kentlerde özel sektörün, sermayenin rolü artmıştır. Bu tez kapsamında incelenecek olan kapitalizm etkisi altında küreselleşen mimari kavramının orijini bu döneme dayanmaktadır.

İlk ve Orta çağda Avrupa’da veya Ortadoğu’da yaşanan ulusötesi yapım trafiğinin daha organik bir yapısı olduğu, neredeyse yüzyılda bir yapılan anıtsal bir yapının döneminin en mükemmeli olmasının amaçlandığı görülmektedir. En iyi ve ikonik olanı aramak mimarlık tarihinin tüm dönemleri için ortak bir durum olsa da içinde bulunduğumuz kapitalist kökenli küresel mimarlık ortamının doğumu, İkinci Dünya Savaşı sonrasında Bauhaus’un Göçmen Mimarlarının/Uluslararası Stil akımının öncüsü mimarlarının etkisinde dönüşen Amerika’da olmuştur. Kentlerin özel sektörün ve sermayenin çekim noktası haline gelmesiyle birlikte mimarlık sermayeye değer kazandırmak amacıyla kullanılmıştır. Bu sistem; ABD dışındaki şirketleri, devletleri, yatırımcıları etkilemiş ve küresel ölçekte talep görmüştür.

Geç Modernizm

II. Dünya Savaşı’nın sonu ile 1970’lerin başı arasında birçok mimar, Modern Mimarlığın; özgürleşmeyi desteklemek yerine, baskı ve manipülasyonu teşvik ettiği düşüncesini taşıyordu (Toorn, 2005). İkinci Dünya Savaşı ardından mimarlar giderek genişleyen kentsel topluma uyum sağlamak adına; şekil, malzeme ve fonksiyona ilişkin kabul edilir düşünceler oluşturmaya, var olan düşünceleri yıkıp, yok etmeye ve süratle gelişip, değişen geleceğe adapte olmaya odaklanmışlardır. Mimarlar Modernizm’in sıkı işlevselci estetiğini özgürleştirmek için felsefe, kuram ve tarihle ilişki kurmuşlardır. 1940’ların sonu ve 1950’lerin başında bu yeni dil betonarme gibi malzemelerin heykele uygun olanaklarını kullanan Eero Saarien ve Kenzo Tange’nin alegorik ve rasyonalist yapıtlarında biçim kazanırken, Mies Van der Rohe açıkta bırakılmış sanayi çeliği ve cam kullanarak yeni bir estetiği biçimlendirmiştir.

Bu arada geç modernistlerden, endüstriyel ve işlevseli bütünleştirdiklerini kullanan Louis Kahn, şiirsel ve duygusal açıdan ifadeciliği temel alarak tuğla, beton gibi materyallerle yeni araziye duyarlı ve heykelsi formların arayışına girmiştir. Kahn, modern dışavurumcu felsefeyi, mühendisliğin olanaklarını dikkate alarak incelemiş ve birleştirmiş, bunun sonucunda da hem ABD’de hem de bütün dünyada dikkatleri üzerine toplamıştır. İkinci Dünya Savaşı’nın sonrasında bilhassa İngiltere’de geniş ölçekli yapı projelerinin en az maliyetle gerçekleştirilmesi gerekmiştir. Brütalizm, hızlı ve ucuz inşa edilebilir olması sebebi ile 1950-1960 yıllarında yeniden kurulmayı bekleyen ülkeler için ideal bir yapım yöntemi olmuştur. Paula Mendes da Rocha ve Alison-Peter Smithson gibi brütalist mimarlar, ütopyik bütünleşme ve saydamlık felsefelerine dayanarak, açıkta bırakılmış kirişler ve

işlenmemiş beton kullanarak yapısal formları öne çıkarmıştır. Benzer biçimde Tadao Ando'nun minimalist tasarımları da soyulmuş öğeleri ağırlıklı olarak doğal öğelere ve negatif uzaya dayanan geometrik biçimler ve açılarla karıştırmıştır.

1960'larda I. M. Pei'nin ve SOM'un çağdaş klasisizmi teknolojik yeniliklerle eşleştirmesiyle birlikte oylumlu duvar, örgülü cephelerden cam alüminyum ve paslanmaz çeliğe doğru bir gidiş görülmüştür. Norman Foster'ın High Tech yaklaşımı bu yönelimi tasarımlarında teknik özellikleri vurgulayarak sürdürmüştür ve Modernizm'in statik formlarını ve dışavurumculuğun yumuşak kıvrımlarını tekrarlayıcı geometri ve minimal ayrıntılar uğruna reddeden mekanik estetiğe ulaşmıştır (Borden ve diğerleri, 2012: 430). Kenneth Frampton, Manfredo Taffuri, Aldo Rossi, Aldo Van Eyck gibi dönemin önemli/ünlü mimarları modernitenin tutsakları olmak yerine, mimarlığın kapitalist topluma karşı bir direnç oluşturması gerektiğini savunmuştur (Toorn, 2005). Eski olanı reddeden ve yeniye arzulayan Modernizmin sıkıcı işlevselliğinin özgürleştirilmesi gerektiğini savunan Geç Modernizm geleceğe odaklı bir görüş benimsemiştir. Geç Modernizm'inyeni ve özgürleştirici olanı arama tutkusu/isteği postmodernizmin ve günümüz küresel mimarlık ortamının temellerini atmıştır.

Şirket Modernizmi

Yetkinlik ve kalıcılık anlamlarını taşıyan Şirket Modernizmi, "cam-çelik" stiline iyi aydınlatmalı ve açık plan mekânı olanaklarını en iyi şekilde kurgulamaktadır. Bu durum Şirket Mimarlığı'nın Modernizm'in en başarılı formüllerinden biriyle kapitalizme hizmet ettiğinin de kanıtı olmuştur (Kırcı, 2013: 88). Çok uluslu şirketler için tasarlanan gökdelenlerde karşımıza çıkan Şirket Modernizm'inin küresel kapitalist ekonominin gücünü yansıttığı görülmektedir.

3.3. Küresel Mimarlık Ortamı

1980 sonrası küresel mimarlık ortamı incelendiğinde, mimarlık pratiğinin ve toplumsal yapının küresel sermaye akışları ve çağın popüler tüketim kültürü tarafından dönüştürüldüğü görülmektedir. Gökdelenler, yüksek ofis binaları, banka genel merkezleri, oteller, havaalanları, sanat-kültür merkezleri, lüks tüketim markaların özel mağazaları küresel kapitalist ekonomi tarafından yönetilen mimarlık piyasasının gözle görülür ürünleri

olmuştur. Büyük yatırımların ürünleri olan bu dev yapılar paranın, gücün, reklamın kent silüetindeki imgesi haline gelmektedir. Benzer mimari formlar (gökdeken formu denebilir) bankaların, havayolu şirketlerinin veya holdinglerin kent silüetlerinde kendilerini göstermesi amacıyla kullanılmaktadır.

Teknolojinin gelişimi, günümüz mimarlığında ki dönüşümün esas aktörlerinden biridir. Endüstri devrimi sonrasında, makineleşmeyle birlikte 20. yüzyıl kenti ve mimarlığı ciddi bir dönüşüm geçirmiştir. Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte kent ve mimari de küresel ölçekte, daha hızlı ve gözle görülür bir dönüşüm yaşanmaktadır. Gelişen teknoloji, fiziksel mekânla sınırlı kalmayıp, toplumsal yaşamı da değiştirmektedir. Medyanın ve internetin gelişmesiyle birlikte, kentler ve ülkeler, gidilmeden ve yaşanmadan, öğrenilebilir ve deneyimlenebilir haline gelmiştir.

Frank Gehry'nin tasarladığı Bilbao'daki Guggenheim Müzesi'nin mimarlık literatürüne "Bilbao Etkisi" gibi bir kavramı sokması da internet ve medyanın mimari obje üzerindeki etkisi sonucunda olmuştur. Mimari imajlar, bu teknolojiler vasıtasıyla küresel dolaşıma sokulmakta, farklı uluslardan birçok insana ulaşmaktadır. Mimari imajların bu uluslararası dolaşım ağına katılması, mimarlığın da tüketim kültürünün bir aracı haline gelmesine neden olmaktadır. Küreselleşen mimarlık ve yapılaşmalar bazında, uluslararası mecrada yer edinebilmek için çarpıcı imajlara ihtiyaç duyulmaktadır. Mimarlık, tüm bu kentleşme ve yapılaşma ihtiyaçlarını karşılama boyutunda hatırı sayılır bir önem arz eden araç olmuştur.

1970'lerden bu yana mimarlık, günümüzün ticari iş pragmatikğine ayak uydurmak için epey yol kat etmiştir ve piyasanın araç ve yöntemlerine daha sıkı sarılmaya başlamıştır. Yepyeni bir mimarlık kavrayışı ve pratiği arayıp bulmaya çalışanlar olsa da günümüzde mimarlık disiplini piyasaya iyice girmeye çalışmakta ve rakip tanımayan kapitalizm gerçeğine yeni ürünler temin etmekten başka bir amaç gütmemektedir (Spencer, 2018: 96). Günümüzde mimarlık hem teoriyi işletmekte hem de işletme teorilerine yönelmektedir. Bu da mimarlığın daha genelleşmiş bir neoliberal işletmecilik anlayışına, eleştirellikten kurumsallığa yöneldiğine işaret etmektedir. Bu yönelimin temelindeyse mimarlığın Gilles Deleuze ve Felix Guattari'den yararlanması yatmaktadır (Spencer, 2018: 102).

Giyimden, yapılara ve ulusal sınırlara dek, bireyi çevreleyen çoklu sınırlar yirmi birinci yüzyılın başlangıcından itibaren çok büyük değişimler geçirmiştir. Bağlantıların aşırı

derecede çoğalmasa sonucunda bugün ki yapay sınırlara ulaşılmıştır. Bağlanabilirlik kentsel durumun en tamamlayıcı özelliği haline gelmiştir.

Bilgi, iletişim ve bilişim ağlarının küresel bir ölçeğe ulaşması sonucunda, şu anda süreksiz olarak deneyimlenen zamansallık ve mekânsallık yeniden düzenlenmektedir. İnsani ilişkiler de sosyal ağların geniş coğrafi mesafeler ve dağınık yerleşimler üzerinde yeşermesine olanak sunacak biçimde değişmek zorunda kalmıştır. Aynı şekilde yapıli çevre ve bireyin etkileşimi de özellikle kablosuz ve dijital teknolojilere bağıli olarak çarpıcı biçimlerde değişim göstermiştir. Bu bölünme ve ayrışma dünyasında birey, üst üste binen, karmaşık, dünya çağında ağlarla sarmalanmış haldedir.

Son zamanlarda İnternet erişiminin inanılmaz derecedeki hassas diyagramı, küreselleşmenin en canlı ikonu haline gelmiştir. Ulaşım ve telekomünikasyon imkânları arttıkça, küresel ağın zamanı çağına girilmiş ve bilgisayarlar zamanın inşasına yeni karmaşıklık katmanları eklemiştir. Yere bağıli yaşamdan ve zamanın mekanik bölümlenmesinden başlayıp çok daha dinamik, elektronik tabanlı, ağ-aracılıklı, sıralayan, koordine eden küresel sistemlere yol alınmış ve sayısal dünya mantıksal, mekânsal ve zamansal olarak sürekliliğini yitirmiştir (Mitchell, 2003: 7-17)

Barry Wellman, günümüz toplumunun yaşam alanını; “Ağa bağlanmış toplumların insanları, çakışan ilişkilerin çoklu düzenekleri içinde yaşıyor ve çalışıyorlar, farklı ağlar arasında geziniyorlar.” şeklinde özetlemektedir (Wellman, 2002: 91-96). Yaşam alanları tekil ya da bitişik korunaklar olmaktan çıkmış ve daha parçalı, dağınık hale gelmiştir. Yaşam alanlarının sınırları artık duvarlarla değil, ağların etki alanlarıyla belirlenmektedir. Bireyin yaşam alanı, çok uluslu şirketler ve perakende zincirlerinden, terörist ağlara kadar birçok aktör tarafından işgal edilmiş durumdadır.

Ulaşım ağları daha da genişleyip daha da hızlı işledikçe, fiziksel yaşam alanları çok daha parçalı ve dağınık hale gelmekte ve beraberinde, elektronik tutkal çok daha fazla güçlenmektedir. Bugün artık ses, video ve veri kanallarını, radyo, televizyon yayınlarını ve noktadan-noktaya bağlantılarını, yerden-yere ve kişiden-kışıye iletişimi, bankaların atm sistemlerinin sabit altyapısını, küresel kentler arasında sürekli uçan kurumsal gezginin sağladığı veriler vb. birçok teknolojik faktörü, hayatın temel formları içinde aktif olarak kullanılmaktadır (Mitchell, 2003: 7-17)

3.3.1. Postmodernizm

Bazı çevreler tarafından özgün bir mimarlık akışı olarak kabul edilmeyen Postmodernizm, modern klasik devrin uluslararası üslubuna, bireysel ölçekte tepki gösteren mimarların oluşturduğu bir hareket olarak görülmüştür. Birbirinden habersiz mimarların uluslararası üsluba ve geç modernistlere karşı çıkmak için bir araya geldiği, özgün bir felsefi teorisi olmayan bir hareket olmuştur.

Modernizm'in önüne gelen "post" eki 'sonra' anlamına geldiğinden postmodernizm kelimesinin, "modernizm sonrası" anlamına işaret ettiği düşünülse de postmodernizmin modernizm sonrasını mı yansıttığı yoksa modernizmin devamı mı olduğu konusunda kesin bir görüş bulunmamaktadır. Postmodernliğe geçişin söz konusu olmadığını, modernizmin hala tamamlanmadığını savunan Habermas, 1980 yılında Adorno ödülünü alırken yaptığı "Modernite: Tamamlanmamış Bir Proje" başlıklı konuşmasında şu soruları sormuştur:

"Gerçekten de postmodernistlerin iddia ettiği gibi modernite geçmişte mi kalmıştır? Yoksa büyük bir tantanayla ilân edilen postmodernitenin gelişi bir düzmecedен mi ibarettir? 'Postmodern', 19. yüzyılın ortalarından beri kültürel moderniteye tepki olarak gelişen etkili tutumları çok göze batmadan miras edinen bir slogan mıdır?" (Habermas, 1996: 38-39).

Jameson'a göre ise postmodernizm, sanayi ötesi, ulus devlet, tüketim toplumu olarak ifade edilen geç kapitalizmin kültürel mantığından doğmuştur (Jameson, 1994: 53-93). King Postmodernizmi; küreselleşme, tüketici odaklı kültürün gelişimi, otoritenin bölünmesi, bilginin ticarileşmesi/metalaşması ve yirminci yüzyılın sonu ile yirmi birinci yüzyılın başındaki kapitalizmin gelişimi ile temellendirmektedir (King, 2005: 519). Bu dönemde Geç Modernistler tarafından süslemenin reddedilmesine tepki gösteren Michael Graves ve Robert Venturi gibi Amerikalı mimarlar, mimarlık tarihine dönerek yeni estetik deneyler yapmaya başlamıştır. Sütunları ve dekoratif gösterişe sahip yapıları ödünç alarak geliştirdikleri postmodern üsluplarında göndermelerle yüklü esprili ve süslemeli formlar yaratmışlardır.

Modernizmin yer aldığı çıkmaza çözüm amaçlı oluşturulan postmodernizm kavramı;

- Küreselleşme

- Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan değişim
- Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması

gibi faktörlerin etkisiyle toplumsal değişim, yapılaşma ve dönüşüm odaklı geniş alanlardaki gibi üretim ve tüketim şekillerinde de köklü değişikliklerin olduğu bir devre ışıktır.

1980’li yılların ortasından sonra postmodern olarak nitelenen dönemin aslında hiçbir zaman modernini takip etmediğini ve eskiye öykünen bir yaklaşım olmaktan öteye gidemediğini savunan Pekin, elektronik devrim ile birlikte üretilen mimarlık işlerini postmodernin bayağılığı ile tanımlamaktadır (Pekin, 2019: 48). Son otuz yılda herhangi bir yol göstericiye veya toplum birlikteliğine dayanmadan, şekilcilik veya zenginlik gösterisi odaklı gelişen yeni mimarlık akımlarını “Para akımı veya Moda akımı” olarak kavramsallaştıran Pekin, mimarlık akımlarının moda veya para ile değil düşünce birikimi ile gelişmesi gerektiğini savunmaktadır (Pekin, 2019: 72).

3.3.2. Süpermodernizm

Ibelings, “*Supermodernism: Architecture in the Age of Globalisation*” kitabında, “süpermodernizm”i tanımlarken; mekânsal sınırların ve işlevin belirsiz görüldüğü, yansız ifadeli ve yalın form kullanılan mimarlık yaklaşımı olarak belirtir. Küreselleşen dünyanın bilgi, paylaşım, iletişim ve insan hareketliliğindeki yükselişinin, mimarlık ve kent planlaması üzerindeki tesirinden bahseden Ibelings, zaman-mekân ve yer arasındaki ilişkileri yeniden düzenlemiştir. İçinde yaşadığı çevre ve zaman kalıp ve karakterleri yerine, kendi iç dinamiklerinden esinlenmektedir. Mekân kullanımının an ve an önceden belirlenmiş olduğu, yeni bir mimarlık yaklaşımı bu sayede doğmuştur (Ibelings, 2002: 64).

Yaklaşım bilhassa dünyanın küresel sermaye akışında tesir sahibi; şirket merkezleri, banka genel merkezleri, alışveriş merkezleri, havaalanları gibi bina tipolojilerinde kendini göstermektedir. Bu yapı tipleri dünyanın neresinde olduğu önemsenmeden, hangi zaman olduğu fark yaratmayacak şekilde tasarlanan, içerdikleri coğrafi yerler ile sosyal, kültürel ve fiziksel bağları parçalanmış alanlardır. Ayrıca Ibelings kitabında savaş sonrası Uluslararası Stilin modern mimarisinin hala OMA, Jean Nouvel, Dominique Perrault, Herzog & de Meuron ve Toyo Ito gibi mimarların projelerinde güçlü bir etkiye sahip olduğunu ve

günümüzün baskın gücü küreselleşme ile aralarında önemli bir bağ oluştuğunu anlatmaktadır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında mimariye hâkim olan Uluslararası Stil'in Süpermodernizm'e dönüşmesinde küreselleşmenin etkisi büyüktür. Formun işlevi izlemesini ilke edinen bir stilden yapı formlarının tek tipleştirildiği ve yer bağlamı olmadan kendisine evrensel bir uygulama alanı yarattığı bir döneme geçilmiştir. Uluslararası dolaşıma sokulan bu tip yapı formlarında işlevi dışarıdan okumak imkânsız hale gelmiştir. Herhangi bir yerde banka binası olarak karşılaşılan yapı tipiyle başka bir yerde otel veya alışveriş merkezi olarak karşılaşmak mümkün hale gelmiştir.

Yirminci yüzyılın sonlarına doğru malzeme ve tasarım tekniklerinde yenilikler ortaya çıkmış ve bu durum heyecan verici olmasının yanı sıra, hayal edilemeyecek olanakları da beraberinde getirmiştir. Herzog & de Meuron ve Rem Koolhaas çevrede bulunan doğal formlara daha uyumlu bir biçimde yanıt veren yapılar yaratmak için yeni tekniklerden yararlanmıştır (Borden ve diğerleri, 2012: 430).

Bilgi ve insan hareketliliğinin arttığı 21. yüzyıl mimarlığında zaman-mekân-yer bağlamı geri dönüşü olmayan bir şekilde değişmiştir. Mimari ürün yerden ve bulunduğu zamandan koparılmıştır. Yerden bağımsız bu yeni mimarlığı var eden dinamikler, küresel ekonomik güç odakları, devletler, büyük şirketler tarafından yönlendirilmektedir. Bu dönem yapılarının formları ve mekânın kullanıma yönelik öngörüler önceden belirlenmiş standart parametrelerdir. Sanayi devrimiyle birlikte hayatlarımıza giren seri üretim mimarlık alanına da müdahil olmuştur. Seri üretimin beslediği tüketme eğilimi ile mimarlık imajları, formları da tüketilebilir hale gelmiştir.

Bilbao Etkisi

“Bilbao Etkisi Hareketi” ismini, Frank O. Gehry'nin eğrisel formlar kullanarak tasarladığı, 1997'de açıldığından beri mimarlık ve sanata ilgi duyanların çekim merkezi haline gelmiş Guggenheim Müzesi'nin bulunduğu İspanyol şehirden almıştır. Çok fazla turist çekemeyen bir sanayi şehri olan Bilbao'da müzenin yapılmasından sonra önemli bir turizm devrimi yaşanmıştır. İlk 3 yıl içinde müzeyi 4 milyon kişi ziyaret etmiş, müze 100 milyon € kâr elde etmiştir. Bu da müzenin tüm inşa masraflarını rahatlıkla karşılamıştır. Bölge küresel sermaye yatırımları için çekim merkezi haline gelmiştir. Bilbao, bu deneyimle, kültürel projelerin bir

şehrin yapılanmasında öncü rol oynayabileceğini kanıtlamıştır. Zekice düşünülmüş bir plan ve markalaşma, Bilbao'nun yıldızının parlamasını sağlamıştır.

"Bilbao etkisi" olarak adlandırılan bu üslup küresel ölçekte birçok kent için kült bir örnek oluşturmıştır. Dünya üzerinde birçok farklı coğrafyada bu etkinin izlerini görülmektedir. Küresel dünyada ki varlığını kanıtlamak isteyen birçok kent marka mimarlarla anlaşmakta, Bilbao örneğinde olduğu gibi marka projeler sipariş etmektedir. Ülkeler arasındaki küresel yarıştaki varlığını kanıtlamayı, ekonomik büyümesini finanse edecek küresel sermayeyi ve turist kitlesini kendisine çekmeyi hedefleyen birçok şehir kent silüetlerini ünlü tasarımcılara veya yıldız mimarlara teslim etmektedir. 21. Yüzyıl mimarlığı bu talepler çerçevesinde şekillenmektedir. Mimari imajlar, formlar küresel akışların etkisiyle tüketilebilir bir nesne haline gelmiştir. Hal Foster Tasarım ve Suç isimli kitabında bu konuyu şu şekilde özetlemektedir:

“...günümüz gösteri kültürünün küresel sularında ses getirebilmek için, elinizde çok sağlam taşlar olmalı: Bilbao’daki Guggenheim Müzesi gibi. Arkasına Guggenheim ile DG Bank’i almış Gehry gibi bir mimar, başka mecralardaki sanatçılar karşısında haliyle büyük üstünlüğe sahip. Bu tür müşteriler, küresel piyasada marka ismi için birbiriyle yarışır- Guggenheim adı, başka şirketlere ve devletlere satılan bir marka haline geldi zaten. Bu koşullar, medyada aynı zamanda logo olarak dolaşıma girecek bir bina yapabilen mimardan yanadır. (Bilbao, Gehry’nin eseri olan müzeyi kelimenin tam anlamıyla logo niyetine kullanır: Şehre girerken gördüğünüz ilk tabela müzeninkidir, seyahat rehberlerine Bilbao’nun adını yazdıran da o olmuştur.) Peki, neden Gehry?...” (Foster, 2002: 46).

Pennsylvania Üniversitesi öğretim üyesi Mimar Witold Rybczynski “The Bilbao Effect” isimli metninde, Guggenheim Bilbao’nun dünya genelinde kazandığı başarısının ardından müzelerin ve yerel yönetimlerin imza yapılar yaratmaları için Gehry, Steven Holl, Daniel Libeskind ve Santiago Calatrava gibi tanınmış mimarlara giderek artan bir ilgiyle yöneldiklerini tartışmaktadır. Genellikle davetli tasarım yarışmalarından doğan bu tür eserler; etkileyici üç boyutlu sunumlar ve medya tanıtımları yoluyla, “derinlikli düşüncenin yerine abartılı sözleri teşvik eden, zarif ile incelikli olanın yerine konuşkan ve bariz olanı öne çıkaran, yüklü bir atmosferle” tamamlanmaktadır.

Sykes, Yeni Bir Gündem İnşa Etmek isimli kitabında Gehry’nin Bilbao’sunun yarattığı “wow etkisi” ile çevresindeki heyecanlandırıldığını fakat bunun yeterli olmadığını, yapıların

mutlaka “bana bak” demekten başka söyleyecek şeylerinin olması gerektiğini savunmaktadır (Sykes, 2017: 26).



Resim 3.5. Guggenheim Müzesi, Bilbao, İspanya (Widewalls, 2015).

Bilbao’nun dans eden dev kütlesini, 1997 yılında, siyasi entrikalarının tam ortasında yükselen karşı konulamaz bir güzellik ve coşku ifadesi olarak tanımlayan Kwinter’e göre Bilbao kendi özelinde çok önemli bir başarıya sahiptir. Ortak pazar için yapılan bu yeni parlak müze, Gehry’nin Walt Disney Konser Salonu projesinden tamamen farklı bir anlam dünyasında yer alsa da modern yüzyılın sonunda toplum, form ve modernleşme ilişkileri üzerine önemli bir değerlendirme niteliği taşımaktadır. Frank Lloyd Wright’ın New York Guggenheim müzesini Batı’da şimdiye dek inşa edilmiş en sıra dışı binalardan biri olarak kabul eden Kwinter, Bilbao’yu bildik temalı lirik bir *son et lumieres* (ses ve ışık) gösterisi olarak kabul etmektedir (Kwinter, 1997: 79-80).

Kwinter’in sadece ses ve ışık gösterisinden ibaret olarak gördüğü Guggenheim Bilbao, Atlantik’in karşı kıyısındaki diğer Guggenheim müzelerine rağmen, Frank Lloyd Wright’ın New York’taki ünlü içe-dönük spiralli Guggenheim Müzesi’nden bile daha benzersiz etkilere yol açan simge bir yapı olmuştur. Müze inşaatının başladığı andan itibaren bu çekim gücüne kapılıp Bilbao’ya sürüklenen binlerce mimar ve ziyaretçi, yapının ileride kazanacağı gücün küçük bir göstergesi olarak kabul edilmiştir.

Bilbao etkisi bu tez kapsamında incelenen küresel mimarlığın temel yapıtaşlarından biri olmuştur. Markalaşmak, “wow etkisi” yaratmak, marka mimari ürün sahibi olmak isteyen

tüketicilerin (çok uluslu şirketler, devletler, yerel yönetimler vb.) ikonik yapılara ve bu ikonik yapılar ile özdeşleşen star mimarlara yönelmesi kaçınılmaz olmuştur. İkonik yapılar, zaman içerisinde yapısal kimliklerinden sıyrılıp bulundukları kentlerin veya hizmet verdikleri şirketlerin birer reklam logosu haline gelmiştir. Gehry'nin Guggenheim Bilbao'su da o dönemde çökmüş bir sanayi kenti olarak nitelenen Bilbao'nun logosu haline gelmiştir. Günümüz mimarların marka değeri kazanmasının, reklam unsuru olarak seçilmesinin, marka değerinin arttıkça küreselleşmesinin yanı sıra herhangi bir eseri de içinde bulunduğu bağlamda kendiliğinden bir reklam değeri kazanabilmektedir.

Yirmi birinci yüzyılın başında mimarlık literatürüne giren Bilbao etkisi, gündelik mimarlık ve simgesel mimarlık tartışmalarını beraberinde getirmiştir. Gündelik mimarlık, pek çok şekilde Gehry'nin Guggenheim Bilbao projesi benzerlerinin antitezidir, çünkü simgesel ya da anıtsal olma tutkusuyla değil, yapının içerisinde var olduğu bağlam ve topluluk için ve onlar tarafından oluşturulan yerin özgüllüğüne yönelik bir kaygıyla yönlendirilmektedir. Müzenin metalik dış cephesi ve dalgalı formları Bilbao'nun bir çelik ve gemi yapımı merkezi olduğu eski yaşamına atıfta bulunmaktadır. Fakat Guggenheim, İspanya'nın yanı sıra Los Angeles (Walt Disney Concert Hall-2003), Chicago (Millennium Pavilion-2004) ve Cambridge, Massachusetts'inde (Stata Center-MIT-2004) aralarında olduğu farklı noktalarda ortaya çıkan ve artık Gehry'nin imzası haline gelen, son derece yansıtıcı, keskin, kıvrımlı yüzeylerin taşıyıcısıdır (Sykes, 2017: 24).

Bilbao Guggenheim ve Foster'ın Swiss Re Tower'ı gibi çok tanınmış yapılar hem içlerindeki kurumların hem de içinde yer aldıkları kentlerin reklamını yapan birer logoymuş gibi davranmaktadır. Bu durum Manfredo Tafuri gibi mimarlık kuramcısı ve eleştirmenlerinin yakındıkları mimarlığın ticarileşmesinin tamamen farklı bir düzeyini temsil etmektedir. Bu tür simge yapılar biçim ve görünürlüğü bir pazarlama tekniği olarak kullanarak, kapitalist sistemlere dahil olmaktadır. Guggenheim Bilbao bir taraftan ikonik yapı işlevi görürken, diğer taraftan da yine bu durumla ilişkili olan yıldız mimar ya da "starchitect" olgusunun altını çizmektedir (Sykes, 2017: 25).

İkonik Mimari

Yunanca “eikon” sözcüğünden gelen “İkon, ikona” sözcüğü; “insanın eleştirisiz ve tartışmasız kabul ettiği, bağlandığı ve saygı duyduğu nesne”, “bir kişi, düşünce, akım veya herhangi bir şeyi tek başına simgeleyen, anlatan şekil” anlamına gelmektedir (Tdk, 2017). Nesnelere yüklenen ikonografik anlamlar nesnenin doğasına ait olmayıp, kişiler ve içinde bulundukları düşünsel akımlar tarafından verilmektedir. Tarihi Yunan uygarlığı kadar eski olan bu terim önceleri günlük hayatta ilişki kurulan basit nesneler için kullanılmış, çağlar içerisinde basit objelere kıyasla devasa boyutlara ulaşan yapılara ikonografik anlamlar yüklenmeye başlanmıştır.

İkonik binaların üretim sürecinde yapıların alışılmışın dışında bir imaja sahip olması, simgesel ifadesi yüksek formlarla biçimlendirilmesi ve yerden bağımsız, mevcut kentsel dokudan ayırt edilir olması tasarımın temel noktasını oluşturmaktadır.

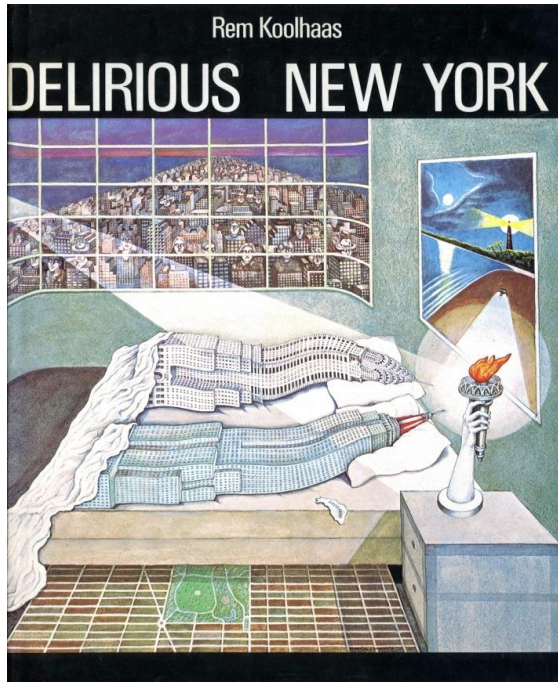
Uluslararası dolaşıma girebilecek güçlü, yeni, farklı imajların yaratılması, kendisinden sonra inşa edilecek yapıları derinden etkilemesi, yüzyıllar boyunca adından söz ettirebilmesi ikonik binaların olmazsa olmazlarından. Kentsel dokudan ve yerden bağımsız (yer bağlamı olmayan), sermayenin gücünün pekiştirilmesine aracılık eden, uçaktan bakan bir gözün ilgisini çekmeyi amaç edinen, kentlerin uluslararası mecrada marka yüzü olarak kullanılan ikonik yapıların sayısı tüketim kültürü ve küreselleşmenin etkisiyle hızla artmaktadır. Birinci Dünya Savaşı sonrasında inşa edilen ve simgesel bir değer kazanan Le Corbusier’in Ronchamp Kilisesi kendisinden sonra tasarlanan kilise yapılarını derinden etkileyen ilk ikonik yapılardan biri olmuştur. Frank Gehry’nin Bilboa Guggenheim Müzesi (Bilbao) ve Walt Disney Konser Salonu (Los Angeles), Norman Foster’ın Swiss Re Headquarters (Londra), Rem Koolhaas’ın CCTV binası (Pekin), Herzog & de Meuron’un Pekin Olimpiyat Stadyumu (Pekin) gibi yapılar ikonik mimarinin daha güncel örneklerinden bazılarıdır. Charles Jencks 2006 yılında yayınlanan “The Iconic Building Is Here To Stay” isimli makalesinde ikonik yapı tanımlamasının çok yeni bir kavram olmadığından, Empire State veya Chrysler binalarının da döneminin ikonik yapıları olarak kabul edildiğinden bahsetmektedir (Jencks, 2006). 1980’lerden sonra gelişen yeni enformasyon teknolojilerinin, bilginin, görsel imajların anında küresel dolaşıma sokulabilme imkânlarının artmasıyla ikonik yapı talebinin zirveye ulaştığı görülmektedir.

Küreselleşme etkisi altında gelişen yeni mimarlık çağı Rem Koolhaas’ın Harvard Üniversitesi’nde yürüttüğü projelerde incelenen ana konular arasında yer almaktadır. Bu

projeler kapsamında küreselleşme ile birlikte gelişen yeni mimarlık ortamını tanımlamak için 71 adet kelimedenden oluşan bir vokabüler oluşturan Koolhaas, bu terimleri Çin'in Pearl River Delta Bölgesi'nde yapılan projeler sonucunda hazırladığı "Great Leap Forward" isimli kitabında yayınlamıştır. Bu terimlerden Manhattanizm, Coed, Scape ve Hiperbina kavramları bu bölümde incelenecektir.

Manhattanizm

Koolhaas 1978 yılında geriye dönük bir manifesto olarak yazdığı, Manhattan'ı konu alan "Delirious New York" kitabında kent simgesi haline gelen yapılardan, kentsel egodan ve kültürel çeşitlilik konularından bahsetmiş ve ilk kez "Manhattanizm" terimini kullanmıştır (Pehlivan, 2010: 20). Manhattanizm "Tamamen insan imali bir dünyada, yani fantezinin içinde yaşamayı öngören", henüz açıkça formüle edilmemiş bir kuram; metropol koşullarının-yani yoğunluğun-hem ihtişamıyla hem de sefaletiyle beslenen bir kent ideolojisi olarak tanımlanmaktadır (Foster, 2002: 64).



Şekil 3.1. Delirious New York Kapak Tasarımı (OMA, 1978)

Büyük bir şehirde, özellikle New York'ta günümüz hayatı ile ilgili kültür, ideoloji veya böyle bir kültürle ilişkili mimari olarak tanımlanmaktadır. Rem Koolhaas'ın "Manhattan İçin Retroaktif Manifestosu", New York'u Batı medeniyetinin son aşamasının arenası olarak

görmektedir. İnsan yoğunluğunun eşzamanlı patlaması ve yeni teknolojilerin istilasıyla Manhattan, 1850'den itibaren, yeni teknolojilerin ve efsanevi bir yaşam tarzının test edilmesi için bir laboratuvar haline gelmiştir (OMA, 1978). Koolhaas Delirious New York'ta, New York'u bir tür "çalışma altlığı" olarak kullanarak, Manhattan'ın mimarlık tarihini en bilinen simge yapıların (Central Park, Coney Island ve Empire State Binası gibi) inşasını izlemiştir. Bununla birlikte, tarihi bir araştırmaya girmeden önce, Koolhaas, Manhattan'ın "inşaat tikanıklığı ve değişim kaosunun ortasında tek bir organizasyon kaynağı olduğu" temelinden hareket ederek Manhattan'ın bir "tikanıklık kültürü" etrafında oluşturulduğunu iddia eden Manhattanizm teorisini ortaya koymuştur.

Koolhaas'a göre, Manhattan'ın mimarisi, tikanıklığın sömürülmesi için bir paradigmadır. İnsanın yapaylığın çevrelediği bir dünyada yaşama arzusu, tamamen insan tarafından üretilen bir dünyada var olma isteği bu sıkışıklığın arkasındaki ana itici güçtür ve Manhattan'da da bir binaya girmek, zemini değiştirmek bile, dünyalar arasında hareket etme eylemi haline gelmektedir (Koolhaas, 1994: 10).

1990 sonrasında küreselleşmenin dünya genelinde hızla arttırmasıyla birlikte, Manhattan mimarisi, küresel mimarlığın ana resmine dönüşmüş ve Avrupa'dan Asya'ya kadar dünyanın her köşesine yayılmıştır. Küreselleşmeyle birlikte gelen ortamda mimarlık, gelenekselden kopmuş, fantezi mimarlığına zemin hazırlamıştır. Fantezi mimarlığının bir yansıması olan Manhattan'ın mimari formlarının Asya ve Afrika ülkelerine ihracının bu ülkelerde ne gibi yansımalar yaratacağı çağın bilinmez konularından biri olmuştur. Koolhaas'ın 1990 sonrası çalışmaları bu sorulara aradığı cevaplara dayanmaktadır. Yüzyıllarca kapalı kapı politikasını benimseyen, geleneklerine bağlı bir yaşam süren Asya kentlerinin ve toplumunun küreselleşme ile birlikte yaşadığı dönüşümler Koolhaas'ın Harvard Üniversitesi'nde yürüttüğü projelerin esas konusu olmuştur. Çin'in Pearl River Delta bölgesini konu alan çalışmada küreselleşme ile birlikte gelişen yeni mimariyi tanımlamak için 71 adet kelimeden oluşan ve Koolhaas tarafından telif hakları satın alınan küresel mimarlık kavramları mimari literatüre kazandırılmıştır.

Coed

Koolhaas tarafından literatüre kazandırılan en önemli terimlerden biri 'Coed', 'The City of Exacerbated Difference' (Alt Bölümleri Arasındaki Azami Farklılıklara Dayanan Azdırılmış

Farklılıklar Şehri) olmuştur. Keskinleşmiş farklılıklar kenti olarak da tanımlanan “Coed” Koolhaas’a göre bölgedeki sistemi en iyi tarif eden tanımdır. Pearl River Delta bölgesinde her bir şehrin Hong Kong’a alternatif olma yönünde ayrı birer gelişim stratejisi benimsemesi ve her birinin birbirine rakip olması ve bu amaç doğrultusunda uyguladıkları çılgın yapılaşma tutkuları “Coed” teriminin çıkış noktası olmuştur.



Resim 3.6. Shenzhen 2019, Pearl River Delta, Çin (Levy, 2018)

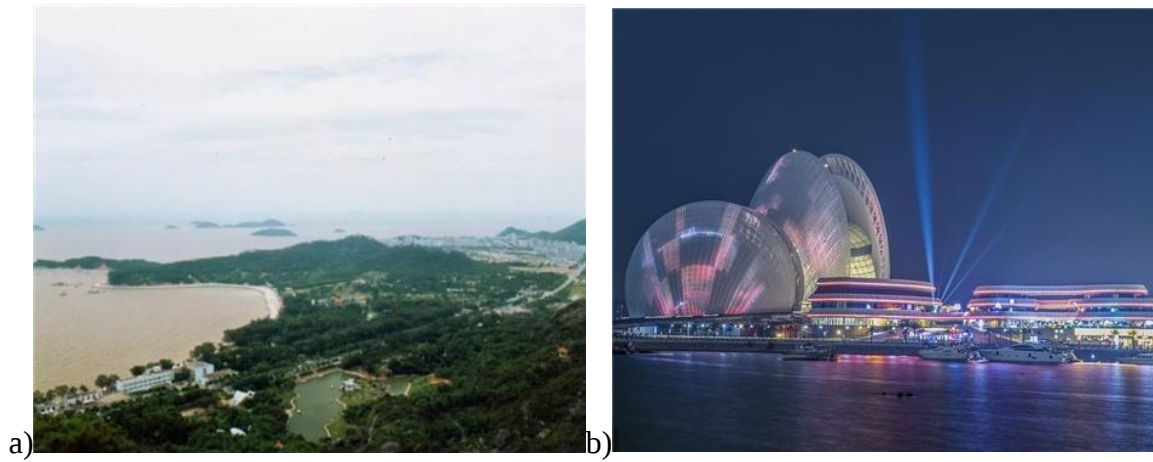
Koolhaas, tek bir kentsel organizmayı oluşturmayı amaçlayan, birbirinin prototipi olan bu kentlerin farklılıklarını kaybettiğinde, birbirinin tıpatıp benzer şehirler oldukları zaman dünyada yönettikleri stratejiyi ve canlılığı kaybedeceklerini söylemektedir (Koolhaas, 2002).



Resim 3.7. Guangzhou 2019, Pearl River Delta, Çin (Fusheng, 2017)

Scape

Koolhaas Great Leap Forward kitabında Coed kavramıyla tanımladığı özentî kentlerin aksine, Hong Kong'un karşı kıyısındaki Zhuhai'yi Hong Kong karşıtı olarak görmekte ve bu kenti Scape kavramıyla tanımlamaktadır. Çok kısa sürede, büyük hızla, çok sayıda yapının inşa edilmesini gerektiren bu kentleşme süreci ne kent ne de kır denebilecek bahçe kent özentisi Scape kentleri de beraberinde getirmiştir (Foster, 2002: 80).



Resim 3.8. a) Zhuhai-1990, b) Zhuhai-2016 (City of Zhuhai, 2016)

1978 yılında şehir olan Zhuhai bir yıl sonra ilk ekonomik özel bölgelerden biri olarak belirlenmiştir. Küçük bir sınır kasabası olan şehir ekonomik özel bölge ilan edildikten sonra büyük bir değişim geçirmiştir. Bu süreçte yerden bağımsız, modernizmin merkezi kabul edilen Batı'dan ithal edilen mimarlık formları, mevcut peyzaj dokusu ile birleştirilmiştir. Kır dokusunun yoğun olduğu eski Zhuhai'de yükselen yerden bağımsız küresel mimarlık örnekleri ile Koolhaas mimarlık literatürüne kazandırdığı scape kavramıyla tanımlanabilen bir kent oluşmuştur. İstenilen fonksiyonların içine yerleştirilebildiği, yer ile bağı olmayan yapı kutuları olarak da tariflenebilecek yapıların küresel akışların merkezi olmayı hedefleyen kentlerde ortaya çıkmasını Hollandalı eleştirmen Ibelings Süpermodernizmin bir sonucu olarak yorumlamaktadır.



Resim 3.9. Zhuhai 1990-2016, Zhuhai, Çin (City of Zhuhai, 2016)

Junkspace

Yine Koolhaas'a ait olan *Junkspace* (*Atık Mekân*) kavramı Manhattan'da övülen her şeyin tam tersini savunmaktadır. Junkspace kavramına göre küresel bir imgeye dönüşen Manhattanizm-Manhattan fantezisi tüm dünyada içi boş, tek tip bir mimarlık yaratmaktadır. Kentlerin, mimarinin tüketim kültürünün bir parçası haline gelmesi, tarihi kent merkezlerinin, müzelerin, havaalanlarının, kiliselerin kullanıcılarına tüketici kimliğini dayatması ve bu mekânların hayatta kalabilmek için kendisine alışveriş mantığını ilke edinmesi Junkspace kavramının içeriğini özetlemektedir.

Modernleşme doğal seyrini tamamladıktan sonra geride kalan, kamusal ile özeli, düz ile bükülmüşü, şişkin ile yoksunu, yüksek ile alçağı, ebediyen birbirinden kopmuş olanların kusursuz patch-workünü oluşturmak için kaynaşan artıkmekân, mekânsal olarak görkemli, zenginliğin etkisi ile ortaya çıkan nihai bir boşluk, mimarlığın güvenilirliğini sistemli olarak aşındıran sonsuz bir parodi olmuştur. Koolhaas; artıkmekânın bir sürüngenin derisini değiştirmesi gibi mimarlıkları değiştirdiğini ve bu dönüşümler sırasında plan ile alay ettiğini ifade etmektedir. Üç boyutlu grafikler, zincir markaların transplantasyonla nakledilmiş logoları ve pırıltılı aydınlatma sistemleri, led'ler ve videolar, tamamıyla kendine özgü, bütünüyle tahmin edilemez, buna rağmen son derece tanıdık, tüm iddiaların ötesinde müellifsiz bir dünya tanımlamaktadır (Sykes, 2017: 129). Mimarlığı ani ve keskin bir biçimde dönüştüren küresel mimarlığın artıkmekânında yer muğlaklaşmakta ve içinde bulunulan an parçalanmaktadır. Zaman ve mekân algısında yaşanan bu kırılmalar yersiz mimarlıkları beslemektedir.

Hiperbina

Koolhaas'ın Çin'in Pearl River Delta Bölgesi'nde yaptığı çalışmalar sırasında ürettiği yeni mimarlık terimlerinden biri olan Hiperbina, 19. Yüzyıl sonralarında ortaya çıkan yönetim yapılarının günümüzde geldiği noktayı tariflemektedir. Hiperbina mimarisi, ticaret ve yönetim fonksiyonlarının etkili ve öznellik üretimine olanak sağlayacak bir şekilde tasarlanması temeline oturmaktadır (Spencer, 2018: 174).

Pekin'in merkezi ticaret bölgesinde OMA tarafından tasarlanan CCTV genel merkezinin mimari biçimi de hiperbina modelinden doğmuştur. Spencer'a göre OMA'nın CCTV genel merkezi; şirket birimleri arasında sağladığı entegrasyon ve ziyaretçi, çalışan sirkülasyonunu etkili bir şekilde yöneten tasarımı ile hiperbina tipolojisini daha ileriye taşımaktadır (Spencer, 2018: 174).

3.4. Küresel Marka Mimarlık Ofisleri

Son yıllarda sıkça duyulmaya başlanan 'signature architect' kavramının literatürde net bir tanımına ulaşılamamakla birlikte, kişiye özel, orijinal, toplum tarafından ayırt edilebilir bir değer olduğu söylenebilir. Star mimarlık kavramıyla özdeş olduğu düşünülen 'signature architect' terimi kurumsal markalaşmadan uzak bir tanımdır. Kişisel bir imza olmaktan çok kurumsal bir nitelik taşıyan markalaşmayı birçok star mimarın ofislerinde görmekteyiz.

1980'lerden bu yana star mimarlar veya imza mimarlar tarafından üretilen mimari ikonlar ve mimari simgelerin pazarlanabilir bir nitelik kazanması tüketim kültürü ideolojisinin mimari üzerindeki etkisini açıklamaktadır. Star mimarların uluslararası dolaşım ağları içinde konumlanmak ülkeler, şirketler, devletler için bir tür küresel imaj yaratma aracı olarak kullanılmıştır.

Koolhaas, Foster, Piano, Hadid gibi star mimarların eserlerine sahip olmak ülkeler için uluslararası platformdaki varlıklarını kanıtlamanın, Asya ve Afrika kıtasındaki ülkeler içinse medeniyetle özdeşleştirilen Batı uygarlığına ulaşabilmenin göstergesi haline gelmiştir. Günümüzün küresel oyuncularını olan müzeler, şirketler, şehirler ve devletler; küresel ölçekte markalaşmış mimarların elinden çıkan (medyalaştırılmış kabuklar tarafından sarılmış) ikonik yapılar ile varlıklarını tüm dünyaya kanıtlamak istemektedir.

Kapınak(2006) şu değerlendirmeyi yapmaktadır:

“...Öte yandan bu isimlerin sahip olduğu inanılmaz marka kuvvetinin farkında olan dünyadaki büyük küçük tüm kentler ve özel yatırımcılar, yapılarını bu ünlü mimarlara yaptırmak için masaya oturmaya çalışıyorlar. Bugün bir kentin Zaha Hadid veya Rem Koolhaas yapısına sahip olması, sadece mimarlık alanında değil, çağdaş sanat ve turizm alanında da bir anda sahaya önemli bir oyuncu olarak çıkması anlamına geliyor. Bu mimarların pek çoğunun mükemmel fonksiyonel çözümler sunması veya dahiyane fikirler geliştirerek en ucuza en az maliyetli ve en şık yapıları yapması beklenmese de yarattıkları projeler kentler için büyük çekim merkezleri haline geliyor. Özel sektöre yapılan projelerinde ise pek çoğu özel çözümler bekleyen müşterilerini fazlası ile tatmin eden fikirlerle ortaya çıkıyorlar” (Kapınak, 2006).

Foster'dan faha büyük bir çerçeveyi tanımlayan Foster+Partners kurumsal markalaşma kültürünün bir örneğidir. Foster'ın kişisel imzasından ve star kimliğinden çok daha fazlasını içeren bu markalaşma, mimari ürünlerin telif haklarının korunmasından, küresel ölçekte yaratılacak reklam potansiyeline kadar çok geniş bir yelpazeyi tanımlamaktadır. Koolhaas'ın OMA'sı, Zaha Hadid'in Zaha Hadid Architects'i imzaları, logoları ve stüdyoları ile mimarının Apple'ı veya Nike'ı haline gelmişlerdir.

Gutman (1988), mimarlık sosyolojisi konusunda yaptığı çalışmasında, küresel mimarlık ofislerini kapitalizmle kurduğu ilişki bağlamında incelemiş ve,

- Güçlü Fikir Firmaları
- Güçlü Servis Firmaları
- Güçlü Teslimat Firmaları olmak üzere üç gruba ayırmıştır.

Birinci grubu 'güçlü fikir firmaları' olarak tanımlayan Gutman; Frank Gehry, Michael Graves, Richard Meier ve Robert Venturi'yi bu grupta örnek göstermiştir. Bu grupta yer alan ofisler uygulama odaklı işletmeler olmuştur. İkinci grup küresel mimarlık ofisleri ise 'güçlü servis firmaları' olarak tanımlanmıştır. Skidmore, Owings & Merrill (SOM)'un örnek gösterildiği bu grup iş odaklı işletmeler olarak nitelendirilmiştir. 'Güçlü teslimat firmaları' olarak tanımlanan üçüncü grupta yer alan küresel mimarlık ofislerinin çok fazla ödüllü projeye sahip olması ile birlikte çok sayıda uygulama projesinde yer aldığı anlatılmaktadır (Gutman, 1988: 59).

Star mimarlar markalaşan isimleri gereği, küresel mimari ağda önemli bir yere sahiptir. Merkez ofisleri Avrupa’da veya Amerika’da bulunan bu mimarların küresel ağda kaliteli ve hızlı hizmet verebilmeleri için zaman içerisinde küresel ölçekli bir örgütlenmeye sahip olmaları gerekmiştir. Uluslararası çalışma fırsatını kaçırmak istemeyen birçok star mimar çok-merkezli örgütlenmeye girişmiştir. Örneğin, Amerika merkezli bir ofis olan SOM, küresel mimarlık piyasasından alacağı pay oranını düşünerek New York, Chicago, San Francisco, Los Angeles, Washington D.C., London, Hong Kong, Shanghai, Dubai ve Mumbai’de olmak üzere farklı kıtalarda 10 adet ofis açmıştır. Ofislerinin %50’si hala Amerika’da bulunan SOM’un son dört ofisini Asya’da açmış olması, Batı Mimarlığı’nın son dönemde Uzakdoğu ve Ortadoğu’yu kendisi için yeni pazarlar olarak gördüğünün kanıtı olarak görülebilir. Günümüz küresel mimarlığının kalbi sayılan Uzakdoğu, birçok star mimarlık bürosunun kardeş ofislerine ev sahipliği yapmaktadır.

Bu bağlamda dünya çapında tanınan star mimarlık ofislerinden olan Foster+Partners, OMA ve SOM gibi mimarlık ofislerinde 1000’den fazla personel çalışmaktadır. Farklı dil, din ve ırktan birçok kişinin bir arada çalıştığı bu ofisler küresel kentin kozmopolit yapısına benzer nitelik taşımaktadır. Küresel ofis yapılanmasına gitmeyen ve merkez ofislerinden küresel ölçekli çalışmalar yapmaya devam eden star mimarlık ofislerinde de bu kozmopolit yapılanma görülmektedir. Küçük çaplı bir üne ve çalışma alanına sahip olan ‘Alsop & Störmer Architects’ mimarlık ofisinin dahi merkezi Londra olmak üzere Atlantik, Pasifik, Moskova ve Hamburg şubeleri ile birlikte beş adet kardeş ofisi bulunmaktadır (McNeill, 2009: 17).

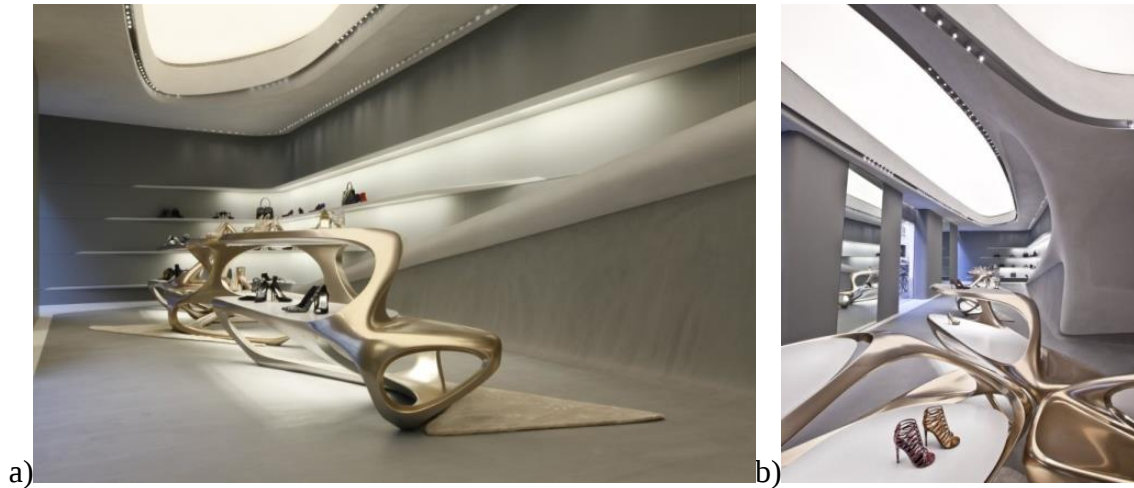
Mimarlık alanında yaptıkları ikonik işler ile isimlerini duyuran ve bir marka değeri kazanan star mimarlar medyatik kimliklerini kullanarak, proje üretiminin dışında söylem üretimine de katılmaktadır. Dönem içerisinde Koolhaas’ın veya Zaha Hadid’in geliştirmiş olduğu söylemler star kimliklerinin pekişmesinde, küresel bir üslup yaratımında etkili olmuştur. Star mimarların kişisel medyatiklikleri, kimi zaman medya tarafından sansasyonel haberler çıkarılması amacıyla manipüle edilebilmektedir. Zaha Hadid’in BBC Radio 4 ile yapmış olduğu röportajda maruz kaldığı söylemlerde mesleki kimliğinin ötesinde star kimliğinin etkisi olmuştur. Günümüzün küreselleşen fikir piyasasında star mimarlar mimarlığın ötesinde çok daha geniş bir alanı etkileyebilen bir güce kavuşmuştur. Bu güç sayesinde kimi zaman dergilere konuk-editörlük yapmakta, televizyon programlarına çıkmakta ve çok

uluslu şirketlerle banyo aksesuarlarından markalaşma stratejilerine kadar her şey üzerine iş birliği yapmaktadırlar (Sykes, 2017: 26).

		
a) Zaha Hadid Architects-Melissa İş birliği, Brezilya (ZHA, 2008)	b) Zaha Hadid Architects-Lacoste İş birliği, London (ZHA, 2009)	c) Zaha Hadid Architects-Avillion Triflow İş birliği, London (ZHA, 2009)

Resim 3.10. (a, b, c) Zaha Hadid'in Lüks Markalar ile Yaptığı İş birliği Örnekleri

Zaha Hadid Architects'in 2008-2009 yıllarında Lacoste ve Melissa ile yaptığı iş birliği kapsamında tasarladığı ayakkabılar, ünlü markaların Flagship Store'larını starmimarların ellerine bırakması mimarların küresel piyasada kazanmış olduğu gücün birer resmi olarak görülebilir.



Resim 3.11. (a, b) Zaha Hadid Architects-Stuart Weitzman İş birliği, Milan (ZHA, 2013)



Resim 3.12. (a, b) Herzog & de Meuron / Prada ve Miu Miu İş birliği, Tokyo (Tülay, 2017)

2018 yılında “Prada Invites” projesi için özel olarak davet edilen Herzog & de Meuron ve Rem Koolhaas’tan Prada’nın simgesi olan siyah naylon kumaşı kullanarak tasarım yapmaları istenmiş ve sonuç ürünler Prada tarafından, mimarların yaratıcı imzaları olarak nitelendirilmiştir (Prada, 2018).



Resim 3.13. (a, b) Prada Invites / Herzog & de Meuron ve Rem Koolhaas (Prada, 2018)

Yukarıda söz edilen mimarlar ve mimarlık ofisleri, dünyanın çeşitli yerlerinde çok sayıda yapının tasarımında yer almış, lüks moda markaları için özel çalışmalar hazırlamış, uluslararası birçok bienalde küratörlük yapmıştır. Tez kapsamında incelenmek üzere seçilen uluslararası marka değeri kazanmış mimarlık ofislerinin Uzakdoğu pazarında yapmış olduğu çalışmalara ilişkin yapılan sayısal analiz verileri, aşağıda Çizelge 3.1 ve Çizelge 3.2’de ülkelere ve proje sayılarını gösterecek şekilde sunulmuştur. Çizelgelerde yer alan sayısal

veriler seçilen ofislerin resmi internet siteleri üzerinde yapılan araştırmalar ile tespit edilmiştir.

Çizelge 3.1. Küresel Mimarlık Ofisleri Uzakdoğu Projeleri Sayısal Analizi-1

	SOM	OMA	ZHA	RPBW	FOSTER+ PARTNERS	HERZOG & DE MEURON
Çin	68	27	12	1	24	10
Japonya	1	6	3	3	4	4
Güney Kore	5	9	2	1	2	-
Hong Kong	5	4	2	-	-	2
Singapur	5	4	2	-	6	1
Tayvan	-	1	5	1	-	1
Toplam	84	51	26	6	36	18

Çizelge 3.2. Küresel Mimarlık Ofisleri Uzakdoğu Projeleri Sayısal Analizi-2

Küresel Mimarlık Ofisi	Proje Sayısı
OMA	51
SOM	73
Foster+Partners	36
Zaha Hadid Architects	26
Renzo Piano Building Workshop	6
Herzog & De Meuron	18
Toplam	210

Bu veriler göz önünde bulundurularak, seçilen mimarlık ofislerinin kurumsal yapıları, özellikleri, çalışma yöntem ve stratejileri aşağıda irdelenmiştir.

3.4.1. Rem Koolhaas ve OMA

1970’lerde avangart bir duruşla mimarlık piyasasına giriş yapan ve 1990’lı yıllara kadar geçen süreçte tasarımlarını uygulatabilme şansı bulamayan Koolhaas, 1990 sonrasında ortaya çıkan Starchitects(yıldız mimar) sistemine dahil olması ile markalaşmaya başlamıştır (XXI, 2014). 2000’lerin ortalarından itibaren, dünya çapında tanınan bir marka haline gelmeye başlayan Koolhaas ve OMA (Office for Metropolitan Architecture), Pekin’deki Çin Devlet Televizyonu Genel Merkezinin yeniden tasarlanmasında görev almış, Körfez’de ki büyük master planlama projelerine katılmış, ABD ve Avrupa’da birçok önemli projeyi tamamlamıştır. Koolhaas, çağdaş Dünya ekonomisinin tüm sosyal ve teknolojik karmaşasında mimarın rolünü yeniden tanımlamıştır. İşini ifade etme konusundaki zorlu anlatı tarzı, kardeş şirket AMO (Architecture Media Organization)’nun yaratılmasıyla benimsenen marka bilinci, Çin’deki ve Nijerya’daki coğrafi maceracılığı, mimari özerklik arayışında olan bir mimar olduğu algısını yaratmaktadır.



Şekil 3.2. OMA’nın Dünya Çapındaki Ofisleri: Rotterdam / New York / Doha / Dubai / Hong Kong / Pekin / Avustralya

1999 yılında AMO’yu “mimarının uygulamadan kurtuluşunu” temsil eden bir stüdyo olarak kuran Koolhaas, OMA ve AMO’nun birbirinden ayrılmış siyam ikizleri gibi olduğunu,

birinin gerçek binalar ve realist projeler üzerine çalıştığını diğerinin ise saf mimari düşünceye dayanan virtual-zihinsel imajlar üzerine çalıştığını söylemektedir (McNeill, 2009: 100). OMA ve AMO arasındaki ayrım, Koolhaas'ın mimari pratik/uygulama ve mimari tasarım/düşüncesini birbirinden ayırmamıza imkân tanımaktadır

Koolhaas'ın 1978 yılında geriye dönük bir manifesto olarak yazdığı, Manhattan'ı konu alan “Delirious New York” kitabı OMA'nın gelecekte yapacağı işlerin habercisi olmuştur. Kent simgesi haline gelen yapılardan, kentsel egodan ve kültürel çeşitlilik konularından bahsettiği kitabında, Koolhaas ilk kez “Manhattanizm” terimini kullanmıştır. Manhattanizm'in özünü “fantezinin içinde yaşamak” olarak tanımlayan Koolhaas, OMA'nın “fantezi üreten bir makine” olacağını ve Manhattanizm'in dirilişine önderlik edeceğini vurgulamaktadır (Foster, 2002: 66).

Tez kapsamında küresel kent olarak tanımladığımız dünya metropollerin büyük bir kısmının Manhattan'ın birer kopyasına dönüşmesi, Koolhaas'ın “Manhattanizm'in dirilişine önderlik etme” arzusunun gerçekleştiğini göstermektedir.



Şekil 3.3. OMA'nın Dünya Çapındaki Projeleri

1981 yılında Hollanda’da açılan ofis günümüzde dünya çapında birçok şehir için proje üretmektedir. Koolhaas “Öğrenciler ile Söyleşiler” isimli kitabında ofislerinin çalışma ağının zaman içerisinde geçirdiği dönüşümü şu şekilde özetlemektedir:

“1981’de Hollanda’da bir ofis açtık, ancak bugün işimizin sadece yüzde 5’i Hollanda’da; yüzde 30’u Fransa’da, yüzde 30’u Almanya’da, yüzde 30’u ise Japonya’da. Almanca, Fransızca ve İngilizce bildiğimiz için tipik bir Avrupalı mimarlık ofisiyiz ve belki geleceğin Avrupalı mimarlık ofisinin bir modeliyiz. Haftanın bir gününü Paris’te, bir gününü Almanya’da, bir gününü ise Fransa’nın kuzeyinde bir şehirde geçiriyorum.” (Koolhaas, 2014: 55).

Özünde Avrupalı bir mimarlık ofisi olmalarına vurgu yapan Koolhaas’ın, merkez ofislerinin bulunduğu ülkede iş potansiyellerinin çok küçüldüğü, yeni pazarlarda aktif olmak için çaba gösterildiği görülmektedir. Koolhaas’ın sözlerinden, mimarlık ofislerinde kullanılan dillerin artışının, ofislerin küresel pazarda aktif olmasında önemli avantaj sağladığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Star kimliğine sahip bir mimar olarak mimarlık dışında endüstriyel tasarımdan, dergi ve pavyon küratörlüğüne kadar birçok popüler alanda aktif olan Koolhaas, Harvard Üniversitesi’nde yüksek lisans seminer derslerinin yürütücülüğünü yapmaktadır. Harvard Üniversitesi’nde dünyadaki değişen kentsel koşulları araştıran bir araştırma programı olan “The Project on the City”yi yöneten Koolhaas, Roma, Lagos, Nijerya, Moskova, Pekin, Çin gibi çağdaş toplumlardaki tüketimin kültürünün kentsel yansımalarını analiz eden araştırmalar üzerine çalışmaktadır (Pehlivan, 2010). “The Project on The City I” atölyesinin yürütücülüğünü yapan Koolhaas, bu proje kapsamında ortaya çıkan projelerin ve on farklı yazarın makalesinin bulunduğu “*Mutations*” isimli kitabını 2001 yılında yayınlamıştır (Mutations, 2001). Küreselleşme ve kapitalizm etkisi altında önemli bir dönüşüm geçiren yirminci yüzyıl kentlerinin, mimarlık ve kent tipolojisinde yaşanan değişimlerin incelendiği kitabın ‘The Pearl River Delta’ bölümünde Çin’in serbest kapitalist sistemi deneyimlemek için Özel İktisadi Bölge ilan ettiği Pearl River Delta Bölgesi üzerine yapılan çalışmalara yer verilmiştir (Harvard University, 2019).

Koolhaas’ın 2002 yılında Taschen tarafından yayınlanan kitabına ismini veren “*Great Leap Forward*”, aslında 1958 ve 1961 yılları arasında Çin Halk Cumhuriyeti’nde uygulanmış ekonomik ve sosyal bir plandır. Çin’i tarım toplumundan tarımsal devrimlerle Modern Komünist bir topluma dönüştürme çabaları milyonlarca insanın açlıktan ölümüne yol açan

bir felaketle sonuçlanmıştır. Kitapta Çin Halk Cumhuriyeti'nin başka bir ekonomik programının denendiği Pearl River Delta Bölgesi ele alınmıştır. Program gereği 5 ana şehirden oluşan bölge serbest ticaret bölgesi olarak ilan edilmiştir. Müteakiben dünyada daha önce görülmemiş bir süratle ve ölçekte gelişerek 12 milyon nüfuslu yeni bir şehirler topluluğu oluşmuştur. 2020'de ise bölgenin 36 milyon nüfusa ulaşması öngörülmektedir. Hal Foster'a göre Koolhaas Great Leap Forward'da sadece Mao ve 1960'lı yıllarda ortaya koyduğu ekonomik politikaları sorgulamamakta, Manhattanizm ve 'sıkışıklık kültürü' hakkında yeni düşünceler de üretmektedir (Foster, 2002: 78). 1930'lu yıllarda Amerika'da 'top' noktasına ulaşan "sıkışıklık kültürü" ve "Manhattanizm", kıtadaki varlığını tamamlamasının akabinde farklı kıtalarda kendisine yeni piyasalar aramış ve yüzyıllarca dış dünyaya kapalı yaşayan, bakir Uzak Doğu Asya'da etkinliklerini sürdürme fırsatı bulmuştur. Bölgede 'yoktan var olan' bir "yeni"nin inşa edilmesi gündelik bir istek ve zorunluluk haline dönüşmüştür. Koolhaas'a göre, Aldo Rossi'nin 'tarihi olmayan şehir'in düşünememesi küresel çağın toplumları için önem taşımamaktadır.

Koolhaas'la eş anlamlı görünen OMA'nın son dönemdeki önemli projelerini yürüten genç ortakların fazlalığı, medyada babanın ölümü olarak haber yapılmıştır. Bu haberler karşısında Koolhaas, OMA'yı kurarken aslında kendi adını arka planda tutmak istediğini, takım çalışmasının esas hedefi olduğunu fakat toplumda star mimarlara karşı olan ilgi yüzünden göz önünde olduğunu ve bu kadar büyük işlerin tek bir kişinin kaleminden çıkamayacağını, aslında tüm çalışmaların başarılı bir ekip çalışmasının ürünü olduğunu belirtmiştir (McNeill, 2009: 92).

3.4.2. Norman Foster ve Foster+Partners

Norman Foster'ın mimari uygulamaları teknolojik yeniliğin içinde modernist inancı barındırmasıyla tanınmaktadır. Çağdaş mimarlığın dünyadaki en ünlü uygulamacılarından biri olan Foster+Partners çoğunlukla mühendisler yakın iş birliği içinde çalışmış ve bütün dünyada, cam ve paslanmaz çeliğin kullanımıyla özgün, genellikle ikonik ve metaforik formlarla kendini dışa vuran, estetize edilmiş çok sayıda büyük ölçekli kurumsal yapı ve altyapı tasarımı gerçekleştirmiştir.

Firma 1970'lerden itibaren doğal güneş ışığını kullanmadaki başarıları, pasif iklim kontrol sistemleri ile uluslararası ün kazanmıştır (Borden ve diğerleri, 2012: 466). McNeill firmanın

büyümesinin iki aşamada gerçekleştiğini öne sürmektedir. Büyümenin ilk aşaması, İngiltere'nin Ipswich şehrinde 1978 yılında yapılan, mimari özellikleri, teknik özellikleri ve tasarım açısından zamanının ötesinde görülen Willis Faber ve Dumas binası gibi avangart projeler ile başlamıştır. İkinci aşama ise özellikle Hong Kong'daki Hong Kong ve Şanghay Bankası Ofis Kuleleri, Stansted Havaalanı ve Barselona Telekomünikasyon Kulesi gibi mimari olarak olağanüstü büyük ölçekli projelerin başarıyla tamamlanmasıyla gelmiştir (McNeill, 2009: 29). Foster+Partners kurumsal sitesinde şirketin mali değerinin, şirket adına ve mevcut varlıklarının kullanım hakkına sahip olan Norman Foster'a ait olduğu ve bu işlem çerçevesinde Norman Foster, işletmenin uzun vadeli istikrarının yanı sıra mevcut ve gelecekteki değerinin güvence altına alınması adına kişisel 'Foster' ticari markasını 'Foster+Partners'a devrettiği vurgulanmaktadır. Ayrıca bu devir işleminin, tasarım mükemmelliği, yenilikçilik ve müşteri memnuniyeti geleneği ile tüm projelerin Foster markasıyla ayrılmaz bir şekilde bağlantılı kalacağını garanti etmeyi amaçladığı belirtilmektedir (Foster+Partners, 2007).



Şekil 3.4. Foster+Partners Ofisleri: Londra / New York / San Francisco / Madrid / Abu Dabi
Dubai / Şangay / Pekin / Hong Kong / Singapur / Sidney / Bangkok / Buenos Aires

Çağdaş mimarlar arasında kentlerin silüetlerini derinden etkileyen ender mimarlardan biri olan Foster, Foster+Partners şirketi dünya çapında 22 ofiste, 1000'den fazla çalışanı ile

hizmet vermektedir (McNeill, 2009: 48). Uluslararası şirketlerin ve politik liderlerin çalışmak için can attığı bu ofis küresel bir üslup geliştirmiştir. Bir şirketin veya devletin medya logosu olarak kullanabileceği, hafızalarda yer edebilecek gösterişli bir mimarlık üreten ofis geliştirdikleri bu küresel üslup ile kendi mimarlık markasını yaratmıştır (Foster, 2011: 69).

Kendine özel bir tasarım dili yaratan ve tüm dünyada bu tasarım dili ile tanınırlık, hatırlanabilirlik kazanan ofisin çalışmaları genel olarak high-tech ile eşleştirilmektedir. Foster'ın high-tech mimarlığını Dener şöyle yorumlamaktadır:

“Foster, teknolojiyi her defasında yeni bir yapım sistemi yaratmak üzere kullanır ve bu çaba onun mimarlığının esasını oluşturur. Binaların kimlikleri biçimden çok, ortaya konan strüktürlerle belirginleşmektedir. Diğer bir deyişle onları okunur kılan ön plandaki taşıyıcı sistemdir” (Dener, 2000).

Küresel marka mimarlık ofislerinin birçoğu gibi Uzakdoğu pazarında aktif olan ve şubeleri bulunan Foster+Partners, önümüzdeki yıllarda Çin'deki iş ortamını daha da genişletmek amacıyla, Çin'de yeni bir genel merkez binası açmayı planlamaktadır. Yeni genel merkezin bölgedeki iş potansiyelinden alınacak payın arttırılmasında stratejik bir önemi olduğu görülmektedir.

3.4.3. Zaha Hadid ve Zaha Hadid Architects

1950 yılında Bağdat'ta dünyaya gelen Zaha Hadid, Architecture Association (AA)'da mimarlık eğitimine başlamadan önce Beyrut Amerikan Üniversitesi'nde Matematik Bölümünü bitirmiştir. Hadid'in parametrik formlara duyduğu ilginin temelinde, Matematik bölümünde almış olduğu eğitimin ve Rus Konstrüktivistlerin büyük etkisi olmuştur. Dalgalı, akışkan, organik formları ustalıkla kullanan Hadid, 1988 yılında MoMA-New York'ta düzenlenen Dekonstrüktivist Mimarlar Sergisi ile mimarlık dünyasına adım atmıştır. O yıllarda inşa edilmiş hiçbir projesi olmayan Hadid, sergide 1983 yılında katıldığı yarışma projesi “The Peak” ile yer bulmuştur. Hong Kong'da Kowloon tepelerinde özel bir sağlık klübü için tasarlanan projede, topoğrafya ve yapı ilişkisine yeni bir yorum getirilmiştir. Yatay bir gökdeleni andıran tasarım hiçbir zaman inşa edilmemiş olmasına karşın, Zaha Hadid'in mimarlık dünyasına girişinin simgesi olmuştur (Ilıkoba, 2017). 1993 yılında, inşa

edilen ilk yapısı olan Vitra Yangın İstasyonu’nda parçalanma, soyutlanma, yapısızlık, tekrarlama, kitle üretimi gibi dekonstrüktivizm teknikleri göze çarpmaktadır.

Zaha Hadid Architects’in İç Mimarlık Direktörü olan Kar-HwaHo, Zaha Hadid’in modeller ve çizimlerle denemeler yaparak, sürekli projenin sınırlarını zorlamaya teşvik ettiğini ve eserlerinin Hadid’den ayrı değerlendirilemeyeceğini, ona özgü olduğunu söylemektedir. Kûratör Hans Ulrich Obrist, Hadid’in eskiz yaparken yaptığı hataların kendisine yeni şeyler görmesini sağladığını ve bu yüzden eskizi, bir tasarım yöntemi olarak kullandığını açıklamaktadır (Demir, 2018). Dünya çapında birçok ikonik işe imza atan Hadid, 2004 yılında Pritzker Ödülünü, 2016’da RIBA (Royal Institute of British Architects) altın madalyasını kazanmıştır. Pritzker ödülünü kazanan ilk ve tek kadın mimar olan Hadid, Forbes’in “Dünyanın En Güçlü Kadınları” listesinde yer almıştır (Archdaily, 2016).



Şekil 3.5. Zaha Hadid Architects’in Küresel Çalışmaları

Dinamik temsil araçlarının binalarda kullanılması gerektiğine inanan Zaha Hadid, karmaşık geometrileri birbirine bağlamakta konstrüktivizm ilkelerinden yararlanmıştır. MoMA sergisinden sonra, çok sayıda proje siparişi alan mimarın, kullandığı formları sadeleştirdiği bilinmektedir. 1980 sonrasında inşa edilen birçok yapısında pruva formunu kullandığı görülmektedir (Foster, 2015: 122). İlk yapılarında kullandığı keskin köşeler, farklı açılar ve

asimetrik düzlemler ile beklenmedik mekânlar yaratan Hadid'in son projelerinde geometrik formları azalttığı, organik formlara yöneldiği dikkat çekmektedir (Borden ve diğerleri, 2012: 492).

Zaha Hadid gerek yapım gerek dijital teknoloji ve olanaklarını tasarımlarında sonuna kadar kullanmaktadır. Autodesk Maya, 3ds Max, Revit gibi üç boyutlu modelleme programları ile Zaha Hadid'in projelerinde kullandığı formlar değişebilmiş, parametrik tasarımlarının hayata geçirilmesinde etkili olmuştur. Teknolojide yaşanan devrim Hadid'e yer çekimine karşı koyan yapılar tasarlayabilme imkânı vermiştir.

Hadid'in tasarımlarında mekânların yatay olarak genişletilmeye çalışıldığı, yatay bir gökdelen formunun mimarlık dünyasına kazandırıldığı göze çarpmaktadır. İlkesel olarak yatay gelişen mimarinin daha az ikonik karaktere sahip olacağı düşünülse de Hadid'in elinden çıkan bu yeni form, 21.yüzyıl mimarlık ortamına sayısız ikonik karakterli proje kazandırmıştır. Hadid'in mimarisi, arazide ortaya çıkan kuvvetlerin serbest bırakılmasına dayanmaktadır (Foster, 2015: 124).



Şekil 3.6. Zaha Hadid Architects Ofisleri: Londra / Pekin (ZHA, 2019)

Zaha Hadid, mimarlık dışında birçok alanda sahip olduğu tasarım yeteneğini sergilemiştir. Endüstriyel tasarım, şehir planlama, iç mekân tasarımı gibi alanlarda da ikonik işlere imza atan Hadid'in bu alanlarda da malzemenin sınırlarını zorladığı, alışlagelmedik formları hayatımıza soktuğu görülmektedir. Küresel tanınırlığı olan birçok markayla iş birliği yapmayı benimsemiş, bu markaların reklam yüzü olarak kullanılmak, kendi markasını daha da tanınır kılmıştır. Tez kapsamında incelenen küresel mimarlık ofislerinin kurucu ortaklarının/Star mimar ortaklarının hepsinin verdiği demeçlerde seyahat etmeye âşık oldukları, bu seyahatlerin mimarlığa, hayata, geçmiş işlerine farklı bir açıdan bakmalarını sağladığı görülmektedir.

Mimarlığın solo bir hareket olmadığını, dünyayı etkileyen işlerinin arkasında mükemmel bir takım çalışması olduğunu söyleyen Zaha Hadid'in Londra ve Pekin ofislerinde, 55 farklı ulustan 400 personel çalışmaktadır. Uzun yıllar boyunca kuruluş ofisleri olan Londra'dan hizmet veren ofis, yakın zamanda Pekin şubesini açmıştır ve açılışından bugüne kadar dünyanın farklı bölgelerindeki 44 ülkeye 950 farklı proje tasarlamıştır (ZHA, 2018)

Tez kapsamında incelenen mimarlık ofislerinden farklı olarak Zaha Hadid Architects'in sadece Londra ve Pekin'de ofisi bulunmaktadır. İncelenen diğer küresel marka mimarlık ofislerinin aksine ofis sayısını arttırmayan ZHA'nın, dünya çapında çok fazla uluslararası projeye sahip olması küresel şirketler tarafından öncelikli olarak tercih edilen bir mimarlık markası olduğu göstermektedir. Zaha Hadid'in yaratmış olduğu marka değeri, bu çekimi açıklamaktadır. Küresel bir mimarlık ofisi statüsü kazanabilmek için, sadece farklı ülkelerde ofislerin bulunmamasının birincil belirleyici olmadığı, ofis ortaklarından herhangi birinin popüler marka kimliği olmasının da küresel ölçekte tanınır bir mimarlık ofisi olmak için yeterli olabildiği görülmektedir.

3.4.4. Renzo Piano ve RPBW

1937 yılında Cenova'da dünyaya gelen Piano, Milano'da Milano Politeknik Mimarlık Okulu'nda mimarlık eğitimi almıştır. 1960'lı yıllarda malzemenin dokunsal ifadesini kullanma konusunda ünlenen Amerikalı ünlü mimar Louis Kahn'ın yanında çalışması ve sonrasında kabuk strüktürleri konusunda çalışan Polonyalı mühendis Zygmunt Makowski ile çalışması Piano'nun mimarlığını gelişiminde etkili olmuştur. 1970li yıllarda ABD ve İngiltere'ye yaptığı seyahatler mimarlık kariyerini olumlu yönde etkilemiştir. 1971'de

Richard Rogers ile birlikte tasarladığı, dönemin yüksek teknoloji ürünü Pompidou Merkezi ile mimarlık dünyasında tanınmıştır (Boyutpedia, 2007)



Şekil 3.7. Renzo Piano Building Workshop Ofisleri: New York / Cenova / Paris

Richard Rogers ile 1978’de ayrıldıktan sonra (Foster, 2015:95), 1981 yılında Cenova ve Paris’te ofisleri bulunan Renzo Piano Yapı Atölyesi kurulmuştur. Zaman içerisinde uygulama alanını genişleten Atölye’nin şu an New York’ta da ofisi bulunmaktadır ve dünya çapında proje ve uygulama hizmeti veren atölye Pritzker ödüllü mimar Renzo Piano’da dahil olmak üzere on ortak tarafından yönetilmektedir (RPBW, 2019). Uluslararası iş yapan bir firma olması ve farklı bölgelerde ofisleri bulunmasına rağmen, ofis hala Renzo Piano Yapı Atölyesi ismini kullanmaktadır. Zanaatkar bir kimliği de bulunan Renzo Piano küresel mimarlık piyasasında ve akademilerde tercih edilen star mimarlardan biri olmuştur. Renzo Piano Yapı Atölyesi, ofis yapılanma büyüklüğü olarak kıyaslanamasa da yaptığı işler bakımından Skidmore, Owings and Merrill (SOM) ile benzetilmektedir (Foster, 2017: 91).

Malzemenin özelliklerine ve yapıma bağlı bir mimar olan Piano’nun tasarımlarında bir gerilim vardır. Yerel yapı zanaatı ile büyük işletmeler arasındaki gerilimi azaltabilmesindeki başarısı ile küresel piyasada dikkat çekmeyi başarmıştır. Piano, malzemeyi incelikli bir şekilde kullanması ile yapılara kişisel imzasını atmakta, diğer yandan mühendislik becerisini

kullanarak tasarımlarını gelişmiş teknolojilerin çağdaş dünyasından koparmamaktadır (Foster, 2017: 91). Her yerin farklı bir hikâyesi olduğuna inanan ve mimarın bu mekânları dinlemesi, anlaması gerektiğini düşünen Piano, mimarların özgürleşmek ve işlerinden bir süreliğine olsun uzaklaşmak için seyahat etmesi gerektiğini savunmuştur. Mimarların tarihi değiştiren aktörler değil bu değişime şekil verenler olduğunu söyleyen Piano'ya göre, her proje yeni bir başlangıçtır ve mimarlığın en güzel yanı, hayat gibi her seferinde yeniden başlamasıdır (Merdim, 2018). RPBW ortaklarından Joost Moolhuizen, tasarım aşamasında binaların ikonik bir değer kazanmasının esas amaçları olmadığını, bunun tasarımın bir yan ürünü olduğunu belirtmektedir. Esas yaratmak istediklerinin insanlar için iyi bir mimari, kalite ve mekân olduğunu söyleyen Moolhuizen'e göre bu kalite fikri yapıyı oluşturan detaylar ve bileşenler ile çözülmektedir (RPBW, 2019).

Piano'nun tasarımları detaylı olarak incelendiğinde, tasarımlarında parçadan bütüne giden bir üslubu benimsediği görülmektedir. Mimarlık yazarı Patrick Buchanan'a göre Piano'nun sanatı, çevresine uyma ve birbiriyle uyumlu olma sanatı olmuştur. Mimarlık yazarı Philip Jodidio, sergilenen parçalar nedeniyle Piano'nun binalarının karmaşıklığının kabuğundan ileri geldiğini kabul etmektedir. Buchanan da Piano'nun binalarının plandan ziyade kesitleriyle ayırt edilebilir olduğunu söylemektedir. Bu yorum Piano'nun yapılarında mekânın eklemlenmesinin veya programın geliştirilmesinin bazen ikinci planda kaldığını ima etmektedir (Foster, 2017: 98).

Tasarımlarındaki hafiflikte teknolojik ilerlemelerin de etkisi olmuştur. Piano hafiflik konusundaki düşüncelerini; "Avrupa'da yetişmiş olmama rağmen kendimi hafifliğin ve rüzgârın taştan çok daha kalıcı olduğu Pasifik'e yakın hissediyorum." sözleriyle anlatmaktadır. Zygmunt Bauman'ın akışkan modernite kavramı ile Piano'nun hafiflik kültürünün esasında benzer eksenlerde olduğu düşünülebilir. Sermayenin kuvveti içerisinde sürüklenen mimari buharlaşmakta, hafiflemektedir. Piano'nun Tokyo'da Maison Hermes için tasarladığı mağaza sermayenin gücü altında buharlaşan bir mimariye örnek gösterilebilir (Foster, 2017: 105).

Küresel modernitede spor ve eğlence için stadyumlara, alışveriş merkezlerine, ofis gökdelenlerine, bankalara ve iş merkezlerine büyük bir talep oluşmuştur. Foster ve Koolhaas gibi Piano da tüm bu kategorilerde yapılar tasarlamıştır. Tüketim harcamalarının aktörlerinden biri haline gelen mimarlıkta teşhir önem kazanmış, mimarlık hem sergileyen

hem de sergilenen nesne haline gelmiştir. Hem güzel metalar için sahne hem de metaların en güzeli haline gelen mimari çağın yeni küresel üslubudur (Foster, 2017: 107).

3.4.5. Herzog & de Meuron

2001 yılında, Herzog & de Meuron, mimarlıkta en yüksek onur ödülü olan Pritzker Ödülü'ne layık görülmüştür. Mimarlık eleştirmeni ve Pritzker Jüri Üyesi Ada Louise Huxtable, Herzog & de Meuron'un Modernizmin geleneklerini basit sadeliğe rafine ederken, materyalleri ve yüzeyleri yeni tedavilerin ve tekniklerin araştırılması yoluyla dönüştürdüğünü söylemektedir. 2006'da New York Times Dergisi, Herzog & de Meuron'u dünyanın en beğenilen mimarlık şirketlerinden biri olarak nitelendirmiştir.

Herzog & de Meuron'nin ilk çalışmaları, minimalist seviyede indirgemeci bir modernite olarak tanımlanmaktadır. Ancak ofisin, Prada Tokyo'daki son çalışmaları, Barselona Forum Binası ve 2008 Olimpiyat Oyunları için tasarladıkları Pekin Ulusal Stadyumu, tasarım tutumlarının değiştiğini göstermektedir. İlk tasarımlarında dikdörtgen biçimlerin saf sadeliğinin izleri görülürken zaman içerisinde tasarımlarda daha karmaşık ve dinamik geometrilere doğru bir geçiş görülmektedir. Joseph Beuys'u kalıcı bir sanatsal ilham kaynağı olarak kabul eden ortaklar, her projede farklı sanatçılar ile iş birliği yapmayı tercih etmiştir. Herzog & de Meuron'ın başarısının altında, yenilikçi materyalleri kullanarak yabancı veya bilinmeyen ilişkileri açığa çıkarma konusundaki becerileri yatmaktadır.

İsviçre'nin Basel kentinde kurulmuş olan firmanın kurucuları Jacques Herzog ve Pierre de Meuron çağdaş sanatçılarla kurmuş oldukları yakın ilişkileri ile ünlüdür. Kullanılmayan bir elektrik santralinden dönüştürdükleri Tate Modern ile ünlenen ofis dış cephe malzemelerini kullanmaktaki ustalıkları, geleneksel malzemelere getirdikleri yeni yaklaşımlar ve yeni üslup arayışları sırasında mimarlığa kattıkları açısından yenilikçi bir mimarlık ofisi olmuşlardır (Borden ve diğerleri, 2012: 498).



Şekil 3.8. Herzog & de Meuron Ofisleri: Basel / Berlin / Londra / New York / Hong Kong

3.5.6. SOM / Skidmore, Owings & Merrill

Skidmore, Owings and Merrill veya kısa adıyla SOM, ABD'nin Illinois eyaletinin Chicago şehrinde 1936 yılında Louis Skidmore ve Nathaniel A. Owings tarafından kurulmuş bir mimarlık ve mühendislik firmasıdır. 1939 yılında John O. Merrill firmaya ortak olarak katılmıştır. Kurulduğu yer dışındaki ilk ofisini 1937 yılında New York City şehrinde açmıştır. Günümüzde dünyanın en büyük mimarlık firmalarından birisi olan SOM, özellikle oldukça pahalı ticari binalar üzerine uzmanlaşmıştır. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra firma New York'ta ki Lever Evi'nin en yeni teknolojilerle gerçekleştirilen şirket tasarımıyla dünya çapında üne kavuşmuştur.

Skidmore, Owings and Merrill dünyada Uluslararası Stil'e uygun cam gökdelenlerin inşa edilmesine öncülük eden firmalardan olmuştur. Dünyanın en yüksek binalarının birçoğunda imzası bulunmaktadır. Bunlar arasında John Hancock Merkezi (1969 yılında inşaatı tamamlandığında dünyanın en yüksek ikinci binası olmuştur) Willis Kulesi (1973 yılında tamamlandıktan sonra dünyanın en yüksek binası unvanını yirmi yıl korumuştur), Burç Halife (2011 yılı itibarıyla dünyanın en yüksek binasıdır) yer almaktadır (SOM, 2019)



Şekil 3.9. SOM Ofisleri: New York / Chicago / San Francisco / Los Angeles / Washington
Londra / Hong Kong / Şangay / Dubai / Mumbai

50’den fazla farklı ülkeden çalışanın bulunduğu, ofislerinde 40’tan fazla dilin konuşulduğu bir mimarlık ofisi olan SOM kendisini Global Uzmanlar Ağı olarak tanımlamaktadır (SOM, 2019).

4. KÜRESEL MARKA MİMARLIK OFİSLERİNİN UZAKDOĞU UYGULAMALARI

Son yirmi yılda bölgesel ekonomilerin yükseldiği ve düştüğü görülmektedir. Tasarım firmaları, genişleme stratejilerini buna göre karar vermektedir. Örneğin, 1997 yılındaki Doğu Asya para krizi, başta Tayland, Filipinler ve Güney Kore olmak üzere, denizaşırı tasarımcılar için kârlı iş imkânları sunan bir dizi gelişmekte olan ekonomiyi daraltmıştır.

Tezin bu bölümünde Çin, Japonya, Singapur, Güney Kore, Hong Kong, Tayvan ve Tayland gibi Uzakdoğu ülkeleri, içinde bulundukları ekonomik, kültürel durum ve bunları küresel mimarlığa hazırlayıcı etmenlerle birlikte değerlendirilip hemen ardından söz konusu ülkede küresel iş yapan mimarlık ofislerinin sundukları projelere yer verilmiştir.

4.1. Çin

Çin'in küreselleşme öncesinde ki tarihi incelendiğinde, ilk Çin şehirlerinin kilometrelerce uzaktan görülebilen şehir surları ile çevrili olduğu ve zaman içerisinde yaşanan modernleşme hareketleri ile bu surların şehirlerden temizlendiği görülmektedir. Kent surların yıkılarak modernist şehir planlamacılığının uygulandığı ilk şehir, ticari bir liman kenti ve yabancı kontrollü Uluslararası Yerleşim Bölgesi olan Şangay olmuştur. 1920'de yıkılan kent surlarının yerinde ticari bulvarlar, otoyollar yükselmiştir. Japonya ile yaşanan büyük savaşa kadar birçok şehirde benzer modernist şehir planlamaları sürdürülmüştür. Savaş sonucunda projeler durdurulmuş ve birçok şehir savaş sırasında kullanılamaz hale gelmiştir (Mitter, 2012: 174).

1932 yılında Çin'de yayınlanan Builder dergisinin önsözünde mimarların yalnızca yabancı değerler kullanması durumunda, geleneksel değerlerin çöpe atılmış olacağı ve bunun Çin toplumunun sonunu getireceği kaleme alınmıştır. Asırlık geleneksel yöntemlerin terk edilerek, yabancı malzemelerin kullanılması sonucunda yerel mimarlığın yok edileceğinin belirtildiği yazıda yabancı olarak nitelendirilen her şeyin modern sayıldığı görülmektedir (The Builder, 1932). Yabancı olanın reddedilmesi, modernin reddedilmesi olarak kabul edilmiştir.

1920'li yıllarda Milliyetçilerin başlatmış olduğu gelenekselin terk edilmesi hareketini 1950'li yıllarda Komünistler devam ettirmiştir. Çin'de geleneksel şehir duvarlarının yıkılıp,

günümüz kentsel topografyasının oluşumu 1950’li yıllara dayanmaktadır. Bu dönemde eski mabetler, hükümet binaları, kıvrımlı ağaçlı yollar yeni yüksek binaların yapımı için yıkılmıştır (Mitter, 2012: 175). 1950 ve 1960 yıllarda antik kent merkezinin dışına doğru genişleyen Pekin’de, modernleşmenin bir parçası olarak yıkılan kent duvarlarının yerinde fabrikalar ve çok katlı konutlar ortaya çıkmıştır. Dört veya beş katlı yeni bir konut stili olan Sosyalist tarzdaki apartmanlar bu dönemde şehri sarmıştır (Ouroussoff, 2008). Komünist yönetim, Çin şehirlerin geleneksel dokusunu buldozerlerle, geri dönüşü olmayacak bir şekilde silmiştir. Çin geçmişini reddeden ideoloji, şehirleri Sovyet mimarisinin formlarıyla donatmıştır. Tarihi geçmişini kaybeden bir ülkenin, içinde bulunduğumuz küresel mimarlık çağını içselleştirebilmesi ve tartışmasız bir biçimde kucaklaması olağandır. Tarihi dokusunu saygıyla ve özenle muhafaza eden Avrupa şehirleri ile kıyaslandığında küresel mimarlığın bu coğrafyalarda yer edinebilmesi çok doğaldır. Mimari geçmişi kalmayan bir toplum, farklı ve yeni olan birçok şeyi kabullenebilmiştir.

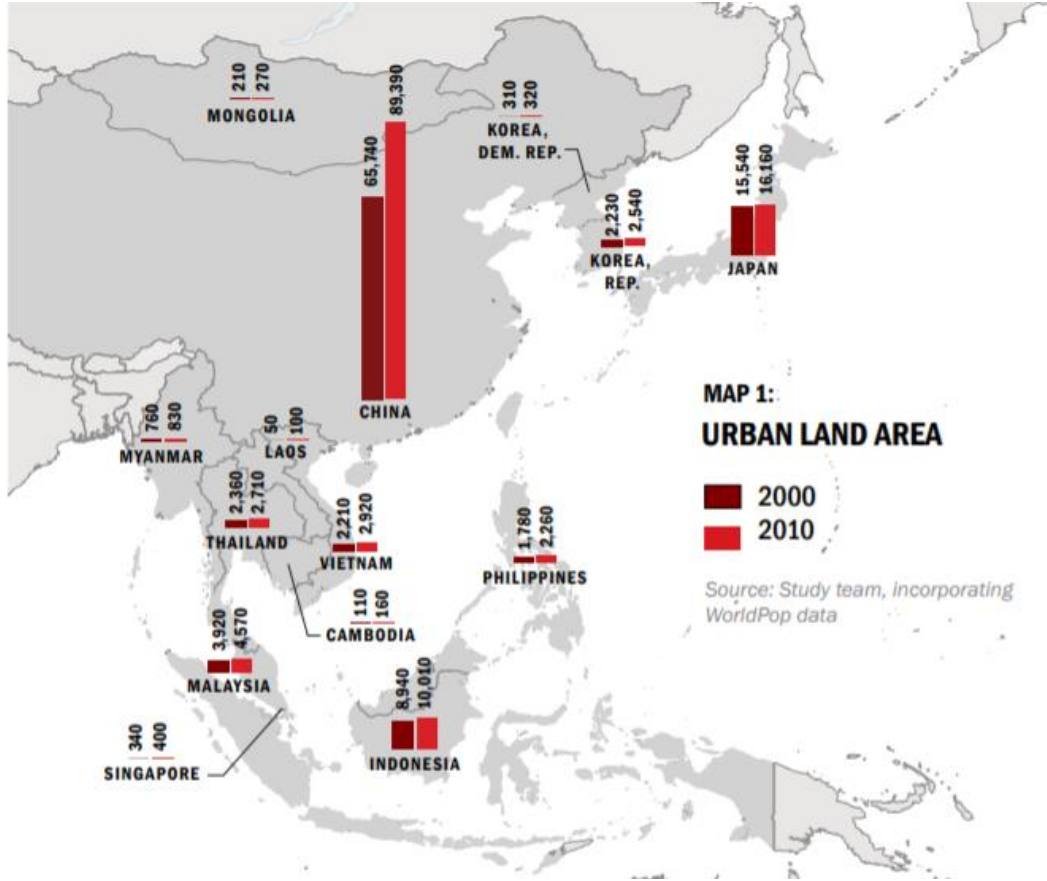
1950’lerde ortaya çıkan yıkım dalgası 1990’ların başında piyasada yaşanan açılımlar ve emlak yatırımcıların süreçten yüksek kar elde etmesi yıkımları hızlandırmıştır. 2008 yılında Pekin’in Olimpiyatlara ev sahipliği yapma başvurusunun 2001’de kabul edilmesinin ardından şehirde inşaat süreci hızlanmış ve şehir yabancı ziyaretçilerin gelişine hazırlanmak için önemli bir gecekondu temizleme programını başlatmıştır (Ouroussoff, 2008). Kentlerdeki eski konutlar, gökdelenler ve kuleler yerlerini uluslararası star mimarların ellerinden çıkan yeni ikonik yapılara bırakmıştır. 20. Yüzyılda Milliyetçilerin arzuladığı modernleşme hareketi, 21. Yüzyıl Çin hükümeti tarafından devam ettirilmektedir (Mitter, 2012: 175). Yerli tasarımın modernleşme için uygun olmadığını düşünen yönetim, ülkenin küresel imajının yaratılmasında uluslararası mimarlık ofisleri ile çalışmayı öncelikli olarak tercih etmektedir. Kent silüetinde beliren birçok ikonik ve simgesel yapı, Batılı star mimarlar tarafından tasarlanmıştır.

China Urban Development yazarı Adam Mayer, 2012 yılında kaleme aldığı “*An Architect’s Guide to Working in China*” isimli yazısında Çin’in yeni mimari fikirleri denemek için büyük bir tabula rasa olduğunu fakat Zaha Hadid, Steven Holl veya Rem Koolhaas gibi bir isme sahip olmayan mimarlık ofisleri için Çin’in hayal kırıklığı olacağını söylemektedir (Mayer, 2012). 2008 Pekin Olimpiyatları, ülkenin 1990’yı yıllardan bu yana inşa etmeye çalıştığı barışçıl küreselleşme politikalarının ve Çin ‘in küresel dünyaya adapte olduğunun işareti olarak görülmektedir (Mitter, 2012: 9).

1978 sonrasında Çin'in mimari ortamı incelendiğinde ilk olarak 1990 yıllarda Şanghay'daki gelişen ekonomik ortam ve beraberinde getirdiği şehirleşme potansiyeli dikkat çekmektedir. Şanghay'ın 1990'lı yılların ortalarında önemli bir ekonomik güç merkezi olarak ortaya çıkışı, Xintiandi kültür mirası bölgesindeki koruma yaklaşımlarından, Lujiazui'da prestijli gökdelenlerden oluşan yeni bir ofis merkezinin geliştirilmesine kadar bir dizi yeni mimari ortam yaratmıştır (McNeill, 2009). 1990 yılında çamurlu tarlaların ve depoların bulunduğu Şangay, 20. yüzyılın başlarında neon ışıklarının altında parlayan sokakları ve gökdelenleri ile yalnızca Çin'in değil tüm dünyanın dikkatlerini üzerine çekmiştir. Şangay'ın bu üne kavuşmasında ticaretin ve yabancıların özgürce şehri ziyaret edebilme hakkının sağlanmasının etkisi olmuştur. Fransız modasının, Amerikan filmlerinin ve Batı mimarisinin merkezi olan Şangay, bu dönemde Çin'in tüm gelir tabakalarından yoğun göç almıştır. Küresel finans ve ticaret merkezi haline gelen Şangay dünyanın gökdelen metropollerinden biri olmuştur (Mitter, 2012: 45-175).

İkinci olarak Pekin şehri ekonominin ateşlediği bu yapılaşma sürecine dahil olmuştur. Pekin Olimpiyat Stadı tasarımcısı Herzog ve de Meuron'dan, Çin Devlet Televizyon Merkezi'ni (CCTV) tasarlayan Rem Koolhaas'a kadar star mimarlar için önemli bir merkez haline gelmiştir (McNeill, 2009). Üçüncü olarak, Açık Kapı Politikası kapsamında Özel Ekonomik Bölge statüsünün verilmesinin akabinde Pearl River Delta'da yaşanan bina patlaması, yabancı mimarlar için çok iyi fırsatlar sunmuştur. SOM'un, OMA'nın, ZHA'nın bu bölgede tasarladığı onlarca ikonik yapı bulunmaktadır (McNeill, 2009)

1980 yılında Çin'in Güney'inde bulunan Pearl River Delta bölgesinde Shenzhen, Zhuai, Shantou ve Xiamen'in içinde bulunduğu dört Özel Ekonomik Bölge (Special Economic Zone-SEZ) kurulması ile Açık Kapı Politikasına geçilmiştir. Bu dört güney kıyı kentinin seçiminde başkente uzak olmaları ve coğrafi konumlarından kaynaklı dış dünya ile iletişimlerinin fazla olması belirleyici olmuştur. Bölge yabancı yatırımlar için deneysel bir çalışma ortamı olmuştur. Ulusal politikaların merkezi olan Pekin'den çok uzakta olan bu bölgede yapılan kapitalist deneylerin, Kuzey'deki siyasi rejim için daha az tehdit unsuru içereceği düşünülmüştür (Ren, 2011: 47).

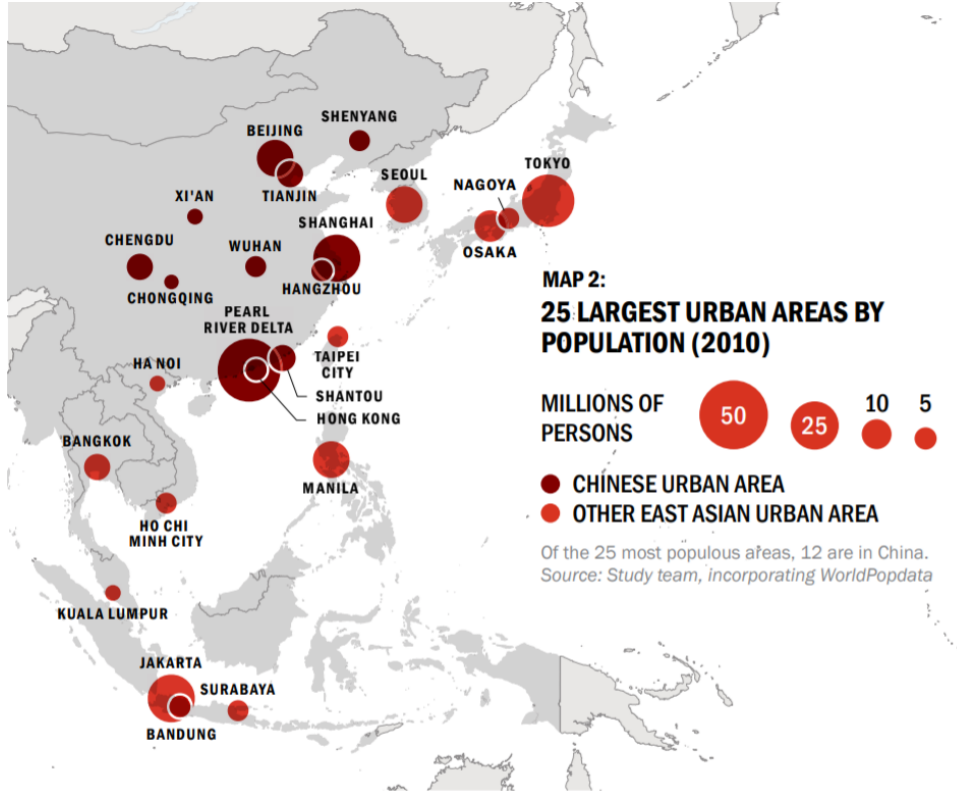


Harita 4.1 Çin Pearl River Delta Bölgesi'ndeki Kentsel Alanlar (Worldbank, 2015).

Dünya Bankası'nın Doğu Asya genelinde yaptığı çalışmaya göre 2000-2010 yılları arasında 200 milyon insan kırsal alanlardan Doğu Asya'nın kentsel bölgelerine göç etmiştir. 2015 yılında yayınlanan rapora göre göçün yaşandığı kentsel alanların 600'ü Çin sınırları içerisinde bulunmaktadır ve söz konusu yıllarda yaşanan kentsel genişleme oranı kentli nüfus artış hızının gerisinde kalmıştır. Kent nüfusunun hızla artmasına rağmen Doğu Asya nüfusunun yalnızca %36'sı kentlerde yaşamaktadır ve bu oran, çok fazla kırsal yerleşime sahip olan Doğu Asya bölgesinin önümüzdeki yıllarda hızla şehirleşmeye devam edeceğini göstermektedir (WorldBank, 2015).

Dünya Bankası tarafından yapılan analizlerde, bölgede 100.000'den fazla nüfusa sahip olan 869 kentten 600'üne ev sahipliği yapan Çin, bölgenin en büyük ve en hızlı büyüyen ülkesi olarak belirlenmiştir. Kentsel genişlemede en yüksek orana sahip olan Çin, kentli nüfus artış hızında da Doğu Asya'daki diğer tüm ülkeleri geçmiştir. Guangzhou, Shenzhen, Foshan ve Dongguan şehirlerini içeren Çin'deki Pearl River Delta Bölgesi; Tokyo, Arjantin, Avustralya ve Kanada gibi ülkelerden daha fazla nüfusa sahiptir ve bu özelliği ile dünyanın en büyük

kentsel alanı olarak kabul edilmektedir. Pearl River Delta bölgesi Şangay'dan iki kat, Jakarta'dan dört kat, Manila'dan ise beş kat daha büyüktür (WorldBank, 2015).



Harita 4.2. Çin Pearl River Delta Bölgesi'ndeki Kentsel Alan Nüfusu (Worldbank, 2015)

Son yirmi yılda Uzakdoğu'da yaşanan reformlar sonucunda en radikal dönüşümler Pearl River Delta Bölgesi'nde yaşanmıştır. Özel Ekonomik Bölge seçilmesinin öncesinde düşük sanayileşme ve kentleşmenin yaşandığı bölge günümüzde Çin ticaret ve finans merkezi haline gelmiştir ve 12 milyondan fazla kişiye ev sahipliği yapan bölgenin nüfusunun 2020 yılına kadar üç katına çıkması beklenmektedir (Koolhaas, Leong, Inaba ve Chuihua, 2002: 721).

1996 yılında Harvard Üniversitesi'nde mimarlık, peyzaj mimarlığı ve kentsel tasarım dallarında eğitim gören öğrenciler ile yapılan çalışmalar sonucunda hazırlanan ve Rem Koolhaas'ın editörlüğünü yaptığı "*Great Leap Forward*" isimli kitapta Pearl River Delta bölgesinde son yirmi yılda yaşanan değişimler incelenmiştir. Bölgede ortaya çıkan yeni kent ve mimarlık ortamının incelendiği çalışmada bölgeyi tanımlamak için yeni terimlere başvurulmuştur. Koolhaas, deltanın kentsel durumunu tanımlamak için "şiddetli farklılıklara sahip bir şehir", "*a city with exacerbated differences-CWED*" terimini kullanmıştır.

Geleneksel şehirlerin dengeli, uyumlu ve homojen yapılarının aksine CWED olarak tanımlanan Delta Bölgesini oluşturan parçalar arasında çok büyük farklılıklar bulunduğu ve birbirleri ile rekabet halinde olduklarına dikkat çeken Koolhaas’a göre “Şiddetli farklılıklara sahip olan şehir” temel olarak ideal düzeni hedeflememekte, süreç içinde yaşanan tesadüfi olaylardan ve sürecin eksikliklerinden beslenmektedir (Koolhaas ve diğerleri, 2002: 702, 709).



Şekil 4.1. Pearl River Delta Bölgesi-19/10/1979, Pekin, Çin (Nasa, 2007)

Son olarak Pearl River Delta Bölgesinde yaşanan değişimin boyutlarını kavrayabilmek Nasa tarafından 1979 ve 2003 yıllarında çekilmiş iki uydu görüntüsü incelenmiştir. Pearl River Delta Bölgesine özel statü verilmeden bir yıl önce çekilen Şekil 4.1 de yer alan uydu görüntüsünde mavi tonlar ile gösterilen yapılaşmanın, kırmızı renklerle gösterilen bitki dokusuna oranla çok az olduğu görülmektedir. Şekil 4.2’de yer alan 2003 yılına ait uydu görüntüsü incelendiğinde ise bölgenin 1980 yılında Özel Ekonomik Bölge ilan edilmesinden ardından, nehir deltasının çevresindeki kırmızı renkle simgelenen bitki örtüsünün giderek azaldığı ve mavi tonlamalar ile simgelenen yapılaşmaların giderek arttığı görülmektedir. Bu uydu görüntüleri, Çin’in ABD’nin 100 yılda kullandığı çimentonun 1,5 katını son 20 yılda kullandığını (Harvey, 2019:9) ve şuursuzca her yere beton döktüğünü iddia eden Harvey’in haklılığını kanıtlamaktadır.



Şekil 4.2. Pear River Delta Bölgesi-10/01/2003, Pekin, Çin (Nasa, 2007)

Çift haneli ekonomik büyüme oranlarıyla birlikte şaşırtıcı bir biçimde artan kırdan kente göç mimari ürünlerin koşullarını yeniden şekillendirmiştir. Shenzhen'in geceleri parıl parıl parlayan gökdelenleri, Qingdao'nun golf sahaları, Guangzhou'nun eski kent dokusu ve yeni sıra sıra dizilmiş gökdelenleri, Hong Kong'un hinterlandı olan Dongguan ve daha birçok alanı kapsayan Pearl River Delta Bölgesi'nde yaşanan bu değişim dikkat çekicidir. Beş Çinli mimardan oluşan bir ekip tarafından bir gecede 300 konutluk bir masterplanın hazırlanması Shenzhen'de ki yapılaşma hızının çok büyük boyutlara ulaştığını göstermektedir (Lin 2001:161). Koolhaas'ın "açıklık siyasetinin vitrinleri" olarak tanımladığı Hong Kong sınırında ki Shenzhen'de son yedi yıl içinde 900 yeni kule inşa edilmiştir. Şehir bu hızlı kentleşme sonucunda Hong Kong'un ucuz bir versiyonu haline gelmiştir. Koolhaas'ın Coed, 'The City of Exacerbated Difference' (Alt Bölümleri Arasındaki Azami Farklılıklara Dayanan Azdırılmış Farklılıklar Şehri) olarak nitelendirdiği bu tarz kentlerde ideal olanın sitemli bir şekilde yaratılması değil, beklenmedik rastlantıların, hataların fırsatçı bir şekilde kullanılması amaçlanmaktadır (Foster, 2002: 79).

Koolhaas'ın şiddetli farklılıklar şehri olarak tanımladığı bölgede yaşanan yoğun rekabetten kaynaklı olarak her gün Delta bölgesinde yeni bir inşaatın yükseldiği, kullanılmamasına rağmen yeni havaalanları, kültür merkezleri, stadyumlar gibi büyük ölçekli yatırımların devam ettiği görülmektedir. Bölge içerisinde yaşanan bu rekabetin bölge dışında, ülkeler

arasında da yaşandığı; her yıl yeni inşa edilen bir gökdelenin diğerinin yükseklik rekorunu elinden aldığı, mühendislik firmalarının bu yükseklik yarışından pay alabilmek için sürekli yeni teknolojiler geliştirmeye zorlandığı bir dönem yaşanmaktadır. En farklının, en yüksek, en ikonik olanın arzulandığı bu dönemde yeni geliştirilen bilgisayar sistemleri ile yapı kabukları-yüzeyleri daha önce hiç olmadığı şekilde bükülmekte, yeni sıra dışı formları hayata geçirebilmek için yeni malzeme teknolojilerinin gelişmesi gerekmektedir. Bu sonsuz üretim ve tüketim döngüsüyle beraber gelen yoğun enerji kullanımlarını, doğal olan her şeyin hızla tüketimi ve doğal kaynakların kirletilmesi izlemektedir.

Küreselleşmenin ve kentleşmenin pik noktasına ulaştığı bu dönemde Pearl River Delta bölgesi dışında, Şanghay, Pekin, Chongqing, Changsha ve Tianjin gibi kentlerde hızla büyümeye devam etmektedir. Bu şehirlerde her geçen gün havaalanı, alışveriş merkezi, kültürel yapı kompleksi gibi yeni yatırım taleplerini oluşmaktadır. Bölgenin sahip olduğu inşaat potansiyeli, Çin'i yabancı yatırımcılar, emlak spekülörleri, inşaat şirketleri ve mimarlık ofisleri için büyük bir pazar haline getirmiştir. Bu pazardan pay alabilmek isteyen Avrupa veya Amerika merkezli yatırımcılar, mimarlık ofisleri Uzakdoğu'da yeni şubeler açmaktadır. Hong Kong veya Şangay gibi herhangi bir Uzakdoğu şehrinde açtıkları ofisi üs olarak kullanan birçok küresel mimarlık ofisi, Uzakdoğu'daki tüm iş potansiyelini bu üsten kontrol etmektedir. Avrupa merkezli küresel mimarlık ofisleri, Avrupa genelinde uygulanan projelerini yeni bir şube açmadan kontrol altına tutabiliyorken, Ortadoğu'da veya Uzakdoğu'da tasarlanan veya uygulanan projelerin denetiminde mesafeden kaynaklı problemler yaşanabilmektedir. Havayolu taşımacılığının küresel mimarlık piyasasına sağladığı yararlar, mesafelerin artışına bağlı olarak yetersiz kalmaktadır. Merkezi Rotterdam'da bulunan küresel bir mimarlık ofisi Uzakdoğu'da açtığı yeni bir şube ile Uzakdoğu piyasasındaki uygulama aşamasındaki işlerini ve yeni iş potansiyellerini kontrol altına alabilmektedir. Küresel mimarlık ofislerinin tez kapsamında incelenen Uzakdoğu bölgesinde açmış oldukları yeni şubeler mimarlık hizmetlerinin daha konforlu, kaliteli ve kontrollü olmasını, yerel yönetimler, yatırımcılar ve yerel halk ile olan iletişimin artırılmasını sağlamıştır.

Çin Hükümeti ve yerel yöneticileri kentlerin imajlarını küresel medya organlarını üzerinden pazarlanabilir bir meta haline getirmek ve küresel piyasalarda komünizm sonrasında Çin'de yükselen modernizmi simgelemek amacıyla star mimarları bir reklam aracı olarak görmektedir.

Yapılaşmanın hız kesmeksizin devam ettiği ülkede, kırsal alanları içine katarak kontrolsüz bir şekilde genişlemektedir. Kırsal bölgelerin ve tarımın ikinci plana atılması ve kent merkezlerinde inşaat sektöründe yaşanan patlama kırsalda yaşayan yoksul halk için kenti cezbedici bir hale getirmiştir. Kırsaldan yeni mega kentlere doğru yaşanan göç dalgaları, boş kent alanlarının ve kent çeperlerinin yoksul göçmenler tarafından işgal edilmesi ve gecekondulaşma ile sonuçlanmıştır. Mega kentlere yaşanan göç dalgaları yoksul kırsal halk ile sınırlı kalmamıştır. Çok uluslu birçok yatırım, finans, inşaat şirketinin akın ettiği ülke, çok uluslu şirketlerin çalışanları için kaliteli yaşama alanları sunmak zorunda kalmıştır. Suner'in "*expatriate*" (Suner, 2018: 55), Hannerz'in "*uluslararası seçkinler*" (Hannerz, 1997: 130) olarak tanımladığı grup küresel kentlerin yeni egemen sınıfları haline gelmiştir. Dünyanın birçok bölgesinden göç alan Çin'in yeni mega kentleri, bu göçler sonucunda kozmopolit bir kimlik kazanmıştır. Avrupa ve Amerika kıtasından gelen çok uluslu yatırım şirketlerinin yöneticilerinin ve çalışanlarının yanı sıra birçok Üçüncü Dünya ülkesinden de işçi göçü alan ülkede sınıfsal ayrışmalar kent mekânını şekillendirmiştir. Modern metropolün yalnızca Birinci Dünya ve Üçüncü Dünyanın karşı karşıya geldiği bir yer olmadığını, farklı mahallelerde komşu olduklarını aktaran Berner, küresel kentlerin iki karşıt dünya barındırdığına dikkat çekmektedir (Berner, 2016: 141).

Kent merkezlerinde yaşanan yoğun nüfus artışı arsa ve konut sıkıntısını da beraberinde getirmiş, arsa fiyatlarında yaşanan artış kentin alt gelir gruplarının kentin değerlendirilen bölgelerinden çıkartılmasına neden olmuştur. Birçok araştırmacının "*soylulaştırma*" olarak tanımladığı bu durum sadece Çin'in mega kentlerinde değil, tüm dünyadaki küresel kentlerde görülmektedir. Küresel kentlerde yaşayan toplumun uluslararası seçkinler ve göçmen işçi sınıfı olarak ayrışması ve uluslararası seçkinlerin küresel kentlerin yeni egemen sınıfı haline gelmesi kentsel mekânın öncelikli olarak bu egemen grubun ihtiyaçları doğrultusunda şekillendirilmesiyle sonuçlanmaktadır.

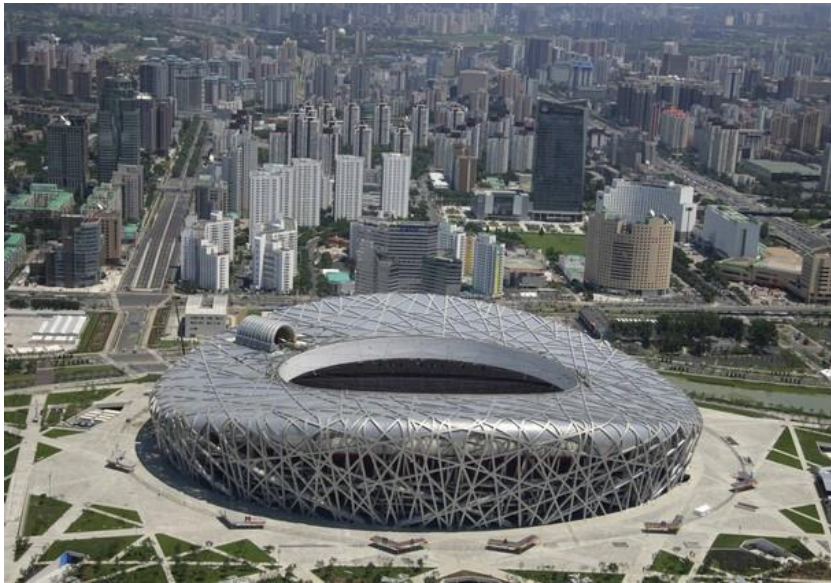
Kent merkezlerinde yerel yönetimler tarafından oluşturulan ticaret, finans bölgelerinde çok uluslu şirketlerin cam çerçeveli ofis bloklarının yükselmesi, uluslararası seçkinler için kentin en değerli alanlarında lüks rezidansların inşa edilmesi veya Avrupalı lüks markaların şehrin ünlü alışveriş caddelerinde star mimarlara tasarlatılmış ikonik tasarımlar ile kendini göstermesi bu mekânsal ayrışmanın göstergelerinden bazılarıdır.

4.1.1. Herzog & de Meuron / Pekin Olimpiyat Stadyumu

Mimari Tasarım: Herzog & de Meuron, Ai Weiwei

Proje Bitiş Tarihi: 2008

Dünyanın en büyük kapalı alanına sahip çelik yapısı olma unvanını taşıyan ve karmaşık ağ görünümünden dolayı “Bird Nest”, “Kuş Yuvası” olarak tanımlanan Pekin Olimpiyat Stadyumu 2008 yılında düzenlenen olimpiyatlarda kullanılmak üzere Herzog & de Meuron tarafından tasarlanmıştır. 2001 yılında 2008 olimpiyatlarının Pekin’de yapılacağına açıklanmasından sonra düzenlenen yarışmada Jacques Herzog, Pierre de Meuron ve Çinli tasarımcı Ai Weiwei’nin ortak tasarımı birinci seçilmiş ve yapılan halk oylaması sonucunda inşasına başlanmıştır. 2008 yılında tamamlanan proje, 2009 yılında Lubetkin Ödülü’nü kazanmıştır (Wikipedia, 2008).



Resim 4.1. Herzog & de Meuron / Pekin Olimpiyat Stadyumu, Pekin

Lubetkin Ödülü jürisi ve RIBA Başkanı Sunand Prasad, stadyumun uzun yıllar boyunca tüm dünyada hatırlanacak önemli bir eser olduğunu, yapının Çin’in küresel gücünün simgesi olduğunu belirtmiştir (Mimdap, 2009). Yapının tasarımının ikonik bir karaktere sahip olmasını ve halk tarafından kabul görmesini isteyen Çin hükümeti için, stadyumu çevreleyen çelik strüktür Çin’in ekonomik ve teknolojik gücünün olimpiyatlar aracılığı ile dünyaya gösterilmesinde etkili olmuştur.

Londra Mimarlık Festivali'nde Stadyumun tasarımına dair açıklamalarda bulunan Herzog, modern formlara sahip bir stadyum tasarlarken halkın burada kendilerini evlerinde hissetmelerini istediklerini söylemiştir. Projenin halk tarafından kabul görmesinin en önemli amaçlarından biri olduğunu belirten Herzog, tasarımı şöyle anlatmaktadır:

" Tasarımı az sayıda ancak yoğun çaba sonucu oluşan elemanlara dayandırdık. Bunlar ana strüktür (çatı, cephe mekanları ve strüktürü tek bir eleman olarak kabul ettik), oyun çanağı (bowl), dolaşım alanları ve kaide (plinth). İlk bakışta strüktür giriş ve kolonlardan oluşmuş labirentsi bir orman gibi görünmekle birlikte aslında oldukça titiz geometrik bir konstrüksiyondur. Bununla birlikte strüktürü optimize etmek ve kaideye oturtabilmek için oldukça yoğun çaba harcandı... Strüktür kaplamaları Münih'te olduğu gibi EFT membrandan oluşuyor ancak burada Münih'in aksine kaplama strüktürün dışında değil strüktürün arasında, dolayısıyla görünmez durumda. Stadyumun bazı bölümleri örtülü bazı bölümleri ise iklim ve sıcaklık kontrolü için açık olarak bırakıldı." (Mimarizm, 2019).

Yarışma projesini kazandıktan sonra halk oylamasını da kazanan projede uygulama projesi aşamasında açılabilir çatı sistemi kaldırılmış ve seyirci kapasitesi 100.000'den 91.000'e indirilmiştir. Mühendislik hizmetleri Arup tarafından yürütülen projenin açılabilir çatı sistemini taşıması için tasarlanan ve yapıya kuş yuvası görünümünü veren çelik kafesi, açılabilir sistemin iptal edilmesine rağmen inşa edilmiştir. Hiçbir fonksiyona hizmet etmeyen sadece estetik ve ikonik bir imaj yaratma kaygılarıyla çelik strüktürün yapımına devam edilmesi kamuoyunda gereksiz harcamalara sebep olduğu yönünde tartışmalara sebep olmuştur. Sadece estetik amaçlarla yapılmış olan dış çelik kabuğun tasarımında parametrik yazılımlardan yararlanılmıştır (Arup, 2008).

Projenin diğer ortaklarından olan ve stadyumun açılışına gitmeyeceğini açıklayan Çinli tasarımcı Ai Weiwei yapıyı şöyle açıklamaktadır:

" Benim için tasarımın bir anlamı var. Bir stadyum ya da bir tuvalet tasarımı fark etmez, insanların o tasarımla kurdukları ilişki, formun çekiciliğidir önemli olan. Stadyum, kendini uluslararası bir ailenin önemli bir ferdi gibi göstermek isteyen, onlarla aynı değerleri paylaştığını iddia eden bir ülke için hayli cesur bir tasarım. İçinde tutku ve enerji barındırıyor. Mimari bir iş olarak tarihte aldığı yeri böyle ifade edebiliriz. Aileler çocuklarını buraya getirip hem onlara hem kendilerine insan gücünün neler başarabildiğini gösterebilecek".

Stadyumun Kuş Yuvası olarak tanımlanmasından hoşnut olmayan tasarımcı, yapının görüldüğünden çok daha fazlasının barındırdığını ifade etmektedir (Mimarizm, 2007).

4.1.2. OMA / CCTV Genel Merkezi

Mimari Tasarım: OMA

Proje Bitiş Tarihi: 2009

Pekin'in merkezi ticaret bölgesinde 2004 yılında inşasına başlanan CCTV Genel Merkezi, 2012 yılında tamamlanmıştır. Çin Merkezi Televizyon Kurumu için OMA tarafından tasarlanan binanın içerisinde kültür merkezi, medya parkı ve hizmet binası fonksiyonları bulunmaktadır. Pekin birçok yerinden görülebilen 234 metre yüksekliğindeki, 54 katlı devasa yapı, CCTV'nin adını arka plana atmış ve yapısal bir meta haline gelmiştir (Archdaily, 2012).



Resim 4.2. OMA / CCTV Genel Merkezi, Pekin (Archdaily, 2012)

Council on Tall Buildings and Urban Habitat (CTBUH) tarafından 2013 yılında “Dünyadaki En İyi Yüksek Bina” olarak seçilen CCTV Genel Merkezi, gökdelen tipolojisine yenilik getirmiştir. 2003 yılında yayınlanan “Content” isimli kitabının “Gökdelenleri Öldürün” bölümünde gökdelen tipolojisinin hayal kırıklığı ile sonuçlandığını, gökdelen mimarisine karşı tepki gösterilmesi gerektiğini anlatan Koolhaas'ın CCTV'si de gökdelen tipolojisinin bir ürünüdür (İnan, 2005). Spencer'ın da hiper-bina olarak tanımladığı ve Manhattan'daki gökdelenlerin aksine döngüsel bir plana sahip olan CCTV Genel Merkezi emeği yeniden planlamakta, kamuyu yeniden yaratmakta ve devletin imajını yönetmektedir (Spencer, 2018: 179).

Çalışanların bir araya gelip sosyalleşmesine ve bilgi alışverişinde bulunmasına imkân vermek için toplantı odaları, kafeteryalar, spor salonları ve lobiler büyük ölçekli taban

alanlarında tasarlanmıştır. Bu tasarım stratejisi çalışma ortamlarında yaşanan eşitsizlikleri iletişim vasıtasıyla minimuma indirmek için kullanılmıştır. Çalışanlar arasındaki iletişimi arttırması ve çalışma ortamındaki sorunları minimize etmesi amaçlanarak tasarlanan ziyaretçi döngüsü ile halkın CCTV Genel Merkezi içerisinde belirlenen güzergahlar doğrultusunda hareket edebilmesi sağlanmıştır. Binadaki tüm programlara bağlantısı bulunan ve ziyaretçilere Çin manzarası sunan ziyaretçi döngüsü, aynı zamanda kapalı bir devlet aygıtının kamuya açılışını ve şeffaflığı simgelemektedir (Spencer, 2018: 186-190). Spencer’a göre, Pekin Merkezi Ticaret Bölgesi’nde bir sığınak olarak değil, bağlamın bir parçası olarak inşa edilen, kimlik üretmeyi ve paranoyayı yok etmeyi amaçlayan yapı, hiper-bina modelinin bir ürünüdür (Spencer, 2016: 171).



Resim 4.3. OMA / CCTV Genel Merkezi, Pekin (Archdaily, 2012)

Koolhaas, New York Times yazarı Ouroussoff’a 2008 yılında verdiği röportajda, küresel kent ve ilgili diğer kavramların, yeni kentleşme çağını anlamak için gerekli yeni kavramsal çerçevenin kurucu öğeleri olduğunu vurgulamaktadır. Koolhaas, yirminci yüzyılın kentlerinin sona erdiğini ama yeni yüzyılın kentlerinin ne olması gerektiğini kimsenin bilmediğini öne sürmektedir. Koolhaas’ın değindiği yeni kentleşme süreci küresel ölçekte yaşanan bir gelişmeyi işaret etmektedir. Batı dışı coğrafyaların da hızla sanayileşmesi, neo-liberal politikaların ve tarımda makineleşmenin kırsal kesimden kentlere göçü arttırması, dünya ölçeğinde tarihte daha önce eşi görülmemiş bir ölçekte kentleşme yaşanmasına sebep olmaktadır (Burdett & Rode, 2007).

21. yüzyılda Çin'in, küresel mimarlık ortamında girdiği yarışta iyi bir yere gelmesinde ve Çin'in gelişmesinde Koolhaas'ın etkisi çok fazla olmuştur. Yaşlı Avrupa şehirlerinin ve New York'un aksine Çin'in sermayenin ve kapitalin merkezi haline gelmesi bölgeyi Batılı mimarlar için çekici hale getirmiştir. Star mimarların, başka ülkelerde avangart veya fütüristik olarak değerlendirilip, rafa kaldırılacak projelerine burada sınırsız bir imkân sunulmaktadır.

4.1.3. OMA / Jin Mao Kulesi

Mimari Tasarım: OMA

Proje Bitiş Tarihi: 1998

Çin'in Özel Finans Bölgeleri'nden biri olan Şangay'da inşa edilen Jin Mao Kulesi, 421 metre yüksekliğinde, 88 katlı bir yapıdır. 1994 yılında inşasına başlanan yapı, 1998 yılında tamamlandığında Çin'in en yüksek gökdeleni unvanını kazanmıştır. Tamamlandığı yıldan bu yana unvanını başka gökdelenlere kaptıran Jin Mao Kulesi, şu an dünyanın en yüksek 11. gökdeleni olarak kabul edilmektedir (Wikipedia, 2019).



Resim 4.4. OMA / Jin Mao Kulesi, Şanghay (SOM, 2019)

Geleneksel Çin mimarisine ait olan ters sayvan ve pagoda formlarının modern gökdelen mimarisiyle birlikte kurgulandığı yapıda Çin mitolojisinde varlığın ve bolluğun simgesi olan sekiz sayısı baz alınmıştır. Tayfunların ve depremlerin yoğun olarak yaşandığı bir bölgede inşa edilen yapıda, bu yapısal şokların yapıya vereceği hasarı minimuma indirmek için dönemin son teknolojileri kullanılmıştır (Borden ve diğerleri, 2012: 460).

4.1.4. Zaha Hadid Architects / Guangzhou Opera Binası

Mimari Tasarım: Zaha Hadid Architects

Proje Bitiş Tarihi: 2010

Pearl River Delta Bölgesi'nde, İnci Nehir'in kıyısında yer alan Guangzhou Opera Binası, uluslararası finansın önemli merkezlerinden biri haline gelen Guangzhou şehrinin ekonomik ve kültürel gelişiminde önemli bir yere sahiptir. Tasarım sürecinde, yapının kente değer kazandırması ve gelişmekte olan bölgede yaşayanlar arasında yeni bir iletişim kurması hedeflenmiştir (Archello, 2011). 1.800 kişi kapasiteli bir büyük salona ve 400 kişi kapasiteli küçük salonlara sahip olan Guangzhou Opera Binası'nın tasarımında doğal gün ışığı, son dönem teknolojileri ile birlikte etkin bir biçimde kullanılmıştır. Tasarımında nehir vadilerinden ve kaya dokularından esinlenilen Opera Binası, doğaya ait formları geleceği simgeleyen yeni yapım teknolojileri ve malzemeler ile iç içe geçirmiştir.



Resim 4.5. Zaha Hadid Architects / Guangzhou Opera Binası, Guangzhou (Archello, 2011)

Tasarım sürecinde arazinin topolojisi, jeolojik veriler ve erozyon faaliyetleri tasarımın ana fikri olarak kabul edilmiş ve tasarım sürecinde nehir vadisi ile vadi yatağının erozyondan kaynaklı yaşadığı değişimlerden esinlenilmiştir. Keskin cephe formları kullanılarak yaratılan kanyonların iç ve dış mekanlarında lobi, kafeterya ve fuaye gibi fonksiyonlara yer verilmiştir. Cephelerde kullanılan malzemeler ve cephe formları ile bu mekanların tüm alanlarının doğal ışıktan faydalanması sağlanmıştır. Yeni müzelere, kütüphaneye ve arşive ev sahipliği yapan Opera Binası, şehrin kültürel yaşamının gelişiminde önemli bir yere sahip olmuştur. Zaha Hadid Architects tasarımı olan yapıda, günümüz küresel mimarisinin kent dokusu ve yerleşik kent nüfusunun günlük yaşam trenleri ile bir araya getirilmesi amaçlanmıştır.

4.1.5. Zaha Hadid Architects / Galaxy SOHO

Mimari Tasarım: Zaha Hadid Architects

Proje Bitiş Tarihi: 2012

2009 yılında inşasına başlanan Galaxy SOHO projesinin tasarımında, Pekin'in büyük ölçekli mimari yapılarından esinlenilmiştir. Şehir silüetinin ikonik yapılarından biri olması amaçlanan yapının, 330.000 metrekarelik toplam inşaat alanı içerisinde; ofis, mağaza ve eğlence fonksiyonları bir arada bulunmaktadır. Mimarisi, uzanmış köprülerle birleştirilen, kaynaştırılan veya birbirine bağlanan beş sürekli, akan hacimden oluşan bir kompozisyona sahiptir. Bu hacimler, her yöne doğru birbirlerine uyum sağlayarak biçimsel kompozisyonunun akışkanlığını bozan köşe veya ani geçişler olmaksızın panoramik bir mimari oluşturmaktadır.



Resim 4.6. Zaha Hadid Architects / Galaxy SOHO, Pekin (Archdaily, 2012).

Projenin büyük iç mekân avlularında, geleneksel Çin mimarisinden esinlenilmiştir. Tasarımda katı blok yüzeylerin yerine, her bina arasında sürekli karşılıklı bir uyum ve akışkan hareket oluşturmak amacıyla birleşmiş hacimler kullanılmıştır. Yapının içindeki hareketli platolar, derin bir dalgalanma ve kuşatma hissi üretmek için birbirini etkilemektedir. Tasarımda kullanıcıların binanın iç mekânlarını deneyimlerken aynı tasarım dilini hissetmesi amaçlanmıştır (Archdaily, 2012).

4.1.6.Foster+Partners / Fosun Vakfı Genel Merkezi

Mimari Tasarım: Foster + Partners

Proje Bitiş Tarihi: 2017



Resim 4.7. Foster+Partners / Fosun Vakfı Genel Merkezi, Şanghay (Foster+Partners, 2010).

Norman Foster ve Thomas Heatherwick tarafından tasarlanan ve yapımı 2017 yılında tamamlanan Fosun Vakfı Genel Merkezi, Şangay'ın ünlü Bund Finans Merkezi'nde yer almaktadır (Foster+Partners, 2010). 190.000 metrekarelik inşaat alanına sahip olan finans merkezinin tasarımında geleneksel Çin tiyatrolarından esinlenilmiştir. Üç katlı olarak tasarlanan yapının cephesinde geleneksel Çin kültüründe bulunan 'bambu' formlarına öykünülmüştür. Bronz malzemeden imal edilen bambu tüpler, hareket mekanizmasına sahip üç farklı katmanda monte edilmiş ve hareketli bir cephe imajı elde edilmiştir. Bu hareketli cephe sistemi ile pencere ve balkonların önünde yarı saydam yüzeyler yaratılması amaçlanmıştır.

Yapı inşa edilmeden önce paylaşılan 3 boyutlu görseller ve hareketli cepheye ait videolar mimarlık ortamında merakla karşılanmıştır. Hareketli bronz bambulardan oluşan cephe, yapının değişen kullanım şekillerine göre adapte olabilen bir örtü olarak tanımlanmıştır. Bu hareketli örtü kimi zaman balkondaki sahneyi ortaya çıkarmakta, kimi zamanda yapı kullanıcılarına Pudong manzarasını sunmaktadır. 4.000 metrekare inşaat alanına sahip olan yapıda oditoryum, sergi ve etkinlik alanı gibi mekânlar bulunmaktadır (Foster+Partners, 2010)

4.1.7. Foster+Partners / Pekin Uluslararası Havaalanı

Mimari Tasarım: Foster + Partners

Proje Bitiş Tarihi: 2008

Çin'in başkenti Pekin'de, 2003 yılında, 2008 Olimpiyat Oyunları için yapımına başlanan Uluslararası Havaalanı, olimpiyatlar başlamadan önce tamamlanmıştır. Norman Foster tarafından tasarlanan terminal binası, ejderhadan esinlenilmiş formu, aerodinamik çatısı ve geleneksel Çin renklerinin kullanıldığı iç mekânlarıyla dikkat çekmektedir. Londra Heathrow Terminali'nden iki kat daha büyük olan terminalin üstü, açılıp kapanabilen tek bir çatı ile kaplanmıştır (Ipfs, 2017).



Resim 4.8. Foster+Partners / Pekin Uluslararası Havaalanı, Pekin (Wikipedia, 2019).

Geleneksel Çin kültüründen esinlenilen yapıda, yolcuların bina içerisinde kolay yönlendirilebilmesi için renklerden ve ışıklardan yararlanılmıştır. Çin'de son dönemde

yapılan yapıların birçoğunda olduğu gibi bu yapıda da sürdürülebilir tasarım yaklaşımları benimsenmiş, karbon emisyonlarını azaltan sistemler ve güneş ışığından yararlanmayı sağlayan mimari çözümler kullanılmıştır. Projenin ortaklarından Jeff Martin, havaalanının dünyanın hiçbir yerinde görülmemiş bir hızla tamamlanabilmesinin, Çin'deki ucuz iş gücünden kaynaklı olduğunu, İngiltere'de işçi bulabilmek için çok fazla zaman ve emek harcandığını ifade etmiştir. (Mimarizm, 2007).

4.1.8. SOM / Poly Genel Merkezi

Mimari Tasarım: SOM

Proje Bitiş Tarihi: 2007

Dünyanın en büyük kablo destekli cam duvarıyla çevrili 90 metrelik bir atriumun etrafında 24 katlı ofis alanı olarak planlanan yapının diyagonal formu binanın taban oturum alanını en aza indirirken, iç atriumlar ofis alanlarının gün ışığından maksimum ölçüde yararlanmasını sağlamaktadır.

L formundaki ofis planı, ana atriumu çevrelemekte ve ofis çalışanlarının binanın diğer alanları ile görsel iletişim kurmasına izin vererek topluluk duygusunu güçlendirmektedir. Tasarımdaki kuzeydoğu yönelimi, bölgenin soğuk ikliminde doğal güneş ışığından daha fazla yararlanılmasını sağlamıştır.



Resim 4.9. SOM / Poly Genel Merkezi (SOM, 2007)

Binada ayrıca, Çin'in kültürel eserlerinin sergilendiği Poly Müzesi bulunmaktadır. Müze, binanın atriumundan dört paralel tel köprüsü kablosu vasıtasıyla askıya alınmış sekiz katlı bir "fener" içermektedir. Fenerin desenli camının kristal yüzeyi, ışığın yansıtıcı ve kırıcı niteliklerini arttırmak için kat kat kullanılmıştır. Müzede bronz duvarlar sergi alanlarını kuşatmaktadır (SOM, 2007).

4.1.9. SOM / Çin Dünya Ticaret Merkezi

Mimari Tasarım: SOM

Proje Bitiş Tarihi: 2010

OMA tarafından tasarlanan CCTV binasının karşısında yer alan ve Pekin'in en yüksek binası kabul edilen Çin Dünya Ticaret Merkezi, hızla genişlemekte olan Orta Ticaret Bölgesi'nin merkezinde yer almaktadır.



Resim 4.10. SOM / Çin Dünya Ticaret Merkezi, Pekin (SOM, 2010)

Tabanda geniş bir alana oturan kulenin gövdesi üst katlara doğru daralmakta ve incelen formuyla kent silüetinde belirgin hale gelmektedir. Kulenin zemin kat planlamasında, ofis ve otel bloklarına geçişler tasarlanmıştır. Cephesinde kullanılan cam ve metal malzemeler, yapının gün ışığından en üst düzeyde faydalanmasını sağlamıştır. Güneş ışığından kaynaklı aşırı ısınmanın önlenmesi için kullanılan sistemler, yapıya LEED Gold sertifikasını kazandırmıştır. SOM'un ortağı ve tasarımcısı Brian Lee, Çin Dünya Ticaret Merkezi'nin, Pekin silüetine kazandırılmış yeni bir ikonik yapı olduğunu ve kulenin yer ile gökyüzü

arasında bağ kuran anlama sahip olduğunu söylemektedir. Çin ekonomisinin kalbi olan Merkezi Ticaret Bölgesi'nde tasarlanan yapının, Çin'de son otuz yılda yaşanan küreselleşmeyi, ekonomide, ticarete yaşanan büyük atılımı ve Çin'in dünya ekonomisinde kazandığı gücü simgelediği düşünülmektedir (SOM, 2010).

4.1.10. SOM / Poly Uluslararası Plaza

Mimari Tasarım: SOM

Proje Bitiş Tarihi: 2016

Başkent Havaalanı Otoyolu'nun bitişiğindeki yeni ticaret bölgesinde yer alan Poly Uluslararası Plaza, bir ana kule ve iki küçük kuleden oluşmaktadır. Üç kulenin eliptik ayak izi, peyzajı kentsel dokunun katı geometrisinden kurtararak çevredeki parkların manzarasının proje sahası boyunca kesintisiz bir şekilde devam etmesini sağlamaktadır. Garaj rampalarını ve çıkış merdivenlerini kapsayan peyzaj, yaya yollarıyla sakin ve dalgalı bir topografya oluştururken görsel etkilerini en aza indirmektedir (SOM, 2016).



Resim 4.11. SOM / Poly Uluslararası Plaza, Pekin (Archdaily, 2017)

Çin kâğıt fenerlerinde esinlenerek tasarlanan ana kulenin dış cephesi, gökyüzünü yansıtan parıltılı yüzeyleri ile sürekli bir diyagonal desen oluşturmaktadır. Çift cidarlı olarak tasarlanan yapının dış cephesi ofis alanlarını saran termal bir zarf görevi görmektedir. Çift

cidarlı strüktür sistemi ile sosyal etkileşimi teşvik eden, zeminler arasında fiziksel ve görsel bağlantı kuran, gündüz ortak kullanımı sağlayan mekânlar yaratılmıştır. Geniş açıklık geçimine imkân veren strüktür tasarımı ile geniş, ferah iç mekânlar ve sütunsuz bir çalışma ortamı yaratılmıştır. Pekin'e özgü iklim ve hava kalitesi sorunlarını çözmek için sürdürülebilir bir mimari ve mekanik tasarım yaklaşımı uygulanmıştır (SOM, 2016).

4.1.11. SOM / Pearl Nehri Kulesi

Mimari Tasarım: SOM

Proje Bitiş Tarihi: 2013

Çin'de son otuz yılda yaşanan yapılaşma yoğunluğunun beraberinde getirdiği hava kirliliğinin en üst seviyelere ulaştığı bir dönemde inşa edilen Pearl Nehri Kulesi'nin tasarımında hava kirliliği en önemli tasarım kriterlerinden biri olmuştur. Tasarımda kullanılan güneş kolektörleri ve rüzgâr türbinleri ile ekolojik özelliklere sahip olması amaçlanan yapı, Pearl River Delta bölgesinde yer alan diğer gökdelenlere göre daha az enerji tüketmektedir.



Resim 4.12. SOM / Pearl Nehri Kulesi, Guangzhou (SOM, 2010)

Tasarımda kullanılan güneş panelleri, çift katmanlı perde duvar, rüzgâr türbinleri, yerden ısıtma ve tavandan soğutma sistemleri ile enerji verimliliğinin artırılması amaçlanmıştır.

Yenilikçi teknolojilerin kullanıldığı yapıda enerji verimliliği büyük ölçüde sağlanmıştır (SOM, 2013).

Pearl River Delta bölgesinde son 30 yılda inşa edilen onlarca gökdelenen biri olan Pearl Nehri Kulesi küresel kentlerin daimî yapı formlarından biridir. Dünyanın birçok noktasında sayısız gökdelen tarafından işgal edilen küresel kentler, kapitalizmin ve küreselleşmenin simgesi haline gelmiştir. Önceki bölümlerde Manhattanizm kavramıyla tanımladığımız bu durumun, gelecek 50 yıl içerisinde öncelikli olarak Çin ve daha sonra Uzakdoğu coğrafyasının genelinde yaşatacağı değişim önemli bir araştırma konusu olacaktır.

Bu bölümde ele alınan tüm yapılarda; yaşanan yoğun yapılaşmanın ve sanayileşmenin sonucunda ortaya çıkan hava kirliliğinin yapı tasarımlarını belirleyici ve yönlendirici faktörlerden biri haline geldiği de görülmektedir. Yeni yapı tasarımları ekonomiye, topluma ve kente olumlu bir katkı sağlayacağı düşünülerek başlamakta, sonuç ürünleri ise her zaman beklenen katma değeri sağlayamamaktadır. Artan taşıt sayısı, kırsal peyzajın kentleşme ile yok edilmesi, Manhattan silüetli şehirleşme arzusu, yeni yapılan gökdelenlerin yüksek enerji tüketimleri birçok çevresel sorunu beraberinde getirmektedir.

4.2. Japonya

1920'li yıllarda Japon Mimarlığı, Avrupa'da yaşanan mimarlık akımlarını takip etmiştir ve Alman Ekspresyonizminin ardından Uluslararası Üslup, Japon mimarisinde etkili olmuştur. Bu dönemde Japon mimarlığını, Frank Lloyd Wright ve Bruno Taut gibi mimarların ülkede tasarlamış oldukları yapılar ve Avrupa'da eğitime gönderdikleri öğrencilerin Le Corbusier ve Gropius gibi dönemin ünlü mimarlarından aldıkları eğitimler etkisi altına almıştır (Hasol, 1994). Avrupa mimarlığını takip eden ülkede yaşanan yıkımlar, tarihi dokunun yok olmasına neden olmuş ve ülkede büyük yapı ihtiyacı oluşmuştur.

1923 yılında Tokyo yakınlarında yaşayan Büyük Kanto Depremi sonucunda şehir yerle bir olmuş, beş yüz binden fazla ev yıkılmıştır (Holcombe, 2016: 288-292). Bu depremde Tokyo'da yerle bir olmuş ve yeniden kuruluşunda Avrupa şehirleri örnek alınmıştır (Hasol, 1994). Depremin yaralarını sarmaya çalışan ülke II. Dünya Savaşı'nda da büyük darbe almış, bombalar sonucunda birçok şehir kullanılamaz hale gelmiş, insanlar evsiz kalmıştır. II. Dünya Savaşı sırasında kullanılan yangın bombaları sonucunda Japonya ahşap mimari

mirasının tamamı yok olmuştur. Bu bombalamalar sırasında 66 şehir yerle bir edilmiş, sadece Kyoto kurtulabilmiştir (Holcombe, 2016: 313). Tüm bu yıkımlarda geçmişini kaybeden Japon şehirleri Avrupa ve Amerika şehirleri örnek alınarak modern mimarlık ürünleriyle yeniden inşa edilmek zorunda kalmıştır.



Resim 4.13. Tokyo'nun Son 70 Yılda Geçirdiği Değişim (Hilaire ve Mead, 2016)

Ekonomide yaşanan sıçramalara paralel olarak mimarlık alanında da patlama yaşanmıştır. Japonya'nın II.Dünya Savaş'ı sonrasında yaşadığı bu hızlı dönüşümde savaşın tüm mimarlık tarihini yok etmiş ve ülkeye sefaleti getirmiş olmasının büyük etkisi vardır. Savaş sonrasında Rusya'nın bu topraklarda komünizmi yaymasını önlemek isteyen Amerika'nın Japonya'ya kapitalist yatırımlarını kaydırması Japon Mucizesi'nin yaşanmasına ortam hazırlamıştır. 66 kentin bombalanarak yok edilmesi, mimarlık ortamının şekillenmesinde etkili olmuştur. Ahşap malzemenin yoğun olarak kullanıldığı geleneksel Japon mimarisi tarzı yapıların yerini modernizm ve sonrası mimarlık akımlarının malzemeleri ve formları almıştır. Ülkenin hafızasını yok eden savaş, mimarlık ortamı için bir tabula rasa hazırlamıştır. Var olan

düzenin yok edildiği, tarihsel bağlamı bulunmayan ülke, küresel imajların ithal edilmesine olanak sağlamıştır.

4.2.1. RPBW / Maison Hermes

Mimari Tasarım: RPBW

Proje Bitiş Tarihi: 1998

Fransız markası olan Hermes için, 1998 yılında, Tokyo'nun gözde moda merkezlerinden biri olan Ginza'da tasarlanan yapıda, mağaza ve sergi merkezi fonksiyonları bir arada çözülmüştür. Hermes eşarplarına ait çağrışımlar içeren cephe tasarımı, Japon evlerinin piriç kâğıtlı bölme duvarlarına da göndermeler yapılmıştır. 12 metre cephe genişliğine sahip 11 katlı binanın dış cephesinin yarı saydam tasarlanması ile bölgenin yoğun cephe dokusuna yeni bir soluk getirmiştir. Yapının statik çalışmaları Arup Mühendislik tarafından yürütülmüştür (Altın, 2004: 48).



Resim 4.14. RPBW /Maison Hermes, Tokyo (Wikipedia, 2009)

Lüks tüketim markalarının yer aldığı caddede Renzo Piano tarafından tasarlanan yapının cephesi, sokak dokusuna yeni bir imaj kazandırmıştır. Bu örnekte de görüldüğü gibi, küreselleşme etkisi altında tüketim odaklı gelişim gösteren küresel kentlerin uluslararası lüks

markalara ev sahipliği yapan tüketim merkezlerinde marka değeri bulunan yıldız mimarların tasarımları ile karşılaşmak mümkün hale gelmiştir.

4.2.2. RPBW / Ushibuka Köprüsü

Mimari Tasarım: RPBW

Proje Bitiş Tarihi: 1996

Japonya'nın güneyinde yer alan, 1.8 milyonluk bir nüfusa sahip Kumamoto Bölgesi'nde inşa edilen köprü, "Kumamoto Artpolis" tarafından desteklenen bir projedir. Kumamoto Artpolis, 1988'den bugüne kadar vilayetin Yerel Yönetim Otoriteleri tarafından işletilen bir programdır (Experience Japan, 2014). Bu program genç ve enerjik mimarların müze, okul ve hastane gibi kamu binalarını tasarlamalarını ve bu süreçte mimarlık yoluyla yerel kültürün geliştirilmesini, yerel halkın bölgesel kalkınmaya ve canlanmaya yönelik farkındalığının artırılmasını amaçlamaktadır. Yerel canlanma yöntemi olan bu program, uluslararası mimarlarla çalışmayı tercih etmiştir.



Resim 4.15. Renzo Piano / Ushibuka Köprüsü (Noriaki Okabe Architecture Network, 2017).

İnşası 8 yıl süren 900 m uzunluğundaki köprü 1997 yılında açılmıştır. Yayalar ve bisiklet sürücüleri tarafından yoğun olarak kullanılacak olan köprünün tasarımında kuvvetli rüzgâr faktörü etkili olmuştur. Bu yüzden köprü, bulunduğu koyun doğasında eğrisel olarak rüzgâr testleri yapılarak inşa edilmiştir. Tasarımda kullanılan rüzgâr kırıcı paneller değişen ışık ve gökyüzünün rengini yansıtan ritmik bir dizi aynadan oluşmaktadır (Arkitera, 2003).

4.2.3. RPBW / Kansai Havaalanı

Mimari Tasarım: RPBW

Proje Bitiş Tarihi: 1994

Kansai Uluslararası Havaalanı, Osaka Körfezi açıklarında, 4 km uzunlukta ve 2,5 km genişlikte yapay bir ada üzerinde kurulmuştur. Osaka'ya yakın olması sebebiyle inşa edilmiştir. 1989 yılında yapımı biten yapının zemini üç ayrı tepeden 21 milyon metre küp toprak ile doldurulmuştur ve 10,000 işçi ve 80 gemi kullanılarak 3 yılda bitirilmiştir. 1990 yılında yapılan 3 kilometrelik bir köprü ile de anakarayla bağlantısı sağlanmıştır. 1 milyar Amerikan dolarına mal olan köprü 2006 Yılında Havaalanı ödülleri dördüncülük ödülü kazanmıştır (Wikipedia, 2015).



Resim 4.16. Renzo Piano / Kansai Havaalanı (Architonic, 2016)

4.2.4. OMA/Nexus World Housing

Mimari Tasarım: OMA

Proje Bitiş Tarihi: 1991

1998 yılında Arata Isozaki tarafından oluşturulan ‘Nexus Dünya’ projesi kapsamında ‘Japonya’da yeni bir kentsel yaşam stili’ oluşturulmak istenmiştir. Bu bağlamda Isozaki tarafından tasarlanan 120 metrelik ikiz kulelerin etrafında konumlanmak üzere projeye ait

farklı konut bloklarını yapmak için, Steven Holl, Rem Koolhaas, Mark Mack, Osamu Ishiyama, Christian de Portzamparc ve Oscar Tusquets gibi marka kimliğine sahip mimarlar seçilmiştir (OMA, 1991).



Resim 4.17. OMA / Nexus World Housing, Fukuoka (Ewen, 2014)

Japonya'dan yapı tasarlaması için özel teklif alan Avrupalı bir mimarın, yapacağı tasarımın Batı'ya özgü olup olmaması konusunda ikileme düştüğünü belirten Koolhaas, mimarlık ürününün Mercedes, Vuitton veya Van Gogh gibi bir ihracat nesnesine dönüşmesi konusunda endişelenmiştir (Becker ve Woznica, 2002). Rem Koolhaas, Japonya'daki ilk tasarımı olma özelliğini taşıyan bu projesini tasarlarken ne geleneksel bir apartman formunun ne de Avrupalı bir müstakil ev tipinin proje alanına uygun olduğunu düşünmüştür. Japonya'nın yeni bir konut tipine ihtiyaç duyduğunu düşünen Koolhaas, Nexus World Housing ile Japonya'ya yeni bir yaşam stili sunmayı hedeflemiştir (OMA, 1991).

4.2.5. Herzog & de Meuron / Prada Tokyo

Mimari Tasarım: Herzog & de Meuron

Proje Bitiş Tarihi: 2003

1972 yılında Yasuhiro Hamano'nun öncüsü olduğu kentsel dönüşüm projesi sonucunda bir moda merkezine dönüşen Aoyama bölgesinde, İsviçreli mimarlar Herzog & de Meuron tarafından tasarlanan Prada Aoyama, 2800 metrekarelik kullanım alanına sahiptir (Altan, 2004: 51).



Resim 4.18. Herzog & de Meuron / Prada, Tokyo (Architectural Moleskine, 2011)

Mekân, strüktür ve cephenin tek bir organizma gibi çalıştığı yapıda dikey çekirdekler, yatay borular, döşeme plakaları ve cephe ızgaraları aynı anda hem mekânı tanımlamakta hem de strüktürü ve cepheyi oluşturmaktadır. Yeşil cam cephe, yapısal strüktürü oluşturan diyagonal ızgara sisteminden dışa doğru çıkıntılar yapmaktadır. Binanın kimliğinin kararsız, daima değişen ve titreşen karakteri, cephedeki sırlı yüzey yapısının heykelsi etkisi ile artmaktadır. Ön cephedeki elips şeklindeki ızgara konveks, içbükey veya düz cam panel kombinasyonları ile kaplanmıştır. Bu farklı geometriler, binanın hem içinde hem de dışında izleyicilerin sürekli değişen görüntüleri, Prada ürünlerini, kentin ve kendilerinin sinematografik perspektiflerini görmelerini sağlayan yalın yansımalar üretmektedir (Prada, 2013).

Cephedeki ızgaralar sadece optik bir illüzyon amaçlı tasarlanmamıştır; aktif olarak yapısal strüktürde yer almakta ve binanın dikey çekirdekleri ile birlikte tavanları desteklemektedir. Yatay boru sistemi yapıları güçlendirmekte ve ayrıca soyunma odaları için özel alanlar oluşturmaktadır. Prada ürünlerinin tanıtımı için kullanılan lambalar ve mobilyalar özellikle bu yapı için tasarlanmıştır. Reçine, silikon, fiberglas gibi aşırı yapay malzemeler ve deri, yosun, gözenekli ahşap plakalar gibi aşırı doğal malzemeler bir arada kullanılmıştır. Bu tür zıt malzemeler bir arada kullanılarak, mekânın sabit biçimsel sınıflandırmalara tabi tutulmasının önüne geçilmiş, geleneksel ve modern görüşlerin günümüz küresel kültürünün bileşenleri olarak görünmesi amaçlanmıştır (HDM, 2003).

4.2.6. Herzog & de Meuron / Miu Miu Aoyama

Mimari Tasarım: Herzog & de Meuron

Proje Bitiş Tarihi: 2015

İsviçreli mimarlar Herzog & de Meuron tarafından tasarlanan bina Tokyo'nun önemli bir alışveriş bölgesi olan Aoyama'da yer almaktadır. Pek çok lüks markanın bulunduğu bir bölge olan Aoyama Tokyo'daki Miyuki Caddesi geleneksel veya modern stillerde, farklı yükseklik ve farklı formlarda yapılardan oluşan heterojen bir mimariye sahiptir. Asla kendine ait bir kimlik oluşturamayan sokak, Omotesando ile yolun aşağısındaki Aoyama Reien mezarlığı arasında teknik ve işlevsel bir bağlantı olmakla birlikte, bulvar veya plaza gibi davetkâr bir atmosfere sahip değildir.



Resim 4.19. Herzog & de Meuron / Miu Miu Aoyama, Tokyo (Archdaily, 2015)

İmar mevzuatında yüksek yapı yapımına izin verilmemesinden dolayı daha küçük, daha samimi bir bina tasarlanması gerekmiştir. Yapının bir evden çok bir mağaza, açıktan çok gizli, abartılı olmaktan ziyade sade, şeffaf olmaktan çok daha opak olması tasarım aşamasının temel düşünceleri olmuştur. Bu düşünceler doğrultusunda doğrudan doğruya sokak seviyesine yerleştirilen, kapağı girişi tanımlayacak şekilde hafifçe açık bırakılan bir kutu tasarımına karar verilmiştir. Girişi tanımlayacak şekilde açılan yarık yayaların mağaza içerisi ile göz temasının kurmasını ve yapının bir mağaza olduğunun yaya tarafından algılanmasını sağlamaktadır. Cephesinde hiçbir logo veya ihtişamlı materyaller bulundurmeyen yapının bu gizemli ve davetkar stili yayalar üzerinde merak uyandırmaktadır (HDM, 2015).

4.2.7. Foster+Partners / Milenyum Kulesi

Mimari Tasarım: Foster + Partners

Proje Bitiş Tarihi: 1989

21.yüzyılın en önemli star mimarlarından olan Norman Foster tarafından Japonya'nın merkezi Tokyo'da tasarlanan yapı, 840 metre yüksekliği ile Sears Tower'dan iki kat daha yüksektir. İçerisinde 50.000 kişinin yaşayacağı bir konut alanı, iş yerleri ve aktivite alanları bulunan kule adeta kendi içerisinde bir kent olduğunu düşündürmektedir. Çapı temelde 130 metre olan, 400 metre çapındaki marina tarafından çevrelenen kulede her 30 katta bir, kullanıcıların ortak gerçekleştirdikleri faaliyetler için bir merkez düzenlenmiştir.



Resim 4.20. Foster+Partners /Milenyum Kulesi, Tokyo (Ekincioğlu, 2000: 36)

Konut bölümleri bina ana çekirdeğinin etrafında konumlanmış olup, ticari fonksiyonların bir arada tasarlandığı bölümler de bulunmaktadır. Sears Tower'dan iki kat daha yüksek olan yapıda düşey taşınımın kolaylaştırılması amacıyla, maksimum 150 kişi kapasiteli, son teknoloji, yüksek hızlı asansörler kullanılmıştır (Ekincioğlu, 2000: 36).

Foster, Tokyo için önerdikleri Milenyum Kulesi'nin 840 metre yüksekliği ile o zamana kadar inşa edilen yapılardan iki kat daha yüksek olacağını ve 170 katlı yapının 60 bin kişilik bir nüfusa ev sahipliği yapacağını ifade etmiştir. 1.95 kilometrekarelik bir alana yayılan Monako'nun aksine, 0.013 kilometre karelik taban alanı bulunan bu gökdelende Monako

nüfusundan daha fazla kişinin yaşaması planlanmıştır. Tüm kent fonksiyonları tek bir yapıda çözülmesi ve kentin yatay trafiğinin dikey düzlemde akması tasarımın ana teması olmuştur (Sykes, 2017:158).

4.2.8. Foster + Partners / Yüzyıl Kulesi

Mimari Tasarım: Foster + Partners

Proje Bitiş Tarihi: 1989



Resim 4.21. Foster+Partners /Yüzyıl Kulesi, Tokyo (Foster+Partners, 1991)

İşverenin talebi doğrultusunda Hong Kong’da bulunan The Hong Kong & Shanghai Bank’ in küçük ölçekli bir versiyonu olarak tasarlanan yapı, Foster’ın Japonya’da inşa edilen ilk projesidir. “Akıllı ofis binası” kriterlerine uygun olarak projelendirilen yapıda ofis birimlerinin yanı sıra, işverenin sanat koleksiyonuna ev sahipliği yapan bir müze, bir restoran ve bir de kulüp yer almaktadır.

Yapı, 19’ar katlı iki kule ve bu kulelerin ortasında konumlandırılmış bir atriumdan oluşmaktadır. Atrium, kulelerle hemen hemen aynı yükseklikte olduğundan yapının büyük bir bölümü doğal ışıkla aydınlatılabilmektedir. Yapıyı oluşturan katların her biri iki kat yüksekliğinde tasarlanmış, ara katlarla desteklenen esnek mekânlar yaratılmaya çalışılmıştır (Ekincioglu, 2000: 74).

4.2.9. SOM / Tokyo Midtown

Mimari Tasarım: SOM

Proje Bitiş Tarihi: 2007

Japonya'nın başkenti Tokyo'da tasarlanan konut, ticaret, ofis, otel, eğlence mekânları gibi fonksiyonları ve Suntory Sanat Müze'sine ait yeni mahalleri içeren Tokyo Midtown yapı kompleksi 248 metre yüksekliği ile Tokyo'nun ikinci en yüksek yapısı olmuştur. Proje kapsamında 8 hektarlık bir alan kamu yararı gözetilerek geri dönüştürülmüştür ve SOM, proje master planında 465.000 metrekarelik bir karma kullanım alanı ve beş dönümlük bir park planlamıştır. Bitişik alt binaların tasarımında, Zen tapınaklarındaki geleneksel bahçelerden esinlenilmiştir (SOM, 2007).



Resim 4.22. SOM / Tokyo Midtown, Tokyo (SOM, 2007).

Binaların dikey kesitlerindeki üst üste binen düzlemler, mekânsal sürekliliği ima eden, mekânı tanımlayan geleneksel Japon Shoji panellerini çağrıştırmaktadır. Kulenin kuzey ve güney cephesini kesen cam düzlem, binayı yeniden boyutlandırmakta ve alışveriş alanı ile ötesinde ki sokağa uzanan plaza eksenini işaret etmektedir (SOM, 2007).

4.3.Singapur

Kentin finans merkezinde, sermayenin fiziksel somutlaşması olan şirket binalarının yapılacağı araziler için büyük rekabetlerin yaşanması (Chua, 1989: 58), Singapur önemli turistik bölgelerinde de görülen bir durumdur. Şirket binalarının yanı sıra, lüks oteller ve lüks tüketim markalarına ait mağazalar ile kentin uluslararasılaştığı ve lüks tüketim mallarının yalnızca Batılı turistlere hitap etmediği, Singapurlularında küresel markalara ilgi duyduğu görülmektedir (Chua, 1997: 51). Kent merkezlerinde yaşanan bu uluslararasılaşma hareketleri konut planlamasında da kendini göstermiş ve devlet yüksek katlı bloklardan oluşan siteleri ülke geneline yaymaya çalışmış, bu süreçte köylerdeki kırsal mimari örneklerinin yok edilmesine neden olmuştur (Chua, 1991: 24-41).

1980'lerin başlarında, tamamen yeniden inşa edilen Singapur'da, yerelliğin yok edilmesi kültürel turistik cazibenin kaybedilmesine neden olmuş ve kent Manhattan'ın başka bir benzer versiyonuna dönüşmüştür (Chua, 1997: 52). Kültürel farklılığını ve Asyalı imajını kaybeden kentin, Rem Koolhaas'ın küresel kentlerin tek tipleşen silüetlerini ifade etmek için kullandığı Manhattanizm sürecine girdiği Chua tarafından da doğrulanmaktadır.

Uluslararası kentlere benzeyen ve kültürel farklılığını, Asyalı imajını kaybeden kentin turistik çekim gücünün azalmasından korkan kent yönetimlerinin şehir merkezinde yer alan tarihi semtleri korumak amacıyla başlattıkları girişimler (Chua, 1997: 53), zaman içerisinde soylulaştırma hareketlerine dönüşmüştür. Alt gelir grubunun yaşadığı tarihi kent bölgeleri, restorasyon, kentsel dönüşüm projeleri kapsamında üst gelir gruplarının yaşam alanına dönüşmüş, lüks restoranlar, ofisler, barlar bu bölgelerde açılmıştır.

Üçüncü dünya ülkelerine ait küresel kentlerin birçoğunda görülen soylulaştırma hareketlerinin ortak özelliği doğrultusunda kent merkezlerinde, eski ve harap görüntüsü ile alt gelir grubunun yaşam alanı haline gelen tarihi kent alanlarının zaman içerisinde üst gelir grubunun zevkleri doğrultusunda yıkıma ve yeniden yapıma maruz kaldığı ve bölgenin eski alt gelir grubu sakinlerinin kent çeperlerine doğru zorunlu göçe tabi tutulduğu görülmektedir.

4.3.1. OMA / The Interlace

Mimari Tasarım: OMA

Proje Bitiş Tarihi: 2013

OMA tarafından, Singapur'un başkentinin güneyinde yeşil tropikal bir arazinin üzerinde tasarlanan projede, 1.040 konut birimi bulunmaktadır. 31 apartman bloğunun üst üste gelmesiyle oluşturulan tasarımda, blokların her biri altı katlı olarak planlanmıştır. Altıgen formunda üst üste dizilen bloklar, proje içinde kamusal mekân olarak kullanılan sekiz adet geçirgen iç bahçe oluşturmaktadır. Sürdürülebilir tropikal bir çevre içinde yaşamaya dair radikal bir öneri sunduklarını açıklayan OMA, "Singapur'un geleneksel konut tipolojisini oluşturan çevreden yalıtılmış dikey kütleler yerine çevreyle, yaşam alanlarıyla ve kamusal mekânlarla bağlantı kuran bir proje önerdiklerini" söylemektedir. Tasarım ekibi, bu projeye modern toplumun ihtiyaçlarına dair endişelere işaret ederken, ortak yaşam ve bireysellik kavramlarına iç/dış mekânlarda yaratılan çeşitlilikle cevap verdiklerini belirtmiştir.



Resim 4.23. OMA / The Interlace, Singapur (Archdaily, 2015)

Apartman bloklarının şaşırtmalı dizilmesiyle elde edilen kamusal ve özel teraslar, açık alanlardaki çeşitliliği, kullanıcılar arasındaki sosyal etkileşimi ve rekreasyon kullanımını sağlamaktadır. Yaratılan balkonlar, çatı bahçeleri ve teraslara ek olarak zemin kotunda blokların yükseltilmesiyle elde edilen boşluklar, çevredeki yeşil dokuyu projeye dâhil etmektedir. Proje, her ne kadar altı katlı olarak tasarlansa da üst üste binen kütlelerle birlikte yaklaşık 24 kata kadar çıkmaktadır. 3.000'den fazla kişinin yaşayacağı proje, kentsel tasarım ölçeğinde değerlendirildiğinde oldukça büyük ölçekli kalmaktadır.

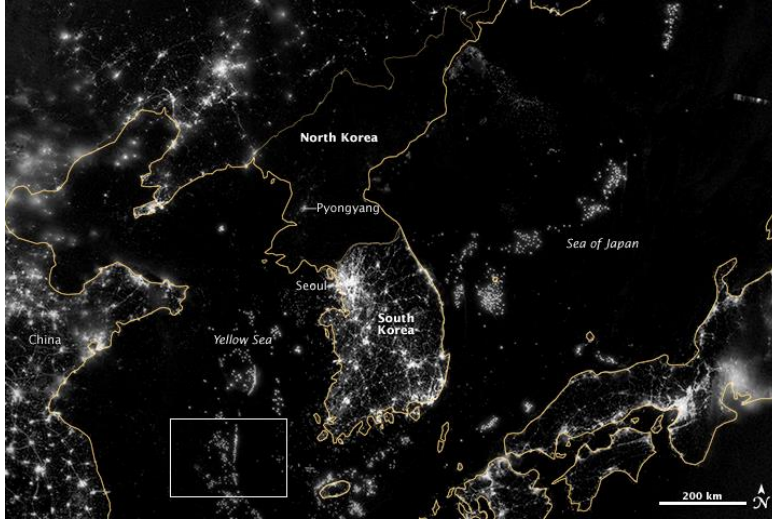
4.4. Güney Kore

Sanayileşme ve kentleşmenin birbirine paralel olarak gittiği ülkede, 1960 yılında nüfusun yalnızca %27.7'sinin kentlerde yaşarken bu oran 2000 yılında %88.3'e yükselmiştir ve kentsel nüfusta yaşanan bu hızlı artış, kent merkezlerinde arsa ve konut sıkıntılarını beraberinde getirmiştir (Kore Kültür ve Enformasyon Ajansı, 2011:41-42). Artan konut talebi sonucunda arsa fiyatlarında yaşanan artış kent merkezlerinde dikey yapılaşmanın artmasına neden olmuştur.



Resim 4.24. Seul'ün Yıllar içerisindeki Değişimi, Güney Kore (Hilaire ve Mead, 2016)

Ülkenin en önemli şehri ve başkenti olan Seul, ilk olarak 1392 yılında kale şehir olarak kurulmuştur ve 600 yıllık bir başkent geçmişine sahiptir. Kurulduğu dönemde önemli bir ticaret merkezi olan kent 1910 yılına kadar Yi (Chosun) Hanedanlığına başkentlik yapmıştır (Nasa, 2012).



Şekil 4.3. Güney Kore Gece Görüntüsü / 24 Eylül 2012 (Nasa, 2012)

1910 yılında Japonya tarafından işgal edilen şehir 1949 yılında tekrar bağımsızlığını kazanmış ve Güney Kore'nin başkenti olmuştur. II. Dünya Savaşı'nda ve Kore Savaşlarında büyük hasar gören şehrin savaştan sonra yeniden inşa edilmesi gerekmiştir. Ülkenin en önemli siyasi ve ekonomik merkezi olan Seul, 20 milyondan fazla nüfusu ile Güney Kore'nin kültür ve sanatında önemli bir yere sahiptir (Nasa, 2012).

4.4.1. Zaha Hadid Architects / Dongdaemun Tasarım Merkezi

Mimari Tasarım: Zaha Hadid Architects

Proje Bitiş Tarihi: 2013

2007 yılında yıkılan Dongdaemun Stadyumu'nun yerine yapılacak olan yeni yapının Seul'un yeni simgesi olmasını isteyen Güney Kore hükümeti, dünya çapında ün kazanmış star mimarların davet edildiği bir mimari tasarım yarışması açmıştır. Zaha Hadid Architects'in kazandığı yarışma sonucunda Seul'un tarihi bölgesi Dongdaemun'un merkezinde tasarlanan merkezin yapımına 2009 yılında başlanmıştır. 2013 yılında yapımı tamamlanan Dongdaemun Tasarım Merkezi, alışveriş mağazalarının ve kafelerin bulunduğu bir aksta yer almaktadır. Tasarım merkezi inşa edilmeden önce, bölgede yapılan kazılarda bulunan tarihi eserler ve sur kalıntıları merkezin içerisinde planlanan sergi salonlarında sergilenmektedir (ZHA, 2013).



Resim 4.25. Zaha Hadid Architects / Dongdaemun Tasarım Merkezi (Mimdap, 2014)

Zemin altında 3 kat, zemin üstünde 4 kat olacak şekilde tasarlanan yapının içerisinde; sergi salonu, konferans salonu, tasarım müzesi, tasarım laboratuvarı, akademik salon, medya merkezi, seminer odası, Dongdaemun Tarih ve Kültür Parkı gibi birçok fonksiyon bulunmaktadır (ZHA, 2013). Beş bölümden oluşan Müze salonunda sanatçıların tasarım endüstrisi ile tanışmasına, fikir alışverişinde bulunmasına olanak sağlanmaktadır. Proje içerisinde kurgulanan tasarım alanında bahçe, parkur, müze, sergi salonu ve dinlenme alanları da düşünülmüştür. Beton, alüminyum, çelik ve cilalı taş gibi malzemelerin bir arada kullanıldığı tasarım ile kente ikonik bir ürün kazandırılmıştır.

4.4.2. SOM / 63 Building

Mimari Tasarım: SOM

Proje Bitiş Tarihi: 1985

Amerika merkezli bir mimarlık organizasyonu olan Skidmore, Owings and Merrill tarafından tasarlanan gökdelen Güney Kore'nin başkenti Seul'da yer almaktadır. 1980 ve 1985 yılları arasında tasarlanan yapı, inşaatı tamamlandığı dönemde Asya kıtasının en yüksek yapısı olarak kabul edilmekteydi. 1988 yılında düzenlenen Yaz Olimpiyatları'nda şehrin en dikkat çekici yapısı olarak ilgi çeken yapı yıllar içerisinde birçok ünlü firmaya ve finans şirketine ev sahipliği yapmıştır (Wikipedia, 2019).



Resim 4.26. SOM / 63 Building, Seul (Wikipedia, 2012)

4.4.3. Foster+Partners / Daweoo-Elektrik Genel Merkezi

Mimari Tasarım: Foster+Partners

Proje Bitiş Tarihi: 2000



Resim 4.27. Foster+Partners / Daweoo Elektrik Genel Merkezi (Arquitetura, 2013)

Yeni genel merkez binasının tasarımının elektrik ve elektroniğin gücünü simgelemesini isteyen ünlü Kore firması Daweoo, dünyaca tanınmış mimarlar ile görüşmüştür. Mimarlık piyasasının ünlü star mimarı Norman Foster ile çalışmaya karar veren elektrik firmasının genel merkez binasında, güney cephesi tamamen fotovoltaiik panellerle kaplanmıştır. Cephede yaratılan bu etki ile firmanın istediği görünüm sağlanmıştır.

10.000 m²'si zemin altında olmak üzere toplamda 105.000 m²lik inşaat alanına sahip olan yapıda, büro ve laboratuvar fonksiyonları üst katlarda çözülmüştür. Yapının üst katında tasarlanan iç meydan; dükkân, kafeterya ve restorana ev sahipliği yapmaktadır. Çelik ve betonarme malzeme kullanılarak tasarlanan yapı 165 metre yüksekliğindedir. Yapıda 2 adet içte, 2 adet dışta yer alan kolonlardan oluşturulan çelik taşıyıcılar kullanılmıştır. Ofislerin olduğu katlarda bu kolonlar kaldırılarak, mekânların kesintiye uğraması önlenmiştir. Panoramik asansörler yapının kuzey cephesinde konumlandırılmış, güneş cephede ise güneşten korunmayı sağlayan panjur sistemi tasarlanmıştır (Ekincioglu, 2000: 148).

4.5. Hong Kong

Dağınık balıkçı köyleri dışında kentsel dokuya sahip olmayan adada ilk imar çalışmaları, afyon depolamak isteyen İngiliz şirketlerinin kıyı şeridi boyunca inşa ettikleri hangarlar ile birlikte 1840 yılında başlamıştır (Suner, 2018: 75. 1856 yılında hazırlanan kent planı ile birlikte ada, Asya'daki diğer İngiliz sömürgeleri Singapur ve Kuala Lumpur gibi, Londra'nın küçük bir replikası olarak tasarlandığı görülmüştür (Lee, 2008: 26-28).

Sömürge bölgenin ilk önce kuzey kesiminin imara açılmasıyla birlikte kentte ki İngiliz bürokrasisi, iş adamları ve Batılı beyaz yakalıları körfezi gören manzaralı, ferah alanlara yerleşmiş, yerli ve göçmen halk kentin sıcak, nemli, izbe mahallelerine itilmiştir (Suner, 2018: 79). Kentin yüksek bölgelerinden olan Victoria Tepesi'ne Çinlilerin erişiminin yasaklanması ile birlikte sömürgeci Batılı beyazlar ile sömürgeleştirilen yerli halk arasındaki sınırlar daha da derinleşmiştir (Ng, 2010: 72-73).

II. Dünya Savaşı'ndan sonra Çin'den aldığı göçler ile birlikte nüfusu hızla katlanan kentte (Mathews, Ma ve Lui, 2008: 25), konut krizi başlamış ve bu kriz gecekondulaşma ile kendini göstermiştir. Yaşanan konut krizi, sömürge yönetimini büyük ölçekli sosyal konutların planlanmasına itmiş ve düşük standartlı daireler alt gelir grupları için, yüksek standartlı

daireler orta gelir grupları için sömürge yönetimi tarafından inşa edilmiştir (McDonogh ve Wong, 2005: 78-81). Toplumsal yapıda orta sınıfın güçlenmesiyle birlikte şehir tüketim ve turizm odaklı bir büyüme göstermiştir ve ilk alışveriş merkezleri bu dönemde açılmaya başlamıştır (Ng, 2009: 92). Avrupalı lüks tüketim markalarının mağazalarıyla dolan kentte tüketim birincil yaşam faaliyetlerinden biri haline gelmiştir ve çevre ülkelerdeki insanlar alışveriş turizmi adı altında ülkeye akın etmeye başlamıştır ve bu akın kentin ekonomisinin daha da güçlenmesini sağlamıştır.

Çin'in güney kıyı şeridini özel iktisadi bölgeler ilan etmesiyle birlikte Hong Kong'un bölgedeki gücünün kırılmasına, üretim tesislerinin, yabancı sermayenin Çin pazarına geçmesine neden olmuştur (Suner, 2018: 91-92). 1990 sonrasında kent merkezinde yükselmeye başlayan gökdelenler ve alışveriş merkezleri ile küresel finans merkezi haline gelmesini müjdeleyen kent, aynı anda hem Hong Kong'da hem de Avrupa'da, Amerika'da olma duygusu yaratan bir mutenalaşma sürecine girmiştir (Abbas, 1999: 83).

Küreselleşmenin ve rekabetçi kapitalizmin sonucu olarak kentlerin gökdelenlerle veya mega ölçekli projeler ile donatılması Hong Kong'ta da görülmektedir. Hong Kong mimarisinde 1950'lerde Çin'de yaşanan devrim sonucunda başlayan dikeyleşme, 1970 sonrasında ekonomik sıçramaya paralel olarak hız kazanmıştır (Suner, 2018: 138). Hong Kong sahip olduğu 1,309 gökdelen ile New York'taki gökdelen sayısını ikiye katlamaktadır ve gökdelenler şehri unvanını hak etmektedir (Al, 2016: 1).



Resim 4.28. Hong Kong Silueti, Victoria Tepesi (Thepeak, 2018)

4.5.1. SOM / 535 Kulesi

Mimari Tasarım: SOM

Proje Bitiş Tarihi: 2016

Hong Kong Dünya Ticaret Merkezi ile aynı bölgede yer alan 535 Kulesi, Causeway Körfezi'ne yeni bir alan kazandırmıştır. Ticaret ve ofis kullanımları, alışveriş ve eğlence fonksiyonları ile bir arada çözülmüştür. Kulenin en üst katında planlanan açık teraslı restoran ve salonlar kullanıcılara Hong Kong silueti ve Victoria Limanı manzarası sunmaktadır (SOM, 2016).



Resim 4.29. SOM / 535 Kulesi, Hong Kong (SOM, 2016)

4.5.2. Zaha Hadid Architects / Jokey Klubü İnovasyon Kulesi

Mimari Tasarım: Zaha Hadid Architects

Proje Bitiş Tarihi: 2014

Hong Kong Politeknik Üniversitesi (POLYU) yeni “İnovasyon Kulesi”nin baş mimarı olarak, dünyaca ünlü star mimar Zaha Hadid’i seçmiştir. Üniversite kampüsünün kuzeydoğu eteğinde yer alan projenin, Hong Kong’un Asya’nın önemli tasarım merkezlerinden biri haline getirilmesinde etkili olması hedeflenmektedir. İnovasyon kulesinin, tasarım sektöründeki disiplinler arası araştırma ve eğitimi kolaylaştırmak için ek alan yaratması

istenmiştir. Yapı, Tasarım Okulu ve Sosyal Yenilik oluşturmak amacıyla kurulan Jokey Kulübünün Tasarım Enstitüsü olarak planlanmıştır.



Resim 4.30. Zaha Hadid Architects / Jokey Kulübü İnovasyon Kulesi (Archdaily, 2014)

Yapının sıvı ve ikonik karakteri ile podyumun klasik tipolojisi birbiri içerisinde kaynaşmaktadır. Zemin plakaları ve panjurlar arasında içsel bir kompozisyon oluşturulmuştur (Archdaily, 2014).

4.5.3. Foster + Partners / Hong Kong Uluslararası Havalimanı

Mimari Tasarım: Foster + Partners

Proje Bitiş Tarihi: 1998

Dolgu bir zemin üzerine inşa edilen Hong Kong Uluslararası Havalimanı, büyüklüğü ve yapım teknikleri açısından tüm dünyada tanınan bir yapı olmuştur. Toplam 710,000 m²'lik arazi üzerine inşa edilen 2 ana terminal yapısı, büyük bir kent boyutundadır. Üzeri örtülen en büyük yapılar arasında yer alan projede, sadece strüktürün inşası için 370.000 m³ beton kullanılmıştır. İlerde yapılacak olası eklemeler için kolaylık sağlaması amacıyla, ızgara plan kullanılan yapıda, çelik tonozlardan oluşan çatının altında kalan bölüm tamamen brüt beton olarak inşa edilmiştir.

Terminal 1 ve Terminal 2'de 300'den fazla mağaza, 100'den fazla restoran ve eğlence merkezleri bulunmaktadır. Yiyecek-içecek ve moda sektörlerine ayrılan bu alanlarda birçok

uluslararası marka hizmet vermektedir. Kent merkezinde yer alan her türlü mağazanın bulunduğu havalimanında yılın çeşitli dönemlerinde ülkenin yerel kültürünü yansıtan etkinlikler gerçekleştirilmektedir.



Resim 4.31. Foster+Partners / Hong Kong Uluslararası Havalimanı (Foster+Partners, 2019)

Havalimanı terminal binasında kat yüksekliklerinin arttırılması ile mekânlar daha ferah bir görünüm kazanmıştır. Çatı strüktürü çelik kabuk sistemler ile çözülmesi yapının modern ve teknolojik bir görünüm kazanmasına yardımcı olmuştur. Hong Kong Uluslararası Havalimanı planlarında yapılan mekân analizleri sonucunda havalimanındaki tüketim mekânlarının yoğunluğu dikkat çekmektedir.

Norman Foster tarafından tasarlanan Hong Kong Uluslararası Havalimanı, 1925 yılından beri kullanılan Kai Tak Havaalanı'nın artan ihtiyaçlara cevap verememesi nedeniyle 1998 yılında hizmete açılmıştır.

4.6. Tayvan

Tayvan mimarisi üzerine tez çalışması yapan Chao-Ching Fu'ya göre Tayvan'daki Modern mimarlık dönemi Japonların adayı işgal etmesinden sonra başlamıştır ve modern mimarlığın gelişimi, geleneksel Tayvan mimarisinin kimliğini ve devamlılığını tahrip etmiştir. Modern mimarlığı uluslararası olmakla eş tutan Fu, Tayvan'daki çoğu insanın, geleneksel mimariye kıyasla daha iyi teknik çözümler sunan yeni inşa yöntemlerinin avantajlarından faydalanmak istediğini belirtmektedir. Postmodernizmi'in Tayvan'a geçişi ise 1983 yılında *Chinese*

Architect dergisinin Haziran sayısında kullanılan 'Post-Modern Stil' teması ile olmuştur (Fu, 1990: 115).

1990 sonrasında küreselleşme etkisi altına giren ülkede artan ekonomik refah inşaat sektörünü de etkilemiştir. Bölgede son otuz yıl içerisinde yükselen gökdelenler çok uluslu teknoloji ve finans şirketleri tarafından finanse edilirken, büyük ölçekli kültürel ve sosyal projeler devlet eliyle finanse edilmektedir.

4.6.1. OMA/ Taipei Sahne Sanatları Merkezi

Mimari Tasarım: OMA

Proje Bitiş Tarihi: Devam ediyor.

2009 yılında 24 ülkeden 135 mimarlık ofisinin katıldığı Taipei Sahne Sanatları Merkezi proje yarışmasını OMA kazanmıştır. Yarışmadan üç yıl sonra inşasına başlanan merkezin tasarım kurgusu herkes için erişilebilir olmak ve deneysel alanlara sahip mekânlara imkân vermek üzerine şekillenmiştir. Yapının yerden kopartılarak yükseltilmesi ve kamusal alan için bir meydan oluşturması bu tasarım fikrinin ürünüdür.



Resim 4.32. OMA / Taipei Sahne Sanatları Merkezi, Taipei (OMA, 2019)

Projede, her biri bağımsız olarak çalışabilen üç tiyatro tasarlanmıştır. Merkezi bir küpün içine yerleştirilen tiyatrolar, sahneler, kulisler ve destek alanları tek bir kütle olarak düzenlenmiştir. Bu düzenleme ile beklenmeyen senaryolar ve kullanımlar için mekânların

değiştirilmesine veya birleştirilmesine izin verilmesi amaçlanmıştır. Bu tasarım yaklaşımı yapıya, tanımlanmayanların özgürlükleri ile ortaya çıkan özgüllük avantajını sunmaktadır (OMA, 2019).

Bina kütlelerinin yerden kopartılması ile sokak kademeli olarak binaya dâhil edilmiştir. Sahne Sanatları Merkezi kompaktlığı sayesinde dışarıya taşmış ve şehrin canlı akışı içerisine katılmıştır. Projede farklı kotlarda tasarlanan üç tiyatrodan biri olan Büyük Tiyatro, 20. yüzyılın büyük tiyatro mekânlarının çağdaş bir yorumudur. Multimedia Tiyatro'da ise Büyük Tiyatro ve Çok Amaçlı Tiyatro birleştirilmiş ve deneysel bir alan oluşturulmuştur. Proskenyon Tiyatrosu ise yapının güneydoğu ayağının zemininde yer almaktadır. Oditoryuma erişmek isteyen seyircinin bir iç ve dış kabuk arasında dolaşmasını arzulayan mimar, oditoryumun içinde, iç kabuğun ve küpün kesiştiği noktayı proskenyon alanı olarak planlanmıştır (OMA, 2019).

4.6.2. RPBW / Fubon Kulesi

Mimari Tasarım: RPBW

Proje Bitiş Tarihi: Devam ediyor.

Uluslararası tasarım yarışmasını kazandıktan sonra, Renzo Piano Yapı Atölyesi, Fubon Grup Taipei Genel Merkezini tasarlamak için 2015 yılında Fubon Life Insurance tarafından görevlendirilmiştir. Taipei'nin Xinyi ticaret bölgesinde bulunan projede, merkez ofisler, çatı katında yer alan etkinlik alanı, perakende satış alanları, kamusal bahçeler ve çağdaş modern sanatlar müzesi bulunmaktadır. 4 adet bodrum katından oluşan ve 100.000 m² 'nin üzerinde inşaat alanı bulunan

Fubon projesi, yoğun peyzaj dokusuna sahip bir kentsel alanda yer alan üç binadan oluşmaktadır. Merkezde yer alan 54 katlı, 265 metre yüksekliğindeki 92.000 metrekare inşaat alanına sahip olan ikonik kulede, çalışma ofisleri yer almaktadır. Kulenin çatı katında, Taipei manzaralı bir etkinlik alanı tasarlanmıştır. Merkezi kulenin doğusunda tasarlanan 3 katlı Fubon Müzesi, çağdaş ve modern sanatlar galerisi olarak planlanmıştır. Kulenin kuzeyinde planlanan Pavyon'da ise tüm komplekse hizmet veren perakende satış birimleri bulunmaktadır (RPBW, 2019).



Resim 4.33. RPBW / Fubon Kulesi, Taipei (RPBW, 2019)

Merkezi kulenin 265 metre yüksekliği ile Tayvan'ın en yüksek ikinci gökdeleni ve Tayvan silüetinin ikonik yapılarından biri olması amaçlanmıştır. Büyük depremlerin ve tayfunların yaşandığı zorlu bir bölge olan Taipei'de tasarlanan bu gökdelen için Thornton Tomasetti mühendislik ofisiyle çalışılmıştır. Cepheler yüksek sismik ve rüzgâr yüklerine dayanaklı olacak şekilde çift cidarlı olarak tasarlanmıştır (RPBW, 2019).

Fubon Kulesinde olduğu gibi çok uluslu şirketlerin kent silüetlerinde markalarının kimliğini simgelemek amacıyla ikonik bir değeri kazanacağı öngörülen gökdelen formunu tercih etmesi son dönemde tüm dünyada görülmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkeler arasındaki fiziksel sınırların geçirgenleştiği, uluslar arasındaki ticaret, sermaye, bilgi ve teknoloji akışının hız kazandığı bir dönemi niteleyen küreselleşme ile birlikte, kültürler arasındaki ayırım da bulanıklaşmıştır. Esasen, insanlık tarihinin hemen her döneminde farklı kültürler birbirleri ile etkileşim içerisinde olduysa da 1990'dan sonra, bu etkileşim kontrol edilemeyen bir hız kazanmıştır. 1990 sonrasında 'world wide web'in tüm dünyanın erişimine açılması ile bilgiye sınırsız erişim sağlanarak, tüm dünya sanal ağlar ile birbirine bağlanmıştır. İnternet devrimi olarak adlandırabileceğimiz bu olay, uluslararası sınırların kalkmasında, fikirlerin, sermayelerin serbest dolaşıma geçmesinde önemli bir rol oynamıştır.

Görünmez ağlarla birbirine bağlanan ülkeler, ekonomiler ve bireyler, daha önce benzeri görülmemiş bir şekilde etkileşime girmişlerdir. Dolayısı ile bölgesel kültürler, gelenekler, diller de küresel kültürün etkisi altına girmiştir. Uluslararası şirketler ve bu şirketlerin çalışanları küresel kentin yeni aktörleri haline gelmiş ve bu yeni kullanıcılar küresel kentin şekillendirilmesinde etkili olmuşlardır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler kapitalist yaşam kültürünün tüm dünyada yayılmasında etkili olmuştur. Kapitalizmle birlikte oluşan, yeni küresel dünya düzeni, toplumların gündelik hayatlarını yeniden şekillendirmiş ve bu durum mimarları da etkilemiştir. Üretim ve tüketim alanında yaşanan bu değişimlere cevap olarak gelişen modernizm, zaman içerisinde yeni koşulları biçimlendiren, yaşanan değişikliklere yön veren bir boyut kazanmıştır. Kapitalizmin yayıldığı tüm ülkelere sıçrayan modernizm; kültürel farklılıkların ötesine geçerek evrensel ihtiyaçlara cevap verecek araçları ve kurumları yaratmıştır.

Ancak, tüm dünyayı sarmaladığı öngörülen sanal ağlar veya sermaye; bilgi, teknoloji akışı bütün toplumları eşit derecede etkilememiştir. Devlet ideolojileri veya dini inançları gereği, küresel trafikten kendini uzak tutmak isteyen toplumlar da bulunmaktadır. Küreselleşmenin popüler kültürünün etkilerinden uzak kalan Nepal, Bhutan, Myanmar gibi Uzakdoğu ülkelerinde, geleneksel mimari değerlerin korunduğu, piyasa egemenliğini simgeleyen yapılara rastlanılmadığı görülmektedir. Kuzey Kore gibi dikta rejiminin hüküm sürdüğü ülkelerde, küresel mimarlık etkilerinden söz edilememektedir. Kuzey Kore'nin günümüzde yaşadığı süreci geçmişte yaşayan Çin'in, kapalı kapı politikasını terk edip, dış dünyaya

açılması ile ekonomik, kültürel ve mimarlık alanında yaşadığı sıçrama ve dünya çapında yaratmış olduğu etki, bu tez çalışmasının yapılmasında etkili olmuştur. Açık kapı politikasına geçişle birlikte sermaye akışlarının etkisinde kalan ülke, birçok alanda dönüşüm geçirmiştir. Küresel kapitalizm toplumsal yapılanmayı değiştirdiği gibi, kentler de uluslararası şirketler için ticaret ve iş merkezi adı altında yeni bölgelerin oluşmasında etkili olmuştur.

Küreselleşme ve mimarlık ilişkisi incelendiğinde, uluslararası ilişkilerin ve işlerin, mimarlık mesleğinin kendisi kadar eski bir geçmişe sahip olduğu anlaşılmıştır. Mimarlık, antik dönemden bu yana, her zaman maddi gücün, iktidarın ve egemenliğin bir simgesi olarak kullanılmıştır. İnsanlık tarihinin her döneminde mimarlar farklı coğrafyalarda işler yapma imkânı bulmuş ve çalıştıkları kültürlerden etkilenmiş, kültürler arası bilgi alışverişinin öznesi olmuşlardır. Endüstri devrimi ile başlayan makineleşme ve teknolojik ilerlemeler, 20. yüzyıl kentinin ve günümüz mimarlığının yaratılmasında etkili olmuştur. Gelişen teknoloji, yalnızca toplumsal yaşamı değil, fiziksel mekânı da dönüştürmüştür.

Formun işlevi izlemesini ilke edinen bir dönem kapanmış, yapı formlarının tek tipleştirildiği ve yer bağlamı olmadan kendisine evrensel bir uygulama alanı yarattığı bir döneme geçilmiştir. Uluslar arasında yaşanan bilgi, teknoloji trafiğine yer bağlamından koparılmış mimari imajlar da dâhil olmuştur. Dünyanın herhangi bir yerinde, tasarlandıkları coğrafya ve toplumla ortak bir kültürel bilince sahip olmayan mimarlık ürünleri ile karşılaşmak olağan hale gelmiştir. Manhattan ile özdeşleşen ve Rem Koolhaas'ın mimarlık literatürüne 'Manhattanizm' gibi bir kavram kazandırmasına neden olan gökdelen tipolojisi, tüm dünyada çok uluslu şirketlerin genel merkez binalarını tanımlamada kullanılmaktadır. Kapitalizm ile hayatımıza giren seri üretim, mimarlıkta da yersiz mimarlıklar olarak kendisini göstermiştir. Mimari ürünün yerden koparılmasında ve seri üretilebilir bir meta haline gelmesinde, uluslararası ticaret ve bilişim teknolojileri etkili olmuştur.

Çok uluslu şirketlerin ortaya çıkışı, yaşadığımız yüzyılı değiştiren en önemli unsurlardan biri olmuştur. Ülke, ulus, sınır fark etmeksizin farklı dil, din, kültür ve ırktan insanların aynı kurumsal yapı altında, farklı ülkelerdeki ofislerinde bir araya getiren bu çok uluslu yapılanma, ciddi ticaret hacimlerine ulaşmıştır. Teknolojik ilerlemeler, gelişen internet kullanımı çok uluslu şirket sisteminin güç kazanmasını sağlamıştır. Anlaşmalar aracılığıyla birleşen, büyüyen ve tekelleşen bu çok uluslu şirketler, küresel ekonomide ciddi bir

sermayeye sahip olmuşlardır. Sahip oldukları ekonomik, sosyal, bürokratik güç ve organizasyon sistemleri ile dünyanın herhangi bir yerindeki kenti, ülkeyi, bölgeyi değiştirebilme gücüne sahip olan küresel şirketler, günümüz mimarlık piyasasının da işvereni konumundadır. Dünyadaki metropollerin hepsinin küresel şirketlerin merkezleri haline gelmesi, bunun en önemli göstergelerinden biridir. Çok uluslu küresel şirketler, sınırlara bağlı kalmaksızın dünyayı tek bir pazar olarak görmekte olup bağlamından koparılmış formları, şirket kimliği ve gücünü vurgulamak üzere seri olarak kullanmaktadır. Yerel kent dokusunu yutan sermaye, kendi belirlediği formlar ile mekânı tanımlar hale gelmiştir. Sanayi devrimi ile hayatlarımıza giren seri üretim, küreselleşme ile birlikte mimari yaratım süreçlerini dönüştürme fırsatı bulmuştur. Tarihi kimliği kalmayan ve sermaye odaklı mimarinin sahnesi olan küresel kentlerde anıtsallık, mimari ürünün sınırlarının teknolojik yenilikler ile zorlanmasıyla elde edilmeye çalışılmaktadır. Bu üretim, sermayenin küresel dolaşımının soyutluğuna somut bir varlık kazandırmaktadır. Sermayenin gücü, kentlerde yükselen her yeni gökdelen ile birlikte karşımıza dikilmektedir. Marka mimarların ikonik projeleri ile markalaştırılmaya çalışılan küresel kentlerde, piyasa ekonomisine hizmet eden birer argüman haline gelmiştir.

Çok uluslu şirketlerin ve küresel piyasalara entegre olma arzusu taşıyan devletlerin, kentleri ve mimarlığı hızla dönüştürmesinde iletişim teknolojilerinde yaşanan devrimin dışında mimarlık alanında geliştirilen yazılımların da büyük etkisi olmuştur.

İçinde bulunduğumuz küresel çağ, milyonlarca kişinin aynı anda, aynı bilgi ve görüntülere erişmesine imkân sağlamaktadır. Bunun yanı sıra CAD tabanlı yazılımın ve gerçekçi görüntülere imkân veren üç boyutlu modelleme programlarının geliştirilmesi mimarlık alanında arzulanan seri üretimin hayata geçirilmesini sağlamıştır. Projelerin kopyalanmasının ve seri çoğaltılmasının önünü açan bu yazılımlar ile birlikte mimari üretim sürelerini kısaltmış, emek ve işgücü azalmıştır. Bu seri üretim tekniğinin, internet ve sosyal medya platformları ile beslenmesiyle birlikte, mimari imge hızla üretilip tüketilebilen, anlık sanal görüntülere dönüşmüştür. Küresel ağlarda dolaşıma sokulan, gerçeklik ve sanallık ayrımını kaybetmiş mimari imajlar, popüler kültürün tüketim nesnelerinden biri haline gelmiştir. Küresel ağlarla sarmalanmış olan birey de sosyal medya platformları aracılığıyla her gün binlerce mimari imajın akışına maruz kalmaktadır. Mesleki sosyal-iletişim haber kaynaklarına (archdaily, dezeen v.b) her geçen yeni bir üyenin katılması, küresel

erişilebilirliğinin artması, mimarlığın anlık tüketilebilir imajlar örüntüsüne dönüşmesinde etkili olmuştur.

Çok uluslu şirketlerin oluşumu ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin dışında gelişen teknoloji ile havayolu taşımacılığında büyük bir gelişim yaşanmış ve bu hizmete toplumun birçok gelir grubunun erişim sağlayabilmiştir. Düşük ücretli havayolu taşımacılığının yaygınlaşması, her gelir grubunun özgürce seyahat edebilmesine; toplumların birbirleri ile olan sanal iletişimlerinin gerçeklik kazanmasına, küresel popüler kentlerin turizmden beslenerek daha fazla ikonik proje arzı oluşturmaya sebep olmuştur. Popüler kültürün tüketim nesnelerinden biri olmayı arzulayan ve bu amaçla marka değer kazanacak yatırımları destekleyen, kentlerin küresel ölçekte görülebilir ve satılabilir bir imaj kazanması için star mimarların star kimliklerinden faydalanmayı amaçlayan küresel kentler için ulaşım sistemlerinde yaşanan ilerlemeler büyük önem arz etmektedir. Bu kentlerde son yirmi yılda inşa edilen mega havaalanları, tren istasyonları gibi ulaşım yapıları, tüketilmek için yaratılan bu kentleri, tüm dünyaya bağlayan bir hizmet noktası olarak görülebilir. Günümüzde sanal ağlar arasında akan para akışlarının aksine, bu kentlerdeki mega ulaşım yapılarının aynı zamanda kentlere somut para akışına hizmet eden yapılar olduğunda düşünülebilir. Bunların dışında ulaşım teknolojilerinde yaşanan gelişim ile kıtalar arası seyahat süreleri azalmış ve merkez ofisleri Avrupa veya Amerika kıtasında bulunan küresel mimarlık ofislerinin Uzakdoğu pazarına açılmaları kolaylaşmıştır.

Küreselleşme çağının başarılı olmasında ortak bir dilin kullanımının etkisi de büyüktür. Güneşi batmayan ülke Britanya'nın yüzyıllar boyunca devam eden sömürgecilik hareketleri, bu süreçte kendi dillerini tüm dünyaya yayması ve II. Dünya Savaşı sonrasında Amerika'nın bu gücün yeni sahibi olması günümüz çağının ortak dilinin oluşmasında etkili olmuştur. İçinde bulunduğumuz küresel çağın ortak dili olarak kabul edilmesi gereken İngilizce; farklı etnik gruplardan binlerce kişinin bir arada çalıştığı küresel mimarlık ofislerinde, hergün binlerce imajın aktığı mimari sosyal medya platformlarında, yabancı mimarlar ve yerel uygulamacılar, yöneticiler arasında ortak bir dil olmuştur.

21. yüzyılda sanayi ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler sonucunda, mimari imajların küresel sanal ağlar içerisinde aktığı, çok uluslu şirketlerin markalarını simge yapılar aracılığı ile kentlerde simgeleme arzusunda olduğu bu dönemde ikonik yapı talebinde artış gözlemlenmiştir. Dünya kentleri arasındaki küresel yarıştan pay almak isteyen devletler,

yerel yönetimler küresel mimarlık ofislerinin diğer önemli müşterilerinden biridir. Frank Gehry'nin İspanya'nın Bilbao şehrinde tasarladığı Guggenheim Müzesi'nin mimarlık literatürüne “Bilbao Etkisi” terimini kazandırmasında, yerel yönetimlerin taleplerinin ve medyanın büyük etkisi olmuştur. Star mimarların dünya çapında sahip oldukları marka imajı ve gücü birçok devlet, yerel yönetim ve çok uluslu şirket tarafından satın alınmak istenen bir meta haline gelmiştir. Dünya çapında star mimar kimliği kazanmış mimarlar ve mimarlık ofisleri tarafından tasarlanan projelere sahip olmak, bunun kamuoyunda yaratacağı prestijden yararlanmak, küresel kentlerin küresel çekim merkezi olma yarışında başarılı bir yatırım olarak görülmektedir. Fakat talep edilen ikonik yapıların, tasarlandıkları bölgeye Gehry'nin Bilbao Müzesi ile Bilbao'ya kazandırdığı katma değer ile aynı derecede bir katma değer sağlayıp sağlamayacağı önemli bir soru işaretidir. “Bilbao Etkisi”nin bulunduğu bölgeye, artı bir değer veya cazibe kazandıran güçlü projeler için kullanılması, daha doğru bir sınıflandırma olacaktır. “Bilbao Etkisi”; yatırımcılar ve yerel yönetimler tarafından arzu edilen bir meta olmakla birlikte, tüm ikonik tasarımların “Bilbao Etkisi”ni yaratması beklenmemelidir.

Küresel kapitalizm ile birlikte artık kentlerin devasa alışveriş merkezlerine dönüştüğü düşünmek olasıdır. Küreselleşme ile birlikte, 20.yy'ın tüketim mekânı kavrayışının alışveriş merkezleri gibi sınırları ve boyutları belli küçük bir mekândan tüm kentin kendisine dönüştüğü görülmektedir. Markaların ve ürünlerin satıldığı mekânlardan, kentlere marka değerler kazandırıldığı ve kent mekânının tamamının tüketim ve eğlence merkezi haline getirildiği bir dönem yaşanmaktadır. Alt gelir gruplarının kent merkezlerinden uzaklaştırıldığı, merkezlerin parıltılı, yeni, lüks ve güvenli imajlar ile donatıldığı küresel kentler, günümüzün tüketim tapınakları haline gelmiştir.

Çalışmanın deney alanı olarak seçilen Uzakdoğu ülkelerinden Çin, Japonya, Güney Kore, Hong Kong, Singapur ve Tayvan'ın son otuz yılda yaşadığı dönüşüm, tez kapsamında tarihsel gelişim süreci anlatılan küresel mimarlık bağlamında incelenmiştir. Ekonomik, politik, kültürel küresel güç odaklarının zaman içerisinde Avrupa ve Amerika'dan, Uzakdoğu'ya kayması bölgenin doğal ve tarihi yapısının hızla dönüştürülmesine sebep olmuştur. Sömürge geçmişine sahip olan Japonya, Güney Kore, Hong Kong, Tayvan ve Singapur küreselleşmeyi çok daha erken dönemlerde tecrübe etmiştir. Bu ülkelerin aksine yüzyıllarca Kapalı Kapı Politikasını benimseyen, yabancı yatırımcıları özel liman bölgesinden, kent içerisine dahi almayan Çin'in Açık Kapı Politikasına geçmesi, Batı

(Avrupa ve Amerika) merkezli küresel mimarlık ofisleri için yeni bir çalışma alanı açmıştır. Küresel platformda çağdaş bir ülke imajı yaratmak isteyen iktidarın, medyatik kimliğe sahip star mimarlar ve küresel mimarlık ofisleri ile çalışması ülke reklamı için önemli bir yatırım olarak görülmüştür. Bu talepler, küresel mimarlık ofisleri içinde Batı'da tasarımlarına imkân tanınmayabilecek ikonik tasarımlarını deneyimleyebilecekleri bir deney ortamı sunmuştur.

Tez kapsamında incelenen diğer Uzakdoğu ülkeleri, seçilen küresel mimarlık ofisleri tarafından yapılan projeler bağlamında incelendiğinde, proje yoğunluğunun ülkelere göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Çin'in ve Modern Çin mimarisinin küreselleşmeden etkilenme oranı tez kapsamında incelenen Filipinler, Hindistan ve Nepal gibi ülkelere yüksek olmuştur. 19.yüzyıl Amerika'sından bu yana küreselleşme ağına geç dâhil olan ülkelerde, kontrolsüz bir yapı etkinliği, büyük toprak yağmaları, kırsal kültürün ithal olanı sorgusuz bir şekilde kabullendiği görülmüştür.

Bütün bu gelişmeler ve açılımlara bağlı olarak, günümüzde star, imza, marka olarak anılan, mimarlar ve mimarlık ofisleri bu bölgede gerek uluslararası ve ulusal şirketler gerekse devlet için büyük ölçekli projelerin tasarımında öncelikli olarak tercih edilen isimler olmuştur.

Çalışma kapsamında incelenen OMA, SOM, Zaha Hadid Architects, Foster+Partners, Herzog de Meuron ve RPBW ofisleri; yöneticilerinin star kimliklerine, Batı merkezli bir ofis olmalarına rağmen, Uzakdoğu'da yapmış oldukları tasarımların çeşitliliğine ve Uzakdoğu ülkelerinde şubelerinin olmasına göre seçilmiştir.

Seçilen küresel marka mimarlık ofislerinden Zaha Hadid Architects'in sadece Londra ve Pekin'de ofisi bulunmasına rağmen Uzakdoğu'da birçok ikonik tasarımın altında imzası bulunmaktadır. Uzakdoğu ülkeleri ve bu bölgede hizmet veren çokuluslu şirketler tarafından aranan bir marka değeri olan Zaha Hadid Architects, seçilen diğer ofislerden farklı olarak işlerini sadece Londra ve Pekin ofislerinden yürütmektedir. Dünyanın farklı ülkelerinden profesyonel mimarların bir arada çalıştığı bu ofiste, proje müdürleri tasarımın inşa edildiği ülkede inşaat süresince ikamet etmek zorunda kalmaktadır.

Tez kapsamında incelenen küresel mimarlık ofislerinin kurucu ortaklarının/Star mimar ortaklarının hepsinin verdiği demeçlerde seyahat etmekten hoşlandıkları, bu seyahatlerin

mimarlığa, hayata, geçmiş işlerine farklı bir açıdan bakmalarını sağladığını ifade etmeleri benzer özelliklerindendir.

Seçilen küresel mimarlık ofisleri tarafından Uzakdoğu’da tasarlanan projelerin uygulamaları üzerinde yapılan değerlendirmeler sonucunda özetle;

- Proje fonksiyonlarının, alışveriş ve eğlence merkezleri, spor kompleksleri, kültür yapıları, ulaşım yapıları, şirket ve vakıf genel merkezleri, yüksek gelir grupları için konutlar ve lüks tüketim markalarına ait mağazalar olduğu tespit edilmiştir.
- İncelenen tasarımlarda, yeni yapım teknolojilerinin sınırlarını zorlayan ikonik değerli formların sıklıkla kullanıldığı görülmüştür.
- Kültür ve sanat yapıları, spor kompleksleri, havaalanı, tren istasyonu gibi büyük ölçekli ulaşım yapılarının devlet tarafından finanse edildiği, uluslararası şirketlerin teknoloji, finans ve banka sektörleri genel merkezleri ve moda mağazaları için küresel mimarlık ofisleri ile çalışmayı tercih ettiği görülmüştür.
- İşverenin ticari bir kimliğe sahip olduğu şirket ve vakıf genel merkezleri için genellikle cam çerçeveli yüksek blokların tercih edildiği ve bu gökdelenlerin kent silüetlerinde markalarının logosu gibi kullanıldığı görülmüştür. Gökdelenler arası yükseklik rekabetinin yaşandığı bir dönemde, artan yapı yüksekliği ikonik bir yapıya sahip olmak ile eş tutulmaktadır. Proje finansörü olan çok uluslu şirketler kent silüetinde simgeleşebilmek için gökdelenleri tercih ettiği görülmektedir.
- Çok katlı tasarlanan ticari fonksiyonlu yapıların aksine ulaşım, kültür ve spor yapılarında yapı kabuklarında kullanılan akışkan formlar ile tasarımlara ikonik değerler kazandırılmıştır. Olimpiyat oyunları gibi küresel reklam potansiyeli yüksek organizasyonlar ve uluslararası spor karşılaşmaları için kullanılacak spor tesislerinin tasarımında kullanılan modern dil ile tüm dünyaya çağın standartlarına ayak uydurmuş bir toplum mesajı verilmek istenmiştir. Hükümetler ve büyük sermaye odakları iş birliği ile geliştirilen inşaat odaklı büyüme sonucunda küresel kentler ihtiyaç fazlası birçok mega proje ile donatılmıştır.

- Çalışma kapsamında incelenen yapıların mimarlık ortamı için sağladığı imaj üretimi, işlev, fonksiyon, toplumsal yarar düşünüldüğünde; yer, bağlam ve kültür ilişkisi ikincil plana bırakılabilecek konulardır.

Son otuz yılda Uzakdoğu kentlerinde yaşanan bu dönüşüm, toplumsal yapıyı ve günümüz mimarlık ortamını derinden etkilemiştir. Post-fordist sistemin yeni birikim merkezleri olarak kurgulanan fakat zamanla birikim merkezi olmaktan çıkıp, dünya ticaretinin, ekonomisinin zirvesine çıkan Uzakdoğu bölgesinde gelecek yıllarda yaşanacak dönüşüm tüm dünyayı ilgilendirmektedir. Birikim merkezlerinin belirli bir zaman sonra doygunluğa ulaşp, çöküntü alanlarına dönüştüğünü belirten birçok görüş olmakla birlikte, Uzakdoğu'nun küresel kentlerinin de benzer bir kaderi yaşayıp yaşamayacağı önemli bir soru işaretidir? Yukarıda özetlenen, ticari, ekonomik, sosyal, kültürel ortamların mimariyi etkilediği göz önüne alındığında; söz konusu şartların sürmesine bağlı olarak, talep edenler ve arzı karşılayanlar arasındaki ilişkinin de uzun bir süre daha devam edeceğini düşündürmektedir. Tez kapsamında incelenen Uzakdoğu kentlerinin ve mimarlığının yukarıda özetlenen koşulların sonucunda, kısa sürede çok büyük değişim ve dönüşümden geçtiği açıkça ortadadır. Bu nedenle de bölgede yaşanan arz-talep sürecinin uzun yıllar daha devam etmesi halinde, bölgenin gelecekteki durumunu kestirmek olanaklı görülmemekle birlikte, medyatik etkiler yaratmaya devam edeceği düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Aaker, D. A. (2009). *Marka Değeri Yönetimi*. (Çev. Ender Orhanlı). İstanbul: MediaCat Yayınları, 25.
- Abbas, A. (1999). Hong Kong’u İnşa Etmek: Göz ve Gözden Yitiş. *Toplum ve Bilim*. 80, 72-88.
- Adam, R. (2008). Globalisation and Architecture: The Challenges of Globalisation are Relentlessly Shaping Architecture’s Relationship with Society and Culture. *Ege Mimarlık*. (Çev. Şebnem Gökçen Dünder). 3, 66.
- Adam, R. (2012). *The Globalisation of Modern Architecture: The Impact of Politics, Economics and Social Change on Architecture and Urban Design since 1990*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 97-318.
- Adorno, W. T. (2007). *Kültür endüstrisi kültür yönetim*. (Çev. Mustafa Tüzel, Nihat Ünler ve Elçin Gen). İstanbul: İletişim Yayınları, 14.
- Agier, M. (2011). *Le couloir des exiles: Etre etranger dans un monde commun*, Editions du Croquant, 95.
- Akcan, E. (2006). Metafiziğin Kalesi Hakkında Düşünmek. *Cogito*, 47,190-198.
- Al, S. (2016). *Mall City: Hong Kong’s Dreamworlds of Consumption*. Hong Kong: Hong University Press, 1.
- Altın, E. (Editör). (2004). *Tokyo 1970-2000*. İstanbul: Boyut Yayınları, 48-51.
- Amin, Ash. (1994). Post-fordizm: Models, Fantasies and Phantoms of Transition. *International Journal of Urban and Regional Research*, 1, 140.
- Anderson, P. (2002). *Postmodernitenin Kökenleri*. (Çev. Elçin Gen). İstanbul: İletişim Yayınları, 9.
- Arıcioglu, E. (2012). Kalkınma Kavramına Küreselleşme Perspektifinden Bir Bakış. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1, 36.
- Aslanoğlu, A. R. (2000). *Kent Kimlik ve Küreselleşme*. (2. Baskı). Bursa: Asa Kitabevi, 148.
- Bairoch, P. (1982). International Industrialization Levels from 1750 to 1980. *Journal of European Economic History*, 2, 296.
- Barnet, J. R., Cavanagh, J. (1994) *Global Dreams: Imperial Corporations and the New World Order*. New York: Touchstone, 2.
- Baudrillard, J. (2012). *Tüketim Toplumu*. (Çev. Hazal Deliçaylı ve Ferda Keskin). (5.Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 18-89.

- Bauman, Z. (2017). *Akışkan Modernite*. (Çev. Sinan Okan Çavuş). İstanbul: Can Yayınları, 276.
- Bayhan, V. (1992). *Enformasyon Toplumunda Kültür. 21. Yüzyıla Girerken Kültürel Dönüşümlerin Bazı Belirtileri*, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Berger, P. (1997). Four Faces of Global Culture. *National Interest* , 49.
- Berger, L. P. ve Huntington, P. S. (2003). *Bir Küre Bin Bir Küreselleşme, Çağdaş Dünyada Kültürel Çeşitlilik*. (Çev. Ayla Ortaç). İstanbul: Kitap Yayınevi, 60-64.
- Berner, E. (2016). Metropol İkilemi: Küresel Toplum, Yerellikler ve Manila’da Kent Arazisi İçin Yürütülen Mücadele, A. Öncü ve P. Weyland(Editörler). *Mekan, Kültür, İktidar: Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler*. (Beşinci Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları, 141.
- Bocock, R. (1997) *Tüketim*. (Çev. İrem Kutluk). Ankara: Dost Kitabevi, 100-115.
- Booth, R. (2003). Fortune Cookie. *Building Design*, November 7, 10.
- Borden, D., Elzanowski, J., Lawrenz, C., Miller, D., Smith, A., Taylor, J. (2012). *Mimarlık*. (Üçüncü Baskı), İstanbul: NTV Yayınları, 430-498.
- Butler, C. (2013). *Modernizm*. (Çev. Nursu Öрге). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları. (Eserin orijinali 2010’da yayımlandı), 42.
- Castell, M. (2013). *Ağ Toplumunun Yükselişi*. (Çev. Ebru Kılıç). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları, 634-635.
- Chang, J. (2011). Building a Colonial, Techno-scientific Network: Tropical Architecture, Building Science and the Politics of Decolonization. *Third World Modernism: Architecture, Development and Identity*, 211-235.
- Chua, B. H. (1989). *The Golden Shoe: Building Singapore’s Financial District*. Singapore: Urban Redevelopment Authority, 58.
- Chua, B. H. (1991). Not Depoliticized but Ideologically Successfull: the Public Housing Program in Singapore. *International Journal of Urban and Regional Research*, 15, 24-41.
- Chua, B. H. (1997). Ekonomi ile Irk Arasında: Singapur’un Asyalılaşması. Öncü, A. ve Weyland, P. (Editörler). *Mekan, Kültür ve İktidar: Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler*. İstanbul: İletişim Yayınları, 43-52.
- Clark, I. (2000). *Globalisation and Fragmentation: International Relations in the Twentieth Century*. New York: Oxford University Press, 25.
- Corbusier, L. (2010). *The Modulor 1&2*. Massachusetts: Harvard University Press, 33.
- Crimp, D. (1987). Art in the 80s: The Myth of Autonomy. *PRECIS*, 6, 83-91.

- Çolakoğlu, S. (2009). *Uluslararası İlişkilerde Kuzeydoğu Asya*. Uşak: Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu, 203.
- Davis, M. (2016). *Gecekondu Gezegeni*. (3. Baskı). (Çev. Gürol Koca). İstanbul: Metis Yayınları, 20-29.
- Debord, G. (2018). *Gösteri Toplumu*. (Çev. Ayşen Emekçi ve Okşan Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 50-128
- Duman, S. (2015). *Doğu Batı Ayrımında Aslında Mimarlık, Şehircilik ve Sanat*. İstanbul: Kaknüs Yayınları, 47.
- Eğilmez, M. (2018). *Tarihsel Süreç İçinde Dünya Ekonomisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi, 135-149.
- Ekincioglu, M. (Editör). (2000). *Norman Foster*. İstanbul: Boyut Yayın Grubu, 36-74.
- Ergun, C. (2011). *Kentsel Dönüştürme Dönüşüm Alanlarından Bakmak: İstanbul Maltepe (Başbüyük ve Gülsuyu Mahallesi Örneği)*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 291.
- Featherstone M. (1996) *Postmodernizm ve tüketim kültürü*. (Çev. Mehmet Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 45.
- Fiske, J. (2012) *Popüler kültürü anlamak*. (Çev. Prof. Dr. Süleyman İrvan). İstanbul: Parşömen Yayınları, 45.
- Foster, H. (2011). *Sanat-Mimarlık Kompleksi*. (Çev. Serpil Özaloğlu). İstanbul: İletişim Yayınları. (Eserin orijinali 2011'de yayımlandı), 69.
- Foster, H. (2015). *Tasarım ve Suç*. (Çev. Elçin Gen). İstanbul: İletişim Yayınları. (Eserin orijinali 2002'de yayımlandı), 33-124.
- Friedmann, J. (1986). The World City Hypothesis. In Brenner N. and Keil, R. (Eds.), *The Global Cities Reader*. New York: Routledge, 69-83.
- Giddens, A. (1996). *Modernliğin Sonuçları*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 63.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. (Çev. Hüseyin Özel ve Cemal Güzel). Ankara: Ayraç Yayınları, 21-65.
- Goossaert, V. (2006). 1898: The Beginning of the End for Chinese Religion?. *Journal of Asian Studies*, 308.
- Gutman, R. (1988). *Architectural practice: a critical view*. New York: Princeton Architectural Press, 59.
- Habermas, J. (1996). Modernity: An Unfinished Project. *Habermas and the Unfinished Project of Modernity: Critical Essays on the Philosophical Discourse of Modernity* (Der. M.P. d'Entreves ve S. Benhabib). Cambridge: Polity Press, 38-39.

- Haila, A. (1997). The Neglected Builder of Global Cities. In Brenner N. and Keil, R. (Eds.). *The Global Cities Reader*, New York: Routledge, 282-287.
- Hannerz, U. (1997). *Transnational Connections: Culture, People, Places*. New York: Routledge, 130-131.
- Harvey, D. (1996). *Postmodernliğin Durumu*. (Çev. Sungur Savran). İstanbul: Metis Yayıncılık, 78-270.
- Harvey, D. (2008). *Yeni Emperyalizm*. (Çev. H. Güldü). İstanbul: Everest Yayınları, 91-93.
- Harvey, D. (2015). *Sermayenin Mekanları: Eleştirel Bir Coğrafyaya Doğru*. (Çev. B. Kıcı, D. Koç, K. Tanrıyar ve S. Yüksel). İstanbul: Sel Yayıncılık, 419-425.
- Harvey, D. (2019). *Dünyanın Halleri*. (Birinci Baskı). İstanbul: Sel Yayıncılık, 9.
- Heinrich, M. (2016). *Kapital'e Giriş*. (Çev. Koray R. Yılmaz). İstanbul: Yordam Kitap, 45-245.
- Holcombe, C. (2016). *Doğu Asya Tarihi: Çin, Japonya, Kore Medeniyetin Köklerinden 21. Yüzyıla Kadar*. (Çev. Muhammed Murtaza Özeren). İstanbul: Dergâh Yayınları, 275-323.
- Ibelings, H. (2002). *Supermodernism: Architecture in the Age of Globalisation*. Rotterdam: NAI Publishers, 64.
- International Monetary Fund. (1997). Meeting the Challenges of Globalisation in the Advanced Economies. In the World Economic and Financial Surveys. URL: <http://www.imf.org/external/pubs/WEOMAY/Weocon.htm>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Kissinger, H. (October, 1999). Globalisation and World Order. URL: <http://findit.library.yale.edu/catalog/digcoll:558738>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Türkpatent. (2003). Marka Olmak: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler İçin Markaların Tanıtımı. URL: <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/E458E32D-CD12-4222-A956-CE5BCAFC4E17.pdf>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Archdaily. (2017). Times Square Celebrates Grand Opening of Snohetta-Designed Transformation. URL: <https://www.archdaily.com/869685/times-square-celebrates-grand-opening-of-snohetta-designed-transformation>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Shinjuku. (2015). Dazzling Signs, Streets At Shinjuku Station West Entrance Area. URL: http://coolphotojapan.com/coolphotojapan/wp-content/uploads/2015/10/006_MYP5828150824.jpg, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Eleanor, G. (2017). Frank Lloyd Wright Merged Eastern and Western Architecture at Tokyo's Imperial Hotel. URL: <https://www.dezeen.com/2017/06/15/imperial-hotel-tokyo-japan-frank-lloyd-wright-150th-anniversary/>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

- İnternet: Frank Lloyd Wright Foundation. (2017). Jiyu Gakuen Myonichikan: Imperial Hotel. URL: <http://franklloydwright.org/site/jiyu-gakuen-myonichikan/>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Archdaily. (2017). AD Classics: Master Plan for Chandigarh. URL: <https://www.archdaily.com/806115/ad-classics-master-plan-for-chandigarh-le-corbusier>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Arkitera. (2013). Le Corbusier'nin Chandigarh Planı Boşa mı Gidecek?. URL: http://www.arkitera.com/haber/16770/le-corbusiernin-chandigarh-plani-bosa-mi-gidecek_ , Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Arkitektuel. (2018). Deseau Bauhaus. URL: <https://www.arkitektuel.com/dessau-bauhaus/>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Widewalls. (2015). Guggenheim Museum in Bilbao. URL: <https://www.widewalls.ch/deconstructivism-buildings/guggenheim-museum-bilbao/> , Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Tdk. (2017). İkon, İkona Tanımı. URL: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5a4d1113548322.49138831 , Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: OMA. (1978). Rem Koolhaas: Delirious New York Kapak Tasarımı. URL: <https://oma.eu/publications/delirious-new-york> adresinden 20 Nisan 2019 tarihinde alınmıştır.
- İnternet: Levy, N. (2018). KPF's Shenzhen Skyscraper Is Now Fourth Tallest In The World. *Dezeen*. URL: <https://www.dezeen.com/2018/01/30/kohn-pederson-fox-kpf-ping-an-finance-centre-skyscraper-fourth-tallest-in-world-shenzhen-china/>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Fusheng, L. (2017). Industrial Centre to Focus on Technology. *Telegraph: China Watch*. URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/world/china-watch/technology/guangzhou-hi-tech-and-research/>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: City of Zhuhai. (2016). Zhuhai Now and Then: 40 Years of Development. URL: <http://www.cityofzhuhai.com/zhuhainowandthen.html>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: ZHA. (2008). Melissa Shoes. URL: <https://www.zaha-hadid.com/design/melissa-shoes/>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: ZHA. (2009). Lacoste Shoes. URL: <http://www.zaha-hadid.com/design/lacoste-shoes/>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: ZHA. (2009). Avilion Triflow Taps. URL: <http://www.zaha-hadid.com/design/avilion-triflow-taps/>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

- İnternet: ZHA. (2013). Stuart Weitzman Flagship Store. URL: <https://www.zaha-hadid.com/interior-design/stuart-weitzman-flagship-store/>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Tulay, S. (2017). Tokyo Aoyama'da Herzog & De Meuron Yapıları, Miu Miu Ve Prada. URL: <http://www.mimarsiv.com/article/tokyo-aoyama-da-herzog-de-meuron-yapilari-miu-miu-ve-prada> , Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Prada (2018). Prada Invites. URL: <http://www.prada.com/en/a-future-archive/projects/prada-invites.html>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Harvard University. (2019). Harvard University Graduate School of Design: Remmet Koolhaas. URL: <https://www.gsd.harvard.edu/person/remment-koolhaas/>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Ilıkoba, H. (2017). Zaha Hadid'in Mimarlık Sahnesine Çıkışı. *Arkitera*. URL: <http://www.arkitera.com/haber/29445/zaha-hadidin-mimarlik-sahnesine-cikisi>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Demir, T. E. (2018). Zaha Tarihi Bir Figürdür, Onunla Arkadaş Olarak Çalıştığımız İçin Çok Şanslıyız. *Arkitera*. URL: <http://www.arkitera.com/haber/30303/zaha-hadid--sketching-the-future>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Archdaily. (2016). Zaha Hadid Dies Aged 65. URL: <https://www.archdaily.com/784729/zaha-hadid-dies-aged-65>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: ZHA. (2018). About Us. URL: <https://www.zaha-hadid.com/archive/#about-us>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: ZHA. (2019). About Us. URL: <https://www.zaha-hadid.com/#contact-us>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Boyutpedia. (2007). Sanatı Kucaklayan Mimaride Renzo Piano İmzası. URL: <http://www.boyutpedia.com/1999/67380/sanati-kucaklayan-mimaride-renzo-piano-imzasi>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: RPBW. (2019). About Rpbw. URL: <http://www.rpbw.com/profile>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Yılmaz, E. M. (2018). Mimarlar tarihi değiştiremezler ancak tarihin değişimine tanık olurlar. *Arkitera*. URL: <http://www.arkitera.com/haber/29760/mimarlar-tarihi-degistiremezler-ancak-tarihin-degisimine-tanik-olurlar>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: RPBW. (2019) The Rpbw Method. URL: <http://www.rpbw.com/method>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

- İnternet: SOM. (2019). A Global Network of Experts. URL: <http://www.som.com/about/leadership>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Ouroussoff, N. (2008). Lost in the New Beijing: The Old Neighborhood. *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2008/07/27/arts/design/27ouro.html>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Mayer, A. (2012). An Architect's Guide to Working in China. *China Urban Development*. URL: <https://www.chinaurbandevelopment.com/an-architects-guide-to-working-in-china/>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: WorldBank. (2015). East Asia's Changing Urban Landscape: Measuring a Decade of Spatial Growth. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment/publication/east-asias-changing-urban-landscape-measuring-a-decade-of-spatial-growth>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Nasa. (2007). Urbanization of the Pearl River Delta. URL: <https://earthobservatory.nasa.gov/images/7949/urbanization-of-the-pearl-river-delta>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Wikipedia. (2008). Pekin Ulusal Stadyumu. URL: https://tr.wikipedia.org/wiki/Pekin_Ulusal_Stadyumu, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Mimdap. (2009). Pekin'in Kuş Yuvası Stadyumu, Lubetkin Ödülü'nü aldı. URL: <http://www.mimdap.org/?p=22105>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Mimarizm. (2019). Kuş Yuvası: Olimpiyat Stadi. URL: http://www.mimarizm.com/makale/kus-yuvasi-olimpiyat-stadi_113357, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Arup. (2008). Beijing National Stadium, Olympic Green. URL: <http://URL.archive.org/URL/20081222133741/http://www.arup.com:80/eastasia/project.cfm?pageid=2184>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Mimarizm. (2007). Olimpiyat Stadyumu'na Asla Gitmeyeceğim. URL: http://www.mimarizm.com/makale/olimpiyat-stadyumu-na-asla-gitmeyecegim_113358?sourceId=113355, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Archdaily. (2012). CCTV Headquarters / OMA. URL: <https://www.archdaily.com/236175/cctv-headquarters-oma>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: İnan, D. (2005). Content: Rem Koolhaas'dan "Dergi Gibi 'Kitap' Gibi Dergi". *Mimarlık Dergisi*. URL: <http://www.mimarlikdergisi.com/index.cfm?sayfa=mimarlik&DergiSayi=31&RecID=529>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Archdaily. (2012). CCTV Headquarters. URL: <https://www.archdaily.com/236175/cctv-headquarters-oma>, Son Erişim Tarihi:

13.05.2019.

İnternet: Wikipedia. (2019). Jin Mao Kulesi. URL: https://tr.wikipedia.org/wiki/Jin_Mao_Kulesi, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: SOM. (2019). Jin Mao Tower. URL: http://www.som.com/projects/jin_mao_tower adresinden 22 Nisan 2019 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Archello. (2011). Guangzhou Opera House. URL: <https://www.zorlupsm.com/tr/blog/bir-zaha-hadid-eseri-guangzhou-opera-binası>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Archdaily. (2012). Galaxy Soho / Zaha Hadid Architects. URL: <https://www.archdaily.com/287571/galaxy-soho-zaha-hadid-architects>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Foster+Partners. (2010). Bund Finance Center. URL: <https://www.fosterandpartners.com/projects/bund-finance-center/#gallery>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Foster+Partners. (2010). Bund Finance Center. URL: <https://www.fosterandpartners.com/projects/bund-finance-center/#/>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Ipfs. (2017). Pekin Başkent Uluslararası Havalimanı. URL: https://ipfs.io/ipns/tr.wikipedia-on-ipfs.org/wiki/Pekin_Ba%C5%9Fkent_Uluslararası%C4%B1_Havaliman%C4%B1.html, , Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Wikipedia. (2019). Beijing Capital International Airport. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Beijing_Capital_International_Airport#/media/File:Beijing-Capital-International-Airport.jpg, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Mimarizm. (2007). Pekin Havaalanı. URL: http://www.mimarizm.com/makale/pekin-havaalanı_113360, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: SOM. (2007). Poly Corporation Headquarters. URL: http://www.som.com/projects/poly_corporation_headquarters, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: SOM. (2010). China World Trade Center 3A. URL: http://www.som.com/projects/china_world_trade_center_3a, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: SOM. (2016). Poly International Plaza. URL: http://www.som.com/projects/poly_international_plaza, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

- İnternet: Archdaily. (2017). Poly International Plaza/SOM. URL: <https://www.archdaily.com/877278/poly-international-plaza-som/59895f1cb22e38dac6000201-poly-international-plaza-som-photo>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: SOM. (2013). Pearl River Tower. URL: http://www.som.com/projects/pearl_river_tower, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: SOM. (2010). Pearl River Tower – Sustainable Design. URL: http://www.som.com/projects/pearl_river_tower__sustainable_design, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Hilaire, E. ve Mead, V. N. (2016). The Great Leap Upward: China's Pearl River Delta, Then and Now. URL: <https://www.theguardian.com/cities/2016/may/10/china-pearl-river-delta-then-and-now-photographs>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Wikipedia. (2009). Maison Hermes Building, Tokyo by Renzo Piano. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Maison_Herm%C3%A8s#/media/File:MaisonHerm%C3%A8s-Tokyo-RenzoPiano-1.jpg, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Experience Japan. (2014). Kumamoto Artpolis: Architecture Through Communication. URL: http://experiencejapan.ie/w/?page_id=858, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Arkitera. (2003). Ushibuka Köprüsü, Renzo Piano. URL: <http://v3.arkitera.com/v1/gununsorusu/2003/05/19.htm>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Noriaki Okabe Architecture Network. (2017). Ushibuka Haiya Bridge. URL: <http://www.archinet.jp/en/projects/chronological/ushibuka>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Wikipedia. (2015). Kansai Uluslararası Havalimanı. URL: https://tr.wikipedia.org/wiki/Kansai_Uluslararası_Havalimanı, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Architonic. (2016). Kansai International Airport Passenger Terminal. URL: <https://www.architonic.com/en/project/renzo-piano-building-workshop-kansai-international-airport-passenger-terminal-building/5102405>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: OMA. (1991). Nexus World Housing. URL: <https://oma.eu/projects/nexus-world-housing>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.
- İnternet: Becker, S., Woznica M. B. (2002). Nexus World Housing. Seminar Analytisches Betrachten Formen des Wohnens. URL: <https://issuu.com/beata/docs/nexusworldhousing>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Ewen, D. (2014). Nexus World, OMA. URL: https://www.flickr.com/search/?user_id=128238391%40N04&view_all=1&text=nexus, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Prada. (2003). Epicenter Tokyo. URL: <http://www.prada.com/en/a-future-archive/epicenters/epicenters-tokyo.html>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: HDM. (2003). Complete Works: Prada Aoyama. URL: <https://www.herzogdemeuron.com/index/projects/complete-works/176-200/178-prada-aoyama.html>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Architectural Moleskine. (2011). Herzog & de Meuron in Tokyo: Prada. URL: <http://architecturalmoleskine.blogspot.com/2011/11/herzog-demeuron-in-tokyo-prada.html>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: HDM. (2015). Complete Works: Miu Miu Aoyama. URL: <https://www.herzogdemeuron.com/index/projects/complete-works/401-425/412-miu-miu-aoyama.html>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Archdaily. (2015). Miu Miu Aoyama Store / Herzog & de Meuron. (URL: https://www.archdaily.com/614983/miu-miu-aoyama-store-herzog-and-de-meuron/551ae7fce58ecea37b00012d-miu_miu_aoyama_01-jpg, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: (2012). Milenyum Kulesi. URL: <https://hkborn.files.wordpress.com/2012/08/mtower.jpg>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Foster+Partners. (1991). Projects: Century Tower. URL: <https://www.fosterandpartners.com/projects/century-tower/>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: SOM. (2007). Projects: Tokyo Midtown. (URL: http://www.som.com/projects/tokyo_midtown, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Archdaily. (2015). The Interlace / OMA / Ole Scheeren. URL: <https://www.archdaily.com/627887/the-interlace-oma-2>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Nasa. (2012). Korea and the Yellow Sea. URL: <https://earthobservatory.nasa.gov/images/79796/korea-and-the-yellow-sea>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Mimdap. (2014). Seul İçin Bir Tasarım Merkezi: Zaha Hadid Mimarlar. URL: <http://www.mimdap.org/?p=141144>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: ZHA. (2013). Dongdaemun Design Plaza. URL: <https://www.zaha-hadid.com/architecture/dongdaemun-design-park-plaza/>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Wikipedia. (2019). 63 Building. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/63_Building , Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Wikipedia. (2012). 63 Building Youid, Seoul. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/63_Building#/media/File:63_Building_Youid_,_Seoul_-_panoramio.jpg, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Arquitetura. (2013). Norman Foster. *Construção e Decoração*. URL: <https://pmiltonarquitetura.wordpress.com/tag/norman-foster/>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: SOM. (2016). Projects: Tower 535. URL: http://www.som.com/projects/tower_535, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Archdaily. (2014). Jockey Club Innovation Tower / Zaha Hadid Architects. URL: <https://www.archdaily.com/505374/jockey-club-innovation-tower-zaha-hadid-architects>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Mimdap. (2015). Inovasyon Kulesi, Hong Kong Politeknik Üniversitesi / Zaha Hadid Mimarlar. URL: <http://www.mimdap.org/?p=178449>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Foster+Partners. (2019). Hong Kong International Airport. URL: <https://www.fosterandpartners.com/projects/hong-kong-international-airport/#gallery> , Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: OMA. (2019). Projects: Taipei Performing Arts Center. URL: <https://oma.eu/projects/taipei-performing-arts-center>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Bozdoğan, S. (Ağustos, 2013). Modern Mimarlık ve Tropik Coğrafyalar. *Mimarlık Dergisi*. URL: http://www.mimarlikdergisi.com/index.cfm?sayfa=mimarlik&DergiSayi=386&RecID=3174&1534-D83A_1933715A=47a67c313c9be4ca7c7db863bf1a7bcdebd5287a, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: RPBW. (2019). Projects: Fubon Tower. URL: <http://www.rpbw.com/project/fubon-tower>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Çuhadar, B. (2009). Uluslararası şirketlerden daha fazlasını isteyin, kent sakinlerinizi koruyun. *Radikal*. URL: <http://www.saskiasassen.com/PDFs/interviews/Radikal.pdf>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Heritage. (2009). 2009 Index of Economic Freedom. URL: https://www.heritage.org/index/pdf/2009/index2009_full.pdf, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Wikipedia. (2019). Hong Kong. URL: https://tr.wikipedia.org/wiki/Hong_Kong, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Thepeak. (2018). Hong Kong Silueti, Victoria Tepesi. URL: https://www.thepeak.com.hk/sites/peak/files/2018-08/2012-07-04_%E5%85%A8%E6%99%AF1.jpg, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: XXI. (2014). Koolhaas'ın Esasları. URL: <https://xxi.com.tr/i/koolhaasin-esaslari-5>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Mutations. (2001). Publications: Mutations. URL: <https://oma.eu/publications/mutations>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Ateş, M. Y. (2003). Mucizeden Duraklamaya Japon Ekonomisi: Sonuçlar, Sebepler. *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*. Dış İşleri Bakanlığı Yayınları. URL: http://www.mfa.gov.tr/uluslararasi-ekonomik-sorunlar-_mayis-2003_.tr.mfa, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Marcus, J.S. (July 25, 2008). Designer Cities: The Development of the Superstar Urban Plan. *The Wall Street Journal*. URL: <https://www.wsj.com/articles/SB121693005482282163>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Jencks, C. (April, 2006). The Iconic Building is Here to Stay. *City*, 10/1. URL: http://dds.be.washington.edu/W08/Sites/StudioSite/Arch504/links_:files/Jencks_Iconic-Building_2006.pdf, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

İnternet: Hasol, D. (Mayıs, 1994). Japonya'dan İzlenimler. *Yapı Dergisi*. URL: <http://www.doganhasol.net/japonyadan-izlenimler-2.html>, Son Erişim Tarihi: 13.05.2019.

Jameson, F. (1994) *Postmodernizm: Ya Da Geç Kapitalizmin Mantığı*. (Çev. Nuri Plümer). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 53-93.

Jencks, C. (1985). *Modern Movements In Architecture*. New York: Penguin Books, 52-128.

Kapınak, Ö., Tan. P. (2005). Rem Koolhaas ile Mimarlık ve Kültür Politikaları Üzerine. *Arkimeet*, 3-11.

Karlova, R. U. (2011). *Çin Modern Tarihinde Yolculuk: Bir Süper Gücün Yakın Geçmişi*. İstanbul: Başlık Yayın Grubu, 147.

Kazgan, G. (2000). *Küreselleşme ve Ulus-Devlet*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları, 50.

Keyman, F. (1998). Globalleşme ve Öteki Sorunu: Postmodernizm, Feminizm, Oryantalizm. *Küreselleşme, Sivil Toplum ve İslam*. (Der. Fuat Keyman ve Yaşar Sarıbay). Ankara: Vadi Yayınları, 207-212.

Kırcı, N. (2013). *20.Yüzyıl Mimarlığı*. Ankara: Nobel Yayınevi, 7-88.

Kızılçelik, S. (1994). Postmodernizm: Modernlik Projesine Bir Başkaldırı. *Türkiye Günlüğü*, 30, 87.

- Kızılcelik, S. (2004). *Zalimler ve Mazlumlar: Küreselleşmenin İnsani Olmayan Doğası*. Ankara: Anı Yayınları, 9-170.
- King, C. S. (2005). Postmodern Public Administration: In The Shadow of Postmodernism. *Administrative Theory & Praxis*, 27, 517-532.
- Koç, M. (2003). Küreselleşmenin Sosyolojik Boyutları. *Küreselleşme ve Psikiyatri*. Ankara: Türk Tabipler Birliği Yayınları, 52-63.
- Koolhaas, R. (2014). *Öğrencilerle Söyleşiler: Rem Koolhaas*. İstanbul: YEM Yayın, 55.
- Koray, M. (2005). Reel Küreselleşme ve Küreselleşmenin Realitesi. *alışma ve Toplum*, 14.
- Kumar, K. (1993). Modernity. In W. Outwhite and T. Bottomore (Eds.), *The Blackwell Dictionary of Twentieth - Century Social Thought*. Oxford: Blackwell, 391.
- Kusno, A. (2010). Tropics of Discourse: Notes on the Reinvention of Architectural Regionalism in Southeast Asia in the 1980s. *Fabrications*, 19/2, 58-81.
- Küçükalp, K. (2010). *Nietzsche ve Postmodernizm*. İstanbul: Kibele Yayınları, 82.
- Le Roux, H. (2003). The Networks of Tropical Architecture. *The Journal of Architecture*, 337-354.
- Lee, Q. L. (2008). *City Between Worlds: My Hong Kong*. Cambridge MA: The Belknap Press of Harvard, 26-28.
- Lin, N. (2001). Architecture Shenzhen. *Great Leap Forward: Harvard Design School Project on the City*, 156-263.
- Marx, K. (2015). *Kapital: Cilt:3*. (ev. Mehmet Selik). İstanbul: Yordam Kitap, 49.
- Mathews, G., Ma, K. E., Lui, T. (2008). *Hong Kong, China: Learning to Belong to a Nation*. New York: Routledge, 25.
- McClain, J. L. ve Merriman J. M. (Editörler). (1994). Edo and Paris: Cities and Power. *Edo and Paris: Urban Life and the State in the Early Modern Era*. NY: Cornell University Press, 12-13
- McDonogh, G., Wong, C. (2005). *Global Hong Kong*. New York: Routledge, 78-81.
- McNeill, D. (2009). *The Global Architect: Firms, Fame and Urban Form*. Londra: Routledge Yayınevi, 17-100.
- Mitchell, J. M. (2003). *Me++ The Cyborg Self and The Networked City*. Cambridge: MIT Press, 7-17.
- Mitter, R. (2012). *Modern in*. (ev. İnci Öztrk). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları. (Eserin orijinali 2008’de yayımlandı), 9-175.

- Ng, J. (2009). *Paradigm City: Space, Culture and Capitalism in Hong Kong*. Albany: SUNY Press, 92-94.
- Ng, J. (2010). *Hong Kong State of Mind*. Hong Kong: Blacksmith Books, 72-73.
- Ohmae, K. (1990). *The Borderless World: Power and Strategy in the Interlinked Economy*. London: Fontana, 19.
- Öncü, A., Weyland, P. (1997). *Space, Culture and Power: New Identities in Globalizing Cities*. London: Zed Books, 9-11.
- Pehlivan, D. F. (2010). *Rem Koolhaas ve Yapıtları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul, 27-30.
- Pekin, Ş. (2019). *Yirmi birinci Yüzyıl İçin Mimarlık Tarihi*. (1. Baskı). İstanbul: Ofset Yapımevi, 48-72.
- Reich, R. (1994). “Küresel Ağlar”, *Küresel Rekabet içinde*. (Çev. Mustafa Özel). İstanbul: İz Yayınları, 54.
- Ren, X. (2011). *Building Globalisation: Transnational Architecture Production in Urban China*. Chicago and London: The University of Chicago Press, 47-171.
- Ritzer, G. (2011). *Toplumun McDonaldlaştırılması*. (Çev. Şen Süer Kaya). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 23.
- Roth, M. L. (2000). *Mimarlığın Öyküsü*. (Üçüncü Baskı). İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 629.
- Sassen, S. (1996). The Global City. In Susan Fainstein and Scott Campbell (Eds). *Readings in Urban Theory*. Blackwell, 61-72.
- Sassen, S. (1999). Whose City Is It? Globalisation and the Formation of New Claims. *Cities and Citizenships*. (Haz. James Holston). Durham: Duke University Press, 180.
- Sassen, S. (2005). The Global City: Introducing a Concept. *The Brown Journal of World Affairs*. XI, 2, 27-33.
- Schumpeter, J. A. (2007). *Kapitalizm, Sosyalizm ve Demokrasi*. (Çev. H. İlhan). Ankara: Alter Yayıncılık, 103.
- Simmel, G. (2015). *Bireysellik ve Kültür*. (Çev. Tuncay Birkan). İstanbul: Metis Yayınları, 318-319.
- Spencer, D. (2016). *The Architecture of Neoliberalism: How Contemporary Architecture Became an Instrument of Control and Compliance*. New York: Bloomsbury Academic, 110.
- Stiglitz J. (2002). *Küreselleşme-Büyük Hayal Kırıklığı*. (Çev. Arzu Taşçıoğlu ve Deniz Vural). İstanbul: Plan B Yayınları, 29.

- Suner, A. (2018). *Hong Kong=İstanbul Şehri Şahsileştirmek*. İstanbul: Metis Yayınları, 77-165.
- Sykes, K. A. (Editör). (2017). *Yeni Bir Gündem İnşa Etmek Mimarlık Kuramı 1993-2009*. İstanbul: Küre Yayınları, 24-158.
- Şumnu, U. (2007). Yapısökümün Mimarisi. *Doxa*, 5, 124-28.
- Talas, M. (2004). Küreselleşme ve Kültür. *Küreselleşme ve Psikiyatri*. Ankara: Türk Tabipler Birliği Yayınları, 229-244.
- Tanyeli, U. (2001). Mimari Hizmet Ne Kadar Küreselleşebilir?. *Domus*, 03(04), 52-55.
- Tomlinson, J. (2013). *Küreselleşme ve Kültür*. (Çev. Arzu Eker). (2. Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 129.
- Toorn, V. R. (2005). Hayallerin Sonu mu? Güncel Hollanda Mimarlığında Gerçeklik Tutkusu ve Bunun Sınırları. *Design Magazine*, Autumn 2004/Winter 2005, 22-31.
- Veblen, T. (1994). *The Theory of the Leisure Class*. New York: Penguin Classics, 50-62.
- Watson, J. K. (2011). *New Asian City: Three-Dimensional Fictions of Space and Urban Form*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 35.
- Wellman, B. (2002). Designing the Internet for a Networked Society. *Communications of the ACM* 45, 5, 91-96.
- Yavuz, H. (2010). *Alafrangalığın Tarihi: Geleneğin Tasfiyesi ya da Yeniden Üretilmesi*. İstanbul: Timaş Yayınları, 79.
- Yeates, N. (2002). Globalisation and Social Policy. *Global Social Policy*, 2 (1), 629-631.
- Zheng, Y. (2004). *Globalisation and State Transformation in China*. Cambridge: Cambridge University Press, 1.
- Zukin, S. (1992). The City as a Landscape of Power: London and New York as Global Financial Capitals. In N. Brenner and R. Keil (Eds.). *The Global Cities Reader*. New York: Routledge, 138-144.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : OĞUZ, Emine
Uyruğu : T.C.
Doğum tarihi ve yeri : 14.10.1989, Muğla
Medeni hali : Bekar
Telefon : 0 (536) 630 11 41
e-mail : emineoguzz@gmail.com



Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi / Mimarlık	Devam Ediyor
Lisans	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi / Mimarlık	2011
Lise	Dalaman Anadolu Lisesi	2007

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2017-Halen	Muğla İl MEM	Mimar
2012-2017	Millî Eğitim Bakanlığı-İEDB	Mimar

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar

-

Hobiler

Fotoğrafçılık, Seyahat



GAZİ GELECEKTİR..