

T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIM ANA SANAT DALI
GRAFİK TASARIM PROGRAMI

GEÇİCİ MİMARİ YAPILARDA
GRAFİK ÖGELERİN KULLANIMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Turhan ARUN

Danışmanı
Yrd. Doç. Nuri SEZER

İstanbul – 2012

T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIM ANA SANAT DALI
GRAFİK TASARIM PROGRAMI

GEÇİCİ MİMARİ YAPILARDA
GRAFİK ÖGELERİN KULLANIMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Turhan ARUN

Danışmanı
Yrd. Doç. Nuri SEZER

İstanbul – 2012

İÇİNDEKİLER

ŞEKİL LİSTESİ.....	iii
TEŞEKKÜR.....	vii
ÖZET.....	viii
ABSTRACT.....	ix
GİRİŞ	1
1. GRAFİK TASARIM KAVRAMI.....	2
1.1 Grafik Tasarım Nedir?.....	2
1.2 Grafik Tasarımın Basit Tarihçesi.....	6
1.3 Kurumsal Kimlik Kavramı	9
1.4 Gestalt Prensipleri.....	19
1.4.1 Benzerlik.....	19
1.4.2 Devamlılık	20
1.4.3 Tamamlama.....	21
1.4.4 Yakınlık	21
1.4.5 Figür ve zemin	22
2. MİMARLIK KAVRAMI.....	24
2.1 Mimarlığın Kısa Tanımı	24
3. MİMARİ YAPILARIN SINIFLANDIRILMASI	26
4. MİMARİDE GEÇİCİLİK KAVRAMI.....	29
4.1 Geçici Mimari Yapıların Tanımı	29
4.2 Geçici Mimari Yapıların Amaçları	30
4.3 Geçici Mimari Yapıların Tarihsel Gelişimi	44
4.3.1 1844 Fransız Sanayi Sergisi.....	47
4.3.2 Crystal Palace.....	48
4.4 Geçici Mimari Yapıların Türleri.....	53
4.4.1 Çadırlar ve Membran Yapılar	53
4.4.2 Pavilyonlar	54
4.4.3 Fuar Standları.....	59
4.4.3.1 Fuar ve Fuar Standı Tanımı:.....	59

4.4.3.2	Fuar Standartları.....	60
5.	GEÇİCİ MİMARİ YAPILARIN TEMEL ÖZELLİKLERİ	62
5.1	Yapı Görünümü ve Farklılığı:.....	63
5.2	Bitmiş Ürün Görüntü Kalitesi:.....	66
5.3	Kurum Söküm Kolaylığı:	68
5.4	Maliyet:.....	69
6.	GRAFİK ve MİMARLIK İLİŞKİSİ	70
6.1	Mimarlar ve Grafik Tasarımcıların Benzerlikleri	70
6.2	Mimaride Grafik Öğelerin Kullanımı	71
6.2.1	Supergraphics.....	91
6.2.2	Graffiti	91
6.2.2.1	Tarihçesi.....	91
6.2.2.2	Gelişimi	92
6.2.3	Çevresel Grafik Tasarım	101
7.	GEÇİCİ MİMARİ YAPILARDA GRAFİK ÖGELERİN KULLANIMI	103
7.1	Farklılaştırma.....	103
7.2	Farkındalık yaratma	107
7.3	İletişim kurma.....	108
7.4	Mesaj İletme	110
7.5	Fonksiyon Bildirme	111
8.	SONUÇ.....	113
9.	KAYNAKLAR	116
10.	ÖZGEÇMİŞ.....	119

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1-1: Ülke bayrakları	3
Şekil 1-2: Çeşitli firma logoları.....	3
Şekil 1-3: Montaj şeması örneği	4
Şekil 1-4: Sosyal sorumluluk posteri çalışması	5
Şekil 1-5: Eski sistemi kullanan bir dizgici	7
Şekil 1-6: Eski bir matbaa makinesi ve operatörü	7
Şekil 1-7: Modern bir tam otomatik baskı makinesi.....	8
Şekil 1-8: Temel kurumsal kimlik çalışması örneği	10
Şekil 1-9: Web sitesi tasarımı da içeren bir kurumsal kimlik çalışması	11
Şekil 1-10: Haydarabaddaki Balıkçılar Birliği Binası	12
Şekil 1-11: Shengyang, Çin'de dünyanın en çirkin binası adayı bir bina	13
Şekil 1-12: Champs-Elysees Louis Vuitton Binası.....	14
Şekil 1-13: Las Vegas NY Hotel.....	15
Şekil 1-14: Las Vegas Riviera Hotel.....	15
Şekil 1-15: Las Vegas gece	16
Şekil 1-16: Las Vegas Paris Hotel	16
Şekil 1-17: Las Vegas Venedik Hotel.....	17
Şekil 1-18: Bellagio Hotel Dış Görüntüsü	17
Şekil 1-19: Bellagio Hotel lobby tavanı.....	18
Şekil 1-20: Gestalt benzerlik kuralı.....	19
Şekil 1-21: Gestalt anomalisi	20
Şekil 1-22: Gestalt devamlılığı	20
Şekil 1-23: Tmamlama ile kırmızı noktaların ortasında bir çerçeve algılanır.	21
Şekil 1-24: Yakınlık ilkesi	21
Şekil 1-25: Figür ve zemin.....	22
Şekil 1-26: Gestalt İlkeleri	22
Şekil 1-27: Bir binanın grafik anlatımı	23
Şekil 1-28: Aynı binanın Gestalt ilkelerine göre gruplanmış algılanma halleri.....	23
Şekil 4-1: Amerikan Ordu Çadırı.....	30
Şekil 4-2: Afganistan Ordu Barakaları.....	31
Şekil 4-3: NomadIQ adı ile üretilen modüler ordu barakaları	31
Şekil 4-4: Hindistan ordusu tarafından kurulmuş geçici bir köprü	32
Şekil 4-5: ESPN tarafından verilen ESPY ödülleri için yapılan sahne.....	32
Şekil 4-6: Pavilion 21 Mini opera binası	33
Şekil 4-7:Pavilion 21 Mini opera binası	33
Şekil 4-8: The Rolling Stones 2005 "A Bigger Bang" dünya turnesi sahne tasarımı	34
Şekil 4-9: The Rolling Stones 2005 "A Bigger Bang" dünya turnesi sahne tasarımı	34
Şekil 4-10: The Rolling Stones 2005 "A Bigger Bang" dünya turnesi sahne tasarımı	35
Şekil 4-11: The Rolling Stones 2005 "A Bigger Bang" dünya turnesi sahne tasarımı	35
Şekil 4-12: 2008 Pekin Olimpiyatları açılış seremonisi sahne nesnesi.....	36

Şekil 4-13: 2008 Pekin Olimpiyatları açılış seremonisi sahne nesnesi.....	37
Şekil 4-14: 2008 Pekin Olimpiyatları açılış seremonisi sahne nesnesi.....	37
Şekil 4-15: Membran yapılı geçici atölye	38
Şekil 4-16: Konteyner tarzı satış mağazası	38
Şekil 4-17: Kamp için ev.....	39
Şekil 4-18: Kartondan yapılmış geçici barınak.....	39
Şekil 4-19: Acil durumlar için konteyner tipi ev	40
Şekil 4-20: Japonya depreminde kullanılmak üzere tasarlanmış konteyner evler	41
Şekil 4-21: Japonya depreminde kullanılmak üzere tasarlanmış konteyner evler	41
Şekil 4-22: NomadIQ adı ile üretilen acil durum modüler evleri	42
Şekil 4-23: Kızılay çadır kenti	42
Şekil 4-24: Kızılay çadır kenti	43
Şekil 4-25: Kızılay çadır kenti	43
Şekil 4-26: Yangzte, Çin'de bir pazar yeri	44
Şekil 4-27: Selçuklu kapalı pazar projesi.....	45
Şekil 4-28: Kadıköy pazarı.....	45
Şekil 4-29: 1844 Fransız sanayi sergisi için yapılan geçici yapının çizimi	47
Şekil 4-30: Crystal Palace girişi.....	49
Şekil 4-31: Crystal Palace içinden bir görüntü	49
Şekil 4-32: Hyde park ve Crystal Palace.....	50
Şekil 4-33: Fuar'ın açılış törenini gösterir resim	50
Şekil 4-34: Crystal palace içinden fuar zamanını gösterir resim	51
Şekil 4-35: Penge Common'da kurulan Crystal Palace.....	52
Şekil 4-36: Bir düğün organizasyonu için kurulmuş bir membran yapısı.....	53
Şekil 4-37: Yaz döneminde gölge sağlamak amacı ile kurulan kanopi	53
Şekil 4-38: Shanghai Expo 2010 Danimarka Pavilyonu.....	55
Şekil 4-39: Shanghai Expo İsviçre Pavilyonu.....	55
Şekil 4-40: Shanghai Expo Mısır Pavilyonu.....	56
Şekil 4-41: Shanghai Expo İngiltere Pavilyonu.....	56
Şekil 4-42: WIN Fuarları 2012 Almanya Pavilyonu.....	57
Şekil 4-43: CeBIT 2010 Azerbaycan Pavilyonu.....	57
Şekil 4-44: WIN Fuarları Bulgaristan Pavilyonu.....	58
Şekil 4-45: Eiffel Kulesi.....	58
Şekil 5-1: Baymak Firması Sodex 2006 Fuar Standı.....	63
Şekil 5-2: İTO Hannover Messe Milli Katılımı	64
Şekil 5-3: Veksan firması Frankfurt Light+Building 2006 Fuarı Standı	64
Şekil 5-4: Anuga 2006 Köln -Türkiye milli katılımı salon planı	65
Şekil 5-5: Katılımcı firma yerini ve ölçülerini gösterir şema detayı.....	65
Şekil 5-6: Emas, WIN 2012 2. Faz Standı	66
Şekil 5-7: Eaton firması WIN 2012 2. Faz fuarı Standı.....	67
Şekil 5-8: Kurtoğlu Alüminyum, Yapı 2010 fuarı standı	67
Şekil 6-1 Boşluk ve doluluk dengeleri göz önüne alınarak hazırlanmış bir grafik sunum.	71

Şekil 6-2 Boşluk ve doluluk dengeleri göz önüne alınarak hazırlanmış bir mimari sunum.....	71
Şekil 6-3: Oscar Niemeyer tarafından tasarlanan St. Francis kilisesi	72
Şekil 6-4: Sage and Coombe çocuk kütüphanesi okuma salonu.....	73
Şekil 6-5: Sage and Coombe çocuk kütüphanesi okuma salonu aydınlatma elemanı detayı.....	74
Şekil 6-6: Sage and Coombe çocuk kütüphanesi bilgisayar köşesi	75
Şekil 6-7: Hastane içi röntgen odası uygulaması	76
Şekil 6-8: Sage and Coombe Sol ofisi duvar tasarımı.....	77
Şekil 6-9:Sage and Coombe Sol ofisi gerçekleştirilmiş hali	77
Şekil 6-10: Bir boya mağazası tasarımı	78
Şekil 6-11: Aynı boya mağazasının cephesi	78
Şekil 6-12: Pekin Kuş Yuvası stadyumu.....	79
Şekil 6-13: Mikimoto binası	79
Şekil 6-14: Çok katlı mağaza binası.....	80
Şekil 6-15: TOD's çok katlı mağazası.....	81
Şekil 6-16: Otopark yönlendirmesi	82
Şekil 6-17: Interaktif kent mobilyası tasarımı.....	83
Şekil 6-18: Yönlendirme tabelaları alternatifleri	83
Şekil 6-19: Mısır mezar duvarı süslemesi.....	84
Şekil 6-20: Leonardo'nun eskizlerinden bir sayfa	85
Şekil 6-21: Alhambra Sarayı kubbe süslemeleri.....	85
Şekil 6-22: Sennefer mezar süslemeleri.....	86
Şekil 6-23: Tapınak kapısı süslemesi.....	87
Şekil 6-24: Alhambra sarayı kapı süslemesi	88
Şekil 6-25 Yunan tapınak süslemeleri.....	89
Şekil 6-26: Çeşitli kapı ve kenar süslemeleri.....	90
Şekil 6-27: Graffiti tuvali olarak kullanılmış bir metro treni.....	92
Şekil 6-28: TAKI 183 tarafından yapılmış bir çalışma.....	93
Şekil 6-29: Graffiti tag örneği	94
Şekil 6-30: Türk graffiti sanatçıları çalışırken	95
Şekil 6-31: Supergraphics akımı ile dekore edilmiş fabrika bacaları	96
Şekil 6-32: Otel kat planı	97
Şekil 6-33: Ofis kat tasarımı	97
Şekil 6-34: Mimari markalamaya örnek bir bina tasarımı	98
Şekil 6-35: Spor salonu uygulaması.....	98
Şekil 6-36: Müze duvarı uygulaması	99
Şekil 6-37: Bir müze binası tasarımı.....	99
Şekil 6-38: Kentsel dönüşüm uygulaması.....	100
Şekil 6-39: Kentsel dönüşüm uygulaması.....	100
Şekil 6-40: Bekleme salonu tasarımı.....	101
Şekil 6-41: Sergi tasarımı.....	102
Şekil 7-1: Temel stand örneği	104
Şekil 7-2: Octanorm stand üstüne giydirilmiş grafik öğeler	105

Şekil 7-3: Pop-up stand örneği.....	106
Şekil 7-4: BMW Pop-up standı.....	107
Şekil 7-5: Noguera Kitty standı	108
Şekil 7-6: Huawei standı fonksiyonel bölümlere sunum paftası.....	108
Şekil 7-7: Huawei firması için Inhouse tarafından hazırlanan stand sunumu.....	109
Şekil 7-8: Huawei için Işingör Design tarafından hazırlanan stand sunumu.....	109
Şekil 7-9: Dış mekan için kurulmuş geçici membran yapı	110
Şekil 7-10: Bir içecek markası için yapılmış olan geçici bar.....	110
Şekil 7-11:Geçici askeri hastane	111
Şekil 7-12: Geçici Barınak.....	112
Şekil 7-13: Modüler kompozit kabin tasarımları	112
Şekil 8-1: General Electric CeBIT fuarı standı.....	114

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleőmesinde her tŒrlŒ yardım, uyarı ve yapıcı eleőtirileriyle bŒyŒk emeği geçen danıőmanım Sayın Yrd. Doç. Nuri Sezer'e, Sayın Nihat Yılmazer'e, sevgili eőim Őeniz Arun'a, yine emeği geçen tŒm hocalarıma ve arkadaőlarıma desteklerinden dolayı teőekkŒr ederim.

GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı : Turhan ARUN
Anasanat Dalı : Grafik Tasarım
Programı : Grafik Tasarım
Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Nuri Sezer
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans – Mayıs 2012

GEÇİCİ MİMARİ YAPILARDA GRAFİK ÖGELERİN KULLANIMI

ÖZET

Dünya'nın değişmesi ve gelişmesi sırasında artan tüketim eğilimi ile mimari yapılar da dahil olmak üzere hemen hemen tüm tasarım disiplinlerinin ürünleri daha kısa sürede tüketilir olmuştur. Bu gelişmeler sonucunda güçlenen bir kavram olarak ortaya çıkan mimaride geçicilik kavramının ürünü olan yapıların karakteristik olarak barındırdıkları eksikliklerin büyük bir kısmı grafik tasarım ile tamamlanmaktadır.

Bu tezde iki disiplin arasındaki ortak ve farklı olgular incelenerek aralarındaki ilişkiler ve bir disiplinin diğerini ne şekilde tamamladığı hakkında çıkarımlar öne sürülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Geçici, Mimarlık, Yapı, Grafik Tasarım, Fuar, Pavilyon, Stand, Sahne.

GENERAL INFORMATION

Name and Surname : Turhan ARUN
Field : Graphic Design
Program : Graphic Design
Supervisor : Yrd. Doç. Nuri Sezer
Degree Awarded and Date : Yüksek Lisans – Mayıs 2012

THE USE OF GRAPHICAL COMPONENTS IN TEMPORARY ARCHITECTURAL STRUCTURES

ABSTRACT

The rapid developments and changes in every field in the world gave way to a tendency towards rapid consumption in various disciplines. This consumption also has a major effect on disciplines of industrial designs, including architectural structures.

As a consequence, a concept of impermanence has occurred in architecture and the deficiencies in the projects of this concept are completed by graphic design.

In this thesis, a comparative study between architecture and graphic design has been carried out, analyzing the common and different aspects, and how the two disciplines affect one another.

Keywords: Temporary, Architecture, Structure, Building, Graphics Design, Tradeshow, Fair, Exhibition.

GİRİŞ

İnsanoğlunun geçmişe göre daha fazla tüketim eğilimli olduğu günümüzde artık grafik öğeler ve mimari yapılar da daha hızlı tüketilmektedir. Bunun neticesinde tasarımların planlanan yaşam süreleri kısalmıştır. Bu nedenle mimarinin bileşenlerinden biri olan geçici mimari daha fazla önem kazanmıştır.

Geçici mimarinin ortaya koyduğu yapılar kalıcı yapılara göre diğer disiplinlerden daha fazla beslenmek durumundadır çünkü geçici olmalarından kaynaklanan bazı gereksinimleri mevcuttur.

Bu tez geçici mimari yapıların bu tarz eksiklikleri tamamlarken grafik tasarımdan ne şekilde faydalandığını iki disiplin arasındaki ortak ve farklı noktalar ile iki disiplinin birbirini tamamladığı noktaları araştırarak ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Tezin hazırlanması sırasında iki disiplinin hem kendilerine özel hem de ortak teorik ve pratik kuralları araştırılmış, bu teorilerin uygulamalarının her iki disiplinde de ortaya çıkardığı sonuçlar incelenmiştir.

Ayrıca tez kapsamında bu iki disiplinin birbirleri ile ilgili kronolojik ilişkileri de anlatılmaya çalışılmıştır.

1. GRAFİK TASARIM KAVRAMI

1.1 Grafik Tasarım Nedir?

Grafik tasarım, geleneksel olarak düz, 2 boyutlu yüzey üstünde problem çözme olarak tanımlanmaktadır. (Arntson, 2007) Ancak günümüz koşullarında bu tanım çok sınırlı kalmaktadır.

Grafik tasarımın bir disiplin olarak daha geniş ele alınması gerekmektedir. Bir disiplin olarak bakıldığında grafik tasarım; fikir, konsept, metin ve imajları girdi olarak alan ve bunları görsel açıdan ilgi çekici bir şekilde basılı ve elektronik ya da diğer bir ortamda sunan bir disiplindir. (Arntson, 2007) (Wikipedia, Graphic Design)

Anlatılan içeriğin izleyici tarafından algılanmasını ve anlaşılmasını optimize eden bir düzen ve yapı uygulayarak iletişim sürecini daha kolay bir hale getirmeyi amaçlar. Bir tasarımcı bu amaca tasarım elemanlarını bilinçli bir şekilde işleyerek ulaşır.

Bir tasarım felsefi, estetik, hissi, duygusal ve politik herhangi bir mahiyette olabilir.

Aslında grafik tasarım çevremizde gördüğümüz her şeyin içinde yer almaktadır. Çevremizdeki nesnelere açıklayarak, dekore ederek, belirleyerek dünyamıza bir anlam yükler. Yol işaretlerinden reklamlara, sigara paketlerine, ilaçlara, giysilerimize binalara varana kadar her yerde grafik tasarım öğeleri ile iç içe yaşamaktayız. Çünkü grafik, tasarımın en önemli ve ayrılmaz ana bileşenlerinden biridir ve üstelik zamansızdır. Yani iletişime ihtiyaç duyulan her dönemde ve zamanda grafik tasarıma da ihtiyaç duyulmuştur ve duyulacaktır.

Grafik tasarımının pek çok fonksiyonu vardır:

Sınıflar ve farklılaştırır.

Bu fonksiyonlarının bir örneğini firma logolarında ya da ülke bayraklarında görebiliriz.



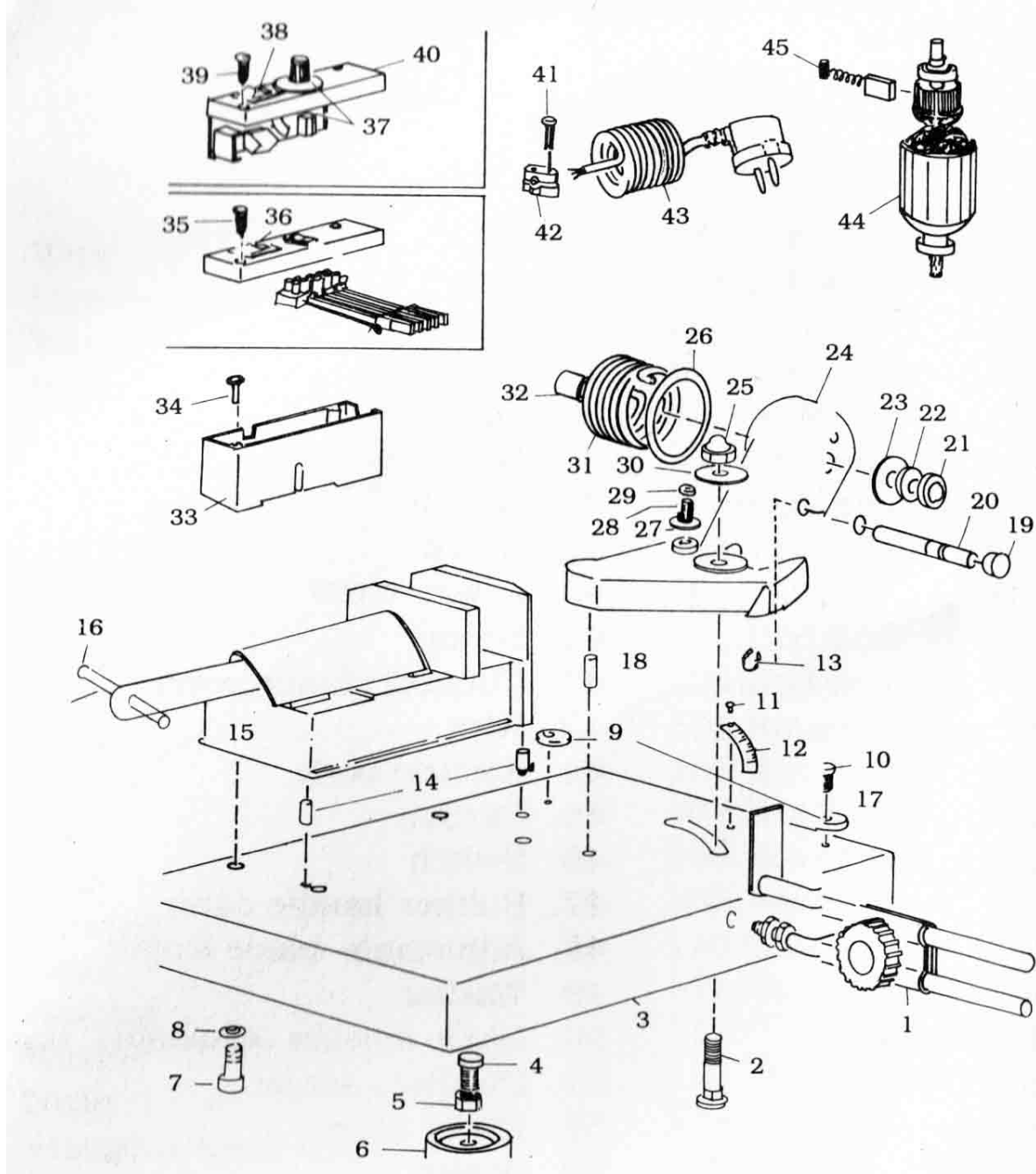
Şekil 1-1: Ülke bayrakları



Şekil 1-2: Çeşitli firma logoları

- Bilgilendirir.

Bu fonksiyonu için örnek montaj ve kullanma kılavuzlarıdır.



Şekil 1-3: Montaj şeması örneği

- Duygularımıza hitap ederek etrafımızdaki dünyayı nasıl algılayacağımıza yön verebilir. Bu konuda posterler uygun örneklerdir.



Şekil 1-4: Sosyal sorumluluk poster çalışması

Hangi fonksiyon kullanılırsa kullanılsın, iletişim, bir fikrin iletilmesi grafik tasarımın temelidir. Grafik tasarımın bu kadar ilginç ve sonsuz evrimleşen bir disiplin olmasının nedeni de bu iletişim faktörüdür. Tasarımcılar başarılı olabilmek için mesajlarını günün geçerli akımlarından, konularından gelişmelerinden haberdar olarak ve bunları kullanarak aktarmalıdır.

Uygulama alanlarına bağlı olarak bir tanım yapıldığında grafik tasarımın kişilerin gördüğü ve okuduğu şeylerin tasarımı olduğu söylenilebilir. Bu alan sürekli genişlemektedir.

Grafik tasarım birden çok disiplini çevreleyen bir yaratıcı görsel sanatlar disiplinidir. Bu nedenle bir grafik tasarımcı, tasarımın içerdiği herhangi bir alanda uzmanlaşabilir. Bir tasarımcı farklı çevre ve şirket koşullarında farklı roller üstlenebilir. Bir çok farklı etkinlikte yer alabilir ve başka disiplinlerden yaratıcı profesyoneller ile çalışabilir. Her tasarım stüdyosunun farklı bir stili, amacı, etkisi, gücü ve kültürü vardır.

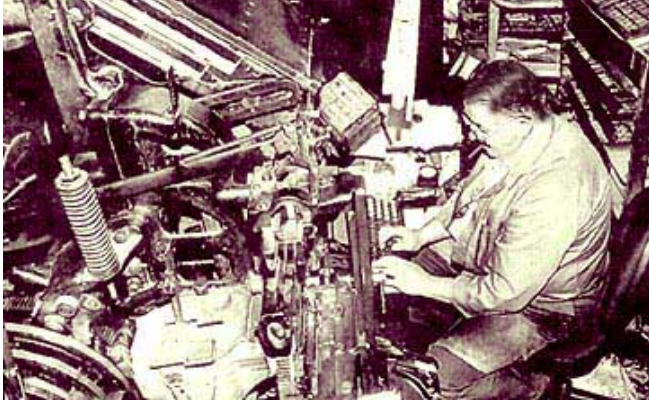
Aynı disiplini uygulayanlar gibi disiplinin kendisi de aslında bu kadar esnekler.

1.2 Grafik Tasarımın Basit Tarihçesi

Grafik tasarım basım ve yayım endüstrisinden geliştirilmiştir. Grafik tasarım terimi ilk defa 1950'li yıllarda kullanılmaya başlanmıştır.

İkinci dünya savaşından sonra ortaya çıkan "Tüketim Ekonomisi" kavramının getirdiği rekabet ortamının koşulları gereği ürünlerin ambalajları çok önem kazanmıştır. Daha fazla tüketicinin ilgisini çeken ambalajlar yapılmaya çalışılmıştır. Aynı dönemde magazin tarzı süreli yayınların sayısında da bir artış olmuştur. Baskı teknolojisindeki gelişmeler ile kesişen bu gereksinimler tasarımcıların yeni üretim imkanlarını denemeye itmiştir. Grafik tasarımın bu ekonomik ortamda getirdiği avantaj bu disiplinin daha da vazgeçilmez olmasını sağlamıştır.

Renkli ve görsel iletişim yarattığı rekabet gücü daha fazla fark edildikçe grafik tasarım disiplininin hitap ettiği sektörler genişlemiştir. Bu genişleme nedeni ile teknolojik gelişmelerde hız kazanmış ve bu döngü içerisinde birbirlerini hızlandıran bir hal almıştır.



Şekil 1-5: Eski sistemi kullanan bir dizgici



Şekil 1-6: Eski bir matbaa makinesi ve operatörü

Dijital çağda teknolojik gelişmeler baskı sektöründe bir devrim yaratmıştır. Dizgicilik, el ile ilüstrasyon hazırlama gibi bazı iş dalları tasarımcılar tarafından bilgisayar başında hazırlanabildiği için yok olmaya başlamıştır. Sonuç olarak grafik tasarım, tasarımcıyı üretim aşamasında da merkeze yerleştiren çok fonksiyonlu bir disiplin haline gelmiştir. Bu durum büyük bir esneklik, etkin iletişim yeteneği gerektirir.



Şekil 1-7: Modern bir tam otomatik baskı makinesi

Daha önce belirtilen teknolojik gelişmeler tasarımcıları yaratım sürecinin tam merkezine yerleştirmiştir. Artık sıklıkla bir grafik tasarımcı tasarım sürecini yönetirken diğer yaratıcı disiplinlerden gelen çalışmalarını da koordine etmektedir. Bu nedenle bir tasarımcının sorumlulukları ve bilmek zorunda olduğu bilgi çok daha fazla artmıştır.

1.3 Kurumsal Kimlik Kavramı

Kurumsal kimlik, pazarlamada (marketing), bir kurumun görünen yüzüne verilen isimdir. Kurumun kendini ifade etme şeklidir. Bu ifade belli sınırları çizilmiş ve genellikle değişmez bir ifadedir. Kurumu anımsatacak bir tasarımın ne ölçülerde ve nasıl kullanılması gerektiğini belirten kurumsal kimlik kitabı bu sistemin vazgeçilmez ögesidir. Öyle ki bir kurumsal kimlik tasarımı içinde amblem (logo) den ofis dizaynına, çalışanların giyim kuşamından araç üstü giydirmeye, antetli kâğıttan, tabelaya, web sitesinden vefat ilanlarına, ambalaj dizaynından faaliyet raporuna kadar her şeyin ne ölçülerde ve nasıl kullanılacağı belirtilmiştir.

Kurumsal kimlik kurumun imzasıdır ve bu yönüyle değişime kapalıdır. Belli dönemlerde firma ve tasarımcıların ortak çalışmasıyla değiştirilebilmesine rağmen firma kurumsal kimlik ile oluşturduğu imajı sıklıkla değiştirmek istemez.

Kurumsal kimlik çalışmalarında hiç şüphesiz çalışmanın temeli firma amblemi üzerine kurulmuştur. Amblem renklerinin her durumda aynı değerde basılması, yazı tiplerinin hiçbir zaman değişmemesi bu çalışmanın temelini oluşturur.

Özellikle renk bilgisinin taşınması, değişmemesi için renklerin pantone numaraları belirtilir.

Kurumsal kimlik firma için oluşturduğu imajla, tüketicinin aklına kazınır. Bu yönüyle firmanın reklam yatırımlarının başarılı olmasının sağlayan çalışmalardan biridir. (Wikipedia, Kurumsal Kimlik Tanımı, 2011)

Olins, kurum kimliğini; bir kurumun yönetiminin, yürütülüşünün, verdiği hizmetler ve eylemlerin belirlenmiş hedeflere sembolleştirilerek sunulduğu tasarım-grafik sistemler olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlama kuruluşun kim olduğu, neler yaptığı, bu yaptıklarını nasıl yaptığı, nasıl tanıtım ve reklam yaptığı, ne ürettiği, ürün ve eylemlerini nerede nasıl ürettiği, sattığı veya sunduğu ve yine bu kuruluşun bütün bu gözle görülür sunumlarının, bilgi ve hizmetlerinin ardındaki gözle görülemeyen kişilik ve karakteri kurum kimliğinin hedef kitesine iletebileceği gerçekler olarak genişletmektedir. (Olins, 1995)

Ürün ya da hizmet üreten bir kurumun, zaman içinde kullanıcıları ile buluşabilmesi, iletişim kurabilmesi, ilkeli, tutarlı ve çağdaş kurumsal davranışlar geliştirmesi gerekmektedir. Son yıllarda kurumlarda böyle bir talep ve bilinç oluşmaktadır. (Napoles, 1987)

Kurum kimliği konusu ile kuramsal düzeyde ilgilenen iletişim bilimcileri, kimliği oluşturan unsurların yalnızca amblem, logotype, tipografi, grafik ve mimari ile sınırlı olmadığını; bunların yalnızca görsel tasarım ögeleri olduğunu vurgulamaktadırlar. Ne var ki kurum kimliği çalışmalarının tarihsel kökeni grafik alanına dayanmaktadır. Daha geniş anlamda ele alınacak bir kimliğin ise, tasarımın yanı sıra diğer boyutlarının; kurumsal iletişim, kurumsal davranış, kurum felsefesi, kurum kültürü olduğunu; bu unsurların, işletmeye, organizasyona dönük olarak kullanılmasının kimliği belirlediğini ve sonuçta toplam bir imaj oluşturduğunu ileri sürmektedirler ve kuruma ait felsefe, davranış, kültür ve iletişim konularını irdelemektedirler. (Emiroğlu, 2002)

Günümüzde kurumsal kimlik dendiğinde ilk olarak akla firmanın basılı olan evraklarında ve bu evraklar ile ilintili diğer mecralarda aynı görsel özellikleri barındırması gelmektedir.



Şekil 1-8: Temel kurumsal kimlik çalışması rneği



Şekil 1-9: Web sitesi tasarımı da içeren bir kurumsal kimlik çalışması

Kurumsal kimlik çalışmaları öneren firmalar ağırlıklı olarak 4 ana konu üzerinde odaklanmaktadır.

- Firmanın rakiplerinden ayrı ve benzersiz özelliklerini ortaya koymak.
- Firma tarafından önerilen ürün ve hizmetlerin kalite ve benzersizliğini vurgulamak.
- Firmanın kuvvetli yanlarını ortaya koymak.
- Hedef kitleye net ve bilgilendirici bir mesaj iletmek

Yalın hali ile günümüz kurumsal kimlik hizmetleri

- Logo tasarımı
- Web sitesi tasarımı
- Kurumsal katalog tasarımı
- Basılı evrak grubu tasarımı
- Promosyon ürünlerinin tasarımı
- Varsa etiket ve benzeri logo kullanım yerlerinin tasarımı
- İş sunumu tasarımı
- Fuar standı tasarımı

Maddelerini içermektedir.

Daha önce de belirtildiği gibi kurumsal kimlik kavramı sadece bu hizmetler ile sınırlı kalmayan firmanın ve çalışanların giyiminden davranış biçimine kadar bir çok

noktayı çok detaylı bir şekilde tanımlayabilen ve detaylandırıldığı kadar tutarlı hale gelen ve bu nedenle güçlenen bir kavramdır.

Son 30 yılda öne çıkan kavramlardan “Mimari Markalama” kavramı da aslında bu kurumsal kimlik çalışmalarının iki boyutlu grafik olmaktan çıkıp üç boyutlu grafik haline gelmesi ile oluşmuştur.

Tasarımın her dalında olduğu gibi bu konuda da iyi ve kötü uygulamalar mevcuttur. Firmanın sadece logosunun veya renk düzeninin iki boyutlu ortamdan alınıp üç boyutlu ortama taşınması çok yeterli bir girişim değildir.



Şekil 1-10: Haydarabaddaki Balıkçılar Birliği Binası

Bu resimde görüldüğü gibi binanın kullanıcıları Balıkçılar Birliği olması nedeni ile balık şeklinde bir bina yapılmış olması çok sık bir anlatımdır. Tıpkı grafik tasarım disiplinde olduğu gibi mimaride de bu “Kitch” olarak kabul edilir.



Şekil 1-11: Shenyang, Çin'de dünyanın en çirkin binası adayı bir bina

Konu ile ilgi başka bir örnek ise Shenyang, Çin’de ki Fang Yuan binasıdır. Çince de Fang kare, Yuan ise daire anlamına geldiği için Fang Yuan firmasının binası bu semboller kullanılarak inşa edilmiştir. Bu bina CNN web sitesinde dünyanın en çirkin binaları arasında listelenmiştir. (Inspire Fusion, 2012)

Verilen örnekler ile kastedilen kurumsal kimliğin birebir üzerine hiçbir anlam katılmadan hayata geçirilmesinin her zaman kötü olduğunu göstermediğini belirtmek gerekir. Zira geçici yapılarda bu tür bir uygulama uygun ve etkili olarak kabul edilecektir. Çünkü geçici yapılar kısa süreli olarak hayat bulur ve bu süre zarfı içinde amacına ulaşmak zorundadır. Bu amaç bir mesajı iletme ya da dikkat çekmek olabilir.

Örneğin Paris, Champs-Elysees bulvarındaki Louis Vuitton mağazasının ön cephesinde yapılan renovasyon işlemleri sırasında kurulan iskeleler firmanın maskotu olan çanta modelleri şeklinde giydirilerek hem çevresel çirkinlik önlenmiş hem de bulvardan geçen insanların dikkati mağazaya çevrilmiştir. Bu şekilde tadilat gibi ziyaretçileri kötü şekilde etkileyecek olan ciddi bir dezavantaj ikonik bir geçici

yapı ile avantaj haline dönüştürülmüştür. Bu yaklaşım günümüzde “Çevresel Grafik Tasarım” şeklinde adlandırılmaktadır. Bu geçici yapının teknik özellikleri bir mimari yapıya ait iken algısal özellikleri bir grafik tasarım nesnesine aittir. Bu nedenle bu tür geçici yapıların birer grafik tasarım ürünü olduğu söylenebilir.



Şekil 1-12: Champs-Elysees Louis Vuitton Binası

Bu tür tematik geçici yapıların en önemli örnekleri Las Vegas’da bulunmaktadır.

Las Vegas günümüz tüketim odaklı toplumunun taleplerini karşılamak üzere sürekli yenilenen ve devinen bir mimari yapıya sahiptir. Kentin ana gelir kaynağını oluşturan casino otelleri belirli bir zaman aralığında yaşamak ve görevlerini yerine getirmek üzere planlanır ve inşa edilirler. (Venturi, Izenour, & Brown, 1977)

Yaşam süreleri bu şekilde belirlendiği için bu binalar geçici yapı olarak değerlendirilirler.

Las Vegas’da inşa edilen otel binaları, tematik geçici yapılardır. Otel’in yönetiminden sorumlu olan kişi ya da kurul tarafından belirlenen temaya uygun olarak yapılan kurumsal kimlik çalışması sonucunda oteller şekillenmektedir. Bu tip tematik uygulamalarda tasarlanan yapılar grafik özellikleri yardımı ile belirlenen temaya uygun hale getirilir.



Şekil 1-13: Las Vegas NY Hotel



Şekil 1-14: Las Vegas Riviera Hotel



Şekil 1-15: Las Vegas gece

Örnek resimlerde de görüldüğü gibi yapılar belirlenen temalara uygun olarak adeta kartpostal gibi tasarlanmış ve uygulanmıştır. Örneğin NY Hotel New York meşhur silüetini andıracak şekilde tasarlanmıştır.

Bu otellerin dış kabukları yani esas formları çevredeki insanları etkileyecek, onların dikkatini çekecek şekilde birer çevresel grafik tasarım ürünü olarak planlanmıştır.



Şekil 1-16: Las Vegas Paris Hotel



Şekil 1-17: Las Vegas Venedik Hotel



Şekil 1-18: Bellagio Hotel Dış Görüntüsü



Şekil 1-19: Bellagio Hotel lobby tavanı

Özellikle son örnekte görüldüğü gibi 3 boyutlu bir nesne olan cam çiçeklerin aşağıdan bakan ziyaretçiler için bir grafik tasarım çalışması olarak algılanması kaçınılmazdır.

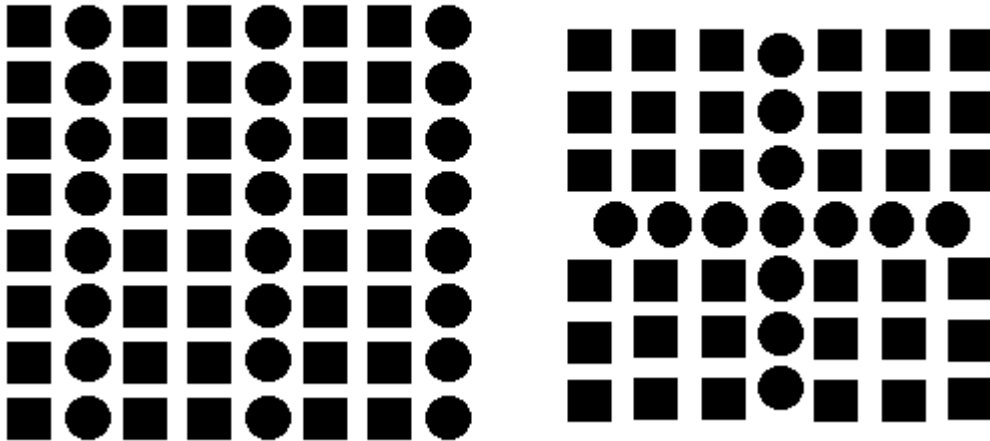
1.4 Gestalt Prensipleri

Gestalt “ Birleşmiş Bütün” manasına gelen psikolojik bir terimdir. 1920’li yıllarda Alman bilim insanlarının geliştirdiği görsel algı teorilerine “ Gestalt Prensipleri” denmektedir. Bu prensiplerin amacı kişinin görsel elemanları ne şekilde algıladığını ortaya koymaktır. Gestalt uyarınca kişi görsel öğeleri gruplar halinde bir bütün olarak algılar ve işler. (Lal, 2010) Bu öğelerin bir bütün olarak ele alınmasını sağlayan prensipler şu şekildedir:

1.4.1 Benzerlik

Benzerlik, nesnelere birbirine benzer görüldüğünde oluşur. Benzer nesnelere bir araya geldiği bir grubu kişi bir desen olarak algılar.

Similarity



Şekil 1-20: Gestalt benzerlik kuralı

Yukarıdaki örnekteki çizimi, insanlar dikey olarak dairelerden ve karelerden oluşmuş kolonlar ya da aynı şekilde dairelerden oluşmuş bir artı işareti ile dört adet kare olarak algılar.

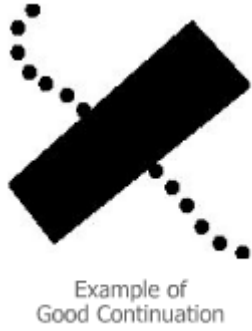
Benzerliğin olduğu durumlarda bir nesne diğerlerinden farklı ise bu nesne öne çıkarak baskın hale gelecektir. Bu duruma *anomali* denir.



Şekil 1-21: Gestalt anomalisi

1.4.2 Devamlılık

Devamlılık grafiğe bakan kişinin gözünün bir nesneden diğerine hareket etmek zorunda kalması durumudur.



Şekil 1-22: Gestalt devamlılığı

1.4.3 Tamamlama

Tamamlama bir nesnenin eksik olduğu durumlarda ortaya çıkar. Boşluğun etrafını saran grafik tam olarak o boşluğu çevrelemiyor ise kişi zihninde bu boşluğu tamamlayarak grafiği kavrayacaktır.



Şekil 1-23: Tmamlama ile kırmızı noktaların ortasında bir çerçeve algılanır.

1.4.4 Yakınlık

Nesneler birbirlerine bir ilişki kurulabilecek kadar yakın yerleştirildiğinde bir bütun olarak algılanırlar.



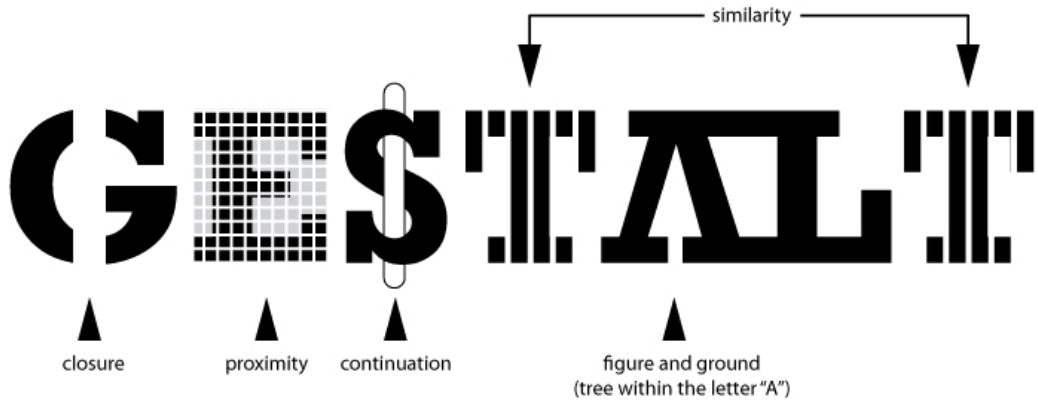
Şekil 1-24: Yakınlık ilkesi

1.4.5 Figür ve zemin

Kişi bir nesne ile bu nesneyi çevreleyen alanı birbirinden ayırır. Bu alanın içinde kalan form, siluet veya şekil figür olarak algılanırken çevresindeki alan ise zemin olarak algılanır.



Şekil 1-25: Figür ve zemin



Şekil 1-26: Gestalt İlkeleri

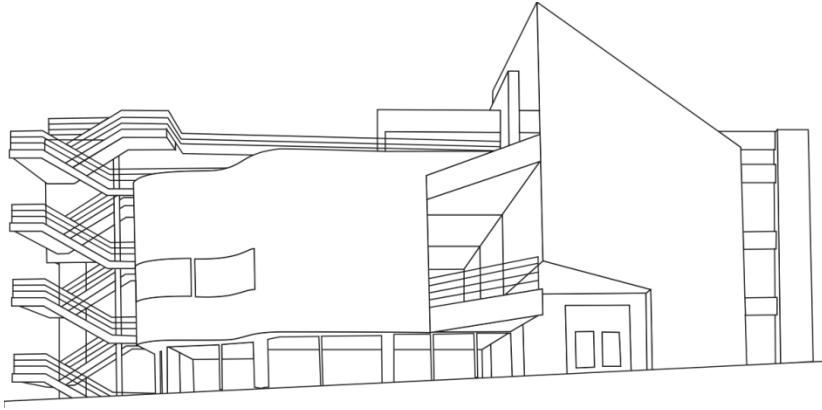
Gestalt prensipleri aynı grafik tasarımda olduğu gibi mimaride de geçerlidir. Çünkü sonuçta her iki disiplinin de ürünleri insanlar tarafından algılanır ve kavranırlar. (Lehman, 2009)

Mimaride ve grafik tasarımda simetrik ya da asimetrik olsun bir tür dengeye ulaşılması esastır. Bu nedenle tasarım aşamasında her iki disiplinde de göz önüne alınan Gestalt gibi teori ve prensipler vardır.

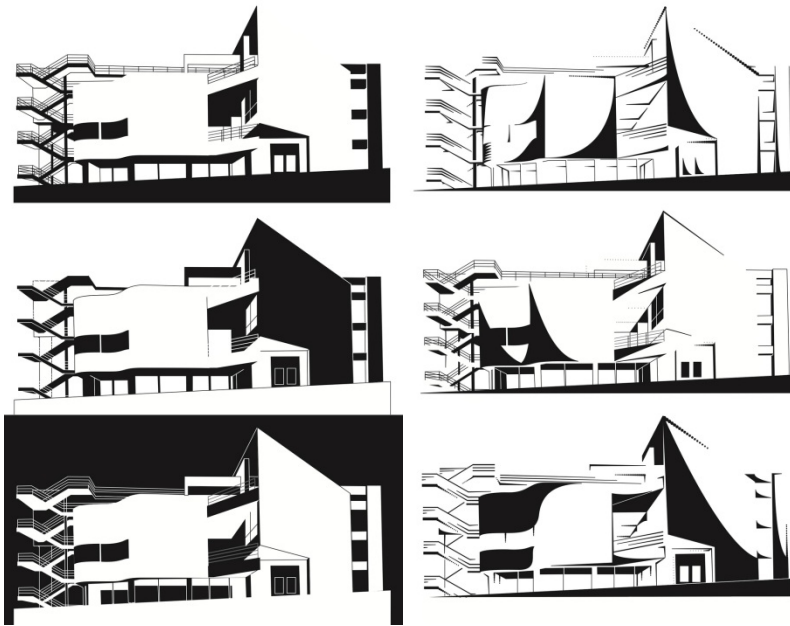
Örneğin bir yapıyı belirli bir mesafeden izlerken kişi yapının dış kabuğu ya da belki dokusu nedeniyle daha önce belirtilen Gestalt prensiplerinden herhangi birini uygulamış olabilir.

İnsanoğlu her ne kadar stereoskopik görüşe yani iki göz arasındaki farklılıkların yarattığı derinlikli görüşe sahip olsa da üç boyutlu nesnelere kavramsal olarak iki boyutlu olarak görmekte ve kavramaktadır. Aynı şekilde aslında iki boyutlu olarak adlandırılan nesnelere de bir anlamda iki boyutlu denilen yapay bir derinlik boyutu eşliğinde kavramaktadır.

Bu nedenle bir yapıya bakıldığında o yapının detaylarının haricinde dış kabuğunun yarattığı form da grafik bir nesne olarak algılanmaktadır.



Şekil 1-27: Bir binanın grafik anlatımı



Şekil 1-28: Aynı binanın Gestalt ilkelerine göre gruplanmış algılanma halleri

2. MİMARLIK KAVRAMI

2.1 Mimarlığın Kısa Tanımı

Mimari tıpkı grafik gibi çok geniş bir alana hitap eden ve devamlı değişen ve kendini yeniden tanımlayan bir kavramdır. En basit hali ile yapılan bir çok tanımı arasından iyi bir özet sağlayan Wikipedia tanımına göre;

Mimarlık veya mimari, binaları ve diğer fiziki yapıları tasarlama ve kurma sanatı ve bilimidir. İnsanların yaşamasını kolaylaştırmak ve barınma, dinlenme, çalışma, eğlenme gibi eylemlerini sürdürebilmelerini sağlamak üzere gerekli mekânları, işlevsel gereksinimleri ekonomik ve teknik olanaklarla bağdaştırarak estetik yaratıcılıkla inşa etme sanatı; başka bir tanımlamayla, yapıları ve fiziksel çevreyi uygun ölçülerde tasarlama ve inşa etme sanat ve bilimidir. İnsan barınmak için yaşamak ve doğa şartlarından korunmak için bir mekân ihtiyacı duyar ve bu mekânı kendine özgü kültürel, fonksiyonel, teknik ve farklı zevklerde yaratır. (Wikipedia)

Doğan Hasol'un "Mimarlığı Tanımlamak" başlıklı yazısından yola çıkarak mimarlığın biçime ilişkin tanımlarının yanı sıra mimarın rolünün geçmiş çağlardakinden çok farklı bir konuma geldiği söylenebilir.

Mimarlık yapıtı bugün;

- Toplumsal kaygılar*
- Yaratıcılık - Yenilik*
- Sürdürülebilirlik*
- Çağdaşlık (çağdaş bir mimarlık dili)*
- Kimlik*
- Çevreyle bütünleşme, çevreyle barışıklık*
- Estetik değerler (mekânsal ve plastik değerler)*
- İç-dış uyumu*
- Strüktür değerleri*
- İşlevsel kalite*
- Ekonomik çözümler*

gibi ölçütlerin yanısıra, ekoloji, yapı fiziği, güvenlik, otomasyon gibi uzmanlık katkılarını da bünyesinde bulundurmak zorundadır.

Mimar, bütün bu gereklilikleri, ilgili disiplinlerden geniş bir uzmanlar kadrosuyla işbirliği halinde bir araya getirerek, geleceği düşünmek ve dünyanın fiziksel ortamını ve yaşam kalitesini bugünkünden daha iyi yapacak tarzda dikkatli adımlarla işini örgütlemekle yükümlüdür. (Hasol, 2008)

3. MİMARİ YAPILARIN SINIFLANDIRILMASI

Mimari yapıların sınıflandırılması ile ilgili net bir kaynak olmamasına rağmen Tübitak Yapı Araştırma Enstitüsünün çalışmasına dayanarak yapılan bir çalışma sonucunda yapılar çeşitli özelliklerine göre aşağıdaki gibi sınıflandırılabilirler:

- Gereçlerine Göre Sınıflandırma
 - Kerpiç yapılar
 - Ahşap yapılar
 - Hıms yapılar
 - Yarım kagir yapılar
 - Kagir yapılar
 - Betonarme yapılar
 - Çelik yapılar

- Buldukları Yere Göre Sınıflandırma
 - Alt yapılar yol su kanalizasyon köprü ve diğer zemin seviyesi altında kalan yapılar
 - Üst yapılar zemin seviyesi üzerinde kalan tüm yapı kesimleri

- Sürekliliğine Göre Sınıflandırma
 - Geçici yapılar kısa süreyle ve hizmet amacıyla yapılan şantiye baraka depo v.s. yapılar
 - Sürekli yapılar kalıcı olarak yapılan ve kendisinden hizmet beklenen yapılar.

- Hizmet Amaçlarına Göre Sınıflandırma
 - Konutlar müstakil ev apartman köşk ve benzerleri.
 - Konaklama yapıları otel motel kamp vb.
 - Kültür yapıları okul müze kütüphane vb.
 - Sağlık yapıları hastane dispanser sanatoryum revir sağlık ocağı vb.
 - Dini yapılar Cami mescit kilise vb.
 - Sosyal yapılar sinema tiyatro kulüp vb.

- Ticaret yapıları banka dükkan iş hanı vb.
 - Endüstri yapıları atölye işlik fabrika vb.
 - Anıtlar ve tarihi yapılar
 - Ulaştırma yapıları terminal gar deniz ve hava limanları vb.
 - Spor yapıları stadyum yüzme havuzu hipodrom vb.
 - Su yapıları baraj su kanalı su tasfiye yapıları vb.
- Mülkiyetlerine Göre Sınıflandırma
 - Resmi yapılar
 - Vakıf yapıları
 - Özel yapılar
- Taşıyıcı Elemanları Yönünden Sınıflandırma
 - Yığma yapılar masif yapılar.
 - Ahşap yığma yapılar
 - Kagir yığma yapılar
 - Karkas yapılar iskelet yapılar.
 - Ahşap karkas yapılar.
 - Betonarme karkas yapılar.
 - Çelik karkas yapılar.
 - Prefabrik yapılar.
- İnşaat Aşamalarına Göre Sınıflandırma
 - Kaba inşaat temel duvar merdiven vb. taşıyıcı sistemler
 - İnce inşaat kaplama boya badana yalıtım tesisat vb
- Yapının Elemanlarına Göre Sınıflandırma
 - Taşıyıcı elemanlar (kaba yapı)
 - Temeller
 - Döşemeler
 - Duvarlar
 - Merdivenler
 - Kolonlar

- Çatılar
- Kirişler
- Tamamlayıcı elemanlar (ince yapı)
 - Kapı ve pencere doğramaları
 - Döşeme duvar tavan merdiven ve çatı kaplamaları
 - Merdiven balkon ve teras korkulukları
 - Su nem ses ve ısı yalıtımları
 - Boya ve badanalar
- Tesisatlar
 - Temiz pis ve sıcak su tesisatları
 - Elektrik tesisatları
 - Isıtma kalorifer tesisatı
 - Havalandırma tesisatı
 - Klima tesisatı
 - Asansör tesisatı
 - Kanalizasyon tesisatı

4. MİMARİDE GEÇİCİLİK KAVRAMI

4.1 Geçici Mimari Yapıların Tanımı

Geçicilik kavramı İngilizce'de iki farklı kelime ile ifade edilmektedir. Bunlardan biri *temporary* diğeri ise *ephemeral*'dir. *Temporary* kelimesi dönemsel karakterde olan, kısa süren manasındaki Latince *temporarius* kelimesinden gelir ve *kalıcı* kavramının zıttıdır. *Ephemeral* ise bir gün süren anlamına gelen *ephemeros*'dan türetilmiştir.

Temeline inildiğinde tüm mimari yapılar geçicidir. Yok olmaları yüzyıllar olsa bile düzenli bakım yapılmadığı sürece sonuçta yok olacaklardır. Ne kadar geçici oldukları ise yapımlarında kullanılan malzemelerden, inşaat tekniğine buldukları yerin iklim koşullarına kadar bir çok farklı değişkene bağlı olarak belirlenmektedir. Bu tez konusu dahilinde ele alınan "Geçicilik" kavramı yapının dayanım süresini değil kullanım süresini ifade etmektedir. Bu tez kapsamında "Geçici Mimari Yapı" olarak ifade edilen yapılar belirli bir amaç için belirli bir süre kullanılmak üzere tasarlanmış ve inşa edilmiş yapılardır.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi İmar Yönetmeliğine göre yapı; Karada ve suda, daimi veya geçici, resmi ve hususi yer altı ve yerüstü inşaatı ile bunların ilave, değişiklik ve tamirlerini içine alan açık veya kapalı sabit ve hareketli tesislerdir. (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2011)

Bu tanımdan hareketle geçici mimari yapının tanımının yukarıdaki özellikleri gösteren ancak yaşam süresi belirli ve süreli olan mimari yapı olduğu söylenebilir.

Aynı yönetmeliğin 11.02.3 numaralı maddesine göre;

Muvakkat yapıların yükseklikleri tabii zeminden (6.50) metreyi, inşaat alanı (250) metrekareyi geçmemek, en az bahçe mesafelerini korumak, mümkün mertebe sökülerek başka bir yere nakli mümkün olan malzemedен ve buna müsait bir sistemde inşa edilmek şartı ile imkan nispetinde mevcut ve müstakbel yol güzergahlarına tesadüf ettirilmemek suretiyle imar planı tatbikatına kadar, sahiplerinin isteği üzerine belediye encümeni kararı ile muvakkat yapı yapılmasına izin verilebilir.

Bu maddeden hareketle geçici yapıların kurum söküm konusunda kolaylıklar gösteren modüler malzemelerden, taşınabilir bir şekilde planlanması gerektiği önerilebilir. (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2011)

Aynı yönetmeliğin 11.03 numaralı maddesine göre Geçici Yapılar için izin verilen "Muvakkat Yapı" ruhsatının süresi 10 yıldır. (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2011)

4.2 Geçici Mimari Yapıların Amaçları

Geçici mimari yapılar belirli bir süre ve belirli bir amaç için yapılmış yapılardır. Bu amaçlar arasında en önde geleni ticarettir. Bunun dışında;

- Savaş



Şekil 4-1: Amerikan Ordu Çadırı



Şekil 4-2: Afganistan Ordu Barakaları



Şekil 4-3: NomadIQ adı ile üretilen modüler ordu barakaları



Şekil 4-4: Hindistan ordusu tarafından kurulmuş geçici bir köprü

- Etkinlik



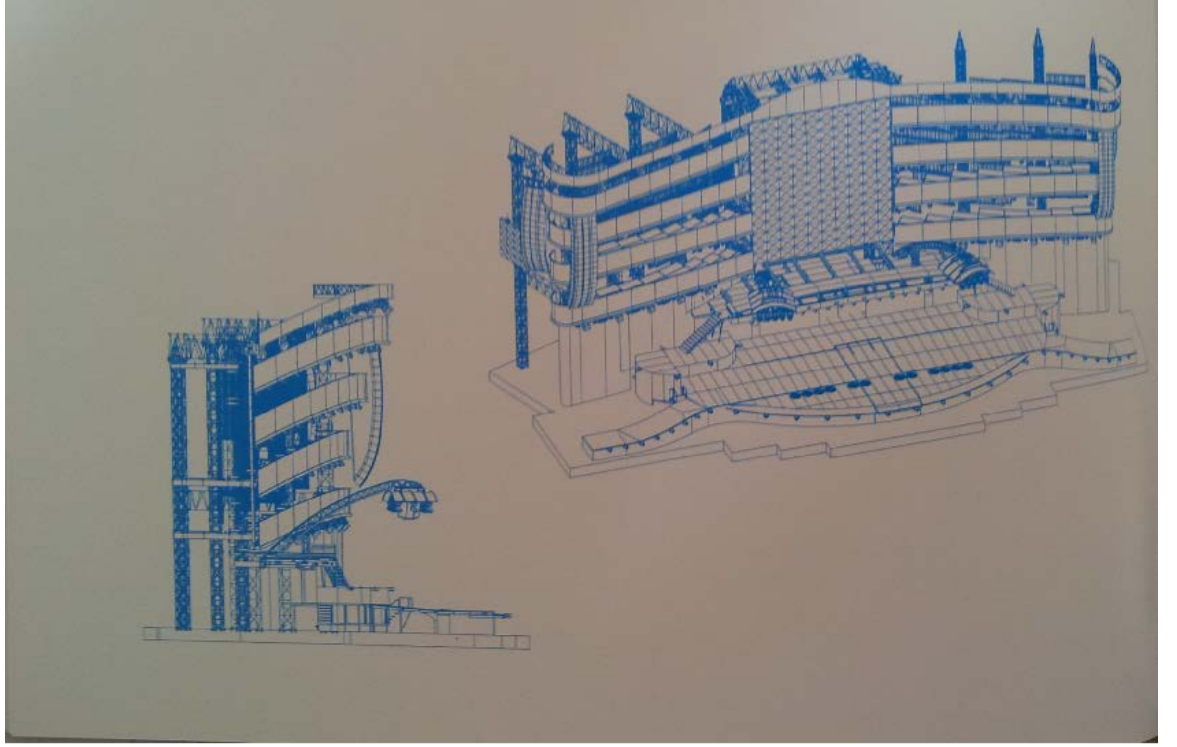
Şekil 4-5: ESPN tarafından verilen ESPY ödülleri için yapılan sahne



Şekil 4-6: Pavilion 21 Mini opera binası



Şekil 4-7:Pavilion 21 Mini opera binası



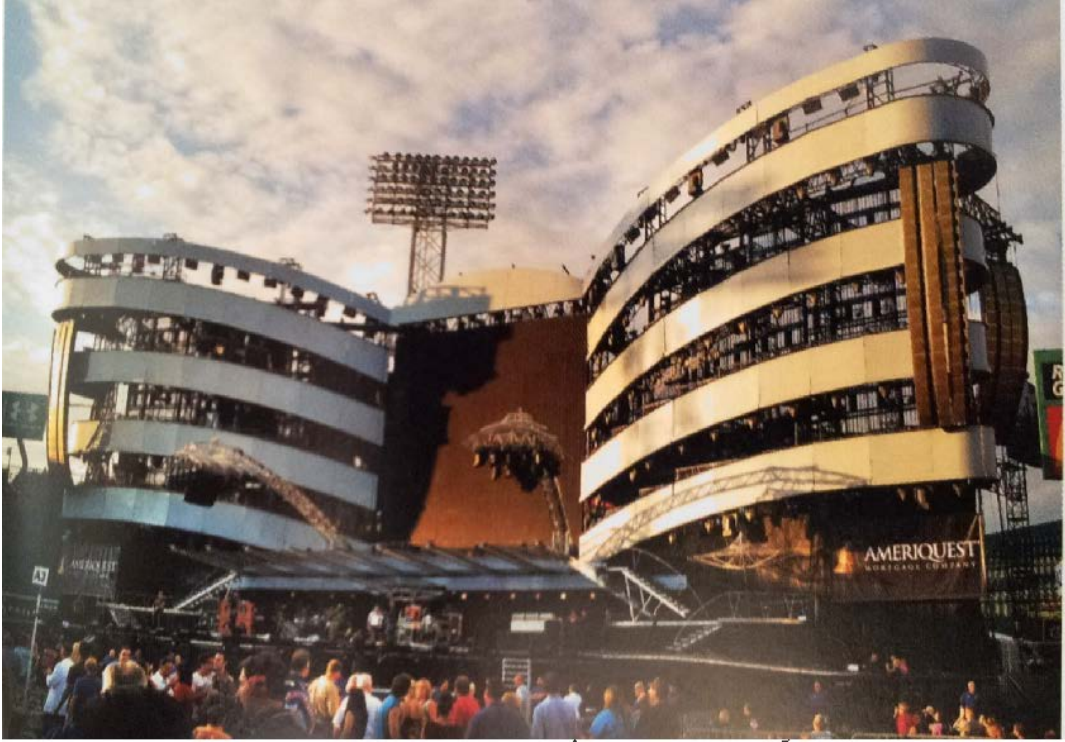
Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 4-8: The Rolling Stones 2005 "A Bigger Bang" dünya turnesi sahne tasarımı

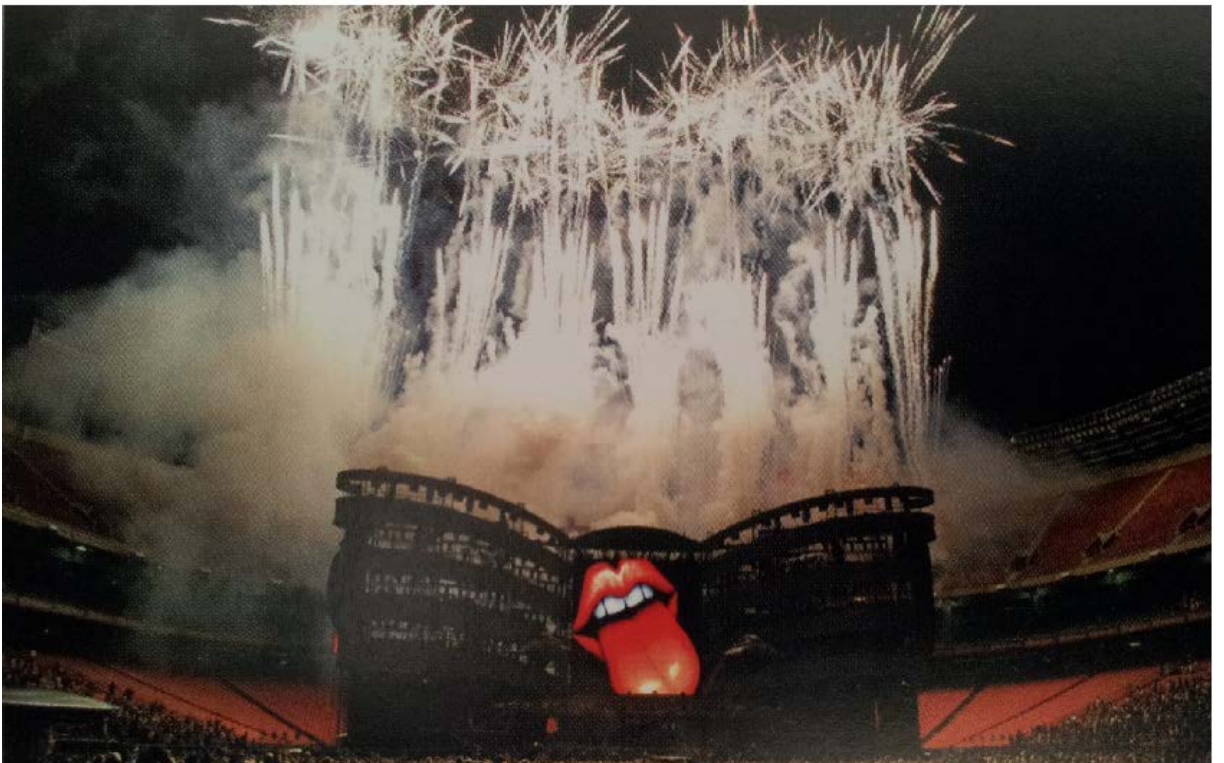


Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 4-9: The Rolling Stones 2005 "A Bigger Bang" dünya turnesi sahne tasarımı

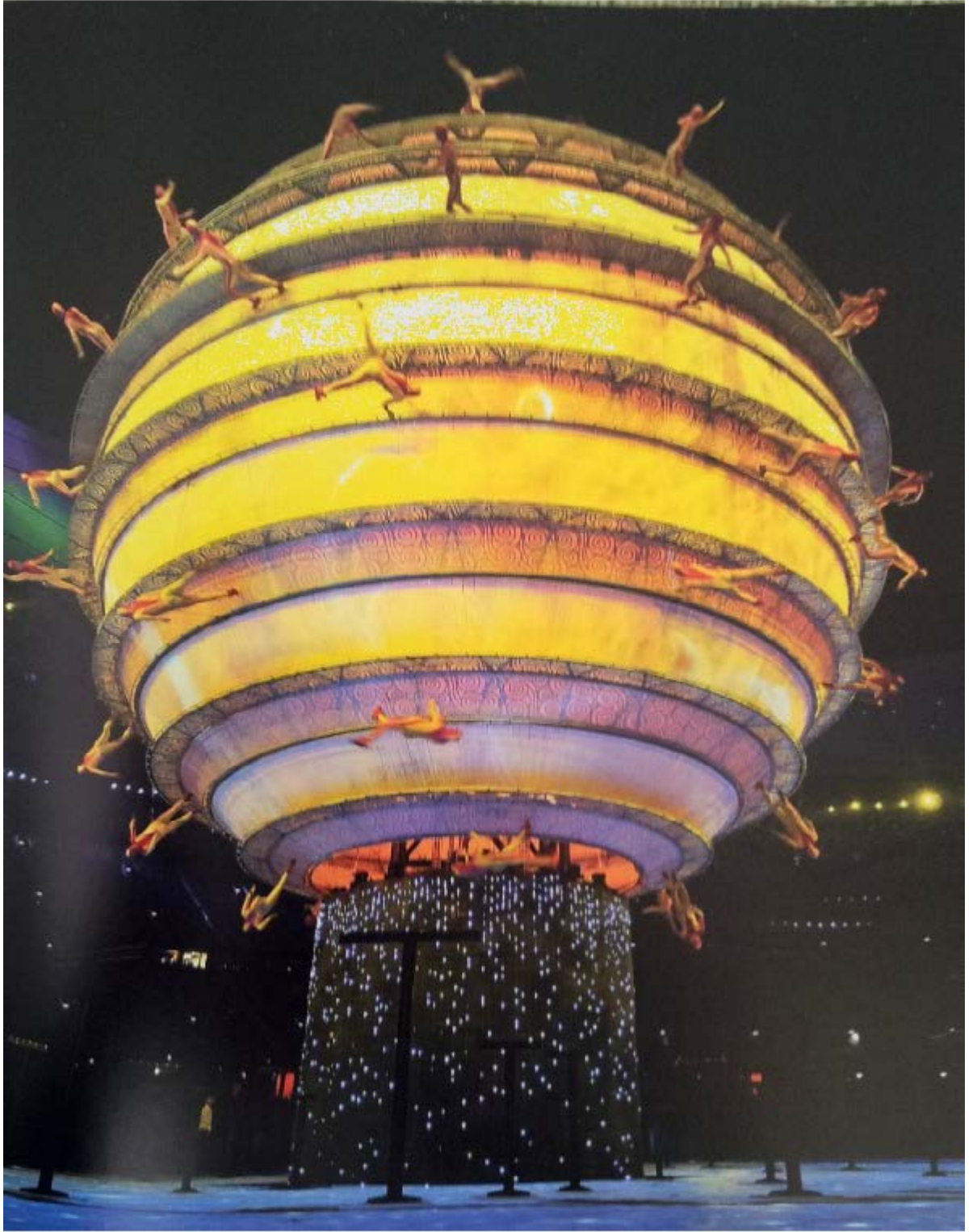


Şekil 4-10: The Rolling Stones 2005 "A Bigger Bang" dünya turnesi sahne tasarımı



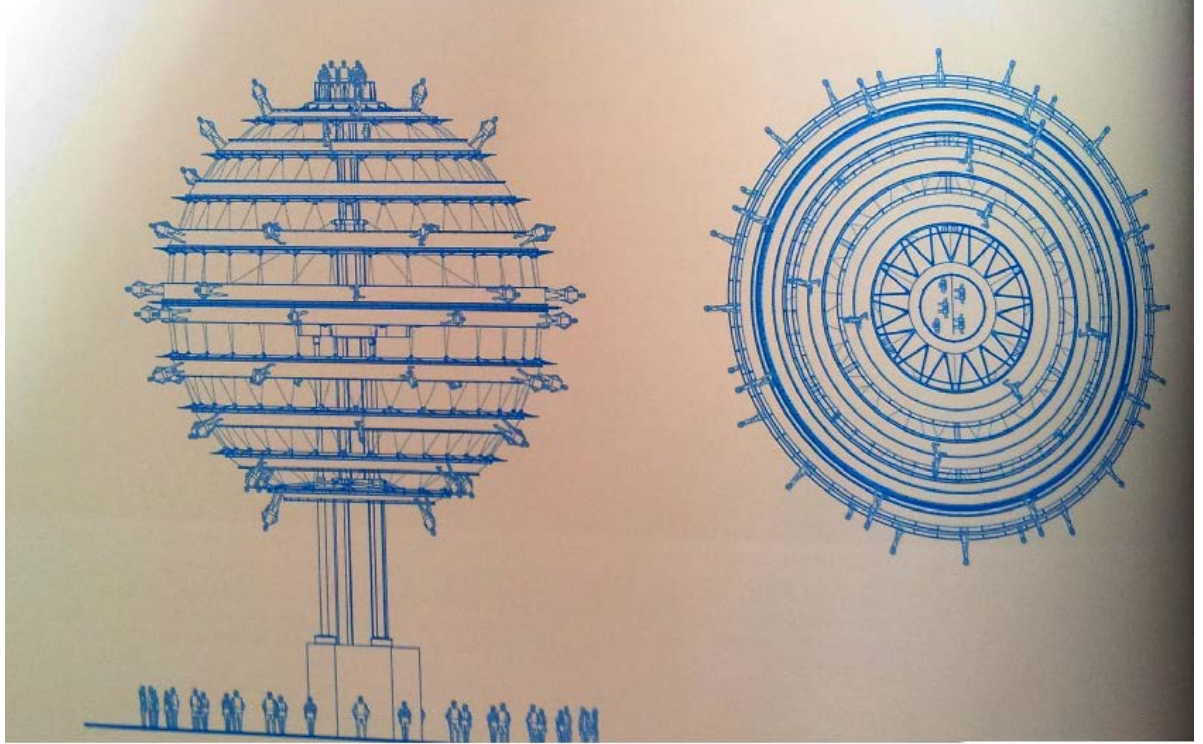
Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 4-11: The Rolling Stones 2005 "A Bigger Bang" dünya turnesi sahne tasarımı



Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 4-12: 2008 Pekin Olimpiyatları açılış seremonisi sahne nesnesi



Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 4-13: 2008 Pekin Olimpiyatları açılış seremonisi sahne nesnesi



Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 4-14: 2008 Pekin Olimpiyatları açılış seremonisi sahne nesnesi

- Barınma



Şekil 4-15: Membran yapılı geçici atölye



Şekil 4-16: Konteyner tarzı satış mağazası



Şekil 4-17: Kamp için ev



Şekil 4-18: Kartondan yapılmış geçici barınak

- Acil Durum



Şekil 4-19: Acil durumlar için konteyner tipi ev



Şekil 4-20: Japonya depreminde kullanılmak üzere tasarlanmış konteyner evler



Şekil 4-21: Japonya depreminde kullanılmak üzere tasarlanmış konteyner evler



Şekil 4-22: NomadiQ adı ile üretilen acil durum modüler evleri



Şekil 4-23: Kızılay çadır kenti



Şekil 4-24: Kızılay çadır kenti



Şekil 4-25: Kızılay çadır kenti

Amaçlı geçici yapılar da yapılmaktadır.

Bu tür yapılarda grafik öğelerin kullanımı ticari amaçlı yapıların dış ve iç alanlarındaki kullanımları kadar detaylı ve gelişmiş olmadığı için tez konusu dahilinde ağırlıklı olarak ticari amaçlı geçici mimari yapılarda grafik öğelerin kullanımı incelenmiştir.

4.3 Geçici Mimari Yapıların Tarihsel Gelişimi

Bu tezin konusu dahilinde ele alınan geçicilik kavramına uygun niteliklere sahip en eski geçici yapılar çadırlardır. Çadırların ilk kullanılmaya başlandığı tarihlerde insanoğlunun yeterli inşaat ve malzeme bilgisi olmadığı için inşa ettiği tüm yapıların geçici olduğu kabul edilebilir, ancak daha önce de belirtildiği gibi tezin konusunun sağladığı perspektif ile bakıldığında bahsedilen yapılar bilinçli olarak kısa süreli kullanılmak üzere inşa edilmiş olan çadırlardır.

Genelde ticari amaçlar ile inşa edilmiş olan bu tür çadırların kullanımı İsa'dan önce 2000 li yıllarda Mezopotamya ve Mısır'da kurulmakta olan büyük pazarlara kadar dayandırılabilir.



Şekil 4-26: Yangzte, Çin'de bir pazar yeri



Şekil 4-27: Selçuklu kapalı pazar projesi



Şekil 4-28: Kadıköy pazarı

Çadırların kullanımı her ne kadar günümüzde de devam etmekte ise de gelişen teknolojinin sağladığı imkanlar ile çok daha farklı malzemeler ile geçici yapılar yapılabilmektedir.

Kronolojik düzen içinde incelendiğinde sıra çadırlar veya tenteler içine kurulmuş olan pazarlar gittikçe artan talep ve ihtiyaçlar neticesinde evrimleşerek yerlerini fuarlara bırakmışlardır.

Fuarlar ise aynı şekilde büyüyerek hayatlarına devam etmiş yerel olmaktan çıkarak ulusal, uluslararası ve en sonunda “Dünya Fuarı” olarak adlandırılacak kadar büyük hale gelmişlerdir.

Bu döneme kadar gelişen teknoloji sayesinde geçici yapılar da evrimleşmiş ve basit çadırlar olmaktan çıkarak daha karmaşık mimari yapılar haline gelmişlerdir.

Dünyada 1800 lerden itibaren başlayan trend ile fuar organizasyonları Pazar yeri karmaşasından kurtulmuş ve ihtisas fuarları şeklinde çalışılmaya başlanmıştır. Uzmanlaşan sektörle beraber geçici mimari yapılarda değişmeye başlamıştır.

Türkiye de ise ihtisaslaşma dünyada olduğundan 100 yıl sonra başlamış ve farklı şehirlerde Pazar yeri gibi kuruluyor olmasına rağmen türkiye ilk geçici mimari yapısı Tepebaşı Tüyap ile profesyonelleşme yönünde ilk adımını atmıştır.

Uzmanlığı ülkemize getiren yapı, aslında fuar ve konferans (Lütfi Kırdar) konusunda ülkemizde çığır açmıştır.

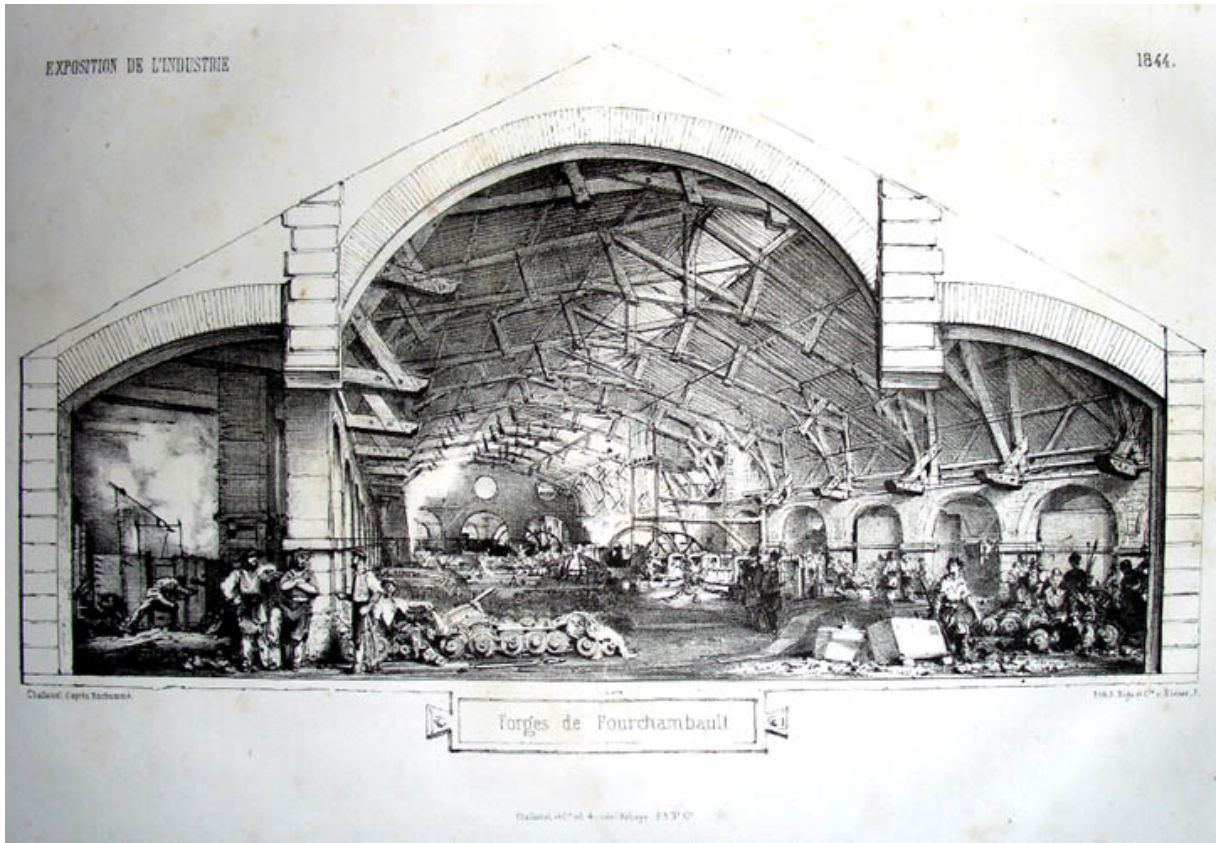
4.3.1 1844 Fransız Sanayi Sergisi

Fuarların önem ve hacim kazandığı 1800 lü yıllar öncesinde fuarlar için özel ve geçici yapılar yapılmamaktadır. O dönemde varolan teknolojik imkanlar bu fuarları ziyaret eden kişi sayısını karşılayabilecek şekilde büyük ve dayanıklı yapılar inşa etmeye elverişli değildir.

Bu yaklaşım 1844 de Fransa’da organize edilen “Fransız Sanayi Sergisi” ile değişmiştir.

Bu etkinlik Champs-Élysées, Paris’de bu organizasyon için yapılan geçici bir yapı içerisinde yapılmıştır. (Wikipedia, 2010)

Ancak bu bina hakkında aşağıdaki çizim dışında bilgi bulunmamaktadır.



Şekil 4-29: 1844 Fransız sanayi sergisi için yapılan geçici yapının çizimi

4.3.2 Crystal Palace

1844 Fransız sanayi sergisine cevaben organize edilmiş olan İngiltere “Büyük Sergisi” “Dünya Fuarı” niteliğindeki ilk organizasyon olarak kabul edilmektedir. Zira, bu organizasyonu mütakiben günümüze kadar Dünya fuarları düzenlenmektedir.

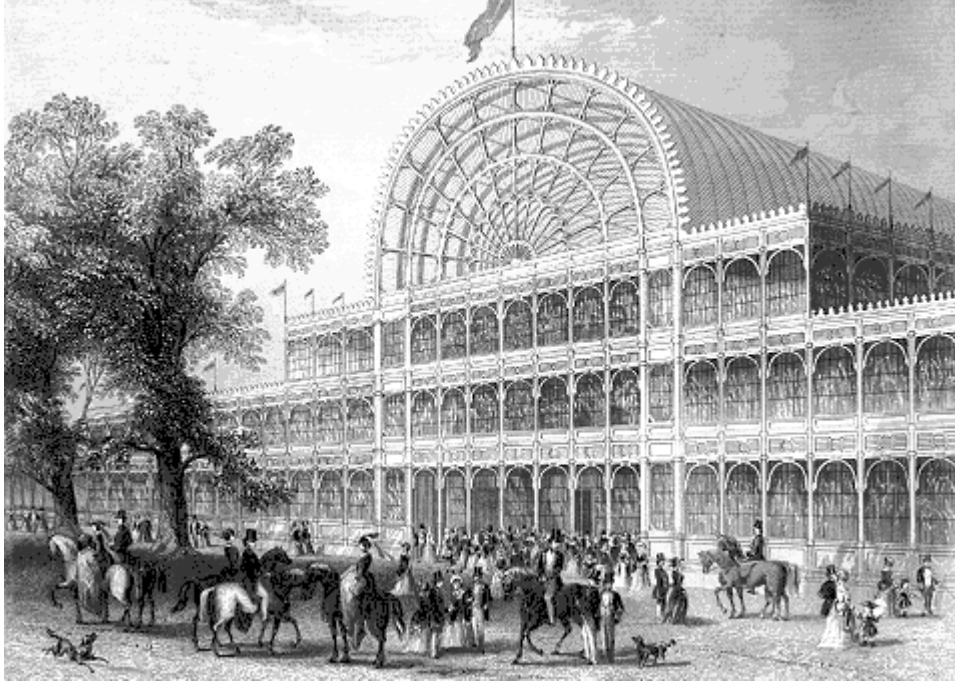
“Dünya Fuarı” terimi, bu fuarın şair Tennyson tarafından “Dünyanın En Büyük Fuarı” olarak nitelendirilmesi neticesinde ortaya çıkmıştır. Bugün dünya fuarları “EXPO” terimi ile bilinmektedir. (Heller, 2008)

Büyük sergi bilinen ve kaydı düzgün tutulmuş olan geçici bir yapı içinde organize edilmiş ilk fuardır. Londra, Hyde Park'ta 1 Mayıs 1851, 15 Ekim 1851 tarihleri arasında yapılmıştır.

Bu sergi için yapısı ve görüntüsü nedeni ile “Kristal Saray / Crystal Palace” olarak adlandırılan bir geçici yapı yapılmıştır.

Bu yapının özelliği o döneme kadar kullanılmayan büyük ve göreceli olarak daha düşük maliyetli olan büyük cam plakalar ile dökme demirden yapılmış olması idi.

Kristal Saray büyük bir başarı kazanarak hem mimari bir mucize hem de fuarın önemini gösteren bir mühendislik zaferi olarak dünyaca kabul görmüştür. (Wikipedia, 2011)



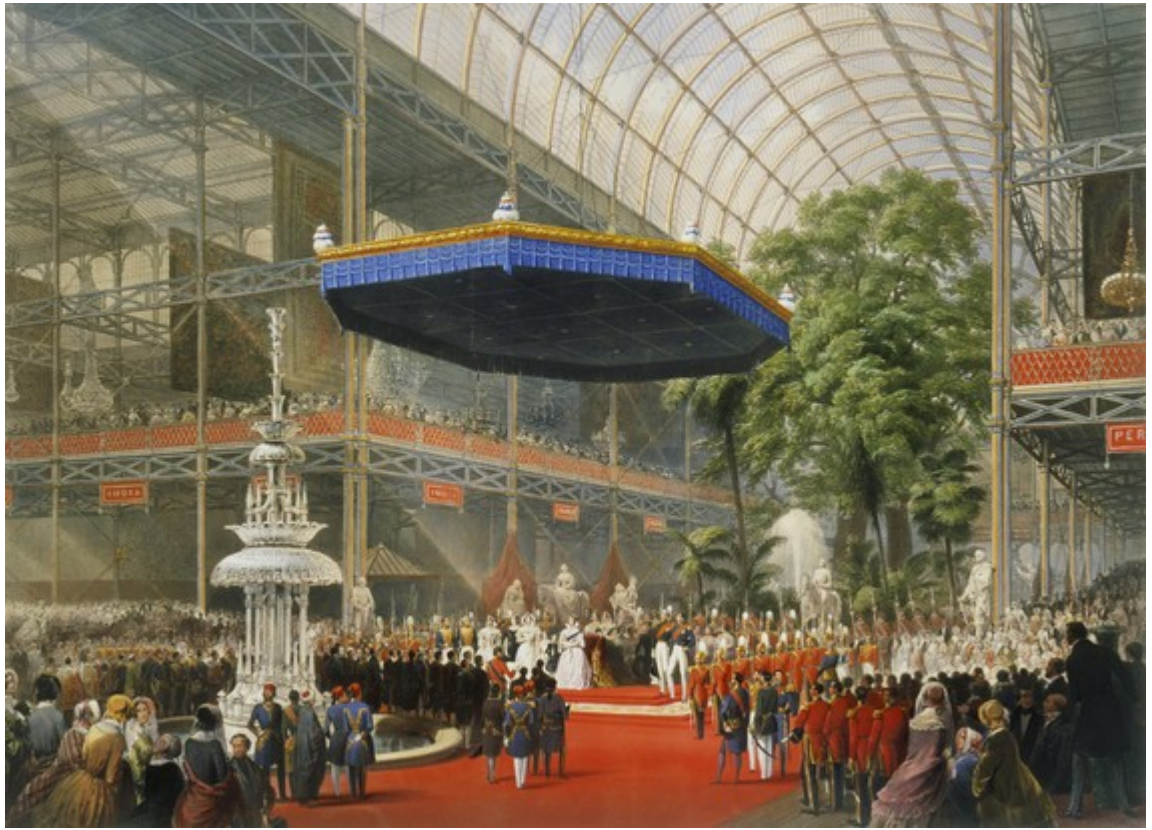
Şekil 4-30: Crystal Palace girişi



Şekil 4-31: Crystal Palace içinden bir görüntü



Şekil 4-32: Hyde park ve Crystal Palace



Şekil 4-33: Fuar'ın açılış törenini gösterir resim



Şekil 4-34: Crystal palace içinden fuar zamanını gösterir resim

Bu binanın tez konusu açısından iki önemli özelliği bulunmaktadır.

1. Bu bina plandan gerçek hayata sadece 9 ay içinde geçmiş ve açılışa hazır hale gelmiştir.
2. Bina fuarın bitimi itibariyle sökülerek Sydenham Hill yakınındaki Penge Common mevkiinde bir çok villaya komşu olarak yeniden biraz daha büyütülerek kurulmuş ve 1936'da bir yangın sonucunda yok olana kadar burada kalmıştır. (Wikipedia, 2011)



Şekil 4-35: Penge Common'da kurulan Crystal Palace

4.4 Geçici Mimari Yapıların Türleri

4.4.1 Çadırlar ve Membran Yapılar

Çadırlar, insanoğlunun mağaralardan ve doğal sığınaklardan sonra yararlandıkları ilk barınma nesnelere dir. Çadır tarzı membran yapılar geçici mimarinin daha önce belirtilmiş olan fonksiyonları için maliyetlerinin daha düşük ve taşıma kolaylıklarının daha fazla olması nedeni ile çokca tercih edilmektedir.



Şekil 4-36: Bir düğün organizasyonu için kurulmuş bir membran yapı



Şekil 4-37: Yaz döneminde gölge sağlamak amacı ile kurulan kanopi

4.4.2 Pavilyonlar

Pavilyonlar sergi ve fuar türü süresi belli organizasyonları barındırmak için tasarlanan ve inşa edilen geçici yapılardır.

Pavilyonlar bireysel etkinlikler ya da büyük ölçekli uluslararası fuarlar için yapılmış olsa da geçici mimarinin özünü oluşturmaktadır.

Pavilyonların en geniş kullanım şekli fuarlarda veya etkinliklerde en az bir ortak özellikleri olan katılımcıları bir araya getiren, bir arada tutan bir nesnedir. Örneğin Dünya fuarlarında ortak ülkelerden gelen katılımcılar kendi ülkelerinin pavilyonunda yer alırlar ve kendi ülkelerini tanıtırılar. Benzer şekilde uluslararası ticari fuarlarda da ülke pavilyonları görülmektedir.

İki pavilyon nesnesi arasındaki fark ise meydana getirilen yapının boyutları ve kullanım süresindedir.

Dünya fuarı gibi uzun süreli etkinliklerde kullanılan geçici yapılar genellikle çok daha büyük ve detaylı iken ihtisas fuarlarındaki pavilyonlar daha küçük ve fonksiyoneldir.



Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 4-38: Shanghai Expo 2010 Danimarka Pavilyonu



Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 4-39: Shanghai Expo İsviçre Pavilyonu



Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 4-40: Shangai Expo Mısır Pavilyonu



Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 4-41: Shangai Expo İngiltere Pavilyonu



Şekil 4-42: WIN Fuarları 2012 Almanya Pavilyonu



Şekil 4-43: CeBIT 2010 Azerbaycan Pavilyonu



Şekil 4-44: WIN Fuarları Bulgaristan Pavilyonu

Her ne kadar yıkılmak üzere yapılsalar da bazı pavilyonlar istisnadır. Bu yapılar geçici mimarinin yarattığı etkilerin ne kadar kalıcı olduğunun birer timsalidir. Örneğin Fransa’da yapılan 1989 Dünya Fuarının girişi için tasarlanan ve yapılan Eiffel kulesi yerinden kaldırılmamış ve o zamandan bu zamana sadece Paris’in değil tüm Fransa’nın sembolü halini almıştır.



Şekil 4-45: Eiffel Kulesi

4.4.3 Fuar Standları

4.4.3.1 Fuar ve Fuar Standı Tanımı:

Fuarlar; Standlar kurulması yoluyla, ticarete konu mal ve hizmetlerin, bunlar ile ilgili teknolojik gelişme, bilgi ve yeniliklerin tanıtımını ve aktarımını amaçlayan, ziyaretçi ve katılımcı arasında bilgi alışverişi, işbirliği, pazar büyütme ve geleceğe yönelik ticari ilişkilerin kurulması ve geliştirilmesi için bu Esaslarda belirlenen niteliklere uygun alanlarda düzenlenen, konusunu oluşturduğu alanın, sektörün ve toplumun menfaatlerini gözeten, düzenleyicisi, adı, türü, yeri, konusu, tarihi ve süresi önceden belirlenen etkinliklerdir. (TOBB, 2011)

Stand; Fuar alanı içerisinde sergileme ve bilgi sunma faaliyetleri için elverişli hale getirilmiş açık ve kapalı üniteleri, ifade eder. (TOBB, 2011)

Stand alanı; Katılımcının kullanımı için tahsis edilmiş ve belirlenmiş olan alandır. (Fuar Plus, 2011)

Yukarıda ki bilgilerin ışığında, fuar standlarının genel özellikleri hakkında bir fikir edinmek mümkündür. Ancak, fuar alanı ve fuarlar konusunda TSE nin belirlemiş olduğu bazı standartlar vardır. Standların ortak özelliklerini belirlerken, bu standartların da göz ardı edilmemesi gerekmektedir. (Türk Standartları Enstitüsü, 2011)

4.4.3.2 Fuar Standartları

- Daimi ve Geçici Fuar Alanları, katılımcı ve diğer görevliler ve ziyaretçiler için en az TS 10551 'e uygun yeterli büyüklükte otoparka sahip olmalıdır.
- Fuar alanında yük taşıma için kullanılan kapıların yüksekliği ve genişliği, yükleme ve boşaltmada kullanılan iş makinelerinin çalışmasına elverişli ve uygun özelliklerde olmalıdır.
- Standların kurulduğu fuar alanında her 500 m² 'lik alan için ayrı elektrik, basınçlı hava, basınçlı su ve pis su sistemi bulunmalı ve buralara telefon ile ulaşılabilmelidir.
- Her stand, talep edildiğinde en az 5 kw/h elektrik gücü verilebilmeli ve fuar alanında her m² için en az 400 Lüks' lük genel aydınlatma sağlanmalıdır.
- Her stand en az 10 barlık hava basıncı verilebilmelidir.
- Stand kurulan alanların tavan yüksekliği en az 3.00 m yapılmalıdır.
- Yangına karşı TS 4156'ya uygun tedbirler alınmış olmalıdır.
- Stand kurulan her holde en az iki; stand kurulmayan toplantı salonu, lokanta vb 100 m²' nin üzerindeki alanlarda ise en az bir acil çıkış kapısı bulunmalıdır.
- Fuar alanı temel fonksiyonlarını çalışır vaziyette tutabilecek kapasitede jeneratör bulunmalıdır.
- Fuar standlarının telefon ihtiyacını karşılayabilmek için; 1000 m²'lik net stand alanında 15 dahili telefon ve 5 adet telefon hattı bulunmalıdır.
- İklimlendirme sistemi yardımı ile veya ek bir sistemle kapalı fuar alanının havası değiştirilebilmelidir.
- Daimi ve geçici fuar alanlarında 1 m zemin alanı en az 3 ton yük taşıyabilmelidir.
- Katılımcı ve ziyaretçi sayısına göre planlanan, yeterli sayıda ve nitelikte kafeterya ve dinlenme mahalleri ile kadın ve erkek için ayrı ayrı TS 8357' e uygun WC bulunmalıdır.
- Ziyaretçi giriş kapılarının güvenliği için manyetik detektörlü kontrol kapıları yapılmalıdır.

- Bedensel özürlü katılımcı ve ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde tuvalet, telefon ile bir üst kata çıkılması halinde asansör bulunmalıdır.
- Katılımcılara tahsis edilecek yeterli büyüklükte bir depo ve TS 12201'e uygun çöp kapları bulunmalıdır.

Bu standartlar Türkiye'de fuar düzenleme yetki belgesi verme yetkisine sahip olan tek kuruluş olan T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığının Yurt İçinde Fuar Düzenlenmesine Dair Yönetmeliğine şu şekilde geçmiştir. (TOBB, 2011)

Fuar Alanlarında Aranacak Özellikler

Madde19- Fuar düzenlenecek alanlarda;

- a) Ziyaretçiler için ayrı giriş-çıkış ile sergilenen ürünler için tahmil-tahliye kapılarının,
 - b) Aydınlatma ve gereğinde güç kullanımı için yeterli kapasitede elektrik donanımının ve temel işlevler için yeterli sayıda jeneratörün,
 - c) Kapalı alanlar için çalışır durumda ısıtma ve havalandırma sistemlerinin,
 - d) İletişim için gerekli araç ve gereçlerle yeterli alt yapının.
 - e) Fuar alanına uygun sayıda lavabo ve tuvaletlerin,
 - f) İhtiyaç ölçüsünde büfe, kafeterya ve lokantanın,
 - g) Düzenleyici ve görevlendireceği personele ait bir danışma, yönetim, gözetim ve denetim bürosunun,
 - h) Güvenlik ve ilk yardım hizmetleri için gerekli kapalı ünitelerin,
 - ı) Yeterli otopark alanının,
- Bulunması zorunludur.

Fuarlar, uygun taban-tavan mesafesi bulunmayan ve kullanma alanı net 1500 metrekareden daha küçük kapalı yerlerde düzenlenemez. Fuarlar (a-ı) bentlerinde sayılan nitelikleri taşımak ve konusu da uygun olmak koşulu ile kapalı fuar alanı olmaksızın açık alanlarda da düzenlenebilir. Bu takdirde açık alan brüt 7.500 metrekareden küçük olamaz. Ancak, kapalı bir fuar alanı yanı sıra açık alanda yapılan sergilemelerde bu şart aranmaz.

Bu tür geçici alanlarda VIP salonu, konuk ağırlama yerleri, basın odası, seminer salonu gibi yerlerin ve bayrak direklerinin de bulunması gerekmektedir

Ayrıca, bu alanlarda antrepo muamelesi görmesini sağlamak üzere, gümrük ofisleri kurulmalıdır.”

5. GEÇİCİ MİMARİ YAPILARIN TEMEL ÖZELLİKLERİ

Şu ana kadar verilmiş olan bilgilerden anlaşılacağı gibi günümüz geçici mimari yapılarının çok büyük bir kısmı fuarlar ve fuarlar ile çok benzer özelliklere sahip olan sergi, toplantı gibi belirli süreli organizasyonlar için inşa edilmektedir. Bu nedenle tezin bu kısmında geçici mimari yapıların özellikleri ele alınırken fuar standlarından örnekler verilecek ve bu yapılar incelenecektir.

Verilen bilgiler ışığında fuarlar ve fuar standları ile ilgili olarak şu çıkarımlar yapılabilir.

- Fuarlar belirli süreler arasında aktif olan kısa süreli etkinliklerdir. Bu nedenle, burada kurulan standlarda kısa süreli geçici yapılardır.
- Fuar alanları kısıtlı imkanların bulunduğu alanlardır.
- Stand alanı her katılımcı için o katılımcıya özel olarak tahsis edilmiş bir alandır. Bu alan dahilinde katılımcı, fuar alanından bağımsız olarak, organizatörün vermiş olduğu haklar çerçevesinde özgürdür.

Açık olarak belirtilmiş bu üç madde dışında kullanım ve tecrübe ile ortaya çıkarılacak özellikler de mevcuttur.

- Yapı Görünümü ve Farklılığı
- Bitmiş Ürün Görüntü Kalitesi
- Kurum Söküm Kolaylığı
- Tekrar Kullanılabilirlik
- Maliyet

5.1 Yapı Görünümü ve Farklılığı:

Bir ihtisas fuarında aynı sektörde faaliyet gösteren birçok firma yer almaktadır. Fuarların amacının geleceğe yönelik iş bağlantıları yapmak ve yeni ticaret olanaklarına imkan sağlamak olduğu belirtilmiştir. Bu nedenle, katılımcı firmanın amacı bu kısıtlı süre içinde mümkün olan en fazla ziyaretçiyi çekmektir. Bu noktada katılımcı firmanın standı önem kazanmaktadır. Zira, bir fuar alanında firmanın öncelikle standı daha sonra ürünleri ve ismi fark edilebilmektedir.

Bu yüzden firmanın kullandığı stand, firmayı diğer katılımcılardan kopartarak öne çıkarmalı, firma kimliğini yansıtmalıdır. Bununla beraber stand, hiçbir zaman firmanın ve ürünlerinin önüne gelmemeli, firmayı sindirmemelidir.



Şekil 5-1: Baymak Firması Sodex 2006 Fuar Standı

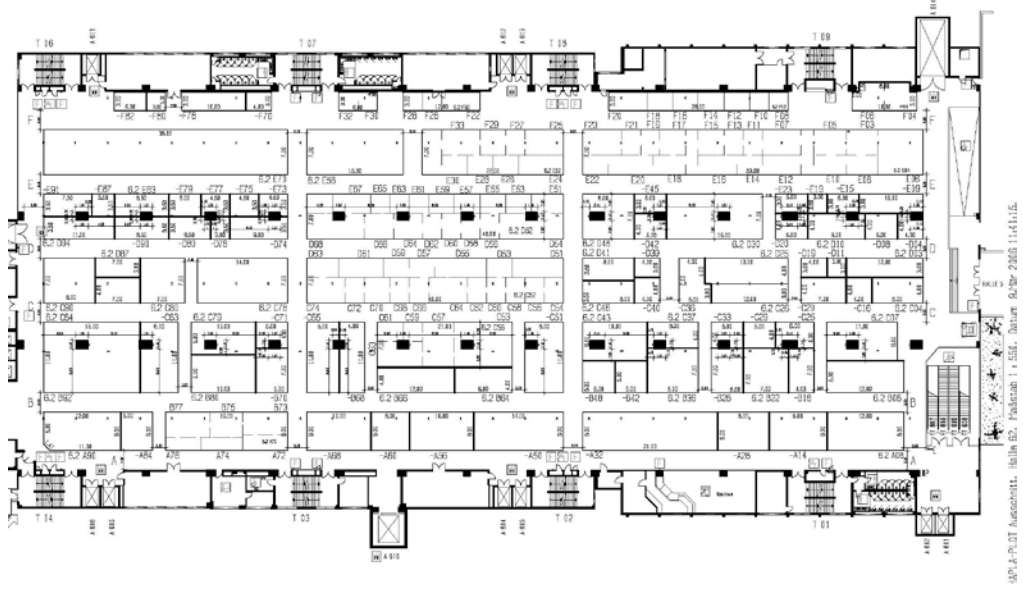


Şekil 5-2: İTO Hannover Messe Milli Katılımı

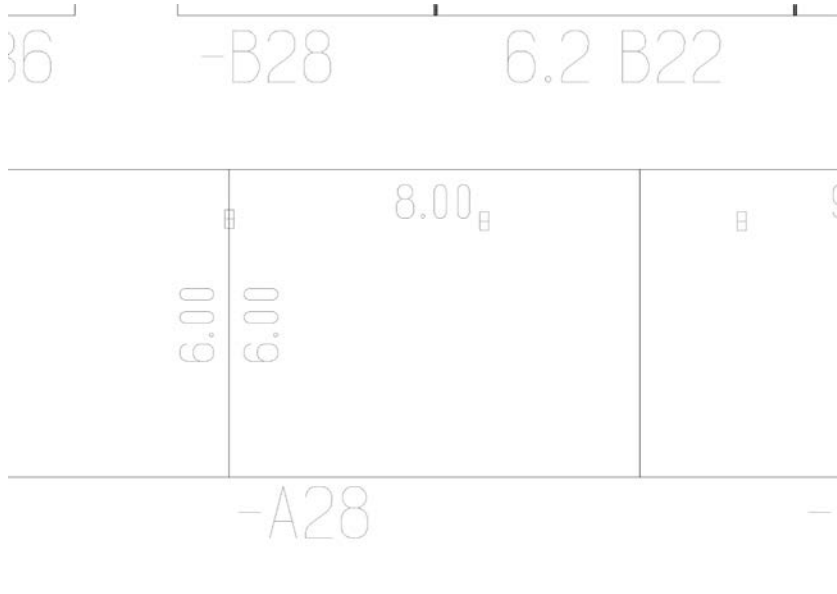


Şekil 5-3: Veksan firması Frankfurt Light+Building 2006 Fuarı Standı

Bir fuar yerleşim planı aşağıdaki gibi görülmektedir.



Şekil 5-4: Anuga 2006 Köln -Türkiye milli katılımı salon planı



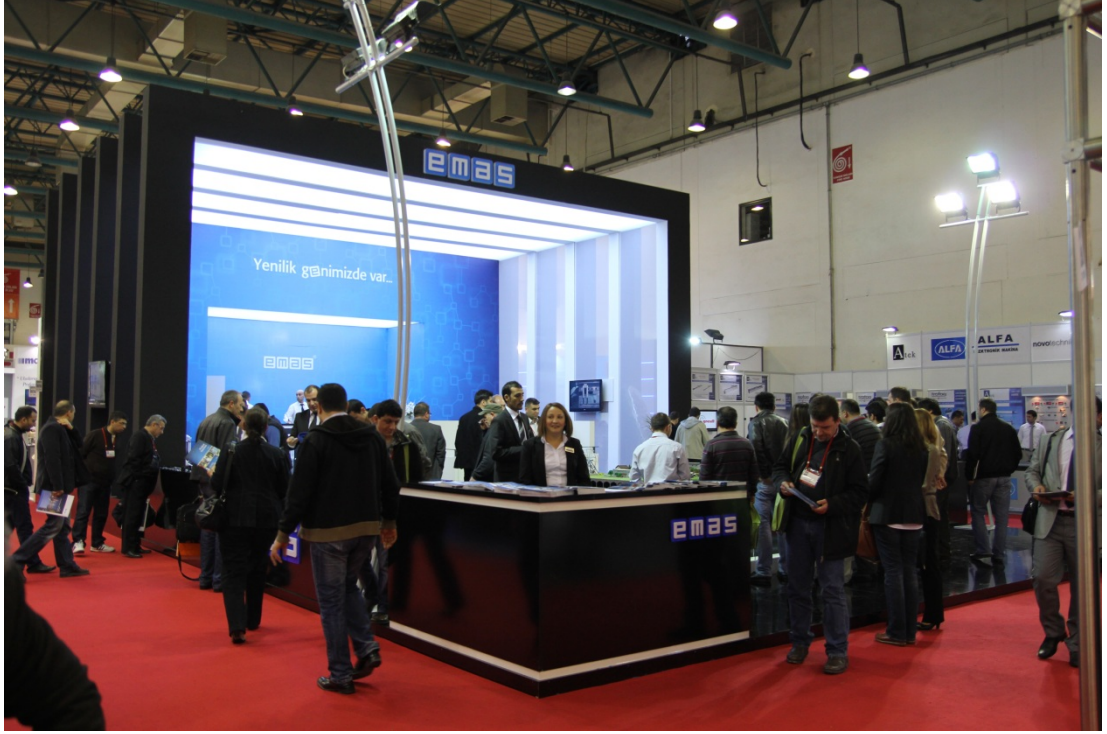
Şekil 5-5: Katılımcı firma yerini ve ölçülerini gösterir şema detayı

Bu planda gösterilen harf +rakam kodları bir firmayı ve firmanın stand numarasını temsil eder.

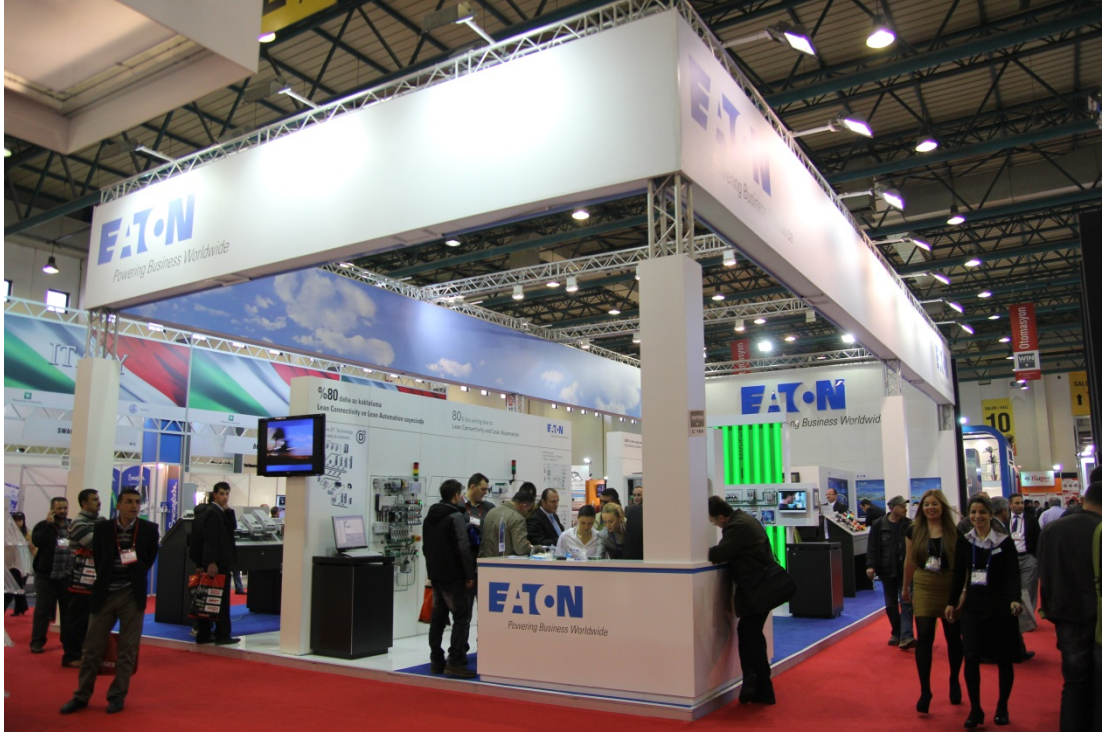
Plandan da anlaşılacağı gibi firmalar birbirleriyle bitişik şekilde dizilmişlerdir. Bu nedenle firmanın kolay fark edilebilir olması çok önemlidir.

5.2 Bitmiş Ürün Görüntü Kalitesi:

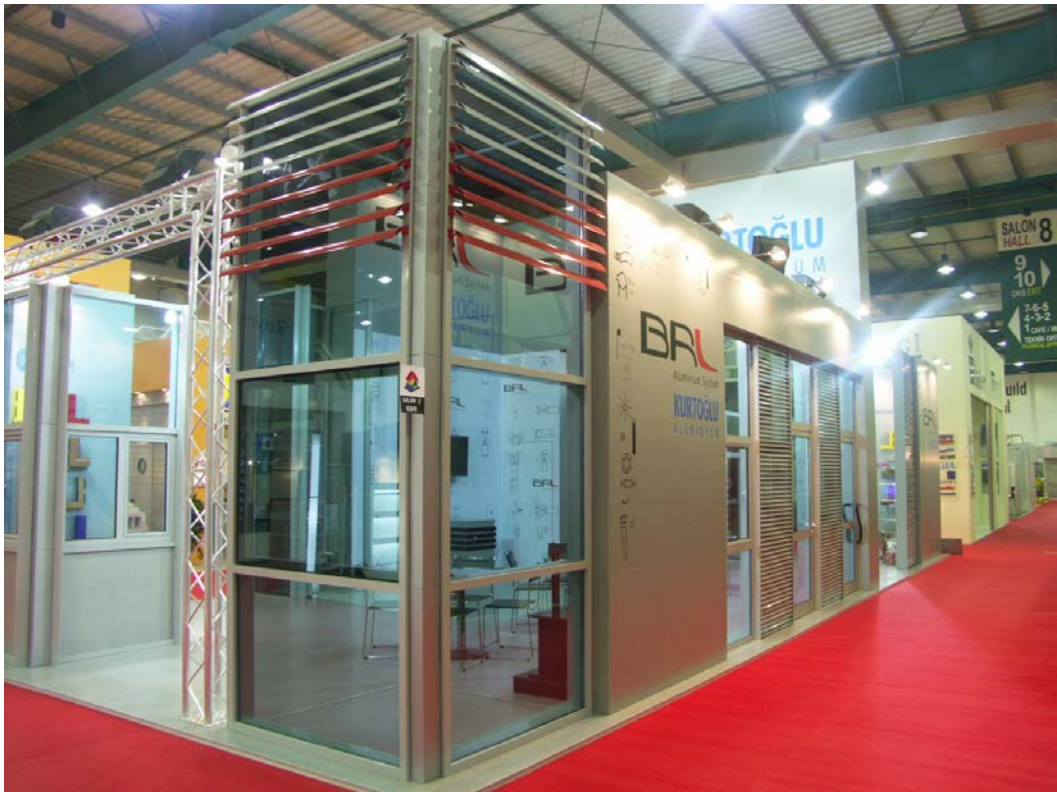
Fuarlar da reklam sektörünün altında değerlendirilebilirler. Katılımcı firmalar, fuarlara kendi ürünlerinin çok iyi hatta en iyisi olduğunu anlatabilmek için katılmaktadırlar. Böyle bir mesajın kalitesiz ve yıpranmış bir ortamda verilebilmesi mümkün değildir. Bu nedenle standın farklı olmasının dışında kullanılan malzemelerin ve bitmiş ürünün de firmanın mesajına uygun şekilde iyi görünmesi gerekir.



Şekil 5-6: Emas, WIN 2012 2. Faz Standı



Şekil 5-7: Eaton firması WIN 2012 2. Faz fuarı Standı



Şekil 5-8: Kurtoglu Alüminyum, Yapı 2010 fuarı standı

5.3 Kurum Söküm Kolaylığı:

Bir fuar organizasyonunda öngörülen süre, Türkiye fuarlarında, en fazla 5 gündür. Bu süre yurt dışı fuarlarda 15 günü bulabilmektedir. Türkiye ortalamasının 3 gün olduğu bu süre dünya genelinde ise 5 gün olarak düşünülebilir.

Ortalama 80 metrekarelik bir standın kurum zaman planı aşağıdaki gibidir:

1. Gün: Stand Malzemelerinin Fuar Alanına Nakliyesi , Kablolama Ve Zemin İşçiliği.

Standı kurmakta kullanılacak olan tüm malzemeler eksiksiz bir şekilde fuar alanına nakledilir ve yerleştirilir. Aynı zamanda stand alanının zemininde yapılacak işlere de başlanır. Standda kullanılacak yükseltilmiş platform var ise, bu platformun altında bulunması planlanan elektrik, telefon, veri, basınçlı hava ve su hatlarının döşemesine başlanılır. İlk gün sonunda mal sevkiyatı ve zemin işleri bitirilir.

2. Gün: Stand İnşaatı

Bir gün önce sevk edilmiş olan malzemeler kullanılarak stand inşaatına başlanılır. Gün sonuna kadar stand inşaatının bitmesi planlanır. İnşaatı biten kısımlarda elektrik ve aydınlatma çalışmaları başlatılır. Gün sonunda stand boyanacak ise boya ekibi girerek çalışmaya başlar. Boya işi sabaha kadar bitirilmelidir.

3. Gün: Stand İnşaatı

Stand üzerinde yapılacak olan son elektrik işleri bitirilir. Standda kullanılacak plasma tv, ses sistemi vs gibi ses, ışık ve görsel sistemler var ise bunların montajı ve ayarlamaları yapılır. Firma logo ve görselleri yerleştirilir. Müşterinin ürünleri alana getirilerek, stand içindeki yerlerine yerleştirilir. Stand alanın temizliği yapıldıktan sonra stand, katılımcıya teslim edilir.

Aynı standın sökümü ise fuar kapanış saatinden itibaren 24 saat içinde bitecek şekilde gerçekleştirilir.

Kurum ve söküm süresinin bu kadar kısıtlı olması, standın herhangi bir hatayı kaldıramaz hale gelmesine sebep vermektedir. Zira, fuar açılış zamanı ertelenemez ve değiştirilemez. Bu nedenle stand mümkün olan en kolay şekilde kurulup sökülecek şekilde tasarlanmalıdır.

Tekrar Kullanılabilirlik:

Firmalar genellikle ilgili oldukları sektörlerdeki fuarlar arasından seçim yaparak, başarılı olacağına inandıkları tüm fuarlara katılırlar. Çoğu sektörde birden fazla firma fuar organize etmektedir. Bunun yanı sıra bazı fuarlar dönemsel olarak tekrarlanmaktadır. Örneğin, Türkiye Ayakkabı Moda fuarı Aymod, RDF Fuarcılık tarafından senede 2 kere yapılır. Bunun yanında İklimlendirme Fuarı Sodex ise iki senede bir kez yapılır. Ancak, bu fuar yapıldığı sene içinde 1 ay aralıkla iki kentte (İstanbul ve Kayseri) organize edilmektedir. Yani bir firma için fuar katılımı devamlılık içerir.

Belirli bir kurum kimliğine sahip olan firmalar, her fuarda o seneki çizgilerine uygun standlar yapmak durumundadırlar. Bu yüzden bu firmaların yakın zaman dilimlerindeki standları kendi içlerinde bir benzerlik içerir.

Kurumsal kimlik çalışması olmayan firmalar için ise aynı standı tekrar kullanabilmek maliyet anlamında çok ciddi bir düşüş sağlamaktadır.

Bir firmanın tek seferlik kurumu 100X TL ye mal olurken iki kurumluk bedeli yaklaşık 140XTL dir.

5.4 Maliyet:

Fuar katılımı görülen ve görülmeyen maliyetlerin toplamı ile çok büyük miktarlara tekabül etmektedir.

Temel olarak fuar katılımı maliyeti aşağıdaki kalemlerden oluşur.

- Alan kirası,
- Stand,
- Elektrik, su ve telefon gibi fuar alanı hizmetleri,
- Numune üretimi,
- Standda çalışacak görevliler,
- Promosyon ürünleri,
- Tanıtım ürünleri,
- Malların nakliyesi,
- Konaklama, iâşe ve ibade giderleri,
- Müşteri ağırlama giderleri.

Görüldüğü gibi stand, bir katılımcı için pek çok kalemden sadece biridir.

Günümüz ekonomik koşulları da göze alındığında fiyat / verimlilik oranı en iyi olan birleşimin en iyi stand olacağı düşünülse de, şu anki yaklaşım en düşük maliyetin en iyisi olduğu yönündedir.

6. GRAFİK ve MİMARLIK İLİŞKİSİ

6.1 Mimarlar ve Grafik Tasarımcıların Benzerlikleri

Grafik tasarımcılar ve mimarlar sanatçı ruhlu ve yaratıcı düşünürler olmalıdır. İki grup da profesyonel tasarım hizmetleri vermektedir; biri binalar tasarlarırken diğeri animasyon, broşür, logo, web sitesi gibi görsel ya da işitsel nesnelere tasarlar. Ayrıca iki disiplin dalı da tasarım hizmetlerini etkinleştirmek için gelişmiş teknolojiden yararlanır. Bu nedenle bir grafik tasarımcı ve mimar benzer eğitime, yeteneklere, bilgiye, görevlere, sorumluluklara ve iş tanımlarına sahip olurlar.

Akademik eğitim döneminde grafik tasarım ve mimarlık öncesi eğitim programları benzerdir. Zorunlu derslerinin dışında grafik tasarım ve mimarlık öğrencilerinin ilüstrasyon, sanat tarihi, görsel sanatlar, bilgisayar destekli çizim ve dijital tasarım gibi ek dersler alması gerekir.

Grafik tasarımda ya da mimarlıkta başarılı olabilmek için sanatsal yetenek ve yaratıcılığın yanı sıra güçlü analitik, planlama ve organizasyon yetenekleri gerekmektedir. Buna ek olarak, potansiyel iş verenler bilgisayar programları konusunda bilgili ve yetenekli, sunum tekniklerini ve mekansal mantıkları iyi olan kişileri tercih edeceklerdir. Her iki kariyer içinde iş sunumları yapabilmek ve anlaşma sağlayabilmek konusunda yetenekli olmak hayati önem taşımaktadır.

Tasarımın bir parçası olarak grafik tasarımcılar ve mimarlar benzer iş sorumluluk ve görevlerine sahiptirler. Bir müşteri portföyü oluşturmaya ek olarak ikisi de müşterilerin ihtiyaç ve isteklerine uygun olarak ürünler yaratırlar. Grafik tasarımcılar ve mimarlar taslak çizimler ve tasarımlar için özel bilgisayar yazılımları ve programları kullanırlar.

Grafik tasarımcıları ve mimarlar günün büyük kısmını ofislerinde geçirirler. Buna rağmen bazı zamanlar ofis dışında mevcut ya da potansiyel müşterilerle toplantılar için geçebilir. İkisi de benzer iş saatlerine sahiptir. Normalde dünyanın çoğu kentinde bu saatler sabah dokuzdan akşam altıya kadar olsa da ülkemizde çoğu grafik tasarımcı ve mimar zorunlu olarak uzun çalışma saatleri ile karşı karşıyadır. Grafik tasarımcılar ve mimarlar serbest ve bağımsız çalışanlar olabilecekleri gibi profesyonel bir firmada çalışan da olabilirler.

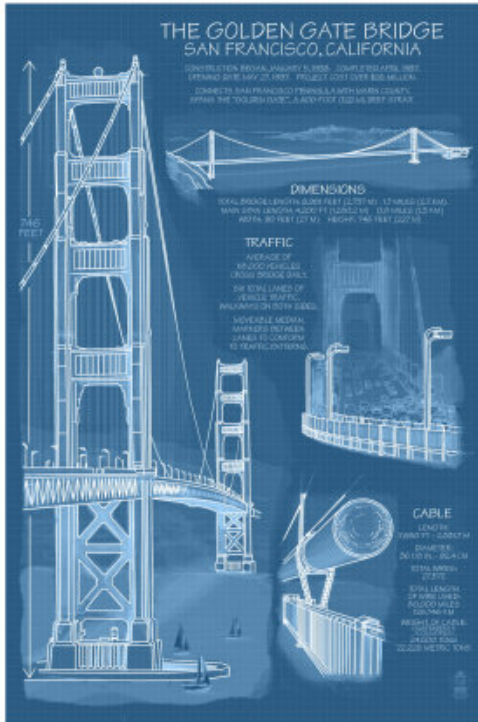
6.2 Mimaride Grafik Öğelerin Kullanımı

Grafik, mimaride bir kaç farklı şekilde hayat bulur.

En bilinen haliyle grafik, mimari öğelerin tasarımında kullanılır. Mimarın aklındaki projeyi kağıda aktarırken kullandığı yöntemler aynı zamanda grafik tasarımın da yöntemleridir. Kağıt üzerindeki boşluk doluluk dengeleri bir posterde lekeler ve şekilleri ifade ederken bir mimarın çiziminde kolonları ve kirişleri ifade etmektedir.



Şekil 6-1 Boşluk ve doluluk dengeleri göz önüne alınarak hazırlanmış bir grafik sunum.



Şekil 6-2 Boşluk ve doluluk dengeleri göz önüne alınarak hazırlanmış bir mimari sunum.



Şekil 6-3: Oscar Niemeyer tarafından tasarlanan St. Francis kilisesi

Yukarıdaki örnekte de gösterildiği gibi mimar aklındaki hayat geçirmeden hatta diğerlerine aktarmadan önce kendi fikirlerini derleyebilmek için bile grafik dilini kullanmak zorundadır. En sol baştaki grafik Niemeyer'in tasarım aşamasındaki eskizlerini ortadaki çizim sunum eskizini en sağdaki resim ise binanın yapılmış halini göstermektedir.

Örnek olarak gösterilen St. Francis kilisesinin başka bir özelliği ise matematiksel denklemler sonucu ortaya çıkan grafiksel eğrilerin yarattığı dengelerin kullanılarak binanın tasarlanmış olmasıdır. (Great Buildings, 1994)

Grafiğin mimaride hayat bulduğu ikinci bir yol ise şudur;

Grafik tasarım mimarinin bütçesel anlamda zorda kaldığı ya da mimarın iletmek istediği mesajı form ve fonksiyonlar aracılığı ile iyi iletemediğine inandığı durumlarda devreye girer.

Grafik bir mesajı mimarinin içine yerleştirerek, bir proje minimum yapı ve maliyet ile çok büyük bir içeriği taşıyabilir. Daha da önemlisi mekansal tanımlamaları kuvvetlendirebilir. Örneğin Sage and Coombe mimarlık firması tarafından Fort Washington'da tasarlanmış olan çocuk kütüphanesinde farklı odalar ve belirgin çevreler yaratmak için devasa abajurlar kullanılmıştır. Her bir abajur içinde New York Halk Kütüphanesinden alınmış olan görsellerle yaratılmış grafik tasarımlar kullanılmış ve bu şekilde her bir abajur içinde ayrı bir dünya oluşturulmuştur.



Şekil 6-4: Sage and Coombe çocuk kütüphanesi okuma salonu



Şekil 6-5: Sage and Coombe çocuk kütüphanesi okuma salonu aydınlatma elemanı detayı



Şekil 6-6: Sage and Coombe çocuk kütüphanesi bilgisayar köşesi

İşlevsel anlamda rahatsızlık verici bir mekanın kullanıcıya daha ılımlı ve kabul edilebilir gözükmesi konusunda da grafikten yararlanılmaktadır. Yukarıdaki örnekte verilen kütüphanede olduğu gibi mekanın çocuklar için daha sevimli gözükmesi kitap okumayı sevmelerini kolaylaştıracaktır.

Benzer bir durum ise hastaneler için geçerlidir. Hastane ve benzeri mekanların insanlarda huzursuzluk verici bir etkisinin olduğu kuşkusuzdur. Ancak mekanın daha sıcak, içten ve problemsiz gibi algılanmasını sağlayan grafik öğelerin mekana eklenmesi bu huzursuzluğun ortadan kalkmasına bile azalmasına yardımcı olacaktır.



Şekil 6-7: Hastane içi röntgen odası uygulaması

Grafik zaman zaman bir binanın kendi başına iletemediğini iletmek üzere bir araç olarak kullanılmaktadır. Grafik tasarım yeterli bütçenin olmadığı durumlarda bir projeye tamamlayıcı ya da farklı bir ölçek, boyut ve doku kazandırmak için tercih edilmektedir.



Şekil 6-8: Sage and Coombe Sol ofisi duvar tasarımı



Soliloquy Sol Open Work Area

12

Şekil 6-9: Sage and Coombe Sol ofisi gerçekleştirilmiş hali



Şekil 6-10: Bir boya mağazası tasarımı



Şekil 6-11: Aynı boya mağazasının cephesi

Mimari markalama, mimarlık son yirmi yıldır yeni gelişen deneysel markaların kendini ifade etmesini sağlayan yeni bir ortam olduğundan yükselmekte olan bir olgudur.



Şekil 6-12: Pekin Kuş Yuvası stadyumu

Giderek sanallaşan dünyaya rağmen, markalarla kişisel ilişkilerin kurulabilmesi için fiziksel binalara ihtiyaç vardır ve mimarlık bu denklemden sadece müşteri deneyimini sınırlayarak değil aynı zamanda tanımlayarak da hayati bir rol oynamaktadır.



Şekil 6-13: Mikimoto binası

Mimari markalama, bina kurumsal kimliğin diğer bileşenleri ile uyum içinde olduğunda toplam etkinin parçalarından çok daha büyük olmasını sağlayarak belirgin bir değer katar.



Şekil 6-14: Çok katlı mağaza binası

Mimari -binaların dış tasarımı- yüksek teknoloji eğilimi, açıklık, rekabetçilik, centilmenlik gibi marka değerlerini yansıtabilmeli ve yansıtmalıdır. Marka İletişimi: Dynaform + Cube mimari editörü Gernot Brauer bunların bir anlamda zamansız olduğunu belirtmektedir.

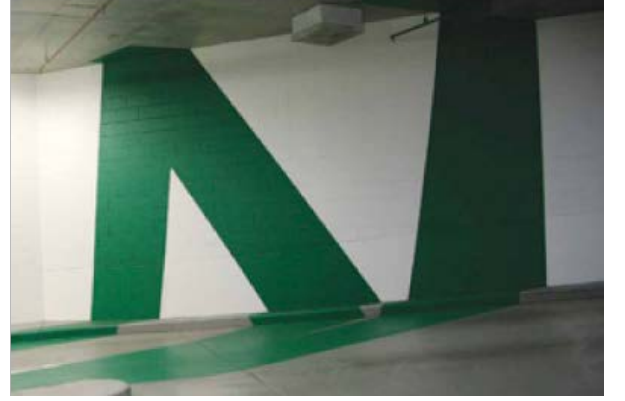
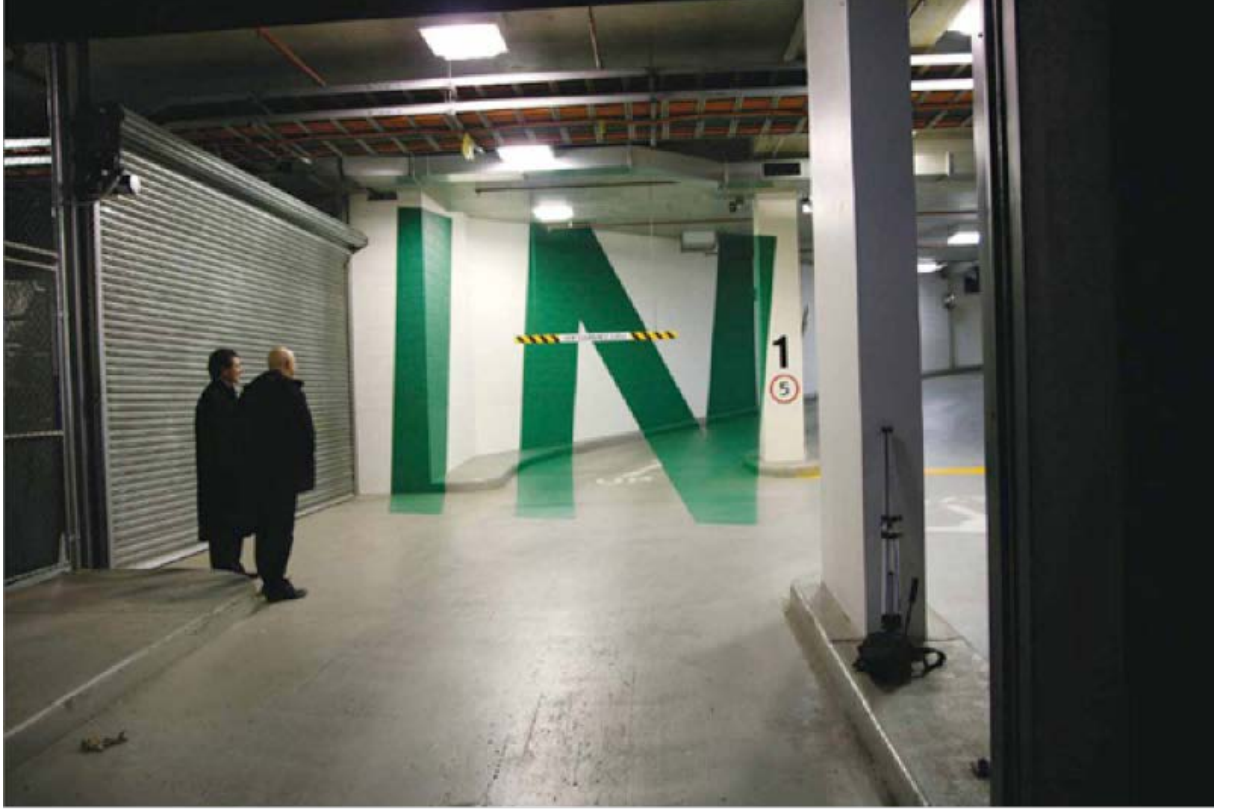


Şekil 6-15: TOD's çok katlı mağazası

Mimarinin kurumsal kimliği tamamlamak üzere kullanımının önümüzdeki zamanlarda daha güçlü hale geleceği düşünülmelidir.

Teknolojinin herkes tarafından ulaşılabilirliği arttıkça, mimari ifadelerin sunumu için bir ortam olarak kullanılmak üzere faydalanılması kolaylaşmaktadır. İki boyutlu sanat eserleri her zaman en iyi binalar için tamamlayıcı olmuştur. Yeni teknolojilerin varlığı mimarların kavramlaştırma ve iki boyutlu sanatı mimariye katma konusundaki rollerini güçlendirmektedir.

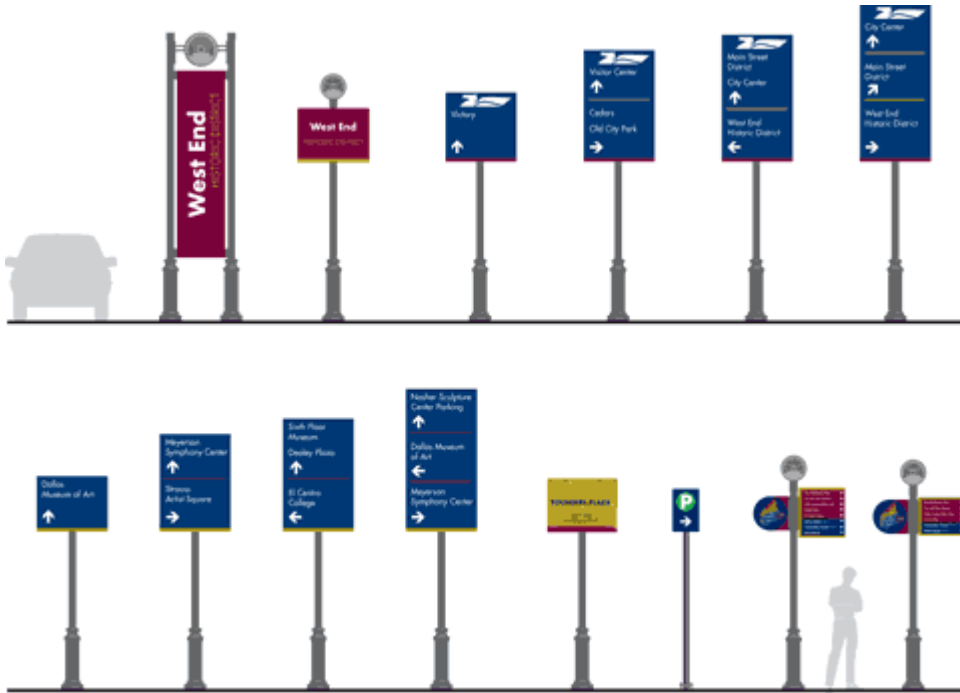
Yol bulma sistemleri, işaret tabelaları ve çevresel grafik tasarım, her zaman mimarlık ve grafik tasarımın birlikte çalışmasına örnek sağlamıştır. Belirtilmiş katkıları nedeni ile mimarlık ve grafik tasarım iş birlikteliği genişlemektedir.



Şekil 6-16: Otopark yönlendirmesi



Şekil 6-17: Interaktif kent mobilyası tasarımı



Şekil 6-18: Yönlendirme tabelaları alternatifleri

Grafik tasarım öğeleri bir binanın tasarımında her zaman yer almaktadır. En temelde, binanın duvarlarını dekore etmek için grafik tasarım öğelerinden yararlanılmaktadır. Her iki disiplin de henüz isimlendirilmemişken bile birlikte çalışmışlardır. En eski binaların duvarlarında dahi grafik tasarım öğelerine rastlanır.



Şekil 6-19: Mısır mezar duvarı süslemesi

Disiplinler isimlendirilerek ayrıştırılmalarından önce de icra edilmektedir. Daha önce de belirtildiği gibi grafik tasarım, disiplin olarak adını 1950'li yıllardan sonra almıştır. Ancak, bu tarihlerden önce bu disiplini icra eden kişiler birden fazla dalda uzmanlaşmış kişiler idi. Örneğin;

Leonardo di ser Piero da Vinci (15 Nisan 1452 - 2 Mayıs 1519)

Rönesans dönemi İtalyan mimarı, mühendisi, mucidi, matematikçisi, anatomisti, müzisyeni, heykeltıraşı ve ressamıdır. En tanınmış yapıtları Mona Lisa (1503-1507) ve Son Akşam Yemeği'dir (1495-1497). Rönesans sanatını doruğuna ulaştırmış, yalnız sanat yapısına değil, çeşitli alanlardaki araştırmaları ve buluşlarıyla da tanınan, dünyanın gelmiş geçmiş en büyük sanatçılarından ve dehalarından biridir. 2. milenyumun adamı seçilmiştir.¹

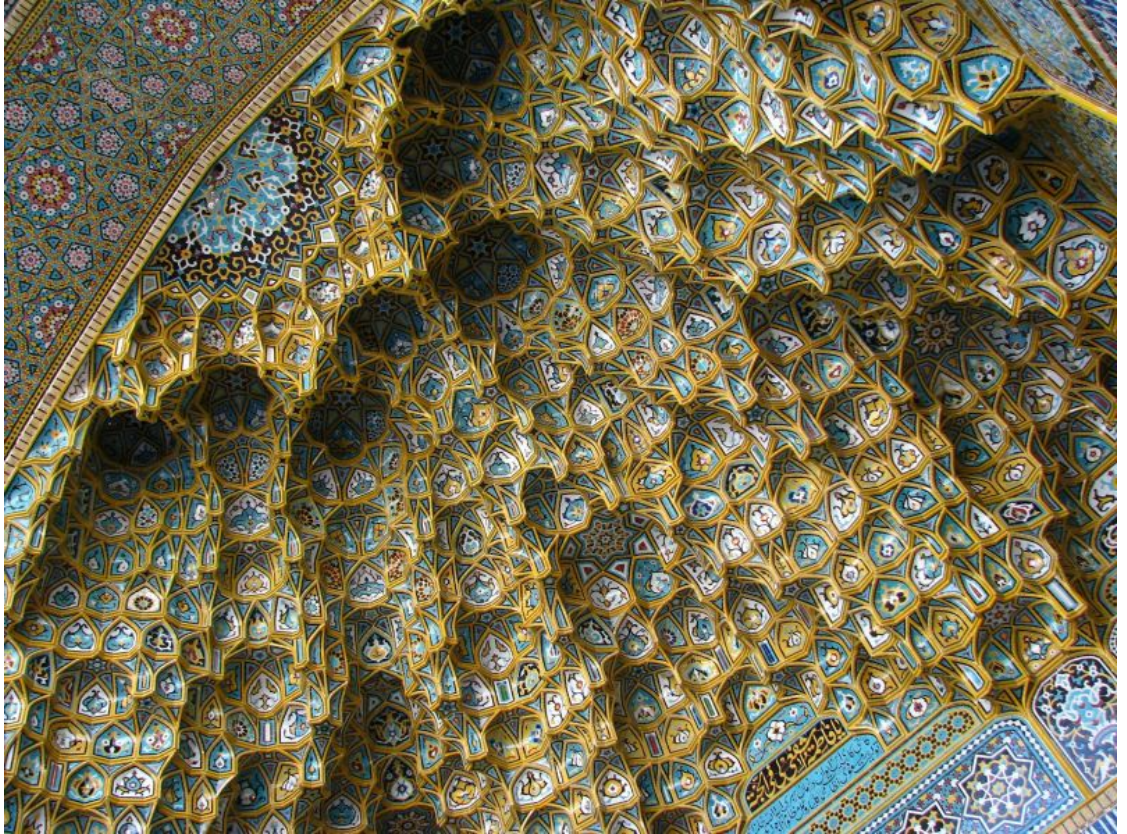
Leonardo'nun yapmış olduğu sayısız eskizleri grafik tasarım öğeleri olarak değerlendirmemek mümkün değildir.

¹ (Wikipedia, Leonardo Da Vinci, 2011)



Şekil 6-20: Leonardo'nun eskizlerinden bir sayfa

Aynı Leonardo gibi sayısız ismi bilinen ya da bilinmeyen mimar/tasarımcı da tasarladıkları binalarda vermek istedikleri mesajlarını tamamlamak adına grafik tasarım öğelerini de işlerine dahil etmişlerdir.



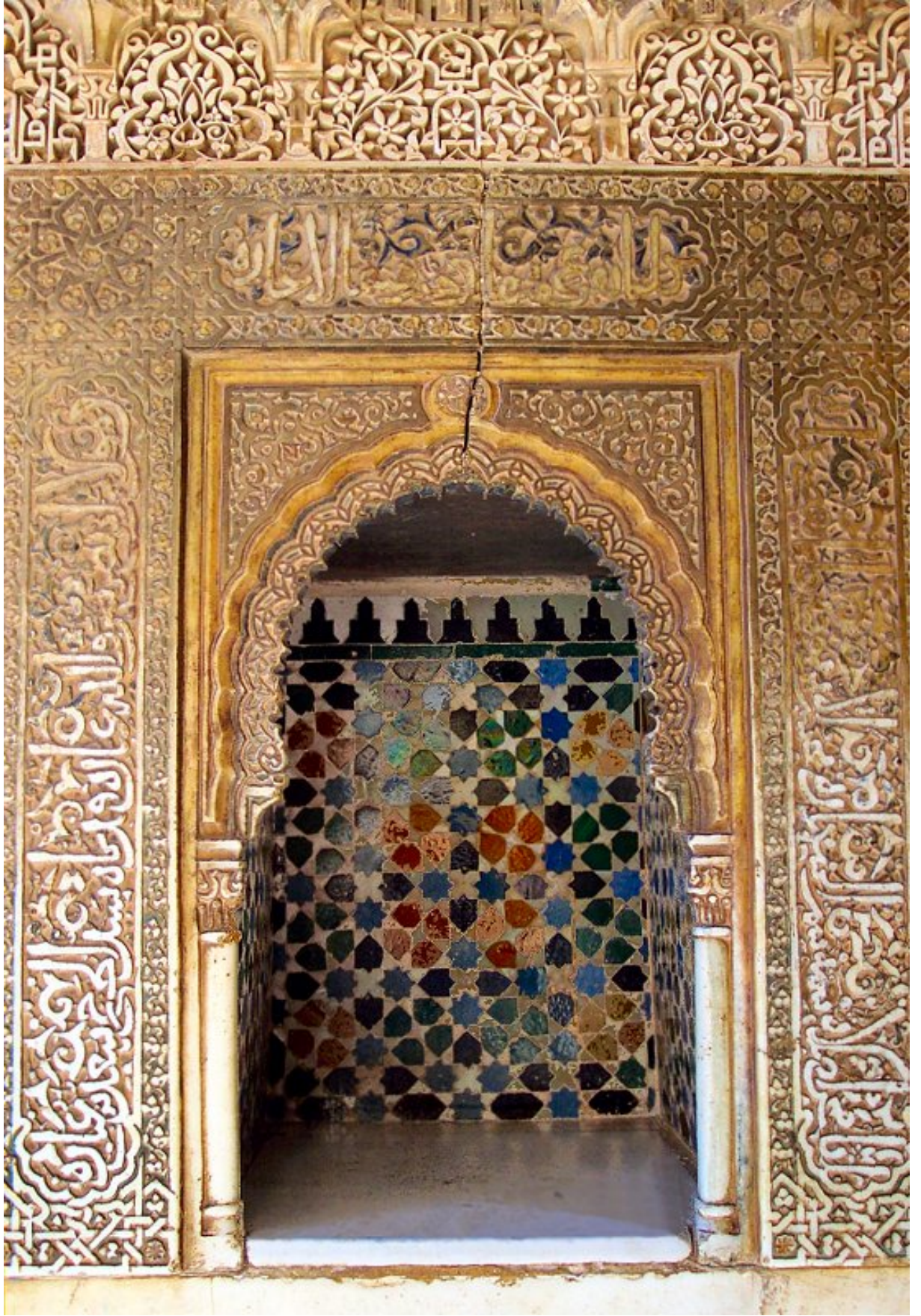
Şekil 6-21: Alhambra Sarayı kubbe süslemeleri



Şekil 6-22: Sennefer mezar süslemeleri



Şekil 6-23: Tapınak kapısı süslemesi



Şekil 6-24: Alhambra sarayı kapı süslemesi

GRIECHISCH.

GREEK N° 4.

GRECS.

TAFEL XVIII

PL XVIII



Şekil 6-25 Yunan tapınak süslemeleri



Şekil 6-26: Çeşitli kapı ve kenar süslemeleri

6.2.1 Supergraphics

Bu işbirliği 1960 da başlatılan ve çok kısa süren bir mimari hareket olan "Supergraphics" de de görülmektedir.

1960larda bir grup mimar ve tasarımcı, mimarinin mekansal etkilerini taklit etmek için büyük boyutlu grafiklerle deneyler gerçekleştirmiştir. Bu grup perspektifi şeritler ve oklar kullanarak bozmuşlar, yüzey tasarımları ile yön bulma ve hareket sekanslarını güçlendirmiş, kötü durumdaki binaların üzerlerine ilustratif boyalar uygulamış ve reklam panosu taktikleri kullanarak ölçeklerle oynamışlardır. 1970 yılında bu Supermanyarist, supergrafik hareket yavaşlamış ve Pop akımına veya graffiti sanatına dönüşmüştür. Fakat bu hareket ile yapı yerine boya ve grafik kullanarak şehirin parlak ve zarif bir hale dönüştürülebileceği fikri doğmuştur.

6.2.2 Graffiti

Graffiti, en temel anlamıyla, duvar yazıları ve resimler yoluyla kendini ifade eden bir görsel uygulamadır. Grafik sözcüğü kökeninden türetilmiştir.

Graffiti, kimi çevrelerce bir sanat dalı olarak kabul edilirken, bir başka bakış açısı da, graffitini vandalizm olarak değerlendirmektedir.

6.2.2.1 Tarihçesi

Tarihsel olarak graffiti'nin oldukça eski bir geçmişe, mağara duvarlarına çizilen şekiller nedeniyle ilkçağ, 4. yüzyıl dönemlerine dayandığı, Pompei'deki duvar yazılarının graffiti sayıldığı söylenebilir. Eski Mısır döneminde insanların geçtikleri yerlerdeki duvar ve kayalara bıraktıkları çeşitli şekil ve yazılardan oluşan mesajlar, graffitinin ilk adımları sayılsa da, günümüzdeki anlamıyla graffitinin ana çıkış noktası 1940'lı II. Dünya Savaşı günlerine denk gelmektedir.

Almanya'yı Doğu ve Batı şeklinde ikiye bölen Berlin Duvarı'nın her iki yanı protest kişilerce boyanarak, yazı ve sloganlarla bezendi. 1960'lı yıllarda ABD'nde politik grupların görüşlerini duyurmak için bu yöntemi tercih etmesi, gençlerden oluşan

sokak çetelerinin, kendi denetimleri altındaki alanları belirlemek için duvar yazılarını kullanmasına yol açtı.

Ardından bağımsız bireyler graffitiyi geliştirdi. Sosyal içerikli iletiler dışında, bireysel seçimleri de yansıtmaya başlayan graffitiler giderek renklendi. 1970'lere gelinirken, bu görsel uygulama, şehir duvarlarından metro duvarlarına geçerken, New York'tan ABD'nin hemen hemen tümüne yayıldı.

6.2.2.2 Gelişimi

Dünyanın çeşitli ülkelerinde başta duvarlar olmak üzere uygun olan hemen hemen her zemin; graffitiler için uygun yer oluşturmaktadır. Sprey boya, fırça gibi çeşitli araçlar devreye girerek, neredeyse beğeni yarışması haline dönüştürülmüştür. Graffitinin genel olarak illegal (yasadışı) bir uygulama olması, bu konuda yasa eksiklikleri, tarihsel eserler, özel konutlar dahil, herhangi birçok yerin rastgele boyanarak graffiti zemini kabul edilip uygulama yapılması, graffitiye bakış açısının ağırlıklı vandalizm olarak kabul edilmesinde rol oynamış, uygulayanlar hakkında yasal işlemler yapılmıştır.



Şekil 6-27: Graffiti tuvali olarak kullanılmış bir metro treni

Özellikle hip-hop kültürünün yaygınlaşmasıyla modern ve asıl şu anki graffiti ortaya çıkmıştır. Graffitinin bugüne gelmesine kadar geçen süreçte, bu konuda Hugo Martinez, Bozo Texino, Taki 183 gibi isimlerin ünlenmesine yol açmıştır. Graffiti yapanların çok büyük bir çoğunluğu kimliklerini gizlemekte ve papo 184, junior 161, cay 161, stitch 171, barbara 62, TAKI 183 gibi takma isimler kullanmaktadırlar. Örnek olarak TAKI 183, 1969 – 1974 yılları arasında Washington ve Manhattan’da metro istasyonlarında büyük ün yapmıştır.



Şekil 6-28: TAKI 183 tarafından yapılmış bir çalışma

Graffiti, kendi gelişimsel sürecini rekabet ortamının da teşvikiyle hızlı yaşamıştır. Bu gelişim sonucunda “tag” adı verilen graffiti yazarları imzalarına semboller, ilgi çekici resimler eklenmeye başlamış. Bazıları sayısal simgeler, bazıları logo vb. şekiller kullanmıştır. Zamanla kullanılan harflerin boyutları büyümüş, harflerin içi desenlerle süslenmeye başlanmış, herkes kendi yazım tarzını belirlemiş ve kendine has renkleri kullanmış, hatta durum giderek kaligrafi sanatının bir yansımasına dönüşmüştür.



www.shutterstock.com · 2845203

Şekil 6-29: Graffiti tag örneği

Graffiti uygulayıcıları, kendilerini sokak ressamı olarak tanımlarlarken, çoğu zaman işi gerektiren maliyetleri kendi ceplerinden ya da sosyal çevrelerini oluşturan dernek, örgüt vb. topluluklardan karşılarlar. “Graffiti” adıyla müzik grupları, albümler vb. oluşumlar gerçekleşmiştir. İran gibi baskıcı yönetim altındaki ülkelerde bile görülen sanat; genellikle barış yanlısı, savaş karşıtı bir eğilim çizmektedir. Günümüz graffitisi, hip hop kültürünün temel unsurlarından biri olmuş, kimliğini açıklamaktan çekinmeyen, bu konuda yasal dernekler, sinema filmleri, bilgisayar oyunları, web siteleri, grafik bilgisayar programları vb. oluşturanların temsilciliğinde, çeşitli iniş çıkışlarla varlığını sürdürürken, Türkiye’de de Samet Esen, Tunç Dindaş, Cihan Uyar ve İsmail Can Yalçın gibi isimler tarafından yapılmaktadır.



Şekil 6-30: Türk graffiti sanatçıları çalışırken

Tüm dünyada graffiti 1980 sonrası zirve yıllarını yaşamıştır. Bu süreçte ABD’nde toplumsal sorun haline geldiği bir dönem yaşandığında, spreylere boyalar, satıldığı yerlerde kilit altında tutulup, küçük yaşta kilerlere satışı yapılmamıştır. 1980’li yılların ikinci yarısının sonlarında düşüş eğilimi göstermişse de 1990’ların ortalarında yeniden yükselen bir grafik izler.

Günümüzde supergraphics ve graffiti kavramlarının farklı disiplinlerle birleştirilerek uygulanan bir uzantısı olarak kabul edilebilecek olan “Çevresel Grafik Tasarım” yeni bir kavram olarak yükselmektedir.



Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 6-31: Supergraphics akımı ile dekore edilmiş fabrika bacaları



Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 6-32: Otel kat planı



Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 6-33: Ofis kat tasarımı



Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 6-34: Mimari markalamaya örnek bir bina tasarımı



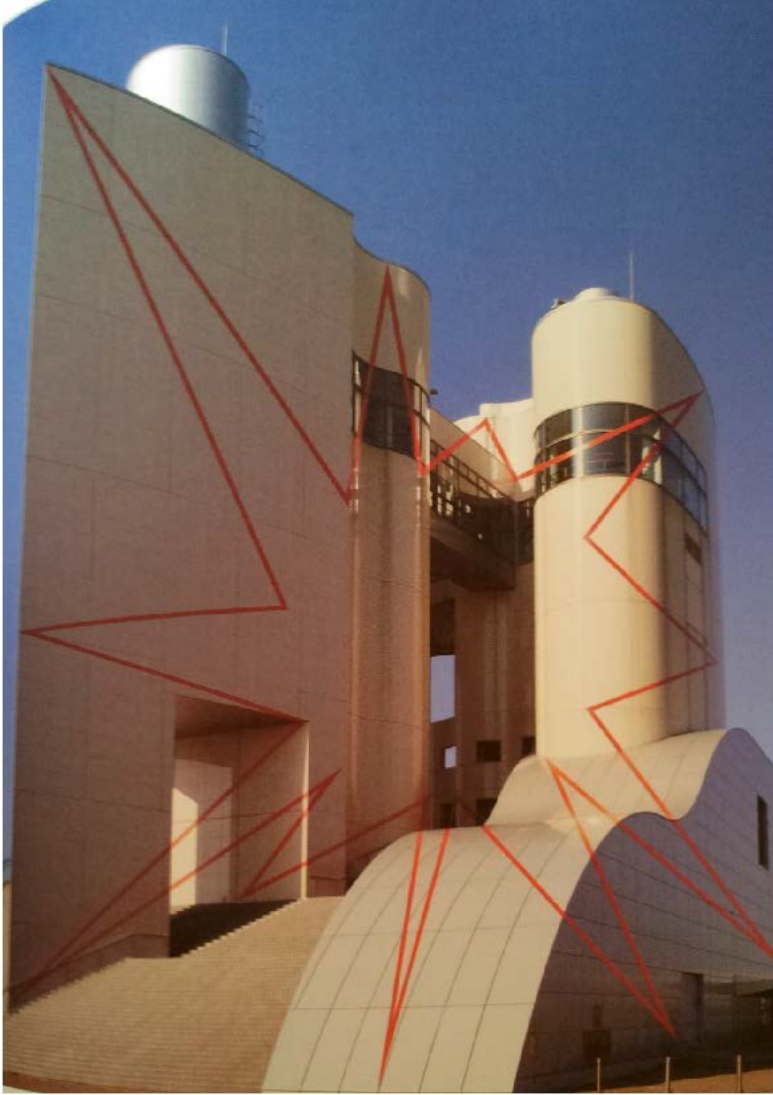
Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 6-35: Spor salonu uygulaması



Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 6-36: Müze duvarı uygulaması



Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 6-37: Bir müze binası tasarımı



Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 6-38: Kentsel dönüşüm uygulaması



Generated by CamScanner from intsig.com

Şekil 6-39: Kentsel dönüşüm uygulaması

6.2.3 Çevresel Grafik Tasarım

Çevresel grafik tasarım grafik tasarım, mimari, endüstri ürünleri tasarımı, kentsel mimari disiplinlerini içeren yeni bir daldır.

Bu konunun uygulayıcıları ağırlıklı olarak yönlendirme, kimlik iletişimi, mekan şekillendirme ve belirleme, markalama gibi konular ile ilgili ürünler ortaya çıkarmaktadırlar. (Wikipedia, 2006)

Kişi yaşadığı çevre (habitat) 'den kendisine ulaşan mesajları yorumlayarak faaliyet gösterir. Kişinin iletişimini sağlayan bu mesajlar görsel imajlar yani grafik şeklindedir.

Grafikler bir düzlem üzerinde iki boyutlu olarak yer almakta oldukları için birer nesne olarak değil taşıdıkları bilgiyi kişinin canlandırmasını ve kavramasını sağlayan birer mesaj olarak algılanmaktadırlar. Örneğin bir metro durak şemasına bakıldığında o anda nerede bulunduğu, hedefe kaç durak olduğu gibi bilgiler edinilebilir.

Moles'a göre çevre, maddesel ve sembolik olmak üzere iki farklı grup ögeden oluşmaktadır. Maddesel ögeler binalar, sokaklar gibi bileşenlerdir. Sembolik ögeler ise tabelalar, afişler, yönlendirmeler gibi grafik bileşenlerdir. (Moles, 1986)

Thomas çevresel grafik tasarım kavramını kişilere tanımadıkları mekanlarda ihtiyaç duydukları bilgiyi vererek yönlendiren ikonografik ve tipografik sistemler olarak tanımlamaktadır. (Evans & Thomas, 2012)

Bu tanımların ışığında bakıldığında mimari yapılar üzerinde yer alan grafik öğelerin çevresel grafik tasarım kapsamına girdiği görülmektedir.



Şekil 6-40: Bekleme salonu tasarımı



Şekil 6-41: Sergi tasarımı

7. GEÇİCİ MİMARİ YAPILARDA GRAFİK ÖGELERİN KULLANIMI

Daha önce de belirtildiği günümüzde kullanılan geçici mimari yapı elemanlarının çok büyük bir kısmı ticari amaçlı yani fuar kullanımını için planlanan yapılardır. Ancak kullanım amacından bağımsız olarak geçici mimari yapılarda kullanılan grafik öğeler benzer amaçlara hizmet etmektedir. Bu nedenle bu bölümde geçici mimari yapının türü ve amacı göz ardı edilerek grafik ögenin kullanım yeri ve amacı üzerinde durulacaktır.

Grafik ögelerin kullanımını konusunda geçici ve kalıcı mimari yapılar arasındaki en önemli fark geçici yapıların gereksinimleri ve özellikleri olmaktadır. Bu gereksinimler ve özellikler bundan önceki bölümlerde belirtilmiştir.

Bu gereksinimler doğrultusunda incelendiğinde; geçici mimari yapıların kalıcı mimari yapılara göre;

- Daha kısa sürede kurulması ve sökülebilmesi,
- Daha düşük maliyetle hayata geçirilebilmesi,
- Daha kısa sürede dikkat çekmesi, algılanması ve mesajını iletebilmesi gerekmektedir.

Bu gereksinimlerin hepsini yerine getirebilmek için bir mimarın ya da tasarımcının sadece yapısal nesnelerin değil daha kavramsal nesnelerin de yardımına ihtiyacı olmaktadır.

7.1 Farklılaştırma

Daha önce de belirtildiği gibi mimarlar ve tasarımcılar bütçesel sıkıntılar, mesajın yeterince kuvvetli verilememesi, tekdüzeleşme ya da zamansal kısıtlamalar olduğu durumlarda grafik ögelerin yardımına başvurumaktadırlar.

Zaman ve bütçesel kısıtlamalar yapısal anlamda modüler sistemler gibi daha standart çözümler kullanılmasını gerektirdiğinden diğer yapılar ile aralarında fark yaratma görevinin hemen hemen tamamını grafik ögeler üstlenmektedir.



Şekil 7-1: Temel stand örneği

Yukarıdaki örnek resimde gösterilen yapı en genel geçer modüler sistemlerden biri olan Octanorm sistemi kullanılarak inşa edilmiştir. Bu sistem piyasada varolan modüler sistemler arasında en çeşitli ve gelişmiş olanıdır. Ancak, her ne kadar ileri bir modüler sistem olsa da farklılaşma konusunda temel modüllerinin dışına çıkamamaktadır. İşte bu noktada farklılaştırma görevini grafik tasarım üstlenir.



Şekil 7-2: Octanorm stand üstüne giydirilmiş grafik öğeler

Bu örnekteki yapı ile bir önceki örnekteki yapı, sistemi meydana getiren bütün bileşenlerin ebatlarına kadar aynıdır. Ancak birbirinden tamamen farklı iki firmanın kurumsal kimliğini taşımaktadır. Bu farklılaşmayı sağlayan, yapılarda kullanılan grafik öğelerdir. Bu grafik öğeler sadece duvarlarda gördüğümüz görsel öğeler değil aynı zamanda sadece renkten oluşan lekelerdir.



Şekil 7-3: Pop-up stand örneği

Aynı şekilde zaman kısıtlı uygulamalarda tercih edilen pop-up tabiri ile anılan geçici nesnelere de belirli şekil ve sınırlamalara sahip olmalarına rağmen yüzeylerine uygulanan grafik tasarım öğeleri ile birbirlerinden tamamen farklı anlamlar kazanırlar.



Şekil 7-4: BMW Pop-up standı

Bu nedenle geçici mimari yapılarda grafik öğeler hemen her zaman tamamlayıcı niteliktedir.

7.2 Farkındalık yaratma

Geçici mimari yapılar çoğunlukla ticari amaçlı yapılar oldukları için kullanıldıkları yerlerde her zaman ciddi bir rekabet içindedirler.

Alana gelen ziyaretçilerin diğerlerinden daha önce dikkatlerini çekmesi, bir anlamda onları kendi yanlarına davet etmesi gerekmektedir. Bunu sağlarken bütçe kısıtlamalarını da göz önünde bulundurmak gerektiği için en düşük maliyet ile dikkat çekecek çözümler aranmaktadır. Diğer sayfada verilen örnek bu şekilde bir grafik öge kullanılarak farklılaştırılmış bir yapıdır.

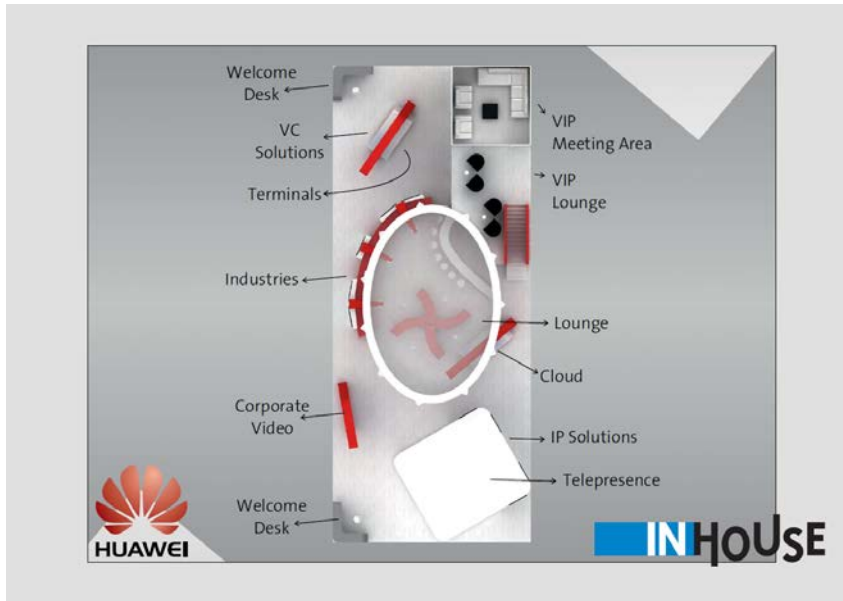


Şekil 7-5: Noguera Kitty standı

Standın girişi firmanın kurumsal kimliğine uygun olarak bir kedi kafası formunda şekillendirilmiş ve içten aydınlatılarak çevresindeki diğer yapılardan daha baskın bir hale getirilmiştir. Önünde geçen insanların dikkatini çekmemesi çok zordur.

7.3 İletişim kurma

Grafik, daha önce de belirtildiği gibi mimarın iletişim dilidir. Aklındaki yapıyı iki boyutlu bir yüzeye ve bu yüzeyden de yapının kullanıcılarına yani müşterilerine iletirken grafik öğeler aracılığı ile konuşur.



Şekil 7-6: Huawei standı fonksiyonel bölümlere sunum paftası

Bu noktada da başka bir rekabet mevcuttur, çünkü müşteriler her zaman birden fazla mimar ile iletişim kurarak birden fazla tasarım alternatifini arasından seçim yapar. Bu nedenle mimari fikrini müşterisine en iyi şekilde ileten mimar başarılı olur. Bu fikrin iletilmesinde grafik anlatım yani mimari sunum anahtar rol oynamaktadır. Planlanan karmaşık projeyi karşı tarafta büyük ihtimalle minimum mimari bilgisi olan müşteriye en yalın ve anlaşılabilir hale getirerek ulaştırma ve karşılıklı bir anlaşma sağlama görevi grafik öğeleridir.



Şekil 7-7: Huawei firması için Inhouse tarafından hazırlanan stand sunumu



Şekil 7-8: Huawei için Işngör Design tarafından hazırlanan stand sunumu

7.4 Mesaj İletme

Geçici mimari yapılar sadece oluşturdukları düzlemler üzerinde grafikler ile değil kendi formları ile de izleyicilere mesajlar iletmektedirler. Gestalt teorisi göz önüne alınarak değerlendirildiğinde mimarların geçici yapıya verdikleri formların da aslında üç boyutlu grafik öğeler olduğu söylenebilir.



Şekil 7-9: Dış mekan için kurulmuş geçici membran yapı



Şekil 7-10: Bir içecek markası için yapılmış olan geçici bar

7.5 Fonksiyon Bildirme

Geçici veya kalıcı belirli teknolojiler ile belirli kıstaslar dahilinde üretilen yapıların birbirine benzemesi kaçınılmazdır. Çünkü son kullanıcı insan olduğu sürece gereksinimlere verilecek fonksiyon cevaplarının diğer etkenlerle birleşerek ortaya çıkardığı formlar belirlidir.

Bu nedenle özellikle bulunduğu yere göre kullanım amacında değişiklik gösterebilecek olan geçici yapılar grafik öğelerle desteklenmediği sürece, bu yapıların içine girilmediği sürece asıl fonksiyonu anlayamaz. Bu nedenle yapının fonksiyonunu bildirme görevi grafik öğelerce karşılanır.



Şekil 7-11:Geçici askeri hastane



Şekil 7-12: Geçici Barınak

Görüldüğü gibi bir önceki örnekte barınak ünitesinin girişine eklenen grafik öğe yapının fonksiyonunu tanımlamaktadır.



Şekil 7-13: Modüler kompozit kabin tasarımları

Yukarıdaki resimlerde gösterilen modüler kompozit kabinlerin tümü aynı kalıp ile imal edilmiş ürünlerde. Ancak üzerindeki grafikler yardımı ile fonksiyonları hakkında çevreye bilgi vermektedirler.

8. SONUÇ

Grafik tasarım ve mimari kesişen alanları çok fazla olan iki disiplindir. Gelişen teknoloji ve değişen yaşam tarzları nedeni ile günümüzde daha da fazla bir arada çalışmaktadırlar. Bu iki disiplinin hitap ettiği alanlar arasındaki gri bölgeler gittikçe artmakta ve bir anlamda iki disiplin bütünleşmektedir.

Grafik tasarım mimari uygulamalar için her zaman vazgeçilmez bir tamamlayıcı disiplin olmuştur.

Geçici mimari yapıların gereksinim duyduğu özellikler nedeni ile mimari cevaplar bir anlamda yetersiz kalmaktadır. Bu yetersizliği ister yapısal ister görsel ister algısal olsun gidermekte grafik tasarım öğelerinden yararlanılmaktadır.

Grafik tasarım ürünleri ortaya çıkarılan geçici mimari yapıların plan aşamasından yaşam sürelerini tamamladıkları son anlarına kadar kullanılmaktadır.

Mimari yapıların günümüzde genel fonksiyonlarının dışında da çok fonksiyonlu niteliklerinin bulunması beklenmektedir. Bu nedenle mimari yapılar grafik tasarımın desteği ile diğer yapıların bir adım önüne çıkarılmaya çalışılmaktadır.

Grafik tasarım, yapının hem eksik hem de fazlasını oluşturarak mimariye farklı bir boyut katmakta, daha ilgi çekici, öne çıkarıcı, çabuk fark edilen ve çabuk algılanan hale getirerek sadece geçici yapıyı değil her türlü yapıyı farklılaştırmaktadır. Gittikçe daha da çok tüketim toplumu haline gelen bu toplumsal yapıda grafik, çizgi ve desenlerden öte derin anlamlar taşıyan bir disiplin haline gelmiştir. Kişiler alışlagelmiş tekdüze yapılardan farklı yapıları diğer yapılara göre daha enteresan bulmakta, bu tür yapılarla daha fazla ilgilenmekte, sadece dış görüntüsünü çekici bulduğu için içine girmekte ya da bu sayede hatırlamaktadır. Böylece grafik, ayırt edici özelliği ile mimariyi tamamlamakta,hatta markalaştırmaktadır.

Çok uzun süre önce bir binanın formunda, Picasso ya da Dali'nin resimlerinde farklılık yarattığını düşündüğümüz grafik, bugün yalnızca geçici mimari yapılarda değil, düşünülmüş olan her noktada izleyiciyi yakalamaktadır.

Artık mimar / tasarımcı için yapının grafikte bütünleşmesi değil grafikte tamamlanması gerekmektedir.

Her ne kadar bu tez esnasında irdelenmeye çalışılan geçici mimari yapılarda grafik öğelerin kullanımı olsa da grafik tasarım, üretimden satın almaya, teknolojiye kadar hayatın her noktasında var olan bir olgudur.

Bir firmanın logosundaki ya da yazım biçiminde ki renk, doku, şekil, firmaya karakter katmakta ve firmayla bütünleşmektedir. Hatta çoğu firma bilinirliğini yaptıkları kampanyalardan değil, logolarının ve hatta sloganlarının bilinirliği ile ölçmektedir. Tivibu, bugün markasının bilinirliğinden çok memnun olduğunu, logosunun ve reklam jingle'nin herkes tarafından bilindiğini dile getirmekte ancak tüketicinin ne iş yaptıklarını anlamadığından şikayet etmektedir. (Doğru, 2012)

Markanın vazgeçilmezi kurumsal kimlik geçici mimari yapılarda da markanın bilinirliğini ve etkisini arttırmak amacıyla kullanılmaktadır.

Grafik tasarım, pavilyon ve standların amacı doğrultusunda kullanılmalıdır. Türkiye'de grafiğin önemi henüz yeterince anlaşılmamıştır. Standlarda hem müşterinin istediği hem de tüketicinin beğeneceği şekilde grafiklerle zenginleştirilmiş, bütçesel anlamda firmayı yormayan çalışmalar yapılabilmektedir.



Şekil 8-1: General Electric CeBIT fuarı standı

Sunulan bu sonuçların ışığında, geçici mimari yapıları oluşturan bileşenlerin yapısal olanlarının mimari ilkeler doğrultusunda ve onların yardımı ile ortaya çıktığı ve algısal bileşenlerin ise büyük kısmının grafik tasarım ilkeleri tarafından oluşturulduğu söylenebilir.

9. KAYNAKLAR

İstanbul Büyükşehir Belediyesi. (2011). *Yapı İnşaat Yönetmeliği*. İstanbul: İBB.

Archinet. (2010). *Marlin Watson*. Archinect: <http://www.archinect.com> adresinden alınmıştır

Architects, S. A. (2011). *Sage And Coombe Architects*. Sage And Coombe Architects: <http://www.sageandcoombe.com/> adresinden alınmıştır

Architectural Branding, The Future. (tarih yok). Archetype: <http://s-archetype.blogspot.com/2009/04/architectural-branding-future.html> adresinden alınmıştır

Arntson, A. E. (2007). *Graphic Design Basics*. Belmont,CA: Clark Baxter.

College, Y. (2011). *Yale Undergraduate Career Services*. Yale College: <http://ucs.yalecollege.yale.edu/content/architecture-and-graphic-design> adresinden alınmıştır

Definition of Pavilion. (tarih yok). The Free Dictionary: <http://www.thefreedictionary.com/pavilion> adresinden alınmıştır

Depot, W. (tarih yok). *Architecture vs. Web Design*. Webdesigner Depot: <http://www.webdesignerdepot.com/2010/05/architecture-vs-web-design/> adresinden alınmıştır

Doğru, S. (2012, Nisan 14). Tempo Medya Genel Müdür Yardımcısı. (Ş. Güner, Röportaj Yapan)

Emiroğlu, E. (2002). *Kurumsal Kimlik Oluşumunda Mimari Ürüne Yansıyan Simgesel Anlamların İncelenmesi- Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul.

Evans, P., & Thomas, M. A. (2012). *Exploring the Elements of Design*. Londra: CENGAGE Learning Custom Publishing.

Fuar Plus. (2011). *Fuarplus*. Fuarplus: <http://www.fuarplus.com> adresinden alınmıştır

- Great Buildings. (1994). *St. Francis Church*. 05 22, 2012 tarihinde Great Buildings: http://www.greatbuildings.com/buildings/Church_of_St_Francis.html adresinden alındı
- Haque, U. (2005). *Dressing the shadows of architecture*.
- Harris, G. A. (2009). *The Fundamentals of Graphic Design*. Lausanne, Switzerland: AVA Publishing SA.
- Hasol, D. (2008). *Doğan Hasol Resmi Web Sitesi*. Doğan Hasol Resmi Web Sitesi: http://www.doganhasol.net/Articles/mimarligi-tanimlamak_10588.html adresinden alınmıştır
- Heller, A. (2008). *World's Fairs*. World's Fairs: http://www.worldsfairs.com/Worlds_Fairs/Expos_Q%26A.html adresinden alınmıştır
- Inspire Fusion. (2012, Ocak 16). *Ugliest Building in the World*. Mayıs 22, 2012 tarihinde Inspire Fusion: <http://www.inspirefusion.com/ugliest-building-in-the-world/> adresinden alındı
- Jodidio, P. (2011). *Temporary Architecture Now!* Köln: Taschen.
- Jones, E. L. (2011). *The Designed Surface*. *Fulcrum*(13).
- Lal, R. (2010, Mart 1). *The Gestalt Theory of Visual Psychology*. Mayıs 22, 2012 tarihinde Design and User Experience: <http://abcofdesign.com/2010/03/gestalt-theory-of-visual-psychology.html> adresinden alındı
- Lehman, M. L. (2009, Nisan 16). *Gestalt Principles in Architecture: Achieving Design Balance*. Mayıs 22, 2012 tarihinde Sensing Architecture: <http://sensingarchitecture.com/867/gestalt-principles-in-architecture-achieving-design-balance/> adresinden alındı
- Moles, A. (1986, İlkbahar). *The Legibility of the World: a Project of Graphic Design*. *Design Issues*, 3(1), s. 43-53.
- Napoles, V. (1987). *Corporate Identity Design*. Canda: John Wiley Inc.

- Olins, W. (1995). *The New Guide to Identity*. London: Gower Publishing.
- Shaugnessy, T. B. (2010). *Supergraphics*. Londra: Unit Editions.
- TOBB. (2011). *Yurt İçinde Fuar Düzenlenmesine Dair Yönetmelik*. İstanbul: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Fuarlar Müdürlüğü.
- Türk Standartları Enstitüsü. (2011, 04 05). *Patent No. TS 12725*. Turkey.
- Venturi, R., Izenour, S., & Brown, D. S. (1977). *Learning From Las Vegas*. New York: MIT Press.
- Wikipedia. (2006, Mayıs 24). *Wikipedia*. Mayıs 2012, 21 tarihinde Environmental Graphic Design: http://en.wikipedia.org/wiki/Environmental_graphic_design adresinden alındı
- Wikipedia. (2010, Kasım 15). *Wikipedia*: http://en.wikipedia.org/wiki/French_Industrial_Exposition_of_1844 adresinden alınmıştır
- Wikipedia. (2011). Mayıs 25, 2012 tarihinde *Wikipedia*: http://en.wikipedia.org/wiki/The_Great_Exhibition adresinden alındı
- Wikipedia. (2011). *Kurumsal Kimlik Tanımı*. *Wikipedia*: http://tr.wikipedia.org/wiki/Kurumsal_kimlik adresinden alınmıştır
- Wikipedia. (2011). *Leonardo Da Vinci*. *Wikipedia*: http://en.wikipedia.org/wiki/Leonardo_da_Vinci adresinden alınmıştır
- Wikipedia. (2011, Kasım 24). *Wikipedia*. Mayıs 21, 2012 tarihinde The Crystal Palace: http://en.wikipedia.org/wiki/The_Crystal_Palace adresinden alındı
- Wikipedia. (tarih yok). *Graphic Design*. *Wikipedia*: http://en.wikipedia.org/wiki/Graphic_design adresinden alınmıştır
- Wikipedia. (tarih yok). *Mimarlık Tanımı*. *Wikipedia*: <http://tr.wikipedia.org/wiki/Mimarlık> adresinden alınmıştır

10.ÖZGEÇMİŞ

Doğum Yeri: Gaziantep

Doğum Tarihi: 19.07.1978

Medeni Durumu: Evli

TC Kimlik No: 18964127862

Sürücü Belgesi: B Sınıfı (1996) – Uluslararası Ehliyet (2005)

Askerlik Durumu: Terhis tarihi 30.05.2008

EĞİTİM BİLGİLERİ

- 2008 ~ Yüksek Lisans
 Haliç Üniversitesi (Tez aşamasında)
 Güzel Sanatlar Fakültesi
 Grafik Tasarım
- 2003 - 2004 Yüksek Lisans
 Yıldız Teknik Üniversitesi
 Mimarlık Fakültesi
 Bilgisayar Ortamında Mimarlık
- 1996 – 2001 Üniversite
 İstanbul Teknik Üniversitesi
 Mimarlık Fakültesi
 Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü
- 1992 – 1996 Lise ve Ortaokul
 Tarsus Amerikan Koleji
- 1990 – 1992 Ortaokul
 Özel Güney Fırat Lisesi
- 1985 – 1990 İlkokul
 Gaziantep Mehmetçik İlkokulu

İŞ DENEYİMİ

- 2008 ~ Hannover Messe International Istanbul
Inhouse Design
Firmanın departmanları arası bilgi akışını düzenlemek, stratejik planlama yapmak ve kararların alınmasını sağlamak. Tasarım, teklif, sözleşme ve uygulama aşamalarını yerine getirmek.
- 2002 – 2008 Sothis Orman ve Modüler Sistem Ürünleri Ltd. Şti.
Genel Koordinatör
Firmanın departmanları arası bilgi akışını düzenlemek, stratejik planlama yapmak ve kararların alınmasını sağlamak. Tasarım, teklif, sözleşme ve uygulama aşamalarını yerine getirmek.
- 2001 – 2002 Sedef Sergi ve Dekorasyon A.Ş.
Genel Koordinatör
Firmanın departmanları arası bilgi akışını düzenlemek. Tasarım, teklif, sözleşme ve uygulama aşamalarını yerine getirmek.
- 2000 - 2001 Superonline / IncubaTR / Klikfilm projesi
BT Müdürü
Yeni geliştirilen teknolojiler çevresinde Türkiye’ye “Streaming Media” konseptini tanıtmak için Klikfilm projesinin uygulama ve sunum geliştirmelerini yapmak.
- 1999 - 2000 Sedef Sergi ve Dekorasyon A.Ş.
Tasarım Bölüm Müdürü
Tasarım, teklif, sözleşme ve uygulama aşamalarını yerine getirmek.
- 1994-1999 Arsan Şirketler Grubu (Basın Yayın, Seyahat Merkezi, Fuarçılık)
Tasarım Bölüm Müdürü
Tasarım, teklif, sözleşme ve uygulama aşamalarını yerine getirmek.
İstanbul Sorumlu Müdürü
Firmanın İstanbul irtibat ofisinin yönetimi.
Fuar Pazarlama
Firmanın yurt içi ve yurt dışındaki her türlü fuarının tanıtımını ve satışını yapmak.

KURS VE SERTİFİKALAR

Temmuz 2011	Duygusal Zeka Eğitimi
Eylül 2011	Telefonla iletişim Eğitimi
Mayıs 2001	Brainbench Written English and Reading Comprehension Certificate
Mart 2001	IncubaTR Solaris/Unix Kursu
Kasım 2001	Atina/Yunanistan'da Zope/Python Kursu
Ekim 2001	Oracle Kursu
Şubat 2001	Brainbench Javascript Sertifikası
Kasım 1999	Brainbench Windows Poweruser Sertifikası
Haziran 1995	Lufthansa Ticketing Kursu
Ağustos - Eylül 1994	Amerika yaz okulu
Temmuz - Ağustos 1994	İngiltere/Torbay'de yaz okulu
1990-1996	Arsan Şirketler Grubu bünyesinde düzenlenen sigorta, bilgisayar ve ticaret konulu tüm kurslar.

Brainbench Transcript ID 348430

YABANCI DİL BİLGİSİ

İngilizce (Okuma: Çok iyi – Yazma: Çok İyi – Konuşma: Çok İyi)

Almanca (Okuma: İyi – Yazma: Orta – Konuşma: Orta)

BİLGİSAYAR BİLGİSİ

Tasarım programları

(Autocad, 3D Studio Max, Rhino 3D, Lightwave, Bryce, Poser...) İleri düzey

Web Tasarım Programları

(Front Page, Dreamweaver, Flash...) İleri düzey

Web Tasarım Programlama dilleri

(HTML, JavaScript, DHTML, CSS,Zope, Python, ASP, ColdFusion, Perl...) İleri düzey (ColdFusion Orta Düzey, Perl Başlangıç Düzeyi)

Grafik Tasarım Programları

(Freehand, Photoshop, Corel Draw, Paint Shop Pro ...) İleri düzey

Ofis Uygulamaları

(Word, Excel, Access...)

İleri düzey

İnternet Uygulamaları

İleri düzey

ETKİNLİKLER

Tarsus Amerikan Koleji Mezunlar Derneği, Endüstriyel Tasarım Mezunları Kurulu,
İstanbul Teknik Üniversitesi Mezunları Derneği, İstanbul Gaziantepçiler Derneği,
Caddebostan Lions Klubü Kurucu Üyeliği