

f a b r i k a



FABRİKA

Bu kitap, EAA-Emre Arolat Architects tarafından 7 Şubat - 17 Mart 2012 tarihleri arasında Milli Reasürans Sanat Galerisi'nde gerçekleştirilen Fabrika sergisi nedeniyle hazırlanmıştır

Editörler

Nil Aynalı, Ali Paşaoğlu

Kitap Konsepti ve Tasarımı

Nil Aynalı, Ali Paşaoğlu

Çeviriler

Robert Bragner (İngilizce)

Tayburn, İstanbul (Türkçe) www.tayburnkurumsal.com

Düzeltili

Bahar Siber

Ekip

Tuba Özkan, Ali Aslan, Zeynep Gül Söhmen, Betül Şimşek

Yardımcılar:

Elif Güngör, Nagihan Ece Uğurlu, Aycan Kızılkaya,

Gökdeniz Tüzün

Kapak Fotoğrafı:

Emre Arolat

Film, Baskı ve Cilt

A4 Ofset

Oto Sanayi Sitesi, Yeşilce Mahallesi

Donanma Sokağı, 16

Kağıthane 34418 İstanbul

Basım Tarihi

1. Basım, Şubat 2012

ISBN

978-605-4382-06-4

EAA

E M R E
A R O L A T
A R C H I T E C T S

f a b r i k a















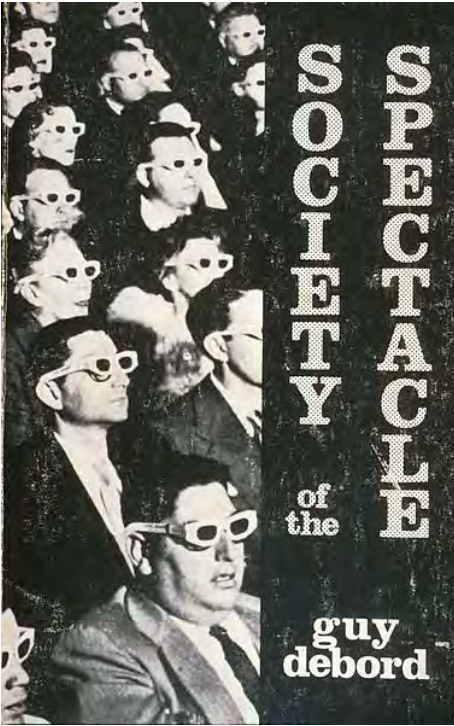


“Biz büroda bu akıntıya karşı, durumun ve bağlamın önemsendiği bir mimarlık pratiği yürütmeye çalışıyoruz. Çeşitli trendleri ve güncel akımları devrede tutmak her zaman mümkündür ama biz bundan olabildiğince kaçınıyoruz. Mimarlığın yeni formlar yaratmaktan fazla bir uğraş olduğuna inanıyoruz...”



Emre Arolat, Contemporary İstanbul Kent ve Kültür Konferansı, 11 Eylül 2011

► **Süha Özkan:** 26 yıl boyunca Ağa Han Mimarlık Ödülü'nde yöneticilik yaptım. Her 3 yıllık ödül döneminden sonra, **Kerim Ağa Han** biraz azar biraz serzeniş tonuyla bize: "İnsanların ömürlerinin üçte biri uykuda geçiyor, üçte biri kendilerine kalıyor, üçte biri ise çalışma alanlarında geçiyor. Neden Ağa Han Ödülü'ne aday gösterilebilecek nitelikte fabrika ve büro binaları bulamıyorsunuz?" derdi. Bu sözler, ödülü yönettiğim 9 dönem boyunca bizlere sürekli olarak hatırlatıldı ve biz her seferinde özel çabalarla yeni projeler ve uygulamalar bulmaya çalıştık. İşte bu arayışın sonunda, bir bakıma proje bulma başarısızlığımızı kıran kişi Emre Arolat oldu ve Edirne'deki fabrikasıyla Türkiye'yi uluslararası bir üne kavuşturdu. Böylece İpekyol Fabrikası, **Ağa Han Mimarlık Ödülü**'nü alan ilk fabrika yapısı olarak ödülün tarihine yerleşti. Şimdi endüstriyi bir yana bırakalım ve Emre'den kent ve kültür konusunda görüşlerini alalım.



Gösteri Toplumu kitabı kapağı, Guy Debord, 1973 (Black & Red; 2010 baskısı (June 1, 2000))

Emre Arolat: Herkese merhabalar. Epeyce çok bina ve proje gördünüz. Ben çok fazla proje göstermeyeceğim. Biraz kültür ve kent meselesinin üzerinde durmak istiyorum çünkü bunun problemleştirilmesi, üzerine gidilmesi gereken ciddi bir mesele olduğunu düşünüyorum. Her şeyin satılabilir olduğu bir dünyada ve çağda yaşamaya başladık. Kentler de bir anlamda satılıyor, kültür de. Benim bu yaptığım konuşma da bir kaç sene sonra mutlaka bir kitap olur ve satılır. Şu anda satılık bir konuşmanın başındasınız. ... Öncelikle bir kitaptan söz etmek istiyorum: Guy Debord'un '**La Societe du Spectacle**' (Gösteri Toplumu) adlı kitabı. 70'lerde yayınlandığında hakikaten şok etkisi yaratan kitabın önerdiklerinin, düşündürdüklerinin veya ortaya koyduklarının biraz da kahince bir şekilde nasıl turnayı gözünden vurduğunu içinde yaşadığımız dönem çok güzel gösteriyor. Kitap, egemenliğini bütün dünyada çoktan kurmuş ve gündelik yaşamın hakimi olmuş olan 'gösteri' olgusunun, kapitalist iktisadın ve meta dolaşımının ciddi bir platformunu oluşturduğuna işaret ediyor ve bu Amerikan tipi gösteri egemenliğinin, gösterme ve gösterilme dünyasının, dünyayı bir süre sonra tek bir pazar haline getireceğini iddia ediyor.

Peki, mimarlık bunun neresinde duruyor? Biz mimarlar, bütün bu müzeleri, tiyatroları, konser salonlarını, operaları, kütüphaneleri yaparken gösteri toplumu ve kültür endüstrisi hikâyesini nasıl görmeli, bütün bunlara nereden bakmalıyız? Yapıp etmek iyi bir şeydir. Çoğumuz yapma delisi, proje

Kerim Ağa Han

(d.1936) Kerim el-Hüseyn Şah. Prens IV. Kerim Ağa Han olarak da bilinir. Şiiğin Nizari İsmaili tarikatının 49. imamıdır. Üçüncü dünya ülkelerinin sorunlarıyla ilgilenen bir çok kuruluşu bünyesinde toplayan Ağa Han Geliştirme Ağı'nın kurucusu ve yöneticisidir. Ağa Han Ödülleri, bu ağın bir parçasıdır.

Ağa Han Mimarlık Ödülü

Ağa Han Mimarlık Ödülü, Ağa Han IV tarafından 1977 yılında başlatılmış bir mimari ödül programıdır. Programın hedefi, İslam aleminin çağdaş tasarım, sosyal konut, toplumsal kalkınma ve ilerleme, restorasyon, yeniden kullanım, çevrenin korunması, peyzaj tasarımı ve çevrenin geliştirilmesi alanlarında ihtiyaç ve beklentilerine başarıyla cevap veren mimari konseptlerin belirlenip ödüllendirilmesidir. Üç yılda bir birden çok projeye verilen Ağa Han Mimarlık Ödülleri, toplamda 500 bin dolarlık parasal değere sahip ikramiyeleri de içermektedir. Ödül, benzer mimari ödüllerden farklı olarak mimari yapılar ve kişilerin yanında projeleri, çalışma gruplarını ve paydaşları da ödüllendirir.

Wikipedia

Gösteri toplumu

"Gösteri kendini tartışılmaz ve erişilmez devasa bir olumluluk olarak sunar."Görünen şey iyidir, iyi olan şey görünür" der, başka birşey demez. İlkesel olarak talep ettiği tutum bu edilgen kabullenıştır; ve ortaya çıkışına karşılık verenin olmaması ve görünüş üzerindeki tekel ile aslında zaten bunu elde etmiştir."

Debord, Gösteri Toplumu, 12

T. Adorno ve M. Horkheimer

Frankfurt Okulu'nun iki önemli düşünürü olan Adorno ve Horkheimer İkinci Dünya Savaşı sırasında, hâlâ çağımızın en güçlü modern akıl eleştirilerinden biri olarak kabul edilen Aydınlanmanın Diyalektiği'ni yazdılar. Kitabın ana teması, Aydınlanma'nın ulaştığı sonuçlar itibarıyla aslında kendi ideallerine ihanet etmiş olduğudur. Kültür Endüstrisi ve Kültür Yönetimi yazıları gerek kültür kuramı, gerekse kültürel hayatın dönüşümü konusundaki eleştirel çalışmaların vazgeçilmez kaynaklarını oluşturur.

Meta

"Metalar, dünyaya, kullanım-değerleri ya da demir, keten bezi, buğday vb. gibi ticari mallar olarak gelirler. Bu, onların, sade, yalın, maddi biçimidir. Bununla birlikte, bunlar, yalnızca iki yanlı bir şey oldukları, hem yararlılığın nesneleri ve hem de değer taşıyıcıları oldukları için metadırlar. Birisi fiziksel ya da doğal biçim, birisi de değer-biçim olmak üzere, iki biçime sahip oldukları sürece, ancak meta olarak görünürler, ya da meta biçimine bürünürler."

Karl Marx - Kapital

Kültür Endüstrisi

"Endüstrinin kültürel malları, özgül içerikleri ve yapılarındaki uyuma göre değil, piyasada gerçekleşen değerlerine göre yönetilir. Tüm kültür endüstrisi pratiği, kâr güdüsünü dolaysız olarak kültürel formlara aktarır. Bu kültürel formlar piyasaya sürülen mallar olarak yaratıcılarının geçimini sağlamaya başladığından beri zaten bu niteliğe kısmen sahipti. Fakat o sırada kâr arayışı dolaylıydı, sanat eserinin bağımsız özünün ötesindeydi. Kültür endüstrisinde yeni olan, en tipik ürünlerindeki kesin ve iyi hesaplanmış faydanın dolaysız ve saklanmayan önceliğidir. Asla ve asla bütünüyle baskın çıkamayan ve daima çeşitli etkilerle biçimlenen sanat eserinin özerkliği, kültür endüstrisi tarafından, denetim mekanizmasının iradesi dahilinde ya da dışında, bilinçli bir biçimde ortadan kaldırılır. Bu anlamda denetim mekanizması sadece iktidarı ellerinde bulunduranları değil, verilen talimatları yerine getirenleri de kapsar. Ekonomik terimlerle konuşacak olursak, bu gruh ekonomik anlamda en gelişmiş ülkelerde sermaye için yeni olanakların arayışı içindedir."

Theodor Adorno: Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken

arsızız. Fakat bu yapıcılığın kentle ve kültürle nasıl bir ilişki içinde olduğunu biraz sorgulamakta fayda var diye düşünüyorum. Ta 'Frankfurt Okulu'na, **Adorno ve Horkheimer**'a kadar geri gidip onların kavramsal yaklaşımlarına bakmak bu bağlamda fayda getirebilir. Frankfurt Okulu'na göre, kültür ürünlerinin **metaya** dönüşmesi ve güncel kültür üretiminin başlı başına bir sektör haline gelmesi **"kültür endüstrisi"** kavramının ortaya çıkışına kaynaklık ediyor. Endüstri toplumu ve kapitalist sistem, bu yolla kendini alt yapıda ve üst yapıda yeniden üretiyor, meşrulaştırıyor.

Kültür endüstrisi aslında sanatın bütünselliğine çok önem vermiyor, daha çok etkilerle uğraşiyor. Nesnenin kendisinden önce etkisinin öncelikli bir hakimiyeti var burada. Bu etkiler, gündelik yaşamın sıkıcılığına karşı bize bir takım geçici kaçış olanakları tanıyor. Bu olanaklar bir süre sonra kendi özerk zeminini oluşturuyor ve süreklilik kazanıyor. Sürekli bir şeyleri beğeniyoruz. 'Aa, ne güzel!' deyip, yanından geçiyoruz ama bunlar hakikat mi değil mi çok fazla düşünmüyoruz. Adorno bunların hiç de hakiki olmadıklarını, gelip geçici olduklarını iddia ediyordu. Bugün İstanbul'a baksaydı ne düşünürdü bilmiyorum. Çünkü dünyadaki başka pek çok metropolde olduğu gibi İstanbul'da da gerçek dışı bir durum katlanıp gidiyor. Biz aslında bu endüstriyi seviyoruz. Bienalleri, sergileri, bu kültür etkinliklerini - hepsini seviyoruz. Öte yandan, bütün bu hikaye yaşam mekanizmalarında bir yabancılaşmaya yol açıyor mu? Yani, gerçekten damardan olanın damardan olma durumunu biraz seyreltiyor mu? Gerçekten gözükmesi ve irdelenmesi gereken şeyleri biraz internetteki 'sörfing' gibi, dokunulup geçilen, görülüp bakılan ama çok da üzerinde durulmayan bir hale mi getiriyor? Yani konu ettiklerini yüzeyselleştirmesiyle derinlik problemini bizim yaratmamıza mı neden oluyor? Bu soruları önemli buluyorum. İstanbul'un ben kendimi bildiğimden beri yaşadığı pek çok değişimi hakikaten pek çok kentin yaşadıklarının ötesinde görüyorum. 'Yeni İstanbul' diye bir mefhum var şimdi, sokaklarda konuşulan, üzerinde pek çok atılıp tutulan. Ama nedir bu "Yeni İstanbul"?

Örneğin biz Murat'la (Tabanlıoğlu) yan yana, aynı mahallenin komşu apartmanlarında büyüdük. Bizim bildiğimiz İstanbul pek böyle değildi. Bu "Eski İstanbul" meselesi hep konuşulurdu, büyükler anlatırlardı ama çok ilgilenmezdik bu öykülerle. Bir kulağımızdan girer, ötekenden çıkardı. Ama üzerine biraz



Adorno ve Horkheimer, 1964, Max Weber-Soziologentag, Fotograf: Jeremy J. Shapiro Wikipedia Commons



Etiler Camlik Sokak, 1963, Fatih Mehmet Durmuş arşivi

düşündüğümüzde, bizim o zamanlar yaşadığımız **Etiler Çamlık Mahallesi** bile çok yeni bir mahalledir. Biz oraya taşındığımızda Murat'lar da aşağı yukarı aynı dönemlerde taşınmıştı. Nispetiye Caddesi'nden Etiler Çamlık'a doğru, yani bugünkü All Sports Cafe'ye doğru sapılırken o sokak topraktı. Biz oradan yürüyerek, pabuçlarımız bayağı perişan olmuş bir halde gider gelirdik. Bizlerin ve başka insanların öykülerine baktığımızda inanılmaz bir hızda değişmiş, neredeyse kendini yeniden var etmiş bir İstanbul'la karşılaşırız.

“Yeni İstanbul” denen olguya baktığımızda, kültürel olarak aynılaştan; alt kültür, üst kültür, popüler kültür, kitle kültürü gibi kavramların hemen hepsinin iç içe geçtiği, buna karşın kentin fiziksel örüntüsünün çoğu zaman sekteye uğradığı, ‘kentsel ayrışma’ denen kavramın hayatımızın içine girdiği bir İstanbul karşımıza çıkıyor. Bu biraz paradoksal ve acayip bir durum değil mi? Yani güncel kültürel durumun ortalama olarak bir kentin içinde barındırdıklarını birbiriyle kaynaştırma hali çok güzel bir idea olarak önümüzde duruyor, ama bunlar örneğin kentin mimari yapısına nasıl yansıyor?

Bütün bu gösteri toplumu, kültür endüstrisi denen olguların üzerine Bosphorus City'nin ilginç bir örnek olduğunu düşünüyorum. İlk açıldığı yıl Julio Iglesias'lı bir lansmanı yapıldı ve çok iyi sattı. Devam kararı almış olacaklar ki geçtiğimiz yıl projenin yanındaki arazi için bizden bir öneri istediler. Sinpaş'la yaptığımız ön toplantılar sırasında bize ‘Bir tema bulmanız gerekiyor, sizin temanız nedir?’ diye sordular. Ben önce anlayamadım, ‘Nasıl yani?’ dedim. Bayağı, ‘Sizin **temanız** ne?’ dediler. Ben örneğin konsept proje diye bir şey biliyorum, avan proje biliyorum, uygulama projesi biliyorum, detay biliyorum ama tema projesi bilmiyorum. “Af buyurun” dedim “Ben öyle bir şey bilmiyorum”. “O zaman bunu bir konuşmamız lazım” dediler. Kendi aralarında fısıfısıf konuştular bu durumu. Ben de anlayamadım gerçekten ve “Yani böyle Bosphorus’a benzer, Venedik, Kızıl Meydan gibi bir şeyler mi bulmamız lazım bizim de?” dedim. “Evet aynen böyle” dediler. Tabii ben bulamadım, beceremedim onu ve dedim ki “Biz maksimum yeşil alan yapacağız”. Tabii bu yanıt onları pek kesmedi, “Haydi yap da görelim” gibi bir durum oldu. Biz de yaklaşık bir yıl boyunca bu projeyi niye böyle yaptığımıza dair pek çok soruyla boğuştuk. Projede, Bosphorus City'nin boğazcığı ile **Ekokent**'in su donatılarını birleştirme fikrimiz vardı. Adına illa Bosphorus demeden bu boğazcığı uzatabiliriz, belki bu şekilde iki proje de daha

Etiler Çamlık Mahallesi

Adını bir zamanlar Etiler'in Bebek'e bakan sırtlarında bulunan ve dev şemsiyeleri andıran fıstık çamlarından alan mahalle, 60'ların ikinci yarısından itibaren özel kişiler ve kooperatiflerce inşa edilen çok katlı ve Boğaz manzaralı apartmanlar ile yapılaştı. İlk dönemde doktorlar ve mimarlar gibi çeşitli meslek gruplarının topluca konut sahibi olmak üzere tercih ettikleri bu mahallenin ortasında kendi halinde kalmış tek ada olan 20 dönüm büyüklüğündeki Çamlık Parkı, 80'lerin başında satın alınıp ‘develop’ edilerek İstanbul'daki ilk kapalı-kapılı ‘site’lerden biri olan Çamlık Aksoy Sitesi'nin doğuşuna sahne oldu. Dönemin pek çok politikacısının ve sonradan bir kısmının adları çeşitli skandallara karışan ünlülerinin ikamet ettiği Aksoy Apartmanı, mahalle sakini profilinde önemli değişikliklere yol açarken, aynı dönemde açılan Etiler Çamlık Kebapçısı, lahmacun kültürünün İstanbullu üst-orta sınıfın hayatına girdiği ilk yerlerden biri oldu. Mahallenin şehre olan yegane bağlantısını sağlayan ve bugün İstanbul'un eğlence hayatının hatırı sayılır bir kısmını elinde tutan Nispetiye, “Tarabya'da uşaklar, Etiler'de yumuşaklar” deyişine konu olan eğlence yerlerinin yan yana sıralandığı önemli bir caddedir.



Iglesias, lansmanda, Milliyet Gazetesi



'Muhteşem Proje' reklamında Nebahat Çehre

Tema

Temalı yapıların mimarı Hasan Sökmen:
“Katamaran şeklindeki otelin arsasının sahile doğru daralan bir konumu vardı. Burada bir gemi gövdesi şeklinde bina yapalım dedim. Kabul ettiler. Katamaran şeklinde bir otel yaptım. Şimdi de Concorde silüetinden bina yapıyorum. Çünkü bu uçaklar artık uçmuyor. Onları hatırlatmak için bu oteli yaptım.”

...
Şehrin imparatorluk geçmişini hatırlatması açısından Lale'nin, İstanbul'un simgesi olarak doğru bir imge olduğunu düşünüyorum. Ayrıca Türkiye'nin tanıtımında sık kullanılıyor. Bu yüzden, proje bana geldiğinde sadece Lale'ye fikrine yoğunlaştım, başka bir fikir üzerine düşünmedim. Lale'yi sapıyla birlikte düşününce çok katlı bir yapı için mükemmel bir form sunuyor. Taç yaprakların ortasındaki tomurcuk ise İstanbul'un mimari dokusunda önemli yeri olan kubbelerle uyumlu bir estetik taşıyor.”

<http://www.buildingdecoration.net>



Sinpaş EcoTown projesi

doğru yaşayabilir diye düşünüyorduk. Bu suyu kullanarak 250.000 metrekarelik kapalı alanı, mümkün mertebe bulunduğu topografya ile hemhal edelim, olabildiğince yeşil bir “Ekokent” yaratalım dedik. Çok geniş peyzaj alanları yaratalım, dünyaya yeni problemler yaratmayacak bir yer olsun, binalar ise çok fazla laf söylemeye çalışmasın ve olabildiğince sade, kolay inşa edilen, üzerinde çok şey bulundurmeyen yapılar olsun istedik. Arazide hiç de fena olmayan bir vadi var, bu proje oraya açılsın diye düşündük ve bir öneride bulunduk. Bu, üzerinde çok çalıştığımız bir projeydi. Bağlamla, malzemeyle, teknolojisiyle, yapımı ile ilgili pek çok sorgulamadan geçti. Sonra bir gün kritik soru geldi, dediler ki; “Tamam iyi güzel de, bizim Bosphorus City acayip iyi sattı”. (Biliyorsunuz televizyonda epey reklamları oldu. Kuşlar falan uçuyordu reklamda. Çok güzel de bir müziği vardı. Mesela benim kızım her duyduğunda sesini açıyor.) “Bu proje bu kadar satar mı?” İşte bu, zurnanın zırt dediği yer oldu. Ben de “Herhalde bunun da bir alıcısı bulunur” dedim. Sonunda satardı satmazdı tartışmaları öyle bir yere geldi ki, ben o zamana kadar düşünmüş olduğum bir şeyi söyledim: “Sizin pek müdananız yok, çok da güzel bir projeniz var. Bu çok iyi satıyor. Burada acayip bir alıcı kitle de var. Bu kitle, Bosphorus City’de oturarak, Boğaziçi’nde yalıda, Arnavutköy’de apartmanda oturduğunu ve Kanlıca’dan yoğurt yediğini zannederek bu **simülasyonu** yaşamaya talip.

Simülasyon

“Gerçeklik ilkesinin egemen olduğu bir dünyada gerçek, düşsel adlı bir “bahaneye” sahipti. Simülasyon ilkesinin belirttiği günümüz dünyasındaysa gerçek modelin kopyasından başka bir şey olamamaktadır. Paradoksal bir şekilde gerçek bizim için hakiki bir ütopyaya dönüşmüştür oysa bu ütopyanın gerçekleşme olasılığı sıfırdır çünkü bu ütopya yitirdiğimiz gerçeği bir daha ancak rüyamızda görebileceğimizi söyleyen türden bir şeydir.”

Jean Baudrillard - Simülakrlar ve Simülasyon - 1982

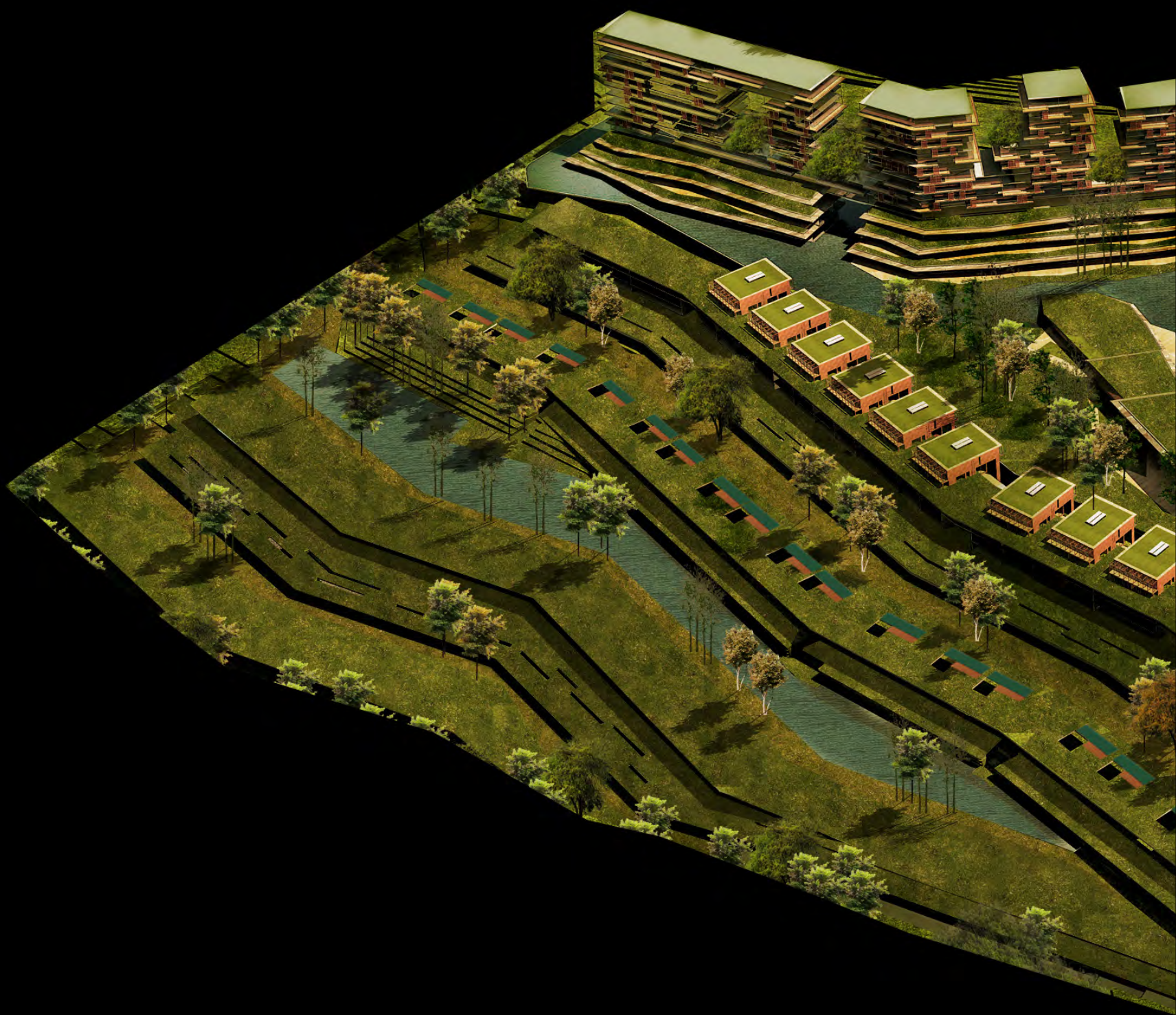


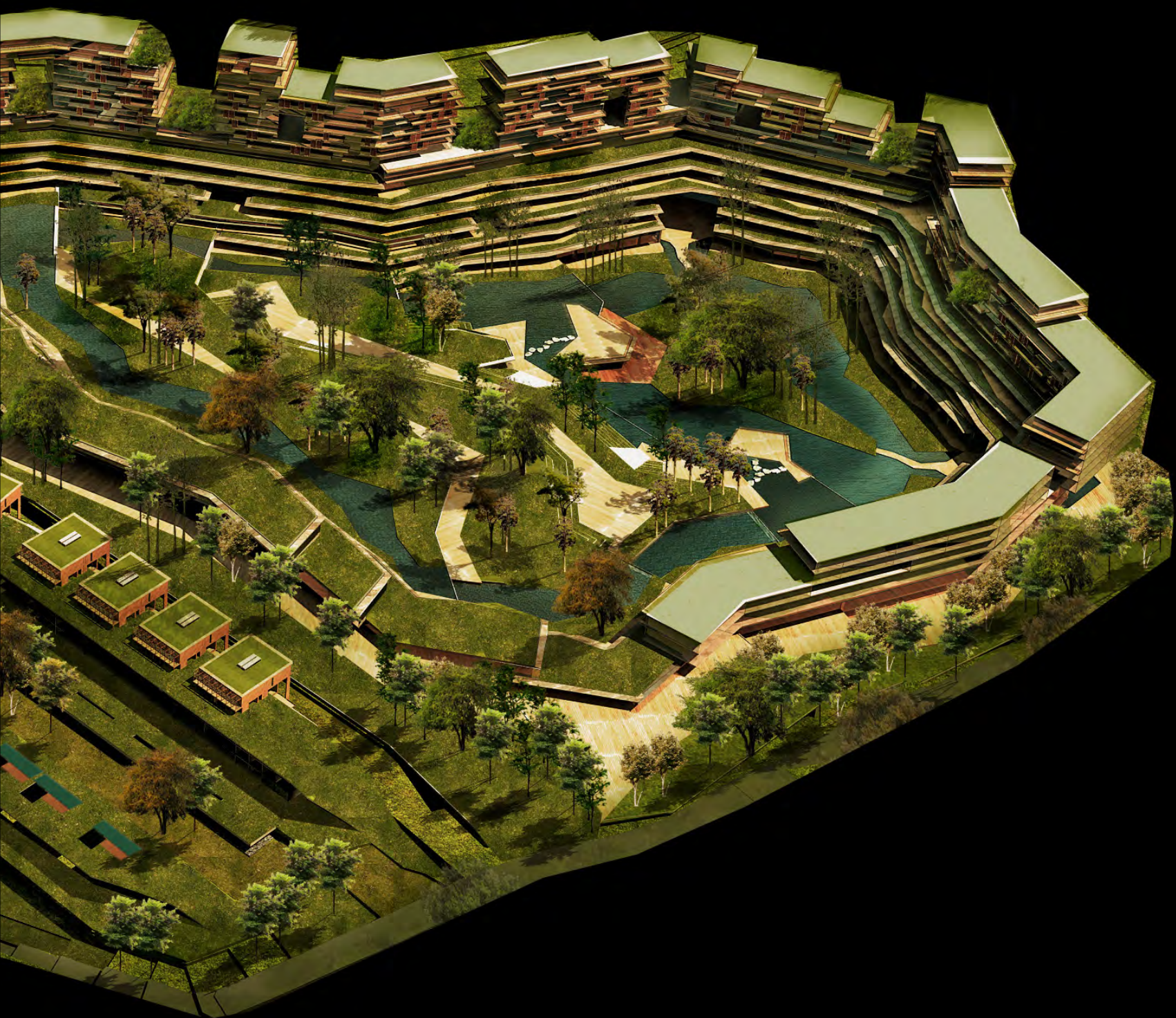
Sadullah Paşa Yalısı, Panoramio.com, Ayşe Yazoğlu Sevin

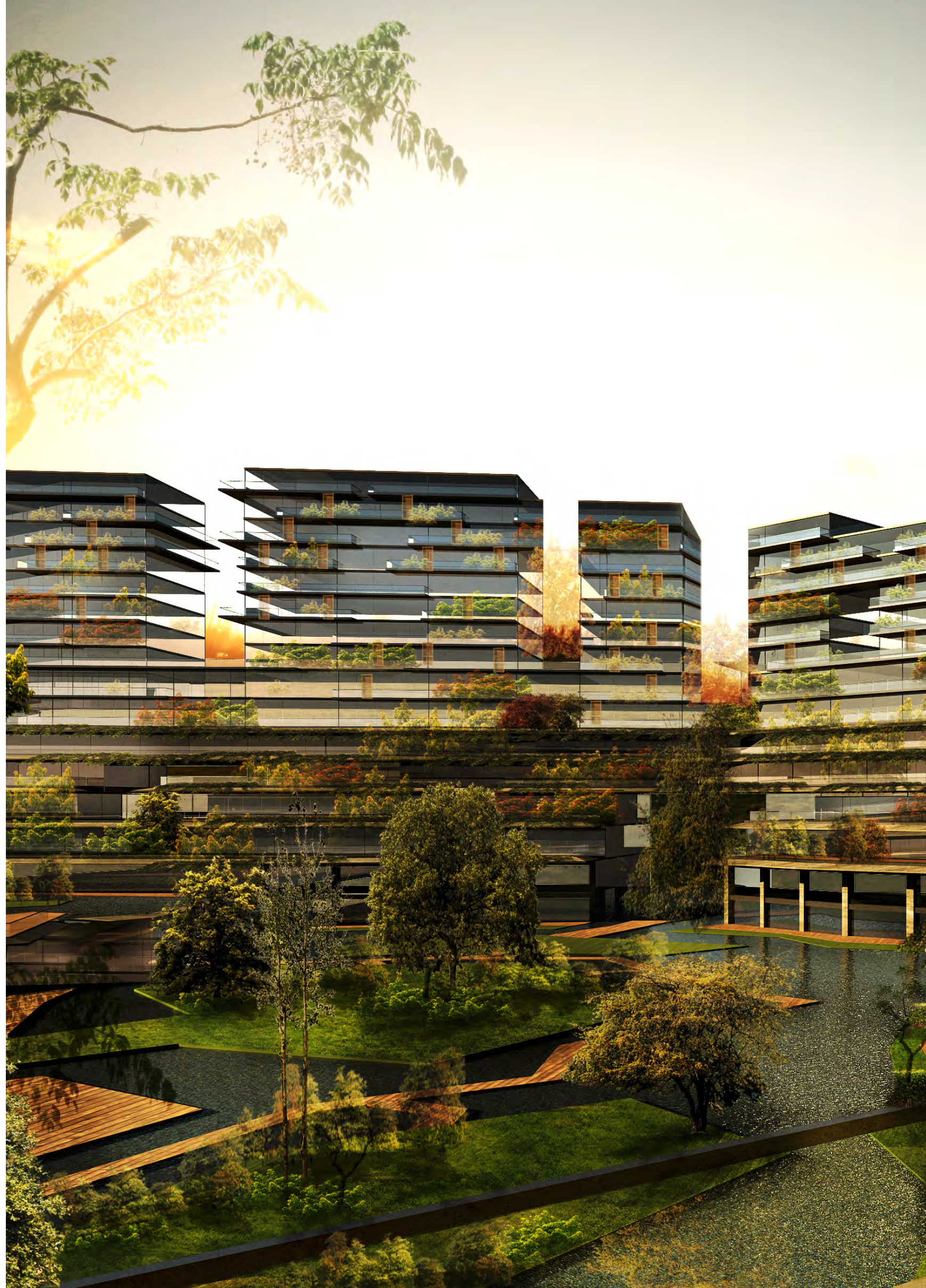


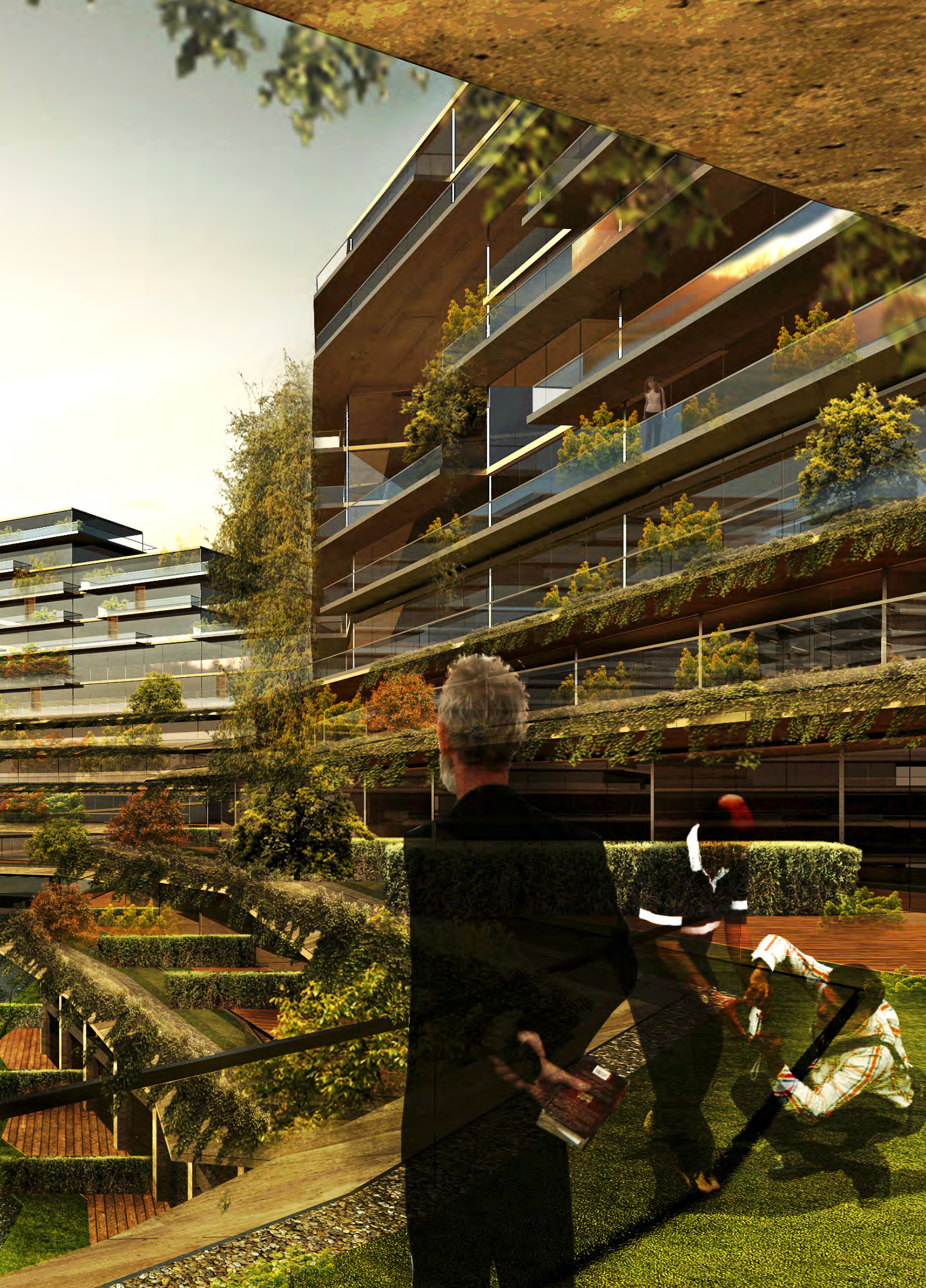
Sinpaş Bosphorus City, 2009, Mefar İnşaat Ltd.

Sonraki 2 resim:
Sinpaş EcoTown projesi











SimCity ekranında dünya anıtları kolajı, Keshav Narla



Dubai Marina, thepurplejournal.wordpress.com

Biz biraz gereksiz konuşuyoruz. Belki de sizin bizimle falan uğraşmanıza gerek yok, yani zaten Suadiye'nin yanına Yalova'yı, Yalova'nın yanına Kuala Lumpur'u, onun yanına başka bir şeyi koyabiliyorsunuz. Neden devam etmiyorsunuz?" dedim. Yani, "Boğaz bitti mi sizin için? Hem siz bir tek yalılar yaptınız. Bence yanlış yaptınız sizin sarayları da yapmanız lazım." Bunları hafif kızgınlıkla ama ciddi ciddi söyledim. Üç gün sonra bir haber çıktı Bosphorus City'den: "Ortaköy etabını gelecek hafta satışa sunmaya hazırlanan Sinpaş, projeyi "Saraylar" etabı ile büyütme kararı aldı". Yani itiraf ediyorum, bu işin müsebbipleri arasında ben varım. Sonrasında bunun da reklamları yayınlanmaya başlandı, o reklamlar da bana oldukça ilginç geliyor. Nebahat Çehre çıktı Julio'nun yerine bu sefer, sanırım saraylar etabı için daha uygun bulundu ve bu proje "Muhteşem Proje" adı altında lanse edildi. Biz de bir sene boyunca boşuna çalışmış olduk...

...
‘SimCity’ diye bir oyun vardır, bilirsiniz, bu biraz bize onu hatırlatıyor. Mimarlık acaba gerçekten böyle bir şey mi olmaya başlıyor? Bu akıntı bizi buraya mı götürüyor? Burada gördüğünüz fotoğraf ‘SimCity’den, şu ise Dubai’den. Pek bir farkı yokmuş gibi gözüküyor. Bir tür gettolaşma ve **kentsel ayrışmadan** bahsetmek mümkün, yani kültür aynılaştırırken kentli birbirine sırtını dönüyor. Bunun İstanbul’da görülmesi gereken, çok şahane bir platformu var, orası da Göktürk Kemerburgaz bölgesi. Biz hepimiz buralarda harika kapalı siteler yapıyoruz ve bunlar, üzerinde çok konuşulan mimari örnekler haline geliyorlar. “Yahu çevresini duvarla çeviriyorsun bir defa, neyi konuşuyorsun?” diyen de pek fazla olmuyor - arada bir oluyor, iyi ki. Göktürk’e yukarıdan bakıldığında, her ne kadar kerameti kendinden menkul bir takım çizgilerden oluşsa da İstanbul’un en planlı yerlerinden bir tanesi gibi duruyor. 20 sene evvel burada hiçbir şey yoktu. Yeni plancılığımız işte buraya kadar gelebilmiş gibi gözüküyor. Göktürk’ün biraz yakınına girip baktığımızda daha net görebiliyoruz ki aslında bu çevredeki yerleşmelerin hepsi kapalı siteler. Site duvarlarından içeri her isteyen giremiyor. Duvarların dışında ise bu alanların arasını kat eden yollardan başka hiçbir şey yok. Sadece yolda olabiliyorsunuz. Onun dışında hiçbir yere giremezsiniz çünkü her bir sitenin kapısında bir tane güvenlik görevlisi var. Ben kendi yaptığım sitelere bile giremiyorum. Aslında bu kapalı sitelerin hepsinin içinde sakinlerin ortak kullanımına açık alanlar var. Bunların adına sosyal tesis deniyor. Bunlar aslında

SimCity

Oyuncuların kısıtlı kaynaklarla kurgusal yerleşimler inşa ettiği geliştirdiği veya yönettiği oyunlara inşaat ve yönetim simülasyonları denir. Simcity oyunu belirli bir hedef olmadan bir şehri kurmak ve işletmek üzerinedir. Oyun, “belli bir arazi parçasının ticaret, yerleşim veya sanayi bölgesi olacağı” kararının verildiği “tarihsiz” bir alanda başlar.

Kentsel Ayrışma

“Soru: Göktürk’te belli bir kesim insanı bir araya toplayan ve bir kapalı sitede yaşamaya yönlendiren sebep nedir sizce? Parasal durumları mı, sosyal durumları mı, güvenlik endişesi mi?”

Biray Kolluoğlu: Aslında saydığınız nedenlerin hepsi geçerli. Söylemsel düzeyde, burada yaşayan insanların bize anlattıkları ilk neden güvenlik endişesi. Şehrin kaosundan, güvensizliğinden ve karmaşasından korunabilecekleri, çocuklarının güvenle yetişebileceği, mutlu ve huzurlu bir aile yaşamı sağlayacak bir yer gözüyle bakıyorlar. Özellikle de çocukları için buraya geldiklerini vurguluyorlar. Bu doğrultuda, çekirdek ailenin özel alanının çok genişlediğini düşünüyoruz. Şehrin vadettikleri ise giderek geçersiz olmaya başlıyor. Şehir neler vadeder? Heterojen bir yaşam, farklı karşılaşmaların olabileceği ve bu karşılaşmaların heyecan verebileceği bir hayatı vadeder. Çok çeşitli sınıflarla bir araya gelirsiniz, hiç bilmediğiniz sınıflarla karşılaşabilirsiniz. Bütün bu vaatler artık geçerliliğini kaybediyor. Göktürk’teki kapanmanın da bundan kaynaklandığını düşünüyoruz. Dolayısıyla söylemlerde de güvenlik kaygısı ortaya çıkıyor. Ancak, bir saldırıya uğradınız mı ya da evinize hırsız girdi mi diye sordüğümüzde hemen hemen hiçbirinden “evet bir saldırıya uğradım” cevabını almadık. Buna dair, hayali de olsa bir korku var. Bu hayali korkunun altında yatan da işte bu şehrin vaatlerinin geçersiz olması.”

Arkitera.com - Boğaziçi Üniversitesi Öğretim Üyelerinden Ayfer Bartu Candan ve Biray Kolluoğlu ile söyleşi

kent planlarında her parsel için %40 oranında bırakılması öngörülen terk alanları. Yani aslında bunlar hepimizin girmesi gereken yerler ama biz bunları sosyal tesis olarak planlıyoruz. Bu demektir ki kapımı kapattım mı o ‘terk’ denen yer bana ait oluyor. Biz hepimiz bunu yapıyoruz. Halbuki bu tip alanların tümünü bir araya topladığınızda, bu bölgede bile çok büyük ölçekli bir kamusal alan yaratmak mümkün. Ama biz bunu yapmak yerine kentin içinde, sadece yollardan ve duvarlardan oluşan, içine kimsenin giremediği, kamusal alandan yoksun yerler üretiyoruz. Sanıyorum birkaç on yıl sonra, “Biz bu aptallığı neden yapıyoruz?” denilip bu duvarlar yıkılacaktır. Biz Rotterdam Mimarlık Bienali için birkaç yıl evvel böyle bir proje hazırlamıştık. Projenin adı Egoİstanbul’du ve bu tür alanların birleştirilmesi durumunda, nasıl daha sağlıklı bir kent parçası oluşabileceğine yönelik bir antrenmandı.

...

İntihal meselesi de önemli. Örneğin, Dubai’de yapılanın aynısı Dragos’ta da yapılabilir ve bu ayıp sayılmıyor. Örneğin yandaki görsellerde Zorlu Center projesi ve Dumankaya Modern projesini görüyorsunuz. Yine Evidea Projesi ve Suryapı Exen Projesi yanyana. Bunlar böyle yapılabilir, hızla geçiyorum.

...

Tasarım bağlamında itina yoksunluğu, bu kentin önemli bir problemi. Zira TOKİ tarafından, farklı illerde binlerce, yüz binlerce konut yapılıyor ve hepsi aynı şekilde yapılıyor. İzmir, Rize, Erzurum, Ankara’dan toplu konut örnekleri görüyoruz. **Bağlam**, yer, o bölgenin dağlık veya düzlük olması, iklimin sıcak veya soğuk olması dâhil hiç bir şey dikkate alınmıyor. Başka bir yerde tasarlanıp gelip araziye küt diye oturuyorlar. Hiç birinde topografya ile ilişki kurulmamış. Hepsinde aynı problemi görebilirsiniz. Bunların hepsinin pencereleri aynı tasarlanıyor, hangi yöne baktıkları fark etmeksizin... Bu konutlarla birlikte, kentin yeni yapılaşan alanları giderek bu hale gelmeye başlıyor.

...

Şu sıralar gündemde olan ‘**Bilbao etkisi**’ meselesi artık İstanbul’un da gündeminde. Şöhret sahibi değerli mimarların İstanbul’da iyi projeler yapmasının önemli olduğunu düşünüyorum. Ama bir yandan da İstanbul’un gerçekten bu tür bir Bilbao etkisine ihtiyacı olup olmadığı da tartışma götürür bir konu. Bunun son örneklerinden biri: Türkiye’nin önemli bir kuruluşu bir özel müze yaptırmak istiyor.

Bağlam

“Her tasarım sorunu iki varlığın uyumunu aramakla başlar, sorgulanan biçim ve onun bağlamı. Biçim sorunun çözümüdür, bağlam ise sorunun tanımını koyar.”

Christopher Alexander – 1964

Bağlam, bir olayın ya da durumun arka planını oluşturan verilerin toplamıdır. Mimarlık alanında ise “bir mimarlık ürününü önceleyen fiziksel, sosyal ve ekonomik koşulların tümü” olarak tanımlanabilir.

Son dönem Türkiye mimarlık ortamında “bağlam” kelimesinin kullanımı yaygınlaşmasına karşın kavramsal kapsamı giderek daralmıştır. Özellikle mimarlık eğitimi ortamında genellikle “bir yapıyı çevreleyen kentsel doku” manasında kullanılmaktadır.

Bilbao Etkisi

“Bu noktada ‘Bilbao effect’ denilen şey önem kazanmaya başladı. Nedir o, anlatayım. Bilbao, İspanya’nın Bask bölgesinde sessiz önemsiz, kimsenin gitmediği bir şehirdi. 1997’de açılan Frank Gehry’nin muhteşem Guggenheim Müzesi binası şehri Bilbao’yu bir anda dünyanın gözdesi yaptı. Düşünün, tarih pastasının her diliminden kendine en remalı bölümleri ayırmış o güzelim Roma şehri bile modern mimarının nimetlerinden yararlanmak ve daha çok turizm geliri istiyor! Bir de daha henüz tarihi dokusunu korumayı becerememiş İstanbul’u düşünün: 2010 İstanbul’u için gidilecek ne çok yol, yapılacak ne çok iş var, şimdi anlıyor musunuz?”

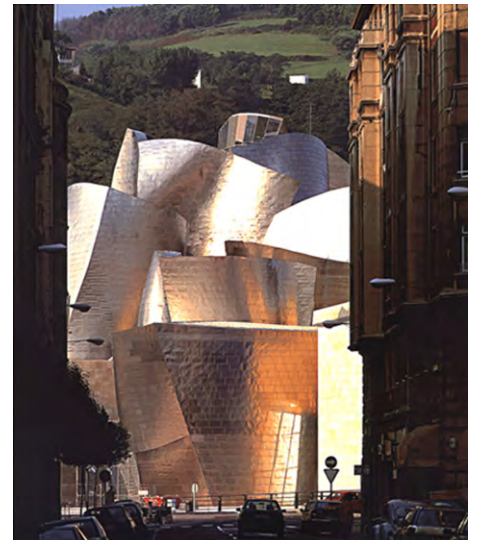
Haşmet Babaoğlu - Vatan Gazete



Dumankaya Modern



Zorlu Center



Frank Gehry, Guggenheim Müzesi, Bilbao, İspanya, 2007



MAXXI Müzesi , Zaha Hadid Architects, 2009

Bu proje için bizimle çok uzun süre konuştular ama karar veremediler bir türlü. Çünkü bizim karşımızdaki diğer aday Zaha Hadid'di. Yani bir bizimle konuşuyorlar –bildiğim kadarıyla tabi, belli olmaz- bir de **Zaha Hadid**'le konuşuyorlar. En sonunda bir gün arabayla bir yere gidiyor ve bir yandan da cep telefonumdan kuruluşun sahibiyle konuşuyordum. Sonra birden “Ya, bana bir şey söyle beni inandır ki seninle yapalım bu işi.” dedi. Ben de “Ben Zaha'yla aşık atamam, Zaha çok ünlü bir mimar ve eğer bütün derdimiz buysa, benim onunla aşık atmam mümkün değil, beni kimse tanımaz. Ağa Han Ödülü'nü bir kenara bırakırsak ismimiz pek bilinmez o yüzden bir şey söyleyemeyeceğim.” dedim. Bunun olumlu yönden etkili olacağını zannediyordum ama olmadı. Zaha Hadid yapıyor şu anda projeyi, karşı değilim.

...

Biz büroda bu **akıntıya** karşı, durumun ve bağlamın önemsendiği bir mimarlık pratiği yürütmeye çalışıyoruz. Çeşitli trendleri ve güncel akımları devrede tutmak her zaman mümkündür ama biz bundan olabildiğince kaçınıyoruz. Mimarlığın yeni formlar yaratmaktan fazla bir uğraş olduğuna inanıyoruz.

Göstereceğim bu örnek bir davetli yarışma projesi olarak başladı. İşveren, üretim tesisleri Yalova'da olan ve herkesçe bilinen yatırımlarını İstanbul'da yapan bir kuruluştı. Onun Yalova'da, Belediye ile birlikte bir kültür merkezi yapması söz konusuydu. Yarışmaya bu projeyi götürürken, Gonca'ya “Sopa yiyip, buradan çıkabiliriz” dedim çünkü herhangi bir parıltılı yapının “Yalovalılara kültür getirmeye geldik” der

Zaha Hadid

“Bir diva olduğumu söylüyorlar - Erkeklerle diva demiyorlar. Sadece kadın olduğum için bana bu unvanı layık görüyorlar” diyor. Bu soğuk hava, Hadid'in içini ürpertiyor. Hadid'in duruşu bir opera sahnesi ihtişamında. Parlak siyah tayt ve buruşturulmuş origamiyi andıran bir Miyake ceket giyme cesaretini gösteren Hadid, iri yapılı 60'lı yaşlarında. Tek elindeki yüzüğü altın püskül bir yeleğe benziyor. “Bununla yemek yiyemezsiniz” diyor. Gözleri Liz Taylor tarzı geniş Prada gözlüklerin arkasında saklı, Lauren Bacall'inkine benzer tok bir ses tonu ile konuşuyor.

Blake Gopnik
<http://www.thedailybeast.com/>

Akıntı

“... Akıntı; içinde mimarlık üretimi yapılan ekonomik sistem ve bununla bağıntılı sosyal, politik ve kültürel koşullara dair bilgileri bir araya getiriyor. Bu bilgiler EAA'nın birlikte çalıştığı işverenler ve yatırımcılar hakkında çıkan haberlerden gayrimenkul sektörünü etkileyen gelişmeler ve mimarlık dünyasındaki olaylara; Türkiye'de yaşanan önemli gelişmelerden dünyadaki ekonomik, politik ve sosyokültürel olaylara uzanan bir çeşitlilik gösteriyor. Sütunun adı olan “Akıntı”; önu alınamayan bir akışın -metanın, yerden bağımsızlaşmış sermayenin, niceliksel olarak artan bilginin ve sürekli yenileri üretilerek dolaşıma sokulan imgelerin akışının- karakterize ettiği bu zamanı betimleyen ana kavram olarak öneriliyor.

<http://database.emrearolat.com/hakkinda/>



Raif Dinçkök Kültür Merkezi, Fotoğraf: Cemal Emden

Yalova Raif Dinçkök Kültür Merkezi

“Yapı ilk bakışta herhangi bir biçime referans vermez. Neredeyse hiçbir ‘şeye’ benzemeyen bu kitlenin oluşturduğu tarafsızlık algısı, yapıya yaklaştıkça kentin endüstriyel ruhuna doğru yön değiştirir. Pırıltılı ve afili malzemeler yerine dış cephe kaplaması olarak tasarlanan ve dirençli yapı çeliğinden -Corten A- elde edilen delikli plakalar, paslı yüzeyleriyle bu hissiyatı güçlendirir. Kentli, bu kentte yaşamaktan ötürü çok iyi bildiği, böyle bir yapıda şimdiye dek kullanılmamış olmasına karşın üretim alanlarında sıklıkla karşılaştığı bu dokuyu kolaylıkla tanır. “

RDKM mimari proje raporu,
Emre Arolat

gibi davranacağını düşünerek, biraz Yalova'nın endüstriyel yüzünü ortaya koyan, mendebur, 'bulky' denilebilecek, hatta biraz da suratsız bir yapı ile karşılarına çıkacaktık. Yapının ana karakterini dış cidarının sahip olduğu geçirgenlik üzerine kurarak, dış mekan ve iç mekanın birbirinin uzantısı olarak devam ettiği, içeride sürprizli 'piyasa mekanları'nın ortaya çıktığı ve bu mekanları oluşturan farklı kutuların kendilerinin de birer sergi ögesine dönüştüğü bir mekan üretmek gibi bir derdimiz vardı. Bizi şaşırtan bir şekilde proje birinci seçildi. Birkaç ay önce de bu yapı tamamlandı ve Başbakan tarafından da açılışı yapıldı. İki de bir " Bu dış cepheyi ne zaman boyayacaksınız" sorusu soruluyor, sanıyorum Madrid'de ya da Londra'da bu soru fazla sorulmuyordur.

...

Antakya'daki Müze-Otel projesi geniş bir alanda bulunan bir kalıntının üzerine inşa ediliyor. Geniş açıklıklı strüktürlerin üzerinde, tam bir prefabrikasyonla dışarıda yapıp getirilip kurulan kutular otel odalarına dönüşüyorlar ve bunların en tepesinde de otelin bütün sosyal alanları yerleşiyor - zira bu strüktürün altı, burada gördüğünüz gibi kalıntılarla kaplı. Kalıntılar, zemin korundaki gezinti rampası yoluyla kamusal kullanıma açılıyor. Böylece bu alanda bir müze-otel oluşuyor. Bu bizim şu anda çok da uzun tartışmalarla üzerinde çalıştığımız bir proje. İyi bir şey olacağını umuyoruz ama bir taraftan da soruyoruz: "Bu, neyin müzesi olacak?"

Biz de böyle akıntıya karşı bazen cepheden yüzleşerek ama bazen de böyle kendi aramızda eğlenerek bu işi yapmayı sürdürüyoruz. Teşekkür ederim. ■



Raif Dingçök Kültür Merkezi Açılışı, 12 Mayıs 2011

Sonraki 5 resim:
Yalova Raif Dingçök Kültür Merkezi
fotoğraflar: Cemal Emden
Antakya Müze Otel Projesi
>

Antakya Müze-Otel

"...Pek çok projede ana koşullayıcı olarak devrede olan yer ve bağlam; yakın çevredeki az katlı, seyrek ve niteliksiz sayılabilecek yapılaşmadan ziyade, alanın içindeki arkeolojik bulgular ve Antakya'nın fiziksel ve sosyal verileri içerisinden tanımlanır. Kendi yapısal kodlarına sahip yerden bağımsız bir tip haline gelen otel, yere ve duruma özgü koşullar ile girdiği dolaysız yüzleşmeden alışıldık yapısını ters yüz ederek çıkar. Kalıntıların karakterize ettiği bu alana yerleşecek otel yapısı, içe dönüp kompaktlaşmak yerine, barındırdığı programları birbirinden bağımsız hareket edebilen tekil birimler haline getirerek kazı alanının üzerine yayılır ve kalıntıları örten koruyucu saçağın altında kendine yer bulur. "

Antakya Müze-Otel mimari proje raporu,
Nil Aynalı



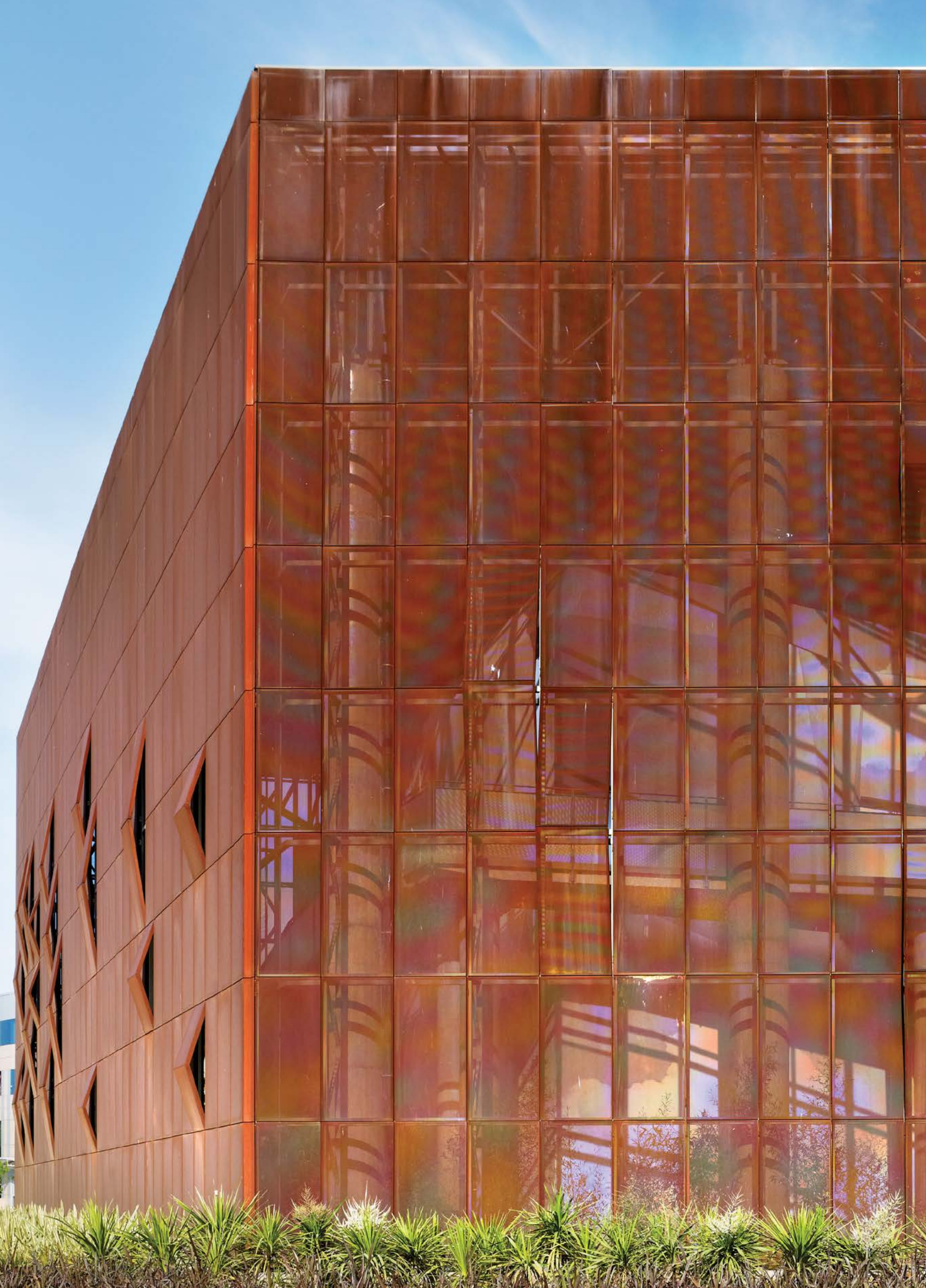
Antakya Müze Otel Projesi

























“Mimarlık asla evrensel olmaz, her var edildiği durumda tikeldir, partikülerdir. Her özgül durum için, her özgül aktörler birleşimi için, her zaman ve durumda yeniden tarif ederiz mimarlığı. Hiçbir özgül durum bir daha yinelenemez...”



Uğur Tanyeli, Antalya Mimarlık Bienali'nin Ardından Değerlendirmeler Forumu, 22 Aralık 2011

► Ben “mimarlık dünyasında güncel eğilimler” ya da “Mimarlıkta bugünkü durum nedir?” gibi genel bir konudan konuşmayacağım. Daha ziyade başlangıçta önüme konan problem üzerine, yer/yersizlik problemi üzerine konuşmayı tercih edeceğim. Mimarlık bağlamında yer tartışmasının ne olduğunu ele almaya çalışacağım. Bir İngiliz atasözü vardır. Çok sık kullandığım bir atasözüdür bu benim: “**Cehennemin yolları iyi niyet taşlarıyla döşelidir**”. Bu yersizlik, yer olmayan ve yer tartışmaları bağlamında da cehennemin yolları gerçekten iyiniyet taşlarıyla döşelidir, çünkü yer tartışması ilk bakışta sanıldığı gibi aksine, bir çok problemi içinde barındıran, oldukça ciddi olumsuz uzanımları olan, ucu neredeyse ırkçılığa bile sık sık varmış olan bir tartışmanın sadece yüzeydeki küçük bir görüntüsünden ibaret. Dolayısıyla, ilk bakışta gözüktüğü kadar masum bir probleminden söz ediyor değiliz. Onun için yer tartışması üzerine ilk önce kısa bir tarihsel bilgi vereyim ki, tartışmanın bağlamı tanımlanmış olsun.

Yer tartışması eski bir tartışma değil, ama güncel bir mesele de değil. Şöyle söyleyeyim: 19. yüzyılın ikinci yarısı öncesinde dünyanın hiçbir yerinde mimarlık bağlamında böyle bir tartışma yapılmıyor, hiç kimse yer kavramından mimarlık bağlamında söz etmiyor. Dolayısıyla daha önceleri bir yere ait olmaktan söz eden, aidiyetin yerle tanımlı olma hali üzerine konuşan kimsenin olmadığını söyleyebilirim. Hatta yüzyıllarca tam tersine, aksini yapmak beklenen, amaçlanan bir durumdur. Sözgelimi, **Persepolis**’i yaparken **Darius**, kitabede yaklaşık olarak, “Ben buraya taşçıları İyonya’dan, marangozları Finike’den, heykelticileri Mısır’dan getirdim” gibi konuşur. Zaten Persepolis’e bakarsanız, sütunların, bezemelerin ve genelde yapıların dünyanın her yerinden getirilmiş farklı kökenleri olan elemanları içerdiğini kavrarsınız. Persepolis denilen yerde, birçok başka yerin bir arada var olduğunu, orada onların “**displacement**” ile varlık kazanmış bir mimari çevre kurulduğunu pekala görebilirsiniz. Bu, yer tartışması yapmayan, tersine hedeflenenin yere bağımlılığın aşılması olduğu bir dünyanın görüntüsüdür. Çünkü, ulaşım ve haberleşme imkanlarının kısıtlılığı kaçınılmaz olarak herkesi yere zaten bağımlı kılar. O kısıtlılığı aşmayı da bir marifet, bir iktidar gösterisi haline getirir.



Persepolis’te, I.Darius’a armağan sunan Pers imparatorluğunda’ki bütün ulusların tasvir edildiği rölyef. Bu rölyeflerin Yauna denilen Yunan artistlerden tarafından yapıldığı söylenmektedir.

I. Darius

İran’da Ahemeniş Hanedanı’nın 3’üncü imparatoru. Döneminde imparatorluğun sınırları Hindistan, Trakya ve Mısır’a uzanıyordu.

Darius Yazıtı

Tarihi M.Ö 520'lere giden Sesa'daki 100 sütunlu Kraliyet Sarayı'nda bulunan Darius yazıtında, bu sarayın Mısırlı, İyonyalı, Babil, Lidyalı vb. tutsaklar tarafından yapıldığını, malzeme ve parçalarının bir çok başka yerden getirildiğini anlatılır:

“Sedir ağacından ahşaplar Lübnan isimli bir dağdan getirildi. Onları Asur halkı Babil’e getirdi. Babil’den Susa’ya, Karya’lı ve İyonyalıları getirdi. Tali ahşapları Kandahar’dan ve Kirman’dan getirildi. Burada işlenen altın, Sardes ve Baktriya’dan getirildi. ... Kral Darius dedi ki: “Susa’da mümtaz bir iş ismarlandı ve mümtaz bir iş tamamlandı. Ahuramazda beni, babam Hystaspes’i ve ülkemi korusun”

Displacement/ Yerdeğiştirme

İngilizce kelime, hem yer değiştirme hem de “yerini değiştirme, yerinden etme” anlamlarında kullanılıyor.

Şimdi yer tartışması ne zaman başlıyor? Aslına bakarsanız yer tartışması modernliği tanımlayan oluşumlardan, değişimlerden

Eklektisizm

Türkçede bazen seçmecilik olarak karşılır. Farklı sanatsal sistemlerden alınan öğelerin yeni bir sistem içinde yeniden kullanılmasıdır. Sanattaki farklı çağ ve üsluplardan seçilip devşirilen öğelerin yeni bir tasarım ya da ürün oluşturmak için ele alınması olgusunu ifade eder.. Eklektisizm, 19. yüzyılda çok yaygın bir biçimde görülür. Bununla birlikte eklektisizm bir üslup değil, bir davranış biçimi olarak değerlendirilmelidir. Ancak farklı eklektisist üsluplardan söz edilebilir. Bu üsluplar hepsinde davranış biçimi ortak olduğu halde, biçim malzemesinin de değiştiği çağ ya da üslup ve bunların yeniden sistemleştirilişi farklıdır.

Vikipedi

Dolmabahçe Sarayı, Türkiye’de eklektisizmin tipik bir örneği olarak gösterilir: “Yapıda eski Yunan üsluplarından başlayıp daha sonraki yüzyıllarda yeniden alınmasının ifadesi olan Neo-Klasik, Rönesans, Barok, Rokoko, ve Ampire varıncaya kadar çeşitli üsluplardan öge ve özellikler bulunabilir. Ancak Hazine ve Saltanat Kapıları süslemelerinin, bu üsluplara bağlı kalınmadan, Eklektisizmin verdiği serbestlikle yaratılmış, bu binaya özgü, başarılı, orijinal kompozisyonlar da bulunmaktadır. Hiçbir oda ya da salon belirli bir üslubun temsilcisi durumunda değildir.”

Mimarlikmuzesi.org

Parthenon

MÖ 5. yüzyıla Atina Akropol’ünde inşa edilmiş olan Atina Tapınağı. Antik Yunan’dan günümüze kalan yapılar arasında en iyi bilineni kabul edilir.

Vikipedi

biri. Modernlik, başka pekçok şeyin yanısıra, yer tartışması üzerinden de yapılanmış gibi gözükür bana. Bununla şunu kastediyorum. 19. yy’dan başlayarak aslında **eklektisist**, tarihselci eğilimler başladığı zaman, o eğilimlerin yeşerdiği coğrafyaya ve zamana bağımlı olmayan, hatta tek bir kültür alanına (yani o belirli zamana ve mekana) ait olmayan mimarlıkların da üretilebilme imkanı doğuyor. Darius’un çok zor başardığı bir “displacement” neredeyse kolayca uygulanabilir oluyor. Ancak, bir zamanlar çok zor olanın 19. yy’daki kolaylığı hemen -deyim uygunsa- ahlaki bir tartışma konusu olup çıkacaktır. Yani, diyelim ki İngiltere’de bina yapıyorsunuz, ama binanız **Parthenon**’a benziyor. Finlandiya’da bina yapıyorsunuz, Romanesk bir tasarım gerçekleştiriyorsunuz, ama Finlandiya’da geçmişte hiçbir zaman Romanesk bir bina var olmamıştı. İngiltere’de hiçbir zaman bir Yunan yapısı var olmamıştı. İstanbul’da hiçbir zaman bir Gotik bina var olmamıştı, ama pekala 19. yy’da bunların hepsinin var olabildiğini gördük. Paris’te artık antik Mısır üslubunda bina yapabiliyordunuz.

Bu durum, tırmanan bir tempoyla mimarlık dünyasının yer tartışmasının içine girmesine yol açıyor. “Bu yere ve bu zamana ait olmayan bir tasarımı bu yerde ve şimdi yapma hakkımız var mı” sorusu icat edilecektir böylece. Bütün klasikleşmiş mimarlık tarihi kitapları, hiç tereddütsüz her seferinde bunu mahkum ederek işe başlarlar o yüzden: “Eklektisizm kötü bir şeydir”. Niye kötü bir şeydir? Çünkü oraya ait olmayan, o kültüre, o zamana, yani o yere ait olmayan elemanlar başka yerlerden taşınır, getirilirler. Şimdi bu, sandığımız kadar olumsuzluğu kendiliğinden besbelli bir durum muydu, yoksa tam tersine modernlik sayesinde var edilmiş taptaze bir olanağın kullanılması mıydı? Bence ikincisi geçerlidir. Öyle ya, yüzyıllardır bizi bağlayan “orada, o yerde olma” halimizi aşabilme imkanına kavuştuğunuz zaman, “sadece” o yerde var olmamak için uğraşırız. Ne var ki, yer tartışması da o zaman başlar. Oysa, geçmiş kuşakların, Darius gibi “talihli” monarklar hariç, hep belirli bir yerde tanımlı olma halini olumlamak yerine, bunun tüm toplumsal gruplar için aşılmasını alkışlamak bence daha makul olurdu. Yere –hep aynı zamansallığa ve mekansallığa- bağımlı kalmanın aşılmasını lanetlemenin yanlışlığı üzerinden konuşmak bugün de daha verimli olur. Bence bunu görmek zorundayız. Buradan gidersek koskoca yeni bir teorik mimari güzergah açılır önümüzde.



Dolmabahçe Sarayı Boğaz cephesinden detay

Ben burada sadece birkaç konuya işaret edeceğim. Sözgelimi Almanya’da 20. yy başında Heimatstil denilen bir yönelim var. Bunu kabaca “anavatan üslubu” gibi çeviririz, ama aslında Heimatstil sadece anavatan üslubu demek değil. “Blut und Boden” (kan ve toprak) ikilisiyle ifade edilen bazen ırkçı göndermeleri de olan, ama daima açık biçimde ulusalcı göndermeleri bulunan bir yönelimdir. Kısaca o ulusun yurt ve ırk sınırları içinde kökü olmayan mimarlıklara o ulusun coğrafyası olarak tanımladığınız yerde yer olmamalıdır. Heimatstil’in en önemli temsilcilerinden olan **Schultze-Naumburg** bir Nazi Partisi üyesiydi. Yalnızca buradan bile herhalde çıkarılacak sonuçlar olmalıdır. Yer bağlamında her tartışmanın öyle çantada keklik bir olumluluk işareti olmadığını söylemeye çalışıyorum. Aksine, her gündeme geldiğinde neredeyse totalitaryen, dışlayıcı sonuçlar ortaya çıkarmış bir şeydir. Bazılarını içerir, çünkü onlar o yere aittir; bazılarını da dışlar, çünkü onlar o yere ait değildirler. Dolayısıyla yer tarifinin açıklamaya bile ihtiyacı yokmuş gibi düşünmeye başlamadan, önce “yer nedir?” diye soralım -tanım yapmak için değil, komplikasyonlarını teşhis etmek için...



Schultze-Naumburg'un tasarladığı Cecilienhof Sarayı(1914-17), Potsdam, Almanya, Truman Library (1945)



Hitler ve Speer bir çizimi inceliyorlar ~ 1938
Wikimedia Commons

Burada çok kısaca işaret edebileceğim bir kaç başlık var. Çeşit çeşit yer tarifi yapılmıştır. Kimisi için ulus-yer, kimisi için ırk-yer diyebilirim. Hitler’e sorsaydınız, ki mimarlıktan konuşmaya fazlasıyla meraklıydı, ırk-yerden söz ediyordu. Bir ırkın özgül yerinde başka bir ırka ait olanlar var olmamalıdır. Sedat Hakkı Eldem’e sormuş olsaydınız, ulus-yerden söz edecek size, hiç tereddütünüz olmasın. Türkiye’de Türk ulusunun o ulus-yere ait mimarlığının bulunması gerektiğinden konuşacaktı. Bu epey genişletilebilecek bir tanımlama meselesi gibi gözüküyor. Konu, İkinci Dünya Savaşı’yla birlikte gömüldü. İkinci Dünya Savaşı zaten bu türden tartışmaları yapmanın artık epeyce ayıp olduğu biçiminde bir yargıyı kaçınılmaz olarak, mimarlık dolayımıyla değil de, tahmin edebileceğiniz gibi Almanya ve Nazizm’in yıkımı dolayımıyla gündeme taşıdı. 1960’ların başında **Sigfried Giedion** bu tartışmayı “yerellik (ve/veya yerelcilik) tartışması” adı altında yeniden gündeme getirdi. Aslına bakarsanız – tarihselci göndermelerinden boşaltılmış olarak- doğrudan doğruya Heimatstil’in bıraktığı yerden konuşuyordu bence Giedion. Zaten Giedion’un historiyoğrafik yaklaşımının hiçbir zaman demokratik bir pozisyona işaret etmediğini söylemeden geçemeyeceğim. Bu tartışma 60’lar biterken Türkiye’ye de taşındı, büyük oranda **Bülent Özer** sayesinde. O, **rejyonalizm**

Paul Schultze-Naumburg

Önde gelen Nazi rejimi mimarlarından biridir. Hayatının ilk yıllarında Jugendstil gibi grupların muhafazakar bir sanatçı-mimarıdır. 9 ciltlik “Kültür İşleri” eseri popüler olmuş ve Alman orta sınıfının beğenilerini oluşturmada etkin olmuştur. Nazi döneminde modern mimarlığa olan eleştirileri sertleşmiş ve “ancak ırksal olarak saf olan sanatçıların sağlıklı bir sanat yapısı üretebilecekleri” gibi görüşler öne sürmüştür.

Wikipedia

Sigfried Giedion

1968 yılında ölen mimarlık tarihçisi Giedion’ın “Mekan Zaman ve Mimarlık” kitabı Türkiye’deki mimarlık okulları da dahil bir çok yerde modern mimarlık tarihçiliğinin temel kitabı olarak görülmüştür. Bölgeselciligi gündeme getirdiği metin 1958 tarihli “The New Regionalism” Makalesidir. Orada, Uluslararası Üslup’tan uzaklaşan, ülkelere göre farklılaşan ve evrensel mimarlık kavramına getirilen bölgesel katkılarının varlığından söz eder ve esnek çözümler aranmasının bir görev olarak gördüğünü belirtir.

Bülent Özer

Türkiye'nin ilk mimarlık tarihçilerinden Bülent Özer'in "Rejyonalizm. Üversalizm ve Çağdaş Mimarimiz Üzerine Bir Deneme" adlı kitabı 1964 yılında basılmıştır.

Rejyonalizm (bölgeselcilik)

Modernist mimarlığın yersizlik, evrensellik, aidiyetsizlik eğilimlerine karşı, yapının içinde bulunduğu yerdeki mimarlık geleneğinin bir parçası olması, bu anlamda 'yerellik' taşıması gerektiğini savunan ve vernaküler mimarlık ile yakın ilişki içinde olan mimarlık düşüncesidir.

1983 yılında yayınlanan "Towards a Critical Regionalism: Six points for an architecture of resistance" makalesinde Kenneth Frampton, iyiden iyiye palazlanmış post-modern mimarlığın tarihselci-indirgemeci yönelimine karşı bir çıkış yolu olarak önerdiği critical regionalism (eleştirel bölgeselcilik) kavrayışında, modernizmin aidiyetsizlik nosyonundan kaçışın bizi mutlaka diğer uca -vernaküler mimarlığa- götürmek zorunda olmadığını, yapının yerel olmaktan ziyade 'yere ait' olabileceğini işaret ederek gösterir. Bu anlamda makale, ana akım modernist ve post-modernist mimari eğilimlerin her ikisinin de eleştirisi olarak değerlendirilebilir.

Yer Olmayan/ Yok-Mekan

"Yok mekânın uzayı ne tekil bir kimlik ne de ilişki yaratır, onun yarattığı yalnızlık ve benzerlikten başkası değildir."

Marc Augé (1992)

"Önümüzdeki yıllarda Türkiye'yi (özellikle de büyük kentleri) hangi mimari çevrenin beklediğini görmek için Uzak Doğu'nun ve Latin Amerika'nın metropollerine bakmak gerek. Marc Augé'nin terminolojisiyle konuşursak, Türkiye'nin de bu coğrafyalarda olduğu gibi "yer-olmayan" (non-lieu) mekanlara teslim olacağını görmek zor değil. İster formel çevreden isterse de informal çevreden söz edelim, mimarın "belirleyici aktör" olarak iyice ortadan kaybolduğu, kaybolacağı bir geleceğe hazırlıklı olmak gerekiyor. Bu durumda eğer bir mesleki etkinlik gerçekleştirilen özne olarak mimarın varlığından söz edeceksek, onun yeni rol dağılımındaki yerini de tartışmak gerekiyor. Tabii, sizin de belirttiğiniz gibi, bu temel sorun mimarlık eğitiminin de yeniden yapılandırılmasını gündeme getiriyor. Yukardaki "auteur" mimar tartışmalarını da bu bağlamda yeniden okuyabiliriz."

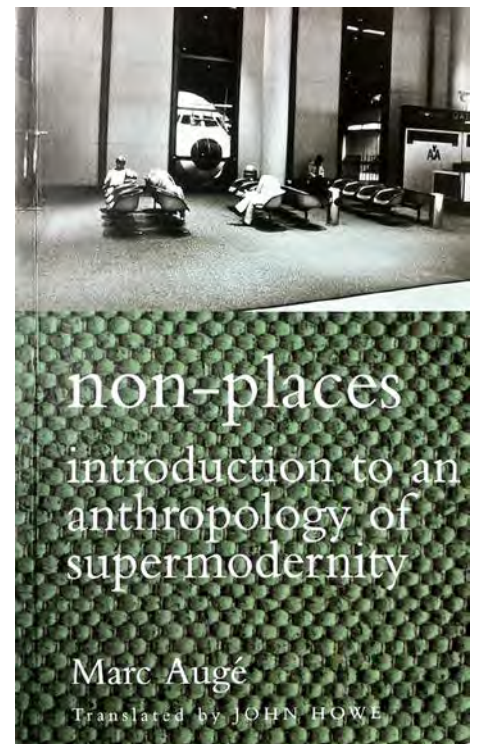
Aykut Köksal - Arkitera - 10.12.2002

ve yerellik tartışmalarını Türkiye gündemine taşıyan ilk kişiydi. Türkiye'deki versiyonunda da her yerde olduğu gibi yer ve yerellik dışlayıcı bir mimari yaklaşımı öneriyordu. Ancak, ben akademide öğrenciyken, söz gelimi, ulus-yer biçiminde asla konuşmazdık, çünkü o yılların modası değildi. İklim-yer, tarih-yer, kültür-yer gibi bir kavramdan konuştuğumuzdaysa gayet iyi hatırlıyorum. Yerin tanımı iklimseldi. Yerin tanımı tarihseldi, kültürel. Bu kültürün egemen olduğu bir yerde başka bir mimari varoluşa izin verelim mi, vermeyelim mi, doğru olan bunun yapılması mıdır, değil midir gibi bir tartışmanın çok ve verimsizce yapıldığını anlatmaya çalışıyorum.

Nihayet bütün bu tartışmalar yepyeni bir kılıkla bu kez Marc Augé ile gündeme geldi. Doğrusu onun da daha demokratik ve daha ufuk açıcı bir kılık olduğuna inanmadığımı söyleyeyim. Oysa, o kitabı çıktığı zaman koşarak aldığımı hatırlıyorum; hatta olumlayan bir makale bile yazdığımı söyleyeceğim. Bunu da sayısız suçumdan biri olarak itiraf ediyorum. Çok yazmanın bir zararı da budur. O kadar çok yazarsınız ki sonunda yazdıklarınızın yarısını ömrünüzün öteki parçasında yutmak zorunda kalırsınız.

Augé bu kez "non-lieu" (yer olmayan) kavramını icat ederek aslında yapı stoğunun bir bölümünü yer olmayanlar olarak nitelendirdi. Bir anlamda 19. yüzyıldaki tarih-yer tartışmasının bir uzanımını yapıyordu. Süpermarket yer-olmayandır. Niye yer olmayandır? Çünkü tarihsellik kazanabilir nitelikte değildir, tarihselleşmez. Çünkü her süpermarket sadece bu anlık bir varoluşa sahiptir. Elli yıllık bir süpermarketin içinde dolaşma şansınız yoktur; çünkü o süpermarketi her gün yenilerler. O havaalanını her gün yenilemek zorundadırlar. Yoksa işlevini göremez. O oteli her gün yenilemek gerekir. Buysa, tarihselliğin mimari nesne üzerinde birikmesini engeller. Orada anılar da biriktiremezsiniz Augé'ye göre. Augé aynı yoldan hareketle, ilişkisellik gibi meseleleri de gündeme taşıdı. Niye yer-olmayanlar üzerine anılar biriktiremezsiniz? Çünkü onlarla empatik ilişki kuramazsınız. "Süpermarketin şu köşesi benim en sevdiğim köşem, en mutlu olduğum köşe cipslerin köşesi" diyerek oraya yaklaşmadığımızı hepimiz biliyoruz. Fakat, bu bakış açısı, modern dünyadaki yapı stoğunun önemli bölümünü gelenekselci bir bakış açısıyla mahkum etmek sonucunu veriyordu. Şimdi bunun mimarlık dünyasında bu kadar fazla sevilmesi üzerine bence düşünmek zorundayız.

Sonraki 2 resim:
Yer-olmayan/Non-places'in
ingilizce basımından sayfalar
>



Marc Augé'nin yer-olmayan kitabının İngilizce baskısı, -hava alanı bekleme salonu-

Anthropological Place

The place held in common by the ethnologist and those he talks about is simply **a place**: the one occupied by the indigenous inhabitants who live in it, cultivate it, defend it, mark its strong points and keep its frontiers under surveillance, but who also detect in it the traces of chthonian or celestial powers, ancestors or spirits which populate and animate its private geography; as if the small fragment of humanity making them offerings and sacrifices in this place were also the quintessence of humanity, as if there were no humanity worthy of the name except in the very place of the cult devoted to them.

The ethnologist, on the contrary, sets out to decipher, from the way the place is organized (the frontier always postulated and marked out between wild nature

Anthropological Place

and cultivated nature, the permanent or temporary allotment of cultivable land or fishing grounds, the layout of villages, the arrangement of housing and rules of residence – in short, the group's economic, social, political and religious geography), an order which is all the more restrictive – in any case, the more obvious – because its transcription in space gives it the appearance of a second nature. The ethnologist thus sees himself as the most subtle and knowledgeable of the inhabitants.

This place common to the ethnologist and its indigenous inhabitants is in one sense (the sense of the Latin word *invenire*) an invention: it has been discovered by those who claim it as their own. Foundation narratives are only rarely narratives about autochthony; more often they are narratives that bring the spirits of the place together with the first inhabitants in the common adventure of the group in movement. The social demarcation of the soil is the more necessary for not always being original. For his part, the ethnologist examines this demarcation. It may even happen that his intervention and curiosity restore to those among whom he is working an interest in their own origins which may have been attenuated, even completely stifled, by phenomena connected with more recent actuality: urban migrations, the arrival of new populations, the spread of industrial cultures.

A reality certainly lies at the origin of this double invention, and provides its raw material and its object. But it may also give rise to fantasies and illusions: the indigenous fantasy of a society anchored since time immemorial in the permanence of an intact soil outside which nothing is really understandable; the ethnologist's illusion of a society so transparent to itself that it is fully expressed in the most trivial of its usages, in any one of its institutions, and in the total personality of each of its members. Knowledge of the systematic mapping of nature carried out by all societies, even nomadic ones, extends the fantasy and feeds the illusion.

The indigenous fantasy is that of a closed world founded once and for all long ago; one which, strictly speaking, does not have to be understood. Everything there is to know about it is already known: land, forest, springs, notable features, religious places, medicinal plants, not forgetting the temporal dimensions of an inventory of these places whose legitimacy is postulated, and whose stability is supposed to be assured, by narratives about origins and by the ritual calendar. All the inhabitants have to do is *recognize* themselves in it when the occasion arises. Every unexpected event, even one that is wholly predictable and recurrent from the ritual point of view (like birth, illness or death), demands to be interpreted not, really, in order to be known, but in order to be recognized:

Anthropological Place

to be made accessible to a discourse, a diagnosis, in terms that are already established, whose announcement will not be liable to shock the guardians of cultural orthodoxy and social syntax. It is hardly surprising that the terms of this discourse should tend to be spatial, once it has become clear that it is the spatial arrangements that express the group's identity (its actual origins are often diverse, but the group is established, assembled and united by the identity of the place), and that the group has to defend against external and internal threats to ensure that the language of identity retains a meaning.



Playtime, Dr. Jacques Tati, Fransa, 1967 (124')



New York gridi, Fotoğraf: Uygur Yüksel

Mimarlık dünyası bayıldı bu kavrama. Onun üzerine bugüne dek yazılmış esaslı miktarda makale olduğunu biliyoruz. Bu ilginin epeyce tehlikesi olduğuna işaret etmek istiyorum. Çünkü bu ilgi, yapı stoğunun önemli bir bölümünü Marc Augé'nin hiç de amaçlamadığı bir biçimde mimarlık dünyasının tartışma güzergahından çıkarmak demektir. "Süpermarket zaten yer-olmayandır, zaten var olmaması gerekiyordu, çünkü insani olan, ilişkisel olan, tarihsel olan zaten yerdir" dediğiniz anda, mimarlık dünyasının önündeki ufku epey bir daraltıyoruz anlamına gelir. O zaman ya onlarla ilgilenmeyeceğiz ya da onları yere dönüştürmeye çalışacağız ki, bu daha da vahim sonuçlar üretme tehlikesini taşır. Bu, yeniden Heimatstil'in kapalı dünyasına dönmekten başka bir şey değil. Yani, örneğin, Türk süpermarketi, Balıkesir, Adana süpermarketi yapacağız, Birmingham süpermarketi yapacağız. Süpermarketi yere endekslemek istiyorsanız kaçınılmaz olarak bunları yapmak ihtimaliyle yüzyüzeyiz. Veya sırf **New York gridine** benzemesin, bir "displacement" örneği olmasın, yer-olmayan niteliği taşımasın diye ızgara planlı kent yapmayacağız. Her birinin birbirinden daha problemlidir durumlara işaret ettiğini söylemek zorundayım.

Bütün bunlardan sonra şunu söylemeye çalışmıyorum: "Mimarlık dünyanın her yerinde aynıdır; globalleşme çağında mimarlık böyle bir evrensel genelgeçerlik kazandı zaten" demek istemiyorum, yanlış bir izlenim doğmasın. Mimarlık (ve genelde tüm kültürel üretimler ve pratikler) asla evrensel olmaz, her var edildiği durumda **tikeldir, partikülerdir**. Başka bir biçimde var olma şansı da yoktur. Her özgül durum için, her özgül aktörler birleşimi için, her zaman ve durumda yeniden tarif ederiz mimarlığı. Hiçbir özgül durum bir daha yinelenemez. Başka aktörler, başka imkanlar, başka toplumsallıklar, başka konumlarda ve zamansallıklarda hepsinin bir daha yinelenemez koreografisi içinde tasarlar ve inşa ederiz mekanları. Mimarlığın ve insanın ürettiği herşeyin böyle bir tikelliği var.

İkincisi, yere ilişkin tanımlarımızın da çok ilkel olduğunu söylemek zorundayım. Yerin kendisinin **antropolojik** bir şey olduğunu söylüyor Marc Augé ki, sık sık unutulmuş asıl mesele de bu. Bu ne demek? Yer'i biz her gün eylemlerimizle yeniden tarif ederiz demek. Yer'i biz her gün yeniden yaparız. Yer bizim dışımızda var ve onun içinde devinmiyoruz. "Yer

New York Gridi

1811 Komisyonları Planı ile oluşan ızgara şemalı kent planı. Dünyaca en çok bilinen ızgara kent planı olduğu söylenilir. Uygulandığı yıllarda ve sonrasında katılığı ve monotonluğu ile eleştiri konusu olmuştur. Rem Koolhaas ve bazı çağdaş kuramcılar tarafından ise olumlanmıştır.

wikipedia

Tikel

fel. Bir türün bütün bireylerine değil de bir veya birkaç bireyine ilişkin olan, cüzi, tümel karşıtı.

Güncel Türkçe Sözlük



1811 komisyonları planı, 1807

Antropolojik yer

“Antropolojik yer” ifadesini mekanın katılmış ve sembolik tasavvuruna referansla kullanacağız.

Oldukça gösterişsiz ve sade olan bu yer, tek başına sosyal hayatın gelişigüzel doğasını ve tezatlıklarını barındırmasa da bir referans noktası olması itibarıyla önemlidir. Dahası ‘antropoloji’, diğer insanların antropolojisinin antropolojisi olduğundan bu yer – antropolojik yer – içinde yaşayan insanlar açısından hem bir “anlamlandırma” işlevi görür, hem de onu gözlemleyen insanlar için algılamamanın esasını oluşturur.

Bu tip yerlerin en az üç ortak özelliği vardır: Kimliği olan, ilişkilerin, tarihin yeri olmayı isterler-bu insanların beklentisidir. Evin şekli, barınma kuralları, kasabanın bölünmesi, mihrapların yerleştirilmesi, halka açık alanların tasarlanması, toprağın paylaşımı; her bir birey için mekansal ve sosyal içerikli olanaklar, reçeteler ve kısıtlardan oluşan bir sistem anlamına gelir.

Non-Places, 50-53

bize dışsaldır ve içinde yaşarız” bakış açısı kimi 19. yüzyıl yaklaşımlarının uzantısı. Yer’i biz her eylemimizle, hatta sadece varoluşumuzla yeniden üretiriz. Süpermarkete girdiğimiz zaman elimvize çekici alıp manavın yeriyle kasabın yerini değiştirmek suretiyle yapmayız bunu. Her seferinde orada farklı biçimde varolma halimiz süpermarketi başka bir şey kılar. Bir gruptan insanların kullanması başka bir şey kılar, başka bir gruptan insanların kullanması başka bir şey kılar. Sürekli olarak yere ilişkin gayet devingen katkılarımız olduğu meselesini mimarlar olarak görmek zorundayız. Halbuki biz bir tarafı sabit ve bir tarafı hareketli bir özneyle bir nesneden oluşan ikili bir yapı tahayyül ediyoruz. Bu çok eskimiş bir bakış açısı. Mimarlar olarak bunu anlamakta bence ciddi bir zorluk çekiyoruz ve bana temel problemimiz buymuş gibi geliyor. Ancak, böyle bir kavrayış değişikliği üretmek demek, mimarlık dünyasının en azından son iki yüzyıldır ürettiği bilgi yapısını radikal biçimde dönüştürmeye başlamak demek. Böyle bir öneride bulunuyorsam, “İlk benim aklıma geldi arkadaşlar, şahane bir fikrim var” biçiminde söylüyor değilim. Bunu yapmak için çalışan insanlar var, bu epey gündeme getirilmiş bir mesele. Mimarlık okulları da **“sabit duran bir dünya ve onu mimarlar”** biçimindeki bir tahayyülü değiştirmek zorundadırlar. Bunu değiştirdiğimiz zaman biraz önce gündeme gelen bir sürü tartışmanın gündemden düştüğünü görürüz. Aslına bakarsanız çoğu şikayetimizin aslında içeriksiz olduğunu fark ederiz.

Fountainhead filminden sahne (1949)

Film ve Roman, genç ve bireyci bir mimar olan Howard Roark’ın halkın modern mimari olarak bildiği, kendisinin de kurumuş bir gelenekselcilikten üstün olduğunu düşündüğü pratik içindeki mücadelesini anlatıyor. Roark, hikayede sanatsal ve kişisel vizyonunun birleştirdiği bir pozisyon bulmak yerine içinde bulunduğu ikilemlerle mücadele etmeyi yeğler.



The Fountainhead filminden bir fotoğraf, Henry Blanke, 1949

Sayırsız aktörün eylemde bulunduğu bir alanda, alandan şikayet etmemizin anlamlı olmadığını söylemeye çalışıyorum. Bu değışiklik öyle söylendiğı kadar kolay bir değışiklik tabii ki değıl. Tekrar baştaki noktaya dönecek olursak, başlangıçta masum gibi gözüken kavramların asla masum olmadığını görmek zorundayız. İşte o İngiliz atasözü tam da buna işaret ediyor. Herkes iyiniyetle eylemde bulunur, her kavram bir iyiniyet altyapısı üzerine inşa edilir, ama bütün iyiniyet altyapısı üzerine inşa edilmiş kavramların hiç de iyiniyetli olmayabilen uzanımları vardır, çünkü her birinin kendi tarihi vardır.

Bütün kavramlar, bütün varoluşlar, bütün özneler kendi öngörülemez tarihlerini yaşarlar. Böyle olunca da kaçınılmaz biçimde iyi niyetli başlangıçlar cehenneme giden yollar döşeyebilirler gerçekten de... Yer kavramı bence cehenneme giden yollardan birini döşüyor. Yer kavramını unutarak işe başlamakta yarar var mı? Bence var. Yerden söz etmemek suretiyle konuşmamız anlamlı olabilir. Eğer konuşacaksak, yer kavramımızın sözlük tanımında esaslı revizyon yapmak zorundayız. O revizyon olmaksızın konuşmak demek, hiç farkında olmaksızın pekala Hitler’le aynı dilden konuşmak anlamına gelebilir.

Emre Arolat - Yer meselesi, “lieu” kavramı ile son dönemde biraz gevşemeye başlamış olsa da, 60’ların sonuna doğru **sitüasyon**/durum kavramı ile birlikte geliştirilen kavrayışın konuyu iyi yerlere sürükleyebileceğini düşünüyorum. Bu, konuşmaya değer olabilir. İklim-yer, kültür-yer, ulus-yer ve ırk-yer meselesiyle, coğrafya-yerin yerine, sitüasyonun hala konuşulabilir olduğunu ve mimarlıkta konuşmaya yer’le başlayacaksak belki bir açılımının olabileceğini düşünüyorum.

Uğur Tanyeli - Aslında burada benim söyleyeceğimi Emre Bey epey anlatmış oldu. Konum meselesini, situasyon meselesini gündeme getirdiğı zaman, benim biraz önce “Her ürün tikeldir” dediğimde kastettiğim şeyi dile getiriyordu. Zaten mimarlık her durum için, her konum için ve ona katılan her aktörün her konumu için kaçınılmaz olarak farklı olmak durumundadır. Ne yaparsak yapalım, bir **replika** bile yapsak konumlar onu farklı bir şey kılıcaktır. Bu kronolojik bir konum olur, coğrafi olur, iklimsel olur, toplumsal olur. Fakat, konum sözcüğü ile yer sözcüğü arasındaki o anlam farklılığının ben hayati bir farklılık olduğuna işaret etmek istiyorum. Dolayısıyla “Ben burada hangi yerdeyim” gibi bir soruya cevap veremezdim,

Bilginin tarihselliğı

Felsefe adına cevabını bulmak istediğim soru şu: Tarihin felsefesi veya teorisi üzerine kafa yormak yerine bilginin tarihini bir tarihsel malzeme olarak görüp onun üzerine düşünmek mümkün müdür? Oldukça deneysel ve acemi bir biçimde, bir eseri mümkün olduğunda tarihçilerin eserine yakın olarak hayal ettim. Amacım bilginin tarihi ile ilgili felsefi sorular sormaktır. Bunu yaparken tarihçilerin iyi niyetine sığındım.

Michel Foucault, “Le style de l’histoire,” in *In Dits et Ecrits vol IV*. Paris: Gallimard, p. 652. (Paragrafın İngilizce çevirisi: Clare O’Farrell).

Replika

Nashville ABD’de 1897 Yüzyılda-bir Fuarı için inşa edilen “Orjinalinin 1’e 1 kopyası” Parthenon.

threadsintimebypallas.blogspot.com



Çoğulluk

“Eğer insanlar, doğası ya da özü herkes için bir/aynı, ve başka herhangi bir şeyin doğası veya özü kadar öngörülebilir olan aynı modele göre sonsuz kere yeniden üretilebilir suretler olsalardı, eylem, genel davranış yasaları bakımından gereksiz bir lüks, kaprisli bir müdahale olurdu. Çoğulluk, insani eylemin koşuludur, çünkü hepimiz aynıyız; yani hiç kimsenin şimdiye dek yaşayan, yaşayacak başka herhangi biriyle asla aynı olmayacağı tarzda insanız kullanılmaktaydı.”

Hannah Arendt – İnsanlık Durumu

Volk

Almanca, halk, ahali; ulus, millet; orta sınıf

onun yerine ben “hangi konumdan” konuşuyorum, işte onu açıklayabilirim. Örneğin, bir değil, birçok konumdan konuşabilirim, konuşuyorum da... Konumdan konuşmak **çoğulluktan** konuşmaktır. Yer’den konuşmaksa tekillikten konuşmak. Yer’den konuşuyorsanız oradaki mevcut bir yer tanımına katılırsınız. Diyelim ki, 1933’te Almanya’da ırk–yer’den konuşuyorsanız, artık daha söze başlarken yeriniz bellidir; Alman “**Volk**”unun ya içindesinizdir ya dışındasınızdır. ikisinin dışında bir durum olamaz. İşte bunu asla yapmamak için konumlardan konuşmak gerekir. Konum daima çoğulluk içerir. Söz gelimi, Uğur Tanyeli olarak burada, karşınızda birçok konumu birden işgal ediyorum: Ben şu anda örneğin mimarlık diploması olan bir adam olarak konuşuyorum, ama hiç bina inşa etmemiş bir adam konumundan da konuşuyorum. Bir öğretim üyesi konumundan konuşuyorum, buraya davet edilmiş bir panelist konumundan konuşuyorum, bir erkek olarak konuşuyorum, evli biri olarak konuşuyorum, tek çocuğu olan biri olarak konuşuyorum, şunun oğlu, şu okulun mezunu, sabahleyin tereyağı ile kızılıcık marmeladı yiyerek kahvaltı etmiş, yolda trafiğe sıkılmış biri olarak -daha sayısız seçenek koyabilirsiniz- biri olarak konuşuyorum. Her konum bir tane Uğur Tanyeli değil, aslında bir sürü konum birçok Uğur Tanyeli üretiyor. Bu mimarlık için de aynen böyledir. Yer’den konuşmak, bu çoğulluğun bilinciyle düşünme ve çalışma imkanını öldürüyor demeye çalışıyorum. Yer kavramı, kültürel üretimi ve insani varoluşumuzu tekilliğe indiriyor. Rejyonalizm gibi (“place” yerine “region” konulmuş) tertemiz gibi gözüken etiketler de bizi yanıltmasın. İlle de bir kavramı yücelteceksek (ki, bunu yapmamız da hiç gerekmez) “place”i değil, “displacement”i yüceltelim. ■

“Sürekli bir değişim var, sürekli bir tüketim var. Eskişinden çok farklı bir tüketim hızı olduğu için sizin üretim hızınız da -ürün üretiminden bahsetmiyorum, koleksiyon üretimi hızı- bir o kadar artmaya başladı...”



Hilal Tunç ile söyleşı, 3 Ocak 2012, EAA Levent Ofis

► Aslında modacılık hakkında önceden planlanmış ya da kurgulanmış bir isteğim yoktu. Ailenin bir çok ferdi İpekyol'da çalışıyordu ama daha çok finans bölümünde, perakende bölümünde ya da pazarlama bölümündelerdi. Üründen uzakta çalışan departmanlardaydılar. Ben bu işi yapmak istemedim ve üniversite sınavına girdim. Ekonomi bölümünü kazandım ama biraz kendi isteğimle, biraz da ailemin isteği üzerine vazgeçtim. En sonunda eğer şirkette çalışacaksam, işin ekonomi, iktisat, pazarlama ya da perakende tarafında değil *fashion* tarafında olmak istediğime karar verdim ve Londra'ya gittim. Central Saint Martins'i kazandım ve eğitim almaya başladım. Dört yıl boyunca 'fashion design technology' okudum. Ardından da bir sene boyunca birçok uluslararası markanın sahibi olan Arcadia Group'da çalıştım. Sonra yine bir seçme şansı geldi önüme. Ya Londra'da kalacaktım ya da İstanbul'a geri dönecektim. Zaten başlangıcım İpekyol olduğu için bende tekrar İpekyol'a dönmek isteği uyandı. 7 yıldır formel olarak, yaklaşık 11 yıldır da informal olarak İpekyol'da çalışıyorum.

Doğrusu ben biraz kendimi şanslı görüyorum çünkü ben ailedeki üçüncü jenerasyonum. Benden önce şirkette çok zorluklarla geçirilmiş bir prosedür dönemi vardı. Ben onları yaşamadım. Ben tam tersine **inovasyon**ların olduğu, değişikliklerin istendiği, büyümenin istendiği bir döneme denk geldim.



Ayaydın Ailesi
www.ayaydinmirogllo.com

Moda şirketlerinde iki türlü yönetici vardır. Biri 'creative director', diğeri CEO ya da genel müdür. 'Creative director' bir moda markasının vizyoneri demektir. Bu konumda sizin en önemli misyonunuz, farklı bir gözlük takarak pazarlama direktörünün göremediği, perakende direktörünün bakmak istemediği ya da şirketin genel müdürünün değerlendirmedeği bir açıdan bakarak, farklı kapılar açmak ve gidilen yönü değiştirmek oluyor. Bazen onların hiç planlamadığı, programlamadığı bir çok yeniliği siz onlara sunuyorsunuz ve onlar değerlendirip kabul ediyorlar. İpekyol'da tasarım yönetimi, perakende ve pazarlama departmanları kendi sistemlerinde değişiklikler yarattı. Türkiye'de bir çok sektörde araştırmanın hala çok önemli olmadığını, yatırımın tamamen üretim ya da pazarlama alanına yapıldığını görüyoruz. Ama artık öyle bir dönemdeyiz ki insanlar çok güzel yönetilmiş bir pazarlama stratejisi değil, çok güzel tasarlanmış ürünü görmek istiyor. Aslında bizimki de bir çeşit **hizmet sektörü**.

İnovasyon

"İnovasyon, yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş ürün (mal ya da hizmet), veya sürecin; yeni bir pazarlama yönteminin; ya da iş uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır."

Oslo Kılavuzu, OECD ve Eurostat ortak yayını, 2005

Avrupa Birliği Tasarım ve İnovasyon Girişimi deklarasyonunda, tasarım "pazara yeni fikirler sunmak ve rekabeti arttırmak için gerekli ana disiplin" olarak ele alınıyor ve inovasyon kavramıyla yer değişimli olarak kullanılıyor.

<http://ec.europa.eu/>

Bu bakış açısı, inovasyon iddiası taşımayan herhangi bir tasarım ürününün başka ne kalite sunarsa sunsun kategorik olarak gözden düşme tehlikesini içinde barındırıyor."

Hizmet sektörü

Mal üretiminden ziyade hizmet temin eden kişi ve şirketlerden oluşan sektör

The American Heritage Dictionary of Business Terms

Sanayi Sonrası Toplumunun Özellikleri

Bilgi, değer verilen bir sermaye çeşidine dönüşmüştür. Fikir yaratmak, ekonomik büyümeye giden temel yolu oluşturur.

Globalleşme ve makineleşme süreçlerinde, insan gücünün kullanımının azalmasıyla mavi yakalıların oluşturduğu ekonomik grubun, sendikalaşmış işgücünün ve profesyonel çalışanların önemi ve değeri artmıştır.

Wikipedia

Mystery Shopper / Gizli Müşteri
Ülkedeki 10.000 gizli müşteri ile Shoppers Stop gibi şirketlere hizmet süreçleri raporları hazırlayan Bare International, Hindistan'daki en büyük eksikliğin sezgisel bilgi olduğunu belirtmektedir: *"Pazarlama ekibi çoğunlukla sadece onlara yöneltilen sorular çerçevesinde bilgi sahibi. Müşterinin gerçekten neye ihtiyacı olabileceğini saptamaya yönelik çaba sarfetmiyorlar ve tahmin yürütmeye çalışmıyorlar."*

Bare International

Zamansızlık

Bir anlık yavaşlamanın bile kriz anlamına geleceği bu sistemde tüketimi hızlandırmak için ardi ardına piyasaya sürülen her 'yeni', ortaya çıktığı anda kendinden bir öncesini 'eski' kılmaktan ve zamanın akışına yenilmemek için onu talep eden bizlerin üzerinden akıp giden zamanı daha da hızlandırmaktan başka bir şey yapmıyor. Süratle elden kayan bir şimdi, ne ufuktaki geleceği beklemenin heyecanını, ne de geçmiş hatırlamanın tatlı hüznünü bırakıyor geriye. Geçmiş ve geleceğin birbirini kovalayarak akmadığı yekpare bir şimdiyi vaadedebilecek tek şey olan *"zamansız" ise -beklenenin aksine-* hep yeni kalan, hiç eskimeyenden bir demden ziyade zamanın hiç akmadığı, dolayısıyla aslında hiç varolmadığı uzak bir saadet anını imliyor.

İkonik

İkon, özellikle modern kültürde, çok genel anlamda "sembol" yerine kullanılmaktadır- Bu bir isim, çehre, resim, yapı ve hatta yaygın olarak bilinen bir öneme veya belli özelliklere sahip bir kişi olabilir.

wikipedia

Signature style/ İmza Stili

Anna Wintour koyu renk güneş gözlükleri ile bilinir. Donatella Versace mısır sarısı saçlarıyla. Phillip Bloch, Kangol şapkasız görülmemiştir. Bu moda öncülerinin bu davranışından ders almalı ve kendinle özdeşleşecek bir ikon bulmalısın."

About.com, "imza stili nasıl yaratılır"

Bu yüzden biz öncelikle insanların genel tavırlarını, genel beklentilerini araştırıyoruz. Pazar araştırmalarında, müşterilerin önlerine herhangi bir marka ismi koymadan, sadece fotoğraflar ve imajlar üzerinden işleyen sorularla onların bilinçaltlarına inerek ne kadar zamanda bir alışveriş ettikleri, hangi markaları tercih ettikleri, tüketim alışkanlıkları, üretici markalardan beklentileri hakkında sorular soruluyor. Bazen sonuçlara inanmakta güçlük çekiyorsunuz çünkü önceden kendi gözünüzde bazı segmentler belirlemiş oluyorsunuz, beklentinize göre gruplar oluşturuyorsunuz - müşteri grupları, yaş aralıkları, eğitim durumları hatta şehirler gibi.. Sonuçlara baktığımız zaman ise aslında cebinden para çıkartıp harcayan her insanın bizim için müşteri olduğunu görüyoruz. Alışveriş edebilecek her kadın... Mağaza içinde yapılan bazı araştırmalar da var. Anlaşmalı bazı kişiler -biz onlara **mystery shopper** diyoruz- mikrofonu ve gizli kamerası ile mağazaya girip mağaza elemanınızın davranışı, personelinizin koleksiyon hakkında bilgisi olup olmadığı, mağaza temizliği, müşteri memnuniyeti gibi konular ile ilgili veriler getiriyor.

Araştırmaların sonucunda, aslında önümüzde iki farklı müşteri olduğunu gördük: Yenilik beklentisi olan ve **zamansız** koleksiyon isteyen iki türlü müşteri... Bunlardan birisi zaten İpekyol'u sahipleniyor beğeniyor ve kullanıyor. Örneğin gerçekten güzel, jilet gibi bir ceket aradıkları zaman İpekyol'a gelip bulacaklarını biliyorlar. Farklı bir yerde aramak istemiyorlar. Ya da trençkot... Eğer gerçekten güzel kalitede yapılmış, perfect fit dediğimiz tip bir trençkot arıyorsa müşteri İpekyol'da bulabileceğini biliyor. Basic triko var. Onları da bizde bulacağını biliyor. Çünkü onlar bizim aslında standart koleksiyonumuz, **ikonik** parçalarımız. Bu yüzden sürekli satışa dönen ürünler. Baktığımızda aslında her markanın belirli bir yaşam biçimi var, bir koleksiyon biçimi var, bir imzası, bir sahası var. İpekyol'da biz koleksiyona başladığımız zaman koleksiyonun zaten %35'i kırkı bizim 'own **signature**' ürün dediğimiz bu ürünlerden oluşuyor. Biz onları sadece değişen teknoloji ile ya da iplikle güncelleştiriyoruz.

Sürekli bir **değişim** var, sürekli bir tüketim var. Eskisinden çok farklı bir tüketim **hızı** olduğu için sizin üretim hızınız da -ürün üretiminden bahsetmiyorum, koleksiyon üretimi hızı- bir o kadar artmaya başladı.



İpekyol 2011 Kış koleksiyonu

Sonraki resim:
Hilal Tunç tanıtım çekiminde
>







İpekyol mağaza düzeni

Biz şu an sezonda yaklaşık sekiz dokuz tane koleksiyon yapıyoruz. Bu, iki ayda bir koleksiyona denk düşüyor. Bazen bir buçuk ayda bir hızlı koleksiyon yapmaya başlıyoruz. Bir koleksiyonda ortalama 650 opsiyon kıyafet, yaklaşık 450 parça da ayakkabı, çanta, takı var ki bu sadece koleksiyon üretim tarafı. Benim konumumu düşündüğünüz zaman bunun çekimi var, mağaza tarafı var, görseli var, pazarlaması var...

Yenilik beklentisi olan müşteri grubu da yeni farklılıklar istiyor. Dışarıda globalleşen bir dünya var ve Türkiye’de de gerçekten buna ayak uydurmak, büyümek, farklı olmak isteyen bir kadın kitlesi var. Bu kitle İpekyol’un kalitesine, ismine, duruşuna güveniyor ama koleksiyonların içinde kendine uygun görmediği ya da görmek istemediği parçalar da buluyor. Böyle olunca da biz ‘İpekyol’u nasıl yeni bir konuma geçirebiliriz?’ sorusuyla başlayan yeni bir sürece girdik ve çok büyük bir araştırmaya başladık. Japonya, Kore, Amerika olsun, bütün Avrupa olsun, insanları, markaları, kafeleri, sokakları çok fazla gözlemleme imkanımız oldu. Bunları videoya döktük, fotoğraflara döktük. “Dünyada böyle insanlar var, böyle kadınlar var, böyle markalar var, şu şekilde tüketimleri var” diye yönetim kurulumuza bir sunum yaptık ve sonrasında kendi hedef kitlemizi oluşturduk. Bu yeni oluşturduğumuz sistem, dört sezondan beri aslında İpekyol’un yeni yüzü olmuş oldu.



Sokak modası



Premiere Vision Paris Moda Fuarı

Koleksiyonu her onbeş günde bir mağazaya yeni ürün girebilecek şekilde planlıyoruz. İpekyol’u ziyaret eden müşterinin kendine sürekli bir koleksiyon bulabileceği gibi organize ediyoruz. Bu da sezonda yaklaşık sekiz dokuz koleksiyon ediyor. Bunun için neler yapıyor? Bunun için bir kere sizi en çok besleyen şey materyal. O yüzden materyal fuarları var. Bunlarda sadece kumaş olmuyor. Düğmelerden tutun fermuarlar, teleler, nakışlar aplikeler danteller gibi bir çok objemiz var. Belirli bir standarda sahip olan, örneğin Paris ya da İtalya gibi merkezlerden kendimizi materyal bakımından beslemeye çalışıyoruz. Bu fuarlar çok büyük fuarlar. Çok büyük metrekarelerde yaklaşık beş bin tane üretici görüyorsunuz ve o sezon neyin daha çok ağırlıkta olacağını hissediyorsunuz. Böyle bir durumda iki seçenek var. Ya nasılsa herkes kırmızı kullanacak diyip kendinizi konsept dışı bırakabilirsiniz ya da **fast-fashion** deyip çoğunluğa uyarak belli bir beklentiyi karşılayabilirsiniz.

Değişim

“Hayat, bir dizi doğal ve gelişigüzel değişiklikler bütünüdür. Onlara karşı koyma; bu sadece üzüntü yaratır. Akışına bırak her şeyi...”

Lao Tzu

Hız

“Işık hızı sadece dünyayı değiştirmez. Dünyanın ta kendisi olur. Işık hızı küreselleşmedir.”

Paul Virilio

Fast fashion/ Hızlı Moda

Modacılar, piyasadaki modayı yakalamak adına yaratılan tasarımları defilelerden vitrinlere en kısa sürede taşımayı hedeflerler. Bu süreci anlatan “hızlı moda” modacılar tarafından kullanılan modern bir terimdir.

Wikipedia

Bunun yanında çok fazla Ar-Ge turumuz var. AyaydınMiroglio bünyesindeki tasarımcılar olarak biz, beş kişi, sürekli dünyanın her yerinde geziyoruz. Farklı şehirlerde gezip o şehirlerde bizde olmayan, tüketilmeyi bekleyen şeyleri bulup getiriyoruz ve bulduğumuz bütün verileri ne yapabiliriz diye masaya koyuyoruz. Bunu yaparken sadece tek bir kanaldan etkilenmiyorsunuz. Okuduğunuz bir kitap, izlediğiniz bir film, bir şarkıcı da insanı etkileyebilir. Bu, sokakta yürüyen bir kadın da olabilir. Eteğini çok beğenirsiniz. O eteğin deseninden bir konsept çıkarabilirsiniz. Biz bu yüzden sürekli fotoğraf çekiyoruz.

Bizim bir katımız var sizin üst katınızın iki katı kadar. Konsept çalışması yaptığımız dönemlerde tüm duvarlar ve yerler bulduğumuz malzemelerle doluyor. Bir tarafta konsept board'umuz var, diğer tarafta kumaş board'ı ve renk board'larımız var. İlk önce **moodboard** yapmak istiyoruz. Çünkü o bizi daha çok yönlendiriyor. Yani bu sezon kadın nasıl bir kadın olacak? Mesela kış koleksiyonundan bahsedelim. Bu kış biz kadınları nasıl görmek istiyoruz? 'Full outfit': nasıl bir kaban, nasıl bir pantolon, nasıl bir triko? O imajlarımızı yerleştirdikten aklımızdakine uygun bir silüet bulmak için eskizler yapmaya başlıyoruz. Silüetlerimizi oluşturduktan sonra ona uygun kumaşlar seçmeye çalışıyoruz. Bunların sonunda, yani gerçek bir kumaş board'u ve konsept board'u oluştuğunda, işte o zaman sorular başlıyor: Ben bunu dikebilir miyim? Ben bunu kullanabilir miyim? Ben bunu satabilir miyim? Müşteri alabilir mi?

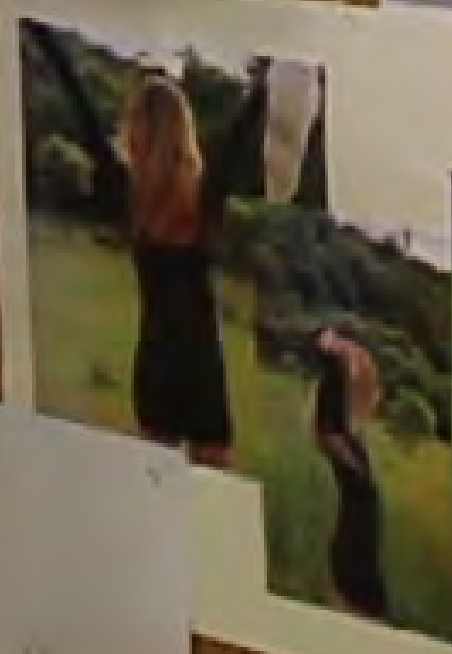
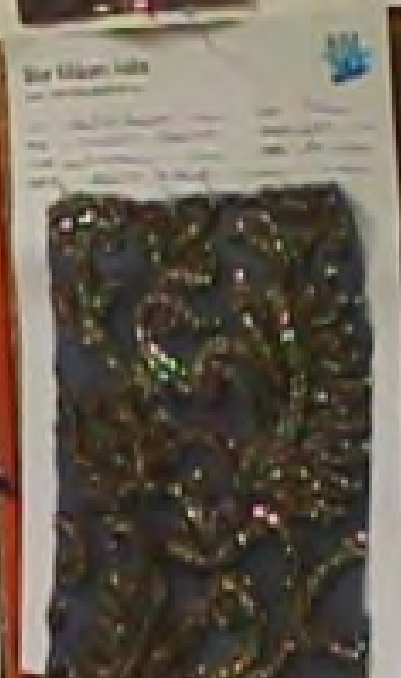
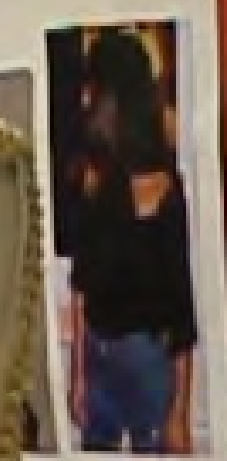


İpekyol Tasarım Atölyesi Bomonti



Kumaş Board





Adanya



İpekyol Tekstil Fabrikası, Fotoğraf: Thomas Mayer

Bu konuda ‘**merch**’ler bize yardımcı oluyor, biz bunları yapabiliriz, bunları yapamayız diyorlar. Tasarımcı kafasındaki konsepti bir ürün haline nasıl getireceğine bakıyor, ‘merchandiser’lar ise tamamen yapılabilirlik açısından bakarak tasarımcıyı yönlendiriyor.

Biz tasarımlarımızı İstanbul’daki küçük ofisimizde yapıyoruz. Orası bir atölye gibi. Bir ürünü tasarladıktan sonra prototipini İstanbul’da diktiriyoruz ve bu süreçte kalite kontrol uzmanımız bizimle beraber ürünü çalışıyor. Biz nasıl bir model istiyoruz, nasıl dikilmesini istiyoruz, tek tek bütün ayrıntıları, detayları gözlemliyor ve onu bize endüstriyelendiriyor. Zira tasarımın ilk safhalarında birçok şey endüstriyelikten uzak kalabiliyor. Oysa biz mass production yaptığımız için ayrıntıların hafifleşmesi, hızlı üretilir hale gelmesi gerekiyor. O kişi, bizim endüstriyellememize yardımcı oluyor. Bizimle fabrika arasında kalite köprüsü kuruyor. Biz de ona küçük detayların ne kadar önemli olduğunu, dikişin kaliteyi ne kadar arttıracak olduğunu gösteriyoruz. Bizden öğrendiğini fabrikaya aktarıyor, fabrikada gözlemlediğini bize aktarıyor.

Fason üretim ile in-house üretimi arasında ciddi farklar var. İşin aslı, siz yapmak istediğinizi öyle ya da böyle her yerde yapabilirsiniz. Önemli olan sizin yapılmış olan şeyden beklentileriniz. Bizim için endüstriyel üretim süreci aslında Edirne’yle ortaya çıkıyor. Bizi Edirne’ye bağlayan şey kalite arayışımız. Çünkü biz dikiş kalitesinin bir ürünün kalitesini belirleyen en önemli özellik olduğuna inanıyoruz. Siz istediğiniz kadar en güzel malzemeleri kullanın, güzel dikilmediği sürece dünyanın en güzel kumaşı o ürünün üzerinde hala kendini kötü gösterir. Fason üretimde siz istediğiniz kadar kalite kontrol şirketleriyle anlaşın, belli bir yere kadar kontrol edebiliyorsunuz. Bir çok şey sizin isteminiz dışında gelişebiliyor ve siz mağazaya gittiğinizde ya da tüketici malı kullandığı zaman bir çok hatayla karşılaşabiliyorsunuz. Oysa üretim tesisiniz olduğu zaman, koleksiyonunuza, perakendeye, pazarlamaya gösterdiğiniz özeni üretime gösterdiğiniz zaman ürünün kalitesi fason üretimle kıyaslanamaz oranda artıyor. Pazar araştırmasında “İpekyol” dendiği zaman tüketicinin söylediği ilk şey “kaliteli”. Biz bunun hakkını vemeliyiz.

Bizim Ayaydın Miroglio grubunda dört tane markamız var. Bir tanesi **Machka**... **Ece** ve **Ayşe Ege** tasarımlarını yapıyor.

Merch (merchandiser)
Okunuş: merç,mörş, mörç
“Türkçe ifade çabaları, “tadımıcı, tattırıcı, tanıtıcı, promosyon, aktivite elemanı” gibi sayısız kelimeler ile “Merchandising” sürecini anlatmaya çalışıyorlar. Aslında “merch elemanı” değil merchandiser dememiz gerekir çünkü merchandiser kelimesinin tam Türkçe anlamı; bu işi profesyonel anlamda yapan perakende ürün satıcısı demektir. Avrupa ülkelerinin çoğunda merchandising eğitimi dört yıl lisans ve iki yıl yüksek lisans eğitimi şeklinde verilen ekonomide ciddi oyuncuların yetiştiği çok önemli bir iş koludur.”

Mr. Seller, www.mercheleman.com

Fason üretim

Malzemesi marka sahibi tarafından karşılanarak başka bir firmaya, küçük üretim atölyelerine yaptırılan, (pazar ve rekabet oluşturarak) büyük imalathanelerin maliyeti düşürüp, üretim de süreklilik sağladığı üretim şekli.

Wikipedia

Mass Couture

“Bugün Zara, H&M ve Mango gibi hızlı-moda markaları, sürekli değişen modayı düşük maliyetle yeniden yorumlayabilme konusunda uzmanlaştılar. Couture, ‘en yüksek kaliteli hazır giyim’ olmaya doğru gidiyor. Sonuç: ucuz markalar tarafından taklit edilmesi güç kaliteli hazır giysi detayları...”

Christina Passariello, Wall Street Journal

Stil

Stil her şeyin cevabıdır.
Sönük veya tehlikeli bir şeye yaklaşmanın en yeni yoludur
Stilsiz tehlikeli bir şey yapmaktansa, stile sahip sönük bir şey yapmak daha iyidir
Stile sahip tehlikeli bir şey yapmak ise sanattır.

...

Hemingway’in bir av tüfeği ile intihar etmesi,

Bu bir stildi.

Bazen de insanlar sana bir stil kazandırır

Jan Dark’ın bir stili vardı

Yahya Peygamber, İsa,

Sokrates,

Sezar, García Lorca.

Hapisanede stil sahibi insanlar tanıdım.

Hapisanede dışarda tanıdığımdan daha fazla stil sahibi insan tanıdım.

Stil farklılıktır, tarzdır, bir gerçekleşme şeklidir.

Altı balıkçıl su dolu bir havuzda sessizce duruyor,

Veya sen, çıplak bir biçimde

banyodan çıkarken beni

görmüyorsun.

Charles Bukowski

Minimalizm

Görsel sanatlar ve tasarım alanında son yıllarda giderek yaygınlaşan minimalizm, bir tasarım nesnesini özsel olmayan bütün bileşenlerinden arındırarak, olabilecek en yalın haline getirmeyi esas alır.

Bu önerme, çeşitli soruları içinde taşır. Bir nesnenin özü ne üzerinden tanımlanacaktır? ‘Özsel olmayan’ı tanımak ve ondan bir eklenti atar gibi kolayca kurtulabilmek mümkün müdür? Öz her zaman ‘az’ olan mıdır? Yalınlık ya da arınmışlık, birbirinden farklı bağlamsal durumların her biri için geçerli bir yanıt haline gelebilir mi? Süreklilik içeren bir varoluş durumu olarak değil, tikel bir tasarım kararı olarak *minimalist* olunabilir mi?

Minimalizm, sürekli yenisini aradığımız ‘nesneden haz alma biçimleri’nin yalnızca bir başka tezahürü müdür?



Machka tamamen tasarımcı gözüyle hazırlanmış özel bir koleksiyon, özel bir konsept. Bir ürünü sadece trend diye Maçka’da göremiyorsunuz. Machka’ya özel tasarlanmış Machka dizaynı bir eteği ya da ceketini görebiliyorsunuz. **İpekyol** var, Pelin Kocabıyık baş tasarımcısı. İpekyol için **mass couture** production demek doğru olur. Daha kaliteli ürünler, daha özel tasarlanmış edilmiş kuplar var. Ama tabii ki modanın çok hızlı ilerliyor olmasından dolayı ‘mass’i öne alıp ‘couture’ü düşürerek “mass production” diyoruz. **Twist** var, Fatma Arslan ve Miss İpekyol bizim outlet markamız. Daha düşük maliyetle, hızlı tüketim için üretilmiş bir marka. Orada da Ebru Seker var. Aynı şirketin farklı departmanlarda, farklı katlarda kendi stüdyoları var. Dört ayrı marka dört ayrı kimlik var. Her biri ayrı bir birey, ayrı bir marka, ayrı bir yaşam biçimi. Bu dört ayrı markanın hepsi için geçerli kısıtlar da olabiliyor. Örneğin koleksiyonlarımızda bir çok **stili** hala Türkiye’de empoze edemiyoruz. Bilinçli olarak belli aralıklarla tekrar ediyoruz, cazip hale getirmeye çalışıyoruz. Buna rağmen çok refüze edilen, dünyada kabul edilen ama Türkiye’de kabul edilmeyen bir çok ayrıntı var.

Örneğin şimdi mimaride çok büyük bir **minimalizm** akımı var. Dünyayı takip ettiğinizde farklı alanlarda bunun pek çok örneğini görüyorsunuz: ürün tasarımında, mobilyada, arabada, yemekte bile minimalizm varsa siz de bunu kendi koleksiyonuza adapte etmek istiyorsunuz. Fakat o dümdüzlük hissi Türkiye’de pek çok kadının tekstilde çok fazla sevmediği detaylardan bir tanesi ve Türk kadını bundan oldukça çekiniyor.



Minimalist mimarlık, ev, Jin Otagiri
Minimalist ürün tasarımı, komidin, Stephane de Sousa
Yemekte minimalizm, fotoğraf: Evan Sung



Aşk ve Ceza dizisi, Nurgül Yeşilçay'ın kostümü, İpekyol

Öte yandan Türkiye’de örneğin bir dizideki bir ürün otomatikman Türk toplumundaki birçok kadını etkiliyor ve ertesi gün ona benzer bir ürünle defalarca mağazaya gelip “Biz bundan istiyoruz, şöyle istiyoruz” diyen kadınlarla karşılaşırız. Dizilerden bize de bir takım teklifler geliyor. Biz bir dizi için özel bir koleksiyon tasarlamıyoruz ama var olan koleksiyonla bir diziye sponsor olabiliyoruz. Önce onların ajansları sizinle irtibata geçiyor, karakteri hikayeyi anlatıyor. Eğer hikayenin karakteri sizin markanızla örtüşüyorsa ve kendi ürününüzü o kadının üzerinde görmek istiyorsanız, onun sponsoru oluyorsunuz ve her hafta yeni koleksiyonla kendisine sunum yapıyorsunuz. Aşk-ı Memnu dizisindeki Bihter ve kardeşi Peyker’in, Ezel dizisinde Cansu Dere’nin oynadığı karakterin, Aşk ve Ceza’da Nurgül Yeşilçay’ın oynadığı karakterin pek çok kıyafetinin sponsoru İpekyol’dur... Şu anda da “Bir Çocuk Sevdim” ve “Son” dizisi var yeni sezonda.



Hüseyin Çağlayan, one hundred and eleven, ilkbahar/yaz 2007 koleksiyonu

Dünyada ise çok uzun zamandan beri, 90’ların sonundan 2010’lara kadar, bir **‘şoke edici tasarım’** trendi söz konusu oldu. Ünlü modacılar, alışılmadık tasarımlarla ortaya çıkıp herkesi şaşırttılar. Ama şimdi, yani 2010’dan itibaren başka bir şey başladı. Artık biz bu kadar şoke edici tasarımlar ile insanları boğmak istemiyoruz. Bu kadar tüketimi hızlandırmak istemiyoruz. Biz artık birazcık o uzun ömürlü, zamansız ürünleri istiyoruz. Birçok büyük modaevleri, hepimizin bildiği, en büyük markalar bile kendi tasarımcılarını değiştirip, yeni tasarımcılar alıp, daha zamansız ürünler tasarlamak istiyorlar artık. Sokakta yürüyen kadın, bir çanta ya da ceket taşıırken onun kendi ürününün olduğu algısını daha fazla görmek istiyor. Sonuçta o markanın dikeceği şey beş bin tane ceket. Farklı farklı beş bin ceket de üretebilir, tek bir ikonik parça yapıp yine beş bin ceket üretebilir ve aynı şekilde satabilir. Mesela şu anda biz tanımlama yaparken “Chanel Ceket” diyoruz. Hepimiz. Ne arıyorsun? Chanel ceket arıyorum. Ne tasarlıyorsun? Chanel ceket gibi bir şey tasarlıyorum. Bunu bu şekilde kullandığımız zaman o bizim için bir sıfat olmuş demektir. Kumaşın adı da Chanel bu arada. Ama aslında Chanel bir marka. **Coco Chanel**, ilk başladığı andan itibaren onu bir signature olarak tasarlayarak hepimiz için ikonik olan bir parça kıldı. Şimdi zamansız olanın yeniden önemli olduğu dönemlerdeyiz. Bilmiyorum bu mimaride de böyle mi... ■

Coco Chanel

Chanel sadece dünya kadınlarını değil Türk askerlerini de giydirdi. 1930’lu yıllarda Atatürk, Türk Silahlı Kuvvetleri’nin üniformalarını Coco Chanel’e tasarlattı. Türk ordusu 1980’lere dek onun imzasını taşıyan üniformalar giydi. Üç yıl önce TSK kıyafetlerinin son tasarımını yapan Arzu Kaprol de kıyafetlerde beğendiği ve değiştirmek istemediği kısımların hep Chanel tarafından tasarlanırlar olduğunu söylemişti.

Coco der ki...

- *Lüks rahat olmalı aksi halde lüks değildir.*
- *Moda geçer stil kalır.*
- *Moda sokaklara ulaşmıyorsa moda değildir.*
- *Moda demode olmak için yapılır.*
- *Moda kaybolur, sadece tarz aynı kalır.*
- *Parfüm kullanmayan kadının geleceği yoktur.*

Berrin Haberveren, Star Gazetesi



Chanel, Bahar 2008 haute couture defilesi, Grand Palais, Paris



Coco Chanel 1940, Roland Schoor , Time & Life Pictures

“Bu fabrikayı hayata geçirdikten sonra kendimi artık bir sanayici olarak hissetmeye başladım. Bir gidiyorum, fabrikanın içerisinde beş yüz, altı yüz kişi bir arada çalışıyor...”



Yalçın Ayaydın ile söyleşi, 3 Ocak 2012, EAA Levent Ofis

►Mardin'in Derik İlçesi'nde doğdum. 1960 doğumluyum. İlk, orta ve lise eğitimini orada bitirdim. Sonra üniversite imtihanı için İstanbul'a geldim. En çok istediğim tercihlerim İstanbul'daydı. Yıldızı parlak bir öğrenci değildim, öyle hasbelkader, kafa göz yara yara sınıf geçen bir öğrenciydim. Üniversite imtihanlarında da çok büyük bir hedefim yoktu, bir üniversiteyi kazansam, bitirsem yeterli olacaktı. Marmara Üniversitesi, İşletme Bölümü'nü kazandım - gece bölümünü. Bir taraftan da ağabeyimin bir arkadaşının şirketinde muhasebe departmanında çalışmaya başladım. Gece okula gidiyor, gündüz çalışıyordum. Zaman içerisinde muhasebeciliğin bana göre olmadığını gördüm. Ben çok çalışan, yerinde duramayan, "Gezmem, dolaşmam, araştırmam lazım" diye hisseden biriydim. Otomatikman zaman içerisinde çalışma alanımı değiştirdim ve muhasebe departmanından pazarlama departmanına geçtim. Kendimi o konuda geliştirdim, orada bir sürü kontaklarım oldu. Kendi şirketimi, İpekyol'u kurduğum zaman, benim hiçbir sıkıntım yoktu. Hammaddemi nereden alacağımı, üretimi nerelerde yapmam gerektiğini de çok iyi biliyordum. Kime satacağım, kim benim müşterim olacak, onları da çok iyi tanıyordum. Ne üretsem, kesinlikle satacağımdan emindim. Hiç bir yerde satılmasa bile, Türkiye'nin en önemli mağazalarının sahibi olan arkadaşlarımdan alacağımdan emindim.

Ben kadın hazır giyimi ile ilgili çok küçük çaplı bir işle başladım. 100 m2'lik bir ofisteydik, ufak ufak üretim yapıyordum. Ürünleri Anadolu'daki bayilere satardık, yani bir nevi toptancılık yapardık. Ürettiğim ilk ürün bir **jarse**, bluz ve etekti. Herhalde o sene sadece o iki parçayı sattım diyebilirim. Çünkü o kadar çok sipariş geldi ki onları yetiştirmekten fırsat bulup başka bir model daha yapamadım, o sezon hep onu ürettim.

Asıl yıldızım, 1989'da **Rumeli Caddesi**'nde açtığım ilk mağaza ile parladı ve mağazacılık/ perakendecilik hayatım başladı. Ardından Kadıköy'de ve Akmerkez'de yeni mağazalarımızı açtık. O dönem, yani 90'larda, Türkiye tekstilde gerçekten çok iyi bir noktadaydı. 70'lerden önce ve 70'lerden 80'lere kadar yurtdışına çıkmak bir sıkıntıydı. **Özal** başbakan olduktan sonra iş alemine "Yerinizde durmayın, dünyaya çıkın, dolaşın ve Türkiye'ye döviz getirin" çağrısını yaptı. İhracat yapın diyordu. Bu tabii ki Türk iş adamlarının önünü ciddi bir şekilde

Jarse

isim (ja'rse) Fransızca jersey
1 . Esnek dokunmuş ipekli veya yünlü bir kumaş.
2 . sıfat Bu kumaştan yapılan veya esnek örülmüş (giyecek):
"Siyah jarse elbisesi içinde, hâlâ diri, gergin vücuduyla güzel ve ihtişamlıydı."
P. Safa.Tdk.

Rumeli Caddesi

1940'lı yılların iki katlı Rum evlerinden adını alan Rumeli Caddesi, 50'li yıllardan itibaren Nişantaşı'nda zengin kesimin alışveriş merkezine dönüşmeye başladı. Kıyafetten ayakkabıya, mücevherden gelinliğe, ev tekstiline kadar dünyanın ve Türkiye'nin en ünlü markalarına yıllarca evsahipliği yapan caddede yalnızca mağaza ve şık kafeler yer alıyordu. Ancak 1990'lı yıllardan itibaren önce bankaların, ardından da yiyecek içecek tesislerinin ve ucuz giyim mağazalarının akın etmesi, caddeye gelen müşteri kitlesinin profilini yavaş yavaş değiştirmeye başladı.

Yıldız Ateş Merkez, "Rumeli Caddesi geçmişi özlüyor", 17 Ekim 2004 , SABAH



Frances Drake, 'I'd give my life (1936)' filminden bir sahnede yün jarse elbisesiyle.

Turgut Özal

TC 45. ve 46. dönem hükümetleri başbakanı ve 8'inci cumhurbaşkanı. Daha 1967 yılında devlet planlama teşkilatı müsteşarı iken özel girişime ağırlık verilmesi gerekliliğini savundu. Başbakanlık müsteşarıyken Türk ekonomisinin liberalleşmesini hedefleyen 24 Ocak Kararları'nın hazırlanmasında aktif görev aldı. Başbakanlığı döneminde fiziki altyapı, dış ticarete ve turizmde büyük değişiklikler yaşandı. İhracata vergi iadesi uygulamasını başlattı. Cumhurbaşkanlığı döneminde seyahatlerinde uçağına iş adamlarını aldığı, onlara "Dünyayı görün, serbest piyasa ekonomisini tanıyın, rekabete yönelik üretim yapmaya çalışın, artık Türkiye bir dünya markası olmalıdır" dediği rivayet edilir.

Titiz

Ali Titiz'in giyim şirketi. 1960'da Beyoğlu'nda ilk mağazasını açtı. Titiz markasını 1974'te kurdu.

"... Bijuteri, triko ve konfeksiyon da satmaya başladık ama o kadar az kâr bırakıyordu ki bu olay bizi imalata itti. Fakat zorluklar bitmiyordu. O yıllarda sipariş terziliği vardı. Kalıp çıkarma konfeksiyon bilinmiyordu. Yaza-boza bunları öğrendik. Sonra güzel şeyler yapmaya başladık Ben karakter olarak daima güzeli arayan bir kişi olduğum için ticari yönden ziyade estetiğe ve güzelliğe dönük bir çalışma içindeyim."

28 Ekim 1984 Milliyet Gazetesi ilavesi Renk'den devam:

"Ali Titiz, iş hayatında böylesine mücadeleler vererek yükselirken, Rumeli Caddesi'nin büyük potansiyeli dikkatini çekmiş. Hemen burada büyük ve modern bir mağaza açmaya karar vermiş. Ama kendisini tanıyanlar onu bu fikrinden caydırmak için çok uğraşmışlar. Beyoğlu'ndan başka bir yerde giyim sanayii için büyük mağaza açmanın akıl kârı olmadığını söylemişler. Fakat Ali Titiz bildiğinden şaşmamış ve bugünün parıltılı alışveriş merkezi Rumeli Caddesi'nde ilk konfeksiyon mağazasını kuran kişi olmuş."

açtı. Özal, ekonomi konusunda Türkiye'de çığır açmış bir liderimizdir. Türkiye'nin bugün, dünya ekonomisiyle boy ölçüşme durumuna gelmesinin en önemli etkenlerinden bir tanesi de Özal'dır.

Bu sayede o dönemde ben dünyanın her yerini gezmeye başladım. Bugün artık dünyanın en önemli markaları bir defile yapıyor, defileden on dakika sonra bütün koleksiyonlarını internetten görüyoruz. Oysa o gün öyle değildi. Bizim mutlaka dünya metropollerine gitmemiz gerekiyordu. New York'a, Paris'e, Londra'ya, Tokyo'ya, Hong Kong'a gittim. Buraları her sezon mutlaka görmem gerekiyordu. "Rakiplerim bir iki yere gidiyorsa ben bütün dünyayı gezmeliyim, onlardan farklı bir şey bulmalıyım, her sezon farklılık yaratmalıyım" diye düşünüyordum. O fark için de çok gezmen gerek, oturduğun yerden hiç bir şey önüne gelmez. Benim rakiplerim örneğin **Titiz**'di, Vepa'ydı, Beymen'di, Vakko'ydu, Roman'dı. Ben onların yanında çok küçük bir firmaydım, onlara ulaşmam için çok çalışmam lazımdı. Bazı günler cebimde para kalmadan sadece otobüs kartımla eve ulaşmışımdır. Benim böyle çok zamanım oldu. Çok sıkıntı çektim, çok çalıştım ama çok şükür bugün, saydığım bu firmaların çoğunu geçtim diyebilirim.

Ben ne modelist, ne makineci, ne de stilistim ama bende başka bir şey var, o da benim gözüm. Gözüm çok kuvvetlidir. Ben vitrinleri gezerim, bakarım ve gerçekten neyin satıp satmayacağını görürüm. Beğendiğim şey, kesinlikle satacaktır. Bana mesela kumaşçılar kumaş getirirler, ben dokunurum. Dokunduğum an o kumaştan gömlek mi olur, etek mi olur, palto mu olur, ceket mi olur çözerim. Şu **dokunma** ile o anda, o kumaşın neye yarayıp yaramayacağını çok net bir şekilde söyleyebilirim.

İpekyol markasının kreatif direktörlüğünü Hilal Tunç yapıyor. Hilal Hanım benim yeğenimdir. Liseyi bitirdiğinde üniversite imtihanına girmişti. Sonuçlar geldikten birkaç gün sonra da onların evinde yemeğe davetliydik. Yemekte "Hilal şu kadar puan almış, şurayı kazandı" diye konuşuluyordu. Ben yeğenimin çalışkan olduğunu çok iyi biliyordum. Bakayım dedim, aldım ve onun sonuçlarını yırttım. Ondan sonra dedim ki "Sen moda okuyacaksın. Seni ben okutacağım". Ondan sonra onu aldım İstanbul'da La Salle Moda Akademisi'ne götürdüm. 2.5 yıl burada okudu. Çok iyi çalıştı.



Floransa'da moda çekimi



Titiz Hazır Giyim'in bir dergi reklamı, 1967



"Şu dokunma ile o kumaşın neye yarayıp yaramayacağını anlarım"



En ufak boşluğunda bile şirkete gelip tasarım departmanında çalışıyordu. Okul bitti, bana geldi dedi ki “Ne zaman ben işe başlarım?” “Valla” dedim, “Senin bu okulda iyi bir eğitim aldın, ama bununla da yetinmemen lazım” dedim. “Sen İstanbul’a bir sene gelmeyecek şekilde valizini hazırla, ben senle ilgili başka bir hazırlık yaptım” dedim. “ Ben seni bir hafta sonra Londra’ya götüreceğim.” Ben orada Saint Martins Koleji’yle temasa geçmiştim, gittik ve kaydını yaptım. Yaklaşık 4 yıl da Saint Martin’s’de okudu. Toplam 7,5 yıllık bir eğitimden sonra şirkete geldi ve bizim baş tasarımcımızın asistanı olarak işe başladı. Zaman içerisinde kendini çok iyi bir şekilde kabul ettirdi. Şu anda da üç markamızın da genel koordinatörü. Demek ki iyi bir yatırım yapmışız.

3 marka: İpekyol, **Machka**, Twist. Her birinin segmenti apayrı. Örneğin Machka, bugün Türkiye’de **A** ve **A plus**’a hitap eden az sayıda markadan bir tanesi ve Türkiye’de **pret-a-porter**’deki tek Türk markası. O markanın başında Ece Ege var, o da çok kıymetli bir Türk tasarımcısıdır. Yaklaşık 30 yıldır Fransa’da yaşıyor. Ayşe Ege ve kendisine ait bir markası var, dünyaca meşhur bir marka: Dice Kayek. Kendi markasını zaten çok iyi bir yere getirmiş. Machka’nın da başında kendisi var. Orada moda kesinlikle yok. Orada Ece Ege’nin kendi stili var. O marka üzerine çok fazla reklam da yapmıyoruz genelde. Türkiyede’ki ‘celebrity’ kadınların üzerine kıyafetlerimizi giydirerek magazin dergilerinde haberler yapıyoruz. Machka’nın reklam stratejisi bu şekilde. Bu Ece’yle ekibin beraber anlaştığı bir stratejidir. Biz kalkıp da araya ajansları sokarak bu insanlara ulaşmıyoruz, hepsi sosyal hayatta etrafımızda olan insanlar. Hepsi dostumuz, arkadaşımız, Ece’nin de arkadaşları olduğu için çok rahatlıkla kabul ediyorlar. Zaten onların da hoşuna gidiyor.



Tuba Ünsal (kıyafet: Machka)

Ben yıllar önce Ajda Pekkan’la bir yemek yemiştik, iyi bir dostumdur... “Ya, Yalçın acaba beraber ne yapabiliriz?” diye bana sormuştu ve konuşmaya başlamıştık. 4-5 yıl sonra yine bir akşam yemeğinde bir araya geldik. “Yalçın” dedi “biz geçmişte bir şey konuşmuştuk”. “Evet, Ajda” dedim “Çok iyi hatırlıyorum.” “Bunu hayata geçirelim, ben hazırım” dedi. “Sen hazırsan biz de hazırız, artık üretim tesisimiz de var, hiçbir sıkıntımız yok” dedim. Sabahki toplantıdan sonra akşamüstü ekibimiz Ajda’yla bir araya geldi ve hızlı bir şekilde kolları sıvadık, “Ajda Pekkan for Twist” hikayesi başlamış oldu.

NRS toplumsal puanlama sistemi:

İngiltere kullanılan demografik toplumsal sınıflama sistemidir. Ulusal Okuyucu Anketi tarafından kitap okurlarını sınıflandırmak için geliştirilmiş olmakla birlikte şimdi birçok başka kurum tarafından daha geniş uygulamalara uyarlanmış ve pazar araştırması standardı olarak kabul görmüştür. Buna göre A sınıfı üst orta gelir grubudur. Bir banka yöneticisi veya 10 işçiden fazla çalışanı olan bir çiftçi bu gruba girer. Wikipedia Mediaweek.com

prêt-à-porter

is the term for factory-made clothing, sold in finished condition, in standardized sizes, as distinct from made to measure or bespoke clothing tailored to a particular person's frame. They use standard patterns, factory equipment, and faster construction techniques to keep costs low, compared to a custom-sewn version of the same item.

Machka

“İsim için ise benim aklıma Maçka geldi. Ece biraz harflerle oynadı Machka yaptı. Kelimenin anlamını araştırdık balkanlarda kedi anlamına geldiğini öğrenince yanına bir de kedi figürü oturtuk ve markamız böylece doğdu.”

Yalçın Ayaydın

Bu koleksiyon, Ajda 'nın gardrobundan ve Ajda'nın geçmişteki filmlerinden etkilendi. Ajda'yla beraber provalar yapıldı ve bütün kıyafetler onun onayıyla, onun gerçekten emeğiyle gerçekleşti. Ajda Pekkan ciddi bir efor sarf ediyor burada, çok ciddi bir iş yapıyor. Şirkete geliyor, günlerce şirkette arkadaşlarla beraber çalışıyor. Onunla 3+3 yıllık bir sözleşme imzaladık. 6 yılın sonunda bence herhalde "Ajda Pekkan for Twist" koleksiyonu Twist'ten ayrı, başlı başına bir marka olur. Kendisi de "Ben bugüne kadar bir sürü konser verdim, bir sürü insanla bir araya geldim ama hepsini uzaktan seyrettim. İlk defa insanlarla iç içe oluyorum, sohbet ediyorum." diyor. Onun için, o şu anda çok mutlu. Biz de mutluyuz. İyi bir iş yaptığımızı sanıyorum.



1989'da başlayan mağazacılık döneminin üzerinden yıllar geçtikçe İpekyol'un belli bir tüketicisi oluşmaya başladı. Yeni mağazalar açıldıkça müşteri sayımız belli oranda çoğalmaya başladı. Bizim ismimiz büyümüş, markamız belli bir seviyeye gelmişti ama üretim sistemimiz hala başlangıç noktasındaydı. Bunun sonucunda artık müşterilerimiz bizi tenkit etmeye başladı: "Evet, sana bu parayı veriyorum ama sen bana benim istediğim standartta bir ürün teslim etmiyorsun."



Ajda Pekkan, Y. Ayaydın ve H. Tunç, Twist'in koleksiyonu üzerinde çalışıyorlar, Dragons Den Türkiye, BloombergHT



Ipekyol Tekstil Fabrikası Temel Atma Töreni 19 Mart 2010

Çünkü iyi bir marka olmak için sizin tüketicinize, gerçekten dünya **standartlarında** bir dikiş kalitesi vermeniz lazım. Bu da **fasonculukla** belli bir yere kadar olabiliyordu. Artık öyle bir gün geldi ki gerçekten ya markamızın değerini kaybedecektik ya da tüketicimizin sesini duyup markamıza yatırım yapacaktık. O dönemde hem Avrupa, hem Amerika ve hem de Türkiye’deki belli firmaların çoğu artık Çin’de üretime başlamıştı ve Türkiye’ye tekstil konusundaki talep çok ciddi bir şekilde azalmıştı. Tam o dönemde biz fabrika kurmaya karar verdik. Bütün arkadaşlarım gerçekten, resmen benimle dalga geçtiler. “Sen çıldırmışsın, sen kafayı yemişsin. Herkes fabrika kapatırken sen fabrika kurmaya çalışıyorsun” dediler. Dedim ki: “Bu söylediklerinizin hepsi doğru. Dünya Ticaret Örgütü’yle imzalanan anlaşmalara göre artık Çin ürünleri dünyanın her yerinde vergisiz, serbestçe dolaşacak. Bu yüzden bütün dünya artık Çin’de üretim yapacak. Ama ben bu fabrikayı Almanya’daki ya da Fransa’daki bir markaya üretim yapmak için kurmuyorum, kendi tüketicim için ve o tüketicinin talep ettiği kaliteyi yakalamak için kuruyorum. Onun için o konuda çok net ve emindim ki ben bu fabrikayı hayata geçirdiğim zaman bu fabrika işsiz kalmayacak.



İstanbul’da bir tekstil atölyesi

Gerçekten de bugün baktığımızda ürünlerde çok replika olabiliyor. Elimizin altında bir fabrika var çünkü... Benim hiçbir rakibimde böyle bir avantaj yok. Bugün bu ceketim çok satıyorsa ve tüketiyorsa, ben hemen bir hafta içerisinde aynısını üretilip tekrar mağazalarımın indirebiliyorum. Şu anda mesela Avrupalının Türkiye’deki üreticileri tercih etmesinin en büyük nedenlerinden bir tanesi de budur. Çin’e bir ürünü sipariş verdiğinde ancak 6 ay sonra gelebiliyor çünkü orada öyle bir program var. Oysa Türkiye’li üreticilerle üretmek istediğinde bugün siparişi veriyor, 3. haftanın sonunda bu ürün mağazasının rafında oluyor. Türkiye’de öyle bir **esnek çalışma düzeni** var.



Ipekyol Tekstil Fabrikası, fotoğraf: Thomas Mayer

Türkiye’nin ilk tekstil fabrikalarından bir tanesi olan Sanko Edirne’de kurulmuş. Edirne Türkiye’nin en eski tekstil şehridir ve çalışan kadının eli çok yatkındır. Fabrikayı Edirne’de yapmamın sebeplerinden bir tanesi de bu. Ben daha önce de üretimimi Edirne’de bir fabrikaya yaptırıyordum. Bir süre sonra o fabrikayla anlaşamadık. Mecburen bu sefer kendimize ait bir yer arayışına geçtik. O ara Edirne valisi bir gün beni telefonla aradı. “Yalçın Bey, siz Edirne’de fabrika kurmak için arazi arıyormuşsunuz” dedi, “Evet” dedim. “Eğer” dedi “müsaitseniz

Standardizasyon

“Ticarette en önde gördüğümüz esas, muayyen tiper üzerinde işleme ve rasyonel çalışmadır.”

Mustafa Kemal Atatürk

“İnsanoğlu yaratıldığı günden bu yana karışıklıktan kurtulma ve belirli bir düzen tesis etme gayreti içerisinde olmuştur. Bu düzenleme sürecinin tabii bir neticesi olarak ortaya çıkmış olan standard ve standardizasyon olgusu insanlık tarihi kadar eskidir. Milletlerarası Standardizasyon Teşkilâtı (ISO) tarafından yapılan tariflere göre;

Standard; imalatla, anlayışta, ölçme ve deneyde bir örneklidir.

Standardizasyon; belirli bir faaliyetle ilgili olarak ekonomik fayda sağlamak üzere bütün ilgili tarafların yardım ve işbirliği ile belirli kuralları koyma ve bu kuralları uygulama işlemidir.

En ekonomik üretim standartlara uygun üretim, en ekonomik tüketim standartlara uygun tüketimdir.

Üreticiye faydaları;

- Üretim belirlenmiş plân ve programlara göre yapılmasına yardımcı olur.
- Uygun kalite ve seri imalâta imkân sağlar.
- Kayıp ve artıkları asgariye indirir.
- Verimliliği ve verimliliği artırır.
- Depolamayı ve taşımayı kolaylaştırır, stokların azalmasını sağlar.
- Maliyeti düşürür.

Tüketicilere faydaları;

- Can ve mal güvenliğini sağlar.
- Karşılaştırma ve seçim kolaylığı sağlar.
- Fiyat ve kalite yönünden aldanmaları önler.
- Ucuzluğa yol açar.
- Ruh sağlığını korur. Stresi önler.
- Tüketicinin bilinçlenmesinde etkili rol oynar.”

Türk Standartları Enstitüsü, Ulusal Standardizasyon tanımı, 1. madde

Esnek Çalışma Düzeni

Esnek imalat sistemleri, parti tipi üretimde görülen düşük makine kullanım oranları, yüksek ara stoklar, uzun üretim zamanları ve fabrika alanının verimsiz kullanımı gibi sorunları ortadan kaldırmak amacıyla geliştirilmiştir. Bu imalat sistemleri, düşük hacim/ yüksek çeşit üretimler için tasarlanmıştır. Esnek imalat sistemlerinin temel amacı, kitle üretimin etkinliği ile atölye tipi üretimin esnekliğini tek bir üretim sisteminde birleştirmektir.

Esen ÇORUH - Hazır Giyim Endüstrisi İçin Üretim Sistem Yaklaşımları

önümüzdeki hafta içerisinde sizi Edirne'ye bekliyorum. Ben size birkaç tane yer göstereceğim". Bu çok önemli bir şey. Bir şehrin valisi şehre yatırımcı davet ediyor. "Eğer siz bu şehre bir yatırım yaparsanız ben Milli Emlak'la sizin yerinize temasa geçer ve size yardımcı olurum." Ben de ona bir yer gösterip, "Ben burayı çok beğendim" dedim. Bir hafta içerisinde o araziye bize sattı. Zaten, herhalde tapuyu cebime koyduktan bir saat sonra Emre Bey'in yanındaydım.

İnsanlar böyle durumlarda en minimum rakama bu fabrikayı nasıl mal edebiliriz hesabı yaparlar. Ama biz, burayı çok düşük bir maliyetle dört duvar yapalım da hemen üretime başlayalım diye düşünmedik. Dedik ki "Evet, biz üretici oluyoruz ama bunun yanında ortaya bir değer çıkaralım". Bunun için, bu işi yapabilecek nitelikte bir kişiye gitmemiz gerekiyordu tabi ki, benim kime gideceğim net bir şekilde belliydi, o da Emre Arolat'tı.

Yaşam alanı yaratmış fabrikanın içinde, "İşçilerin eve gitmek istemediği fabrika" diye bir haber çıktı ya, gerçekten de orada çalışan insanlar eve gitmek istemiyorlar, bunu net bir şekilde söyleyeyim. Çünkü üretim yapıyor makinasının başında, elbise dikiyor, dikerken yağmur yağdığını, karın yağdığını görüyor. Hava güneşli mi bulutlu mu onu görüyor. Yanı başında bir ağaç var, dışarıya çıktığında sosyal tesisini buluyor. Hangimizin çalıştığı bir ortamda çalışma alanımızın içerisinde kar yağdığını, yağmur yağdığını görüyoruz? Dört duvar içerisinde çalışıyoruz. O fabrikada çalışan insanlar çok şanslı insanlar, doğa ile ilişki içinde üretim yapıyorlar. Edirne'de fabrikalar arasında işten ayrılma oranı en düşük olan bizim fabrikamızdır. Onun için o fabrikada çalışan herkes çok şanslı, ben de öyle bir binaya sahip olduğum için kendimi şanslı hissediyorum.

Bu fabrikayı hayata geçirdikten ondan sonra kendimi artık bir sanayici olarak hissetmeye başladım. Bir gidiyorum, fabrikanın içerisinde beş yüz, altı yüz tane insan bir anda çalışıyor. O zaman ben kendimi gerçekten çok farklı hissediyorum. O fabrikaya adım attığım andan itibaren dünyanın en mutlu insanı oluyorum, bu bana büyük bir haz veriyor... ■



Yalçın Ayaydın İpekyol Tekstil Fabrikası'nda

Fason Üretim

Malzemesi marka sahibi tarafından karşılanarak başka bir firmaya, küçük üretim atölyelerine yaptırılan, büyük imalathanelerin maliyeti düşürüp, üretimde süreklilik sağladığı üretim şekli.

Vikipedi

"Hepimiz fason üretim yapıyoruz. Ama marka olacağız diyoruz. Fason üretimle nasıl marka olacağız? Pantolon başka, ceket başka bir yerde, etek bambaşka bir yerde üretiliyor. Bunlar merkezde toplandığında, hepsi ayrı telden geliyor. İplik, dikiş standart değil. Türkiye'de hepimiz böyleyiz. Biz dünya markası olacağız dedik ama malesef dünya markası olabilmemiz için de dünyaya çıktığınız gün standart bir işçilik vermemiz lazım. Bu standart yoksa bir sene sonra, valizinizi alıp gittiğiniz gibi geri dönersiniz. Ama biz geri dönmeye değil, kalıcı olmaya gidiyoruz. Eğer ilerleyecek standart sorunumuzu çözmemiz lazım, onu da biz geçen yıl çözdük. Nisan ayı içinde Edirne'de fabrika açıyorum. Bu açtığımız fabrika ile bu sorun da çözülecek. Şu anda yaklaşık 7.5 milyon dolar yatırım yaptık. On kişilik dünyanın çeşitli ülkelerinde okumuş bir tasarım ekibimiz var."

Yalçın Ayaydın
(Kaynak: www.iskuruyorum.com)

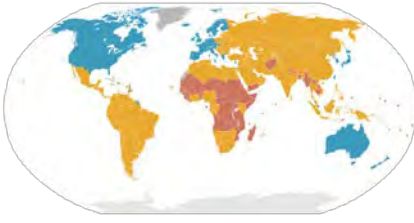


Baumeister Dergisi, Kasım 2008 "Çalışma Mekanları" sayısı. İpekyol Tekstil Fabrikası "Büyük İlmeç" başlığı ile yayımlandı ve "İşçilerin eve gitmek istemediği fabrika" ifadesi de ilk defa olarak burada kullanıldı.

“Dünya ekonomik düzeninde köklü bir değişimin yaşandığı günümüzde, gelişmekte olan ekonomiler tüketilen her şeyin ‘üretilmesinde’ daha büyük bir rol üstleniyor. Endüstrileşme arttıkça kitlelerin istihdam edildiği sanayilerin ihtiyaç duyduğu alanlar ve binaların yapımı da artacaktır. İyi bir fiziksel çevre ortaya koymak için, vizyon sahibi işverenler kadar, mimarların da becerikli, kendine güvenli ve kararlı olmaları gerekmektedir.”



İpekyol Tekstil Fabrikası “yerinde inceleme” raporu,
Hanif Kara, Ağa Han Mimarlık Ödülü, 10. dönem



■ Gelişmiş ekonomiler
■ Gelişen ve gelişmekte olan ülkeler (az gelişmiş değil)
■ Gelişen ve gelişmekte olan ülkeler (en az gelişmiş)



2011 itibarıyla 'yeni endüstrileşmiş' ülkeler
(IMF ve UN sınıflandırmaları)

►Düşük işçilik maliyetleri, makine parklarındaki yeniliklerin bir sonucu olarak üretim sistemlerinde kaydedilen gelişmeler ve ulaşım şartlarının iyileşmesi, geçtiğimiz yüzyılın ikinci yarısından itibaren Türkiye'nin **üretim tesisleri merkezi** olarak yükselişine yol açmıştır.

Bu durum, ülkenin pek çok büyük şehrinin çevresinde konumlanan "fabrika" türü endüstriyel binaların yapımındaki artışı beraberinde getirmiştir.

Global bir fenomen olarak fabrika tarzı "işlevsel" yapıların tasarım ve inşaat kalitesi kötüdür ve bulundukları çevreye olumsuz etkileri olmaktadır. Bu yapılarda mimari, ya çok az önem verilen ya da hiç önemsenmeyen bir olgu olarak karşımıza çıkarken Türkiye de bu anlamda farklı bir durum sergilememektedir.

Edirne ili merkezi dışında yer alan ve kaliteli giyim eşyası üreten İpekyol Fabrikası, şirketin sahibi tarafından çalışanlara ve en geniş anlamda topluma olan sosyal sorumluluk kapsamında ele alınmıştır. Daha da önemlisi fabrika, 'mimari'nin bir şirketin kurumsal imajı ile üretiminin niteliği ve niceliği üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu bilinciyle tasarlanmıştır.

Bu 'özel' tasarım tesis, düz bir alanda, İstanbul-Kırklareli kara yolu kenarındaki bir arazide yer almaktadır. Arsa kısıtlarına

Üretim Tesisleri Merkezi

60'lardan sonra sanayi üretiminin ekonomik, çevresel ve toplumsal risklerinden kurtulmak isteyen merkez ülkeler daha yüksek katma değere sahip olan hizmet ve enformasyon üretimine yönelirken, sanayi üretimi endüstrileşmenin kalkınma ile eşdeğer görüldüğü çevre ülkelere kaymaya başladı. Global sistemle bütünleşme isteği ile hızlı bir sanayileşme süreci içine giren bu ülkeler, kısa süre içinde "üretim tesisleri merkezi" haline geldiler. Bu durum, sanayileşme ile birlikte büyüme ivmesi kazanan kentlerde hızlı fiziksel ve sosyal değişimlere de sebep oldu.

Yeni endüstrileşmiş ülkeler

(Newly Industrialized Countries)
Bu ülkeler gelişmekte olan ülkelere göre daha gelişmiştir ama halen gelişmiş ülke sayılmak için yeterli görülmemektedir. Yani bu tip ülkeler gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkeler arasında bir yerde sınıflandırılır. Bu ülkeler *Brezilya, Çin Halk Cumhuriyeti, Hindistan, Malezya, Meksika, Filipinler, Güney Afrika, Tayland* ve *Türkiye*'dir.

Bu ülkelerin bazı özellikleri:

- *Sosyal özgürlükler ve insan hakları ilerlemiş.
- *Güçlü politik liderleri var.
- *Tarım ekonomisinden endüstri ekonomisine geçiş var. (Özellikle imalat sektörü)
- *Serbest piyasa ekonomisine hızlı bir geçiş var. Diğer ülkelerle serbest ticaret yapılıyor.
- *Farklı ülkelerde faaliyet gösteren büyük firmaları var.
- *Yabancı ülkelerden güçlü yatırım alıyorlar.
- *Bölgelerinde politik olarak güçlüler.
- *Fakirlik sınırı azalmakta.

http://ansiklopedika.org/Gelismekte_olan_ulkeler

Gelişen Büyük Ekonomiler

(Advanced Emerging Markets)
Bir kaç anlama gelebilen bu terime göre, *Brezilya, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Malezya, Meksika, Güney Afrika, Polonya, Türkiye* ve *Tayvan* gelişen 9 büyük ekonomi olarak adlandırılır.

<http://www.ftse.com/Indices>



İstanbul - Edirne

Mimari Karakter

Klasik mimari düşüncesinde binaların aynı insanlar gibi, değer yargılarına ve güzellik anlayışına göre tanımlanmış karakterleri olması gerektiğine inanılırdı; kendine has karakterler değil de, tipik ve aşına gelen karakterler: soylu (konak, saray), korkunç ve aşılmaz (hapisane, kale), uhrevi (tapınak), sert ve kullanışlı (garnizon), vs. gibi. Bir bina, daha ziyade kütleyle ve yüzeyleriyle algılanırdı ve karakterini öncelikle binanın yüzü (façade) olan ön cephesi ifade ederdi; yani anlamlı (ve geçerli) bir dizgeyle kompoze edilmiş tanıdık birçok unsurun karşımızda duruşuyla. İçteki unsurlar, bir odanın büyüklüğü, yüksekliği, şatafatı, bir diğerine göre azameti veya mütevazılığı, değer yargılarına ve göreneklere (moeurs/coutumes) göre oluşmuş bir yerleşme kültürüne uygunluk (decorum) esas alınarak tayin ediliyor ve algılanıyordu. Kısacası mekân, hiçbir şekilde sadece boşluğun kendisi olan uzam demek değildi; anlamını karakterinden alıyordu. Halbuki, kütleler, yüzeyler ve bunlar arasındaki ilişkilerde anlamını bulan klasik anlayışın karakter özellikleri, bu ilişkiler arasındaki tali unsurun, yani boşluğun ana ilişki ögesi olarak öne çıkmasıyla geçersizleşmeye başladı. Kısacası mimarlık kuramında mekân uzama dönüştükçe, karakterlerin yerini kişisel veya üslupsal ifadeler (form/ expression) almaya başladı. Sonuç olarak işlev programını esas alan bir bireşimim parçaları olan, sade, Platonik biçimlerin yansıttığı makine estetiğinin ve iç ile dış arasında özgürce akan uzamın dışında temsil edecek değer aramayan yeni mimari, klasik anlamda karakteri tamamen tarihe gömdü.

Yusuf Civelek, "Türk Sinemasında Yitirilen Tipik Karakterler ve Tipik Mekânlar", Hayal Perdesi dergisi, Mayıs-Haziran 2011

Modern bir alış-veriş merkezi

"Alışveriş merkezi" ifadesi, önceleri kentlerde ticari aktivitenin yoğun olduğu bölgeleri tanımlamak için kullanılıyordu. "Kent'in alış-veriş odağı" anlamındaki bu kullanım 80'li yılların ortalarına kadar terk edilmezken aynı yıllarda ortaya çıkan Amerikan tipi 'shopping center' ve 'mall'ların sayısındaki hızlı artış, bu ifadenin giderek 'AVM' anlamında kullanılmasına yol açtı.

rağmen yapı, dikkatli bir biçimlendirme, **konumlandırma**, detaylandırma ve arazi planlanması ile çevreyle başarılı bir şekilde bütünleştirilmiştir.

Karşıdan gelenlere adeta yön gösteren biçiminin yanı sıra dış kabuğunda kullanılan malzemelerle işlevini kendinden emin bir biçimde ifade eden yapı, yoldan geçenler tarafından kolayca tanınan bir silüete sahiptir.

150m x 100m olarak planlanan 14m yüksekliğindeki yapıda üretim tesisleri, bir uygulamalı eğitim tesisi, idari alanlar ve yemekhane bulunmaktadır. Bina dışında ise bir açık otopark, bir açık oyun alanı ve makine dairesi yer almaktadır.

Tarihsel Geçmiş Kısa Bir Bakış. Müşteri, Yunanistan ve Bulgaristan'la sınırı olması ve İstanbul'dan kolaylıkla ulaşılabilmesi nedeniyle yeni fabrikası için Edirne'yi seçmiştir. Tekstil imalatı yapan fabrikaların geleneksel varlığı, kentte vasıflı tekstil işçilerinin bulunmasını kolaylaştırmaktadır. Fabrika arsası, kent merkezinin dışında, İstanbul'a giden ana yolun bitişiğinde yer almaktadır.

Tasarım, düz bir arsanın fiziksel peyzajına başarıyla uyum sağlarken aynı zamanda komşu arsaların sınır şartlarına da uygunluk göstermektedir. Konumlandırmada iklim şartlarının yanı sıra erişim, gelecekteki büyüme potansiyeli, dış mekânlar ve estetik konular da dikkate alınmıştır.

Yerel mimari karakter ve yaygın olarak kullanılan biçimler, malzemeler. Anlamlı bir değerlendirme yapabilmek açısından kentin mimari karakteriyle bu kendine özgü 'yapı türü'nün birbirinden ayrılması önemlidir.

Kent, Avrupa ile Anadolu arasında yer alan konumundan gelen zengin bir tarihi mirasa sahiptir. Kentin mimari zenginlikleri arasında Roma İmparatoru Hadrianus tarafından yaptırılan Edirne Kalesi surları, Osmanlı Döneminden kalma ünlü Selimiye Camii ve 1484 yılında yapılmış tarihi bir hastaneyi de (Darüşşifa) içeren Sultan II. Bayezid Külliyesi sayılabilir. Selimiye Camii'ne ve kente gelir sağlamak amacıyla Külliye kapsamında inşa edilmiş bulunan 225 metre boyundaki, 73 kemerli Arasta Çarşısı günümüzde dükkân sahipleri tarafından **modern bir alışveriş merkezi** olarak kullanılmaktadır.

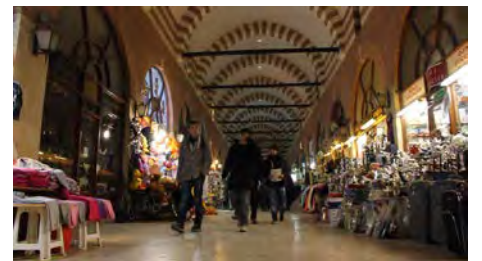


Maket ve genel görünüm

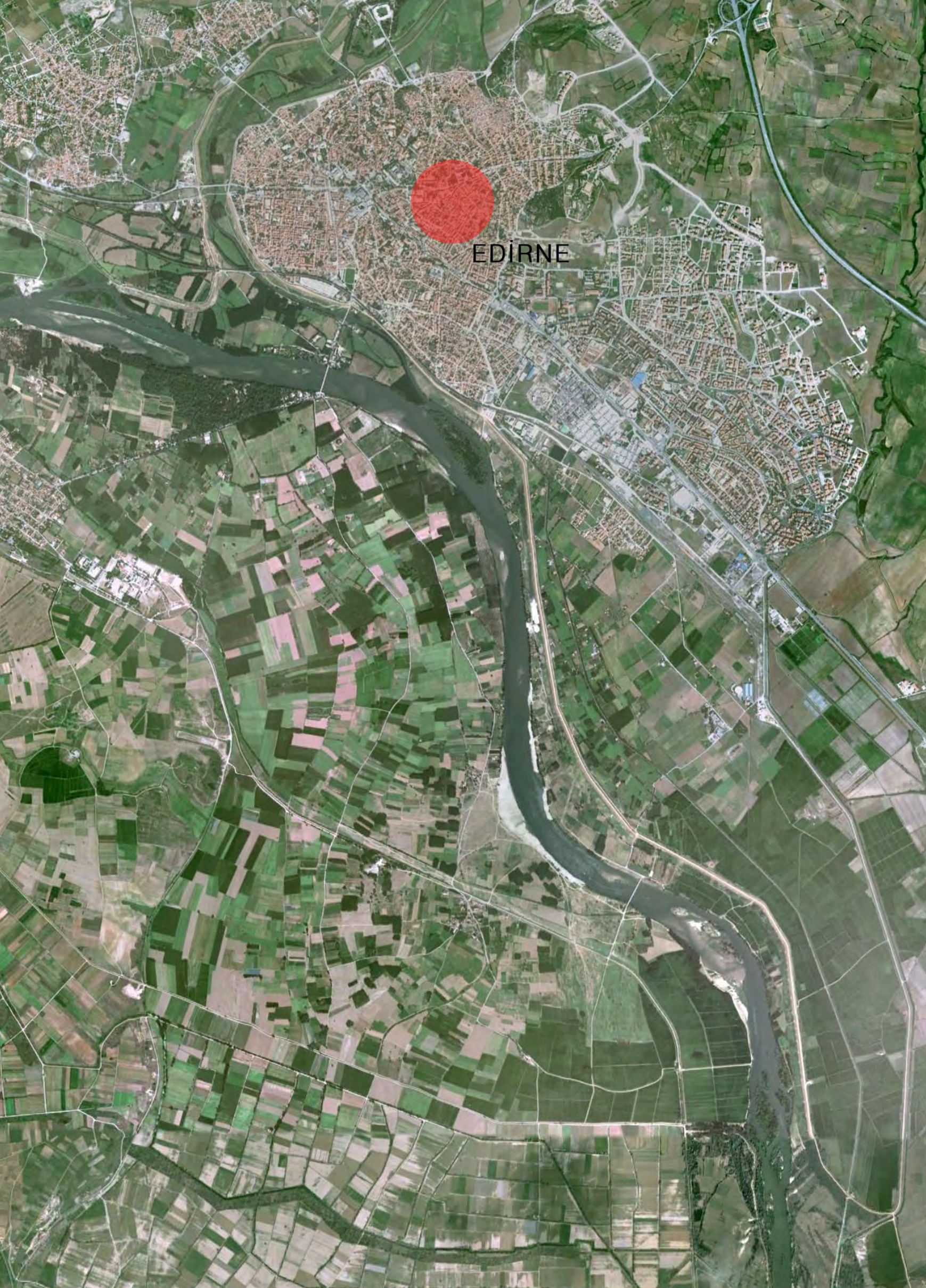
Sonraki iki resim:
Fabrikanın Edirne kent merkezine göre konumu
Yakın çevreyi gösteren uydu fotoğrafı
>



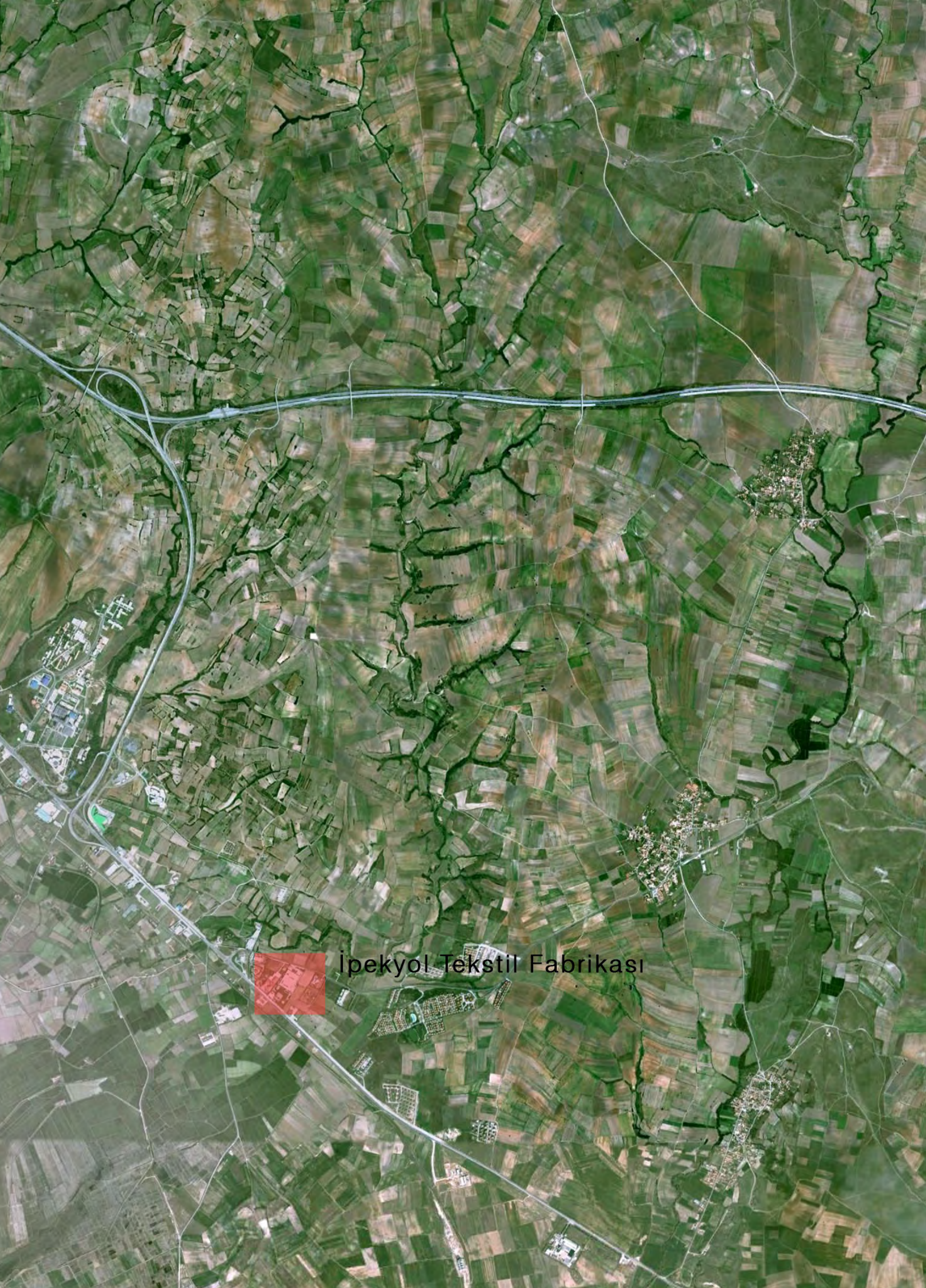
Edirne kent merkezindeki Selimiye Camii



Arasta



EDİRNE



İpekyol Tekstil Fabrikası







Çevredeki bir eğitim yapısı



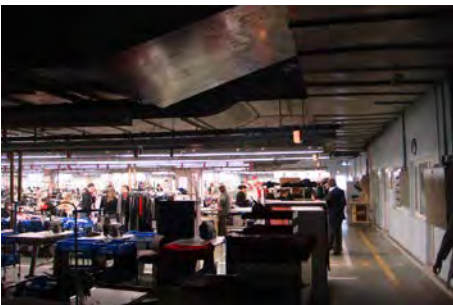
Çevredeki tipik fabrika yapıları



Bölgede yer alan başka bir fabrikadaki düşük tavan yüksekliği



Bölgede yer alan başka bir fabrikadaki dağınıklık



Bölgede yer alan başka bir fabrikadaki karanlık koridorlar

Diğer taraftan İpekyol Fabrikası, İstanbul'dan fabrikaya doğru giderken rastgele serpiştirilmiş bulunan çok sayıdaki 'genel amaçlı' baraka/hangar tarzı yapı arasında kendi türü için bir emsal oluşturmaktadır. Bu yapıların çoğu kentin farklı noktalarında yer yer görülen, geniş alanlı, tek katlı, genellikle sıradan sac kaplı veya prekast betondan yapılma 'hangar'lardır. Pek çoğu itici, içeride ne olup bittiğine dair fikir vermeyen, bakımsızlık nedeniyle 'geçici' imajı çizen, çevreye ve mevcut kent dokusuna '**dikişi tutmayan**' örneklerdir.

Bu durumu daha detaylı olarak incelemek üzere Edirne içinde genel bir keşif araştırmasına çıktık ve bu tür yapılardaki 'tasarım' eksikliğinin nedenini daha iyi anlayabilmek adına İpekyol Fabrikası yakınlarındaki bir başka fabrikayı gezdik. İlk gördüğümüz, ziyaretçileri etkilemeyi amaçlayan, iyi tasarlanmış iki katlı bir resepsiyon (binanın ön tarafında) ve taş kaplı girişi oldu. İdari bölümün arkasına (binanın arka tarafı) geçtiğimizde ise gördüğümüz yapı, duvarları veya çatısı vasıtasıyla dışarıyla herhangi bir bağlantısı olmayan geniş, karanlık, düzensiz tek katlı bir bina oldu. Yapay aydınlatmanın çokça yer aldığı, havalandırmanın yetersiz olduğu ve genel olarak iyi bir konumlandırma yapılmamış olan ortam son derece rahatsızlık vericiydi.

Tesisinin, civarda yer alan fabrikalar arasında '**türünün en büyük örneği**' olduğunu ifade eden ve övünen fabrika sahibi, binasının bir mimar tarafından tasarlanıp tasarlanmadığını veya mimarın adını hatırlayamamıştır.

Tesisin yakın çevresi ve mimari karakter, erişim ve peyzaj durumu. Ana yoldan yaklaşırken, arazinin görülen en önemli özelliği düz olmasıdır. Hem yayalar hem de araçların kullanımına uygun olan ve ana yolun batısında yer alan servis yolu ile, arazinin kuzey ucunda bulunan ve binanın arkasına denk gelen tesis girişine ulaşım sağlanmaktadır. Kuzey-güney doğrultusunda yaklaşık 300 metrelik bir derinliği olan arazinin doğu-batı doğrultusundaki genişliği sadece 130 metredir. Arazi daha önce boş olduğu için inşaatın önce herhangi bir yıkım yapılmamış, eskiden kalma bir altyapının getireceği risk de söz konusu olmamıştır. Tesisin batı sınırında, beş katlı bir Meslek Lisesi binası ile yirmi yıl kadar önce yapılmış bir çocuk parkı yer almaktadır. Ana yol ile arazinin güney sınırı arasındaki 'ön' kısımda (güney) yer alan prekast betondan yapılmış bina

Dikişi tutmayan

Kentsel doku ve dokuma kavramlarına göndermeyle kurulmuş bu ifade, bir yapının içinde bulunduğu bağlam veya çevreyle uyumunun zayıf olduğunu anlatmak için kullanılıyor. "*Çevreyle Uyum*" mimarlık mesleği içinden veya dışından bir çok kişi için üzerinde uzlaşmış bir mimari nitelik kriteri gibi görünüyor. Oysa, çevreyle uyumun kabul görmüş ya da üzerinde yeterince tartışılmış bir tanımını bulmak oldukça zor. İronik bir biçimde, nitelik yoksunluğu ile tartışma yaratan yapılar da çoğu zaman bu söylem yardımıyla kendini meşrulaştırıyor.

"Kamu adına projeleri denetlemekle görevli ve yetkili kurumlar "tarihi çevreye uyumlu" olduğunu düşünerek bu basmakalıp yapılara izin verir, hatta teşvik eder oldular. Bu yüzden tarih adına kültür mirası yapıların taklitlerini yapmak, onay almak için geçerli bir koşul oldu."

Korhan Gümüş - Yenimimar.com

"En büyük örneği"

Türünün en büyük örneği olmanın bir nitelik teşkil etmesi düşüncesi özellikle yapılar söz konusu olduğunda oldukça yaygın. Hükümet, özel sektör veya yerel yönetimlerin girişimleri tanıtılırken: "*Avrupa'nın en büyük karma projesi*", "*Avrupa'nın en büyük adalet sarayı*", "*Avrupa'nın en büyük termali*" gibi ifadelerle sıklıkla rastlanılıyor.









İşveren, İstanbul ve İtalya'daki tasarım bürolarında tasarımdan başlayarak fabrikada patron çıkarılması, biçki, imalat, ambalajlama ve tüm dünyaya ulaştırma döngüsünü tamamlayan bir süreci 'kabataslak' oluşturduktan sonra, proje süreci esnasında kendisine yıllık bir üretim hedefi belirlemiştir. Ayrıca en yüksek kaliteyi güvence altına alan prosedür ve sistemleri kurmayı hedeflemiştir.



İpekyol fabrikası üretim ve sevkiyat bölümü

Bu ilk adım, fabrikada kaç adet makine ve alete ihtiyaç duyulacağı, bunların birbirleriyle nasıl ilişkilendirileceği ve makinelerin aralarındaki ve çevrelerindeki çalışma alanları konusunda işverenin 'mekânsal fikirler' geliştirmesine imkân sunmuş; bina ve dolaşım için gereken taban alanı hakkında yaklaşık bir fikir vermiştir.

Mimarların ve uzmanların seçimi. İşveren, anlatımında binaların çoğunlukla üretim ve dağıtım için kullanılacak olmasına karşın 'iyi bir mimari'nin getireceği değerin farkında olduğunun altını çizmişti. İpekyol'un kendi çalışanlarına olan sorumluluğunu da dikkate almayı hedefleyen işveren, tesis mimarisinin şirketin ve ürünlerinin imajı üzerinde önemli bir etkisi olacağını anlamıştı. O sırada, Arolat ailesinin ilk nesil mimarlık ofisinin gölgesinden çıkarak bağımsız bir mimarlık ofisi olan **EAA- Emre Arolat Architects**'i kuran Emre Arolat ve Gonca Paşolar, işlerinde yeni bir sayfa açıyorlardı. Emre Arolat'ın kariyerinin ilk yıllarından itibaren izlediği **hafif**



Fotoğraf: Thomas Mayer

Köşeli ve işbirliğine açık modernist

Bir mimari tavrın/akımın ismi olmasının başlangıcından beri bu kelime ahlaki bir alt anlamla da yüklü. Bu yük, akımın ilkelerine bağlılıkla ilişkilenen “gerçek anlamıyla modernist” veya “yeterince modernist” gibi tanımları mümkün kıldı. Uluslararası üslubun zamanla “katı” bulunan biçim lügatı çeşitli farklılaşma yer-zamanlarında “yumuşamış modern”, “insancıl modern” gibi isimler aldı. Bütün bu çoğullaşmalar esnasında niteliği stile ve onun ahlaki çağrışımlarına bağlayanlar “sadık modernist”, “tavissiz modernist” gibi sıfatlarla da adlandırıldılar. Modernistin yenilikçi, dönüştürücü anlamı tamamen kaybolmadı ama kelime, etrafında muğlak bir anlam katmanıyla sarılmış bir “kişilik tipi” üretmiş oldu. Mimarın, yapının, yapılar retrospektifinin kişilikleştirilmesi: “Köşeli ve işbirliğine açık modernist”

Yerli malzemelerin kullanılması

“Bazen inşaat sürecinde bazı şeylerin yakında olması büyük bir kısıtlılık doğurur. Örneğin Gebze’de bir yapı yapıyor ve açık renkte doğal taş kullanmayı düşünüyorsanız çuvalladınız! Çünkü Gebze’de doğal taş bulunur ama açık renkte değildir. Buna benzer şekilde fabrikası Edirne’de olan Trakya Cam ile Şişecam’ın başka yerdeki tesislerinde üretilen camlar arasında kabiliyet farkı vardır. Trakya Cam’in ürünü bunlar arasında en iyisi değil ama en yakındaki. Orada üretim varken uzaktan getirmek hiç mantıklı olmadığı için yakındakinin kısıtları ile hareket ediyorsunuz. O yüzden bazen herşeyden uzak bir yerde, söz gelimi Ulan Bator gibi bir kentte hava limanı yapı yapıyor olmanın kendine göre imkanları vardır. Orada herşeye eşit uzaklıktasınızdır çünkü. Ama Edirne’de farklı. Bir yapılabilişlik değerleri var, bir de yakın olma durumları var.”

Emre Arolat, 24 Aralık 2011 Fabrika sergisi tasarım toplantısı

“köşeli” ancak “işbirliğine uygun” modernist yaklaşıma aşına olan işveren, mimarın bilgi birikimi ile birlikte bu yeni tasarım stüdyosunun “çıtayı yükselteceği” ve daha iyi bir ürün ortaya çıkartacağı görüşüyle hareket ederek, proje için EAA’yı görevlendirmiştir.

Genel program hedefleri. Mimar ile işveren, arazinin getirdiği kısıtları ve İpekyol’un hedeflere ulaşmak üzere geliştirdiği kendine özgü hat yönetimi sürecini göz önünde bulundurarak üretim süreci ile birlikte bir takım mekan organizasyonu çözümlerini incelemiştir. Bunun sonucunda mimarın belirlediği bir dizi kilit tasarım hedefi ortaya çıkmıştır:

- Genel olarak bu tür fabrikalar için örnek oluşturacak; iç ve dış piyasalar için kaliteli giyim eşyası üreten bir pazar lideri olarak İpekyol’un imajını güçlendirecek bir bina.
- Binanın kendisinde bir büyüme olmaksızın üretimin %30 ila %50 oranında artmasına olanak sağlayacak ve aynı zamanda araziden tam anlamıyla yararlanan bir fabrika.
- İnşaatta yerli malzemelerin kullanılması.
- Binanın ve bina içinde geçirilen zamanın kalitesinin burada çalışanlar, burayı yönetenler ve ziyaret edenler için ister kısa ister uzun süreli olsun olumlu bir deneyim sunacağı bir ‘iç dinamiğin’ öncelenmesi.
- Tüm kullanıcıların keyifli ve iyi hissedecekleri iç ve dış mekânların yaratılması



EAA-Emre Arolat Architects ofisi, Teşvikiye, 2004



İpekyol fabrikası sayısal üretim

• Başlangıçtan her bir giysinin ambalajlanmasına ve gönderimine kadar her noktada etkin bir akış izleyen ‘U’ şeklinde bir üretim sistemi benimsenmesi. Yüksek verimlilikli olan bu sistem, sağlam bir kalite güvence sistemi sayesinde hata payının düşük olmasını sağlamaktadır.

Proje Verileri.

Zemin Kat Alanı: 14.480m²

Birinci Kat: 5.520m²

Kantin Tabanı: 350m²

Eğitim Alanı Tabanı: 1.000m²

Arsa kısıtlarına bulunan çözümler: Tasarım sürecini yönlendiren ana unsur, zemin kat için yaklaşık 14.480 m²’lik bir oturma alanının gerekli olmasıydı. Bu durum, yaklaşık 140 m x 105 m ölçülerinde bir taban alanını zorunlu kılıyordu. Bu karar, açık bir otopark alanı ve doğu sınırı boyunca uzanan bir servis yolunun yapımına imkan vermiş; batı sınırındaki meslek lisesi binalarına yakın üçgen biçimli bir alan boş bırakılabilmıştır. Mimar bu boş alanı kullanarak, genelde çatıya yerleştirilen makine dairesini güzel bir tasarımla binanın dışına yerleştirmiştir. Kuzey uçta ise bir oyun alanı, yükleme peronu ve servis araçları için park alanı yer almıştır. Güney cephesinin önünde yer alan ağaç korunmuş ve yapının ana girişi bu cepheden kurgulanmıştır.

U Şeklinde bir üretim sistemi

U biçimli asamblaj hattı veya eğri denilen hat, işçilerin hattın ortasında olduğu ve üretimin tüm kısımlarına hakim olma ve birbirleriyle iletişim kurma imkanına sahip oldukları bir seri üretim şeması. Bir kişinin birden çok işi yürütmesine ve herkesin sürecin tamamını takip edebilmesine izin verir. Birden fazla ürün çeşidi böyle bir hatta üretiliyor ve görev değişimleri de kolay oluyor. Böylece işçilerin farklı alanlarda gelişmesini sağlamak da kolay oluyor, en verimli değil ama en esnek üretim biçimlerinden biri olarak görülüyor. Japon işletmeler tarafından endüstriye kazandırılmış olan tam zamanında üretim (JIT) denilen üretim yöntemlerinden biridir. İstenilen zamanda istenilen miktar ve kalitede üretim yaparak israfı ortadan kaldırma prensibine dayanır. Bu tür üretimlerin enformasyon akışı sürekliliği kritiktir.



Fotoğraflar: Thomas Mayer

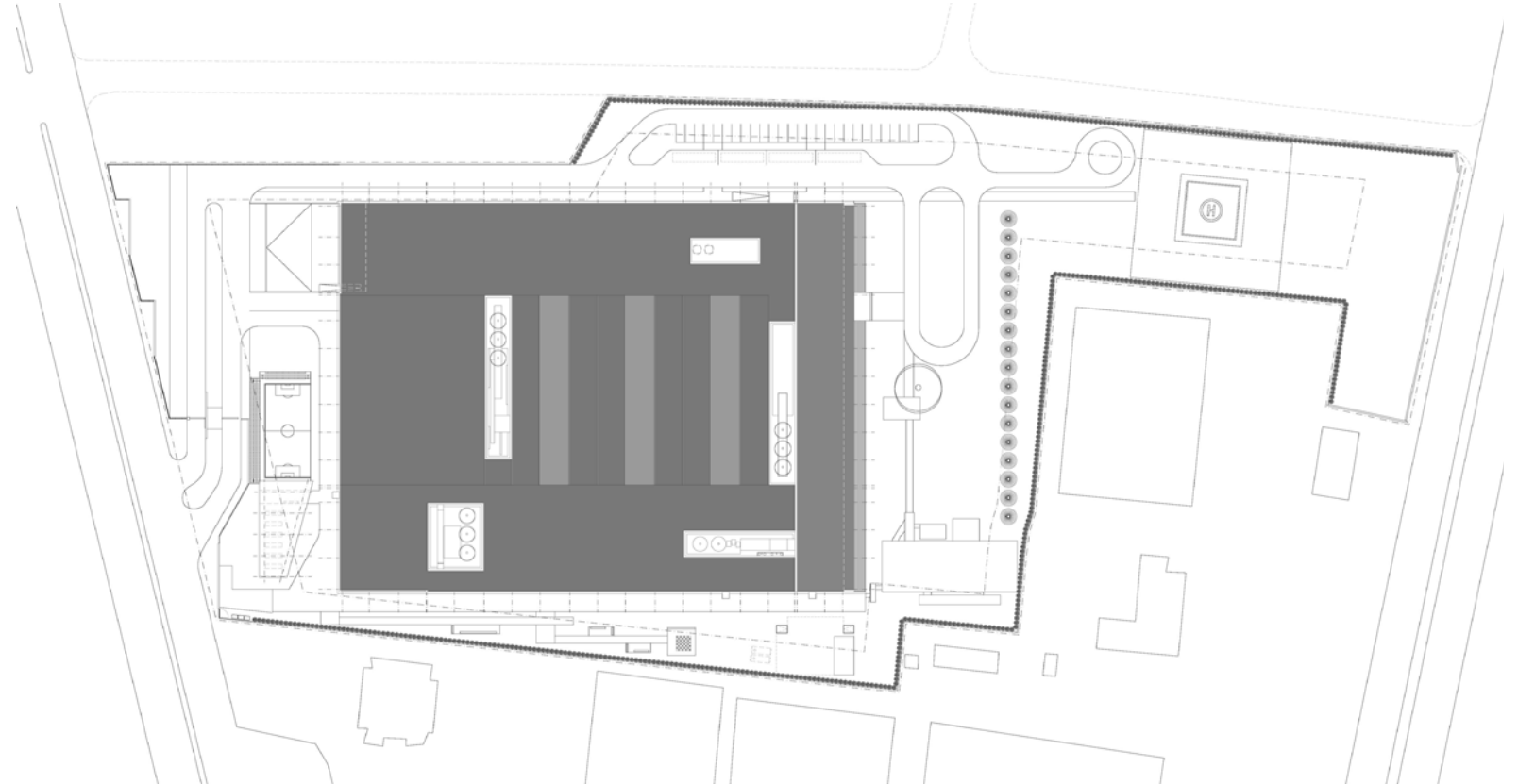
Tek hacim (universal space)

Mies van der Rohe'nin 'evrensel mekan'ı; modernitenin bütün 'event'lerini içinde barındırabilecek kadar esnek ve kütsel varlığını hissettirmeyecek kadar nötrdü. Çatı görevi gören bir plak ve hacmin sınırlarını belirleyen cam cidardan oluşan total mekan, bölücü duvarların her an istenildiği şekilde yerleşebileceği yekpare bir hacimdi. Tek, büyük bir açıklığı geçen -buna rağmen iç mekandan algılanmamayı başaran- devasa kirşler, teknolojinin insanı büyüleyen başarısını kutluyordu. 19.yüzyıl binalarının kurulduğu anda katılmış hücre mekanlarının yanında bu mekan, kartezyen uzam içinden alınmış bir uzay parçasıydı adeta.

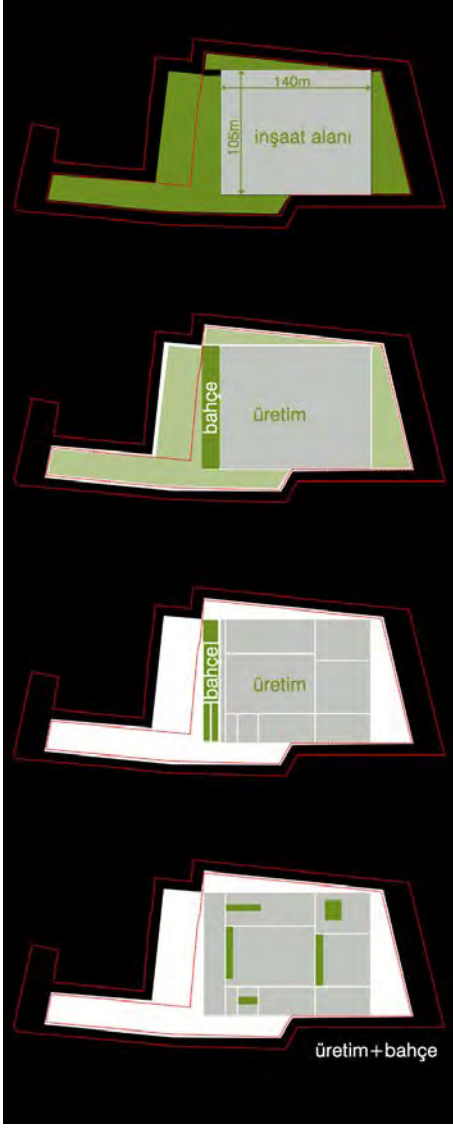
Kullanıcı Gereksinimlerinin Dikkate Alınması, Mekânsal Düzenleme. Üretim katının verimli bir şekilde planlanmasından sonra tuvaletler, giyinme odaları, yemekhaneler ve güvenlik görevlilerinin odaları gibi destekleyici alanlar da bu kata eklenmiştir. Biri, yükleme-boşaltma işlemlerini kolaylaştırmak amacıyla yangın çıkışına yakın konumlandırılan ve arka tarafta yer alan servis girişi, diğeri ise araba ve servis otoparklarına yakın olan doğu kıyısındaki personel girişi olmak üzere iki ayrı girişin yerleri iyi bir şekilde planlanmıştır. Güvenlik görevlilerinin odaları ve giyinme odaları, personel girişine yakın yerleştirilmiştir.

Cam kaplı güney cephede yer alan ana girişte, birinci katın üstünde yönetim birimlerinin yer aldığı asma kata çıkış bir dahili rampa ile sağlanmaktadır. Asma kat, her iki uçta kıvrılarak eğitim tesisi ve tasarım bölümü için yer sağlamaktadır. Kuzey cephesinin önünde araçların dönüş yaparak yolcu indirebilecekleri dairesel bir yol vardır.

Biçimsel Özellikler: Mimarın temel hedeflere yönelik en etkili biçimsel çözümü, idari bölümlerin ve üretim tesisinin **tek çatı** altında toplanması ve yekpare bir mekân içinde çözmesi olmuştur. Yaygın olarak bu tür binalarda idari bölüm, 'evin ön tarafı'nı oluşturur; görsel olarak ayrı bir birimdir ve 'evin arka tarafı'ndaki üretim tesisine kıyasla daha kaliteli yapılıdır. Sonuç



Vaziyet Planı



Ana tasarım kararları

olarak kendisinden çok daha alçak olan tek katlı üretim tesisini gizleyen iki katlı bir ön yüz ortaya çıkar. Mimarı, tek bir hacim seçerek idari personelle üretim personeli arasındaki **‘hiyerarşik’ iç dinamiği ortadan kaldırmayı** başarmıştır.

Bunların sonucunda mimar, üretim katında 14 m yüksekliğinde büyük bir hacim tasarlayabilmiş, 140 m x 105 m’lik alanın mekansal kalitesini arttıran bir özellik katmıştır. Bu yükseklik, birinci kata oturan idari bölüme bir asma katın rahatlıkla eklenmesine izin vermiştir. Bu durum, mekândaki herkese dışarıyı görme fırsatı sunar.

İç avlular, bahçeler ve ışık kuyularından oluşan boşlukların mimar tarafından bina içine alınması son derece başarılı sonuçlar vermiştir. Duvarları cam kaplı olan bu bahçeler, plan üzerinde her kullanıcının doğayı görebileceği şekilde konumlanmıştır. Bu mekânların bahçe olarak kullanılabilmesi sağlamak için bu bölümlere çıkışlar verilmiştir. Bu alanlar aynı zamanda “baca” etkisi göstererek doğal havalandırmayı da sağlamaktadır. Hem ışık kaynağının hem de bina yüksekliğinin getirdiği avantaj sayesinde içeri giren doğal ışığın dağılımı, yapay aydınlatma kullanımının azaltılabilmesi açısından son derece etkilidir. Üretim mekanları, derslikler ve ofislerin açıldığı bu iç bahçelere çalışanlar da çıkabilmektedir.

Hiyerarşik İç Dinamiği Ortadan Kaldırma

Farklı bedenler arasında hiyerarşi kurmanın veya onu kaldırmanın, değiştirmenin mimari kararlar yoluyla mümkün olduğunu düşünmek bu hiyerarşilerin *‘öncelikle ve sadece’* fiziksel olarak kurulduğunu varsaymak demek. Oysa mekanları nasıl kullanacağımızı, hangi protokol ve yetkilerle kullanacağımızı belirleyen bir toplumsal yapının içine doğuyoruz. Kimse (örneğin Â Nous la Liberté (1931) filmindeki gibi) *‘deli olmadıkça’* koşarak yönetim katına girmiyor. Bazen bir fabrikaya tamamen yabancı olsa bile insan, daha önce geldiği yerlerden, örneğin bir okuldan ya da hastaneden bildikleri sayesinde *‘disiplin mekanlarının’* dilini iyi kötü çözmüş olduğu için yanlış yapmıyor. Sınıfsal farklılıklar ve mekan için birbirlerini *‘karşılıklı yeniden üretirler’* diye düşünmek çok yanlış değil. Mekandaki fiziksel değişimin *‘başka bir olasılığı’*’nı göstermenin, hakim iç dinamiği tamamen ortadan kaldırmaya göre daha gerçekçi bir tasarım hedefi olduğu düşünülebilir.



Fotoğraf: Thomas Mayer

Bağımsız duvarlar

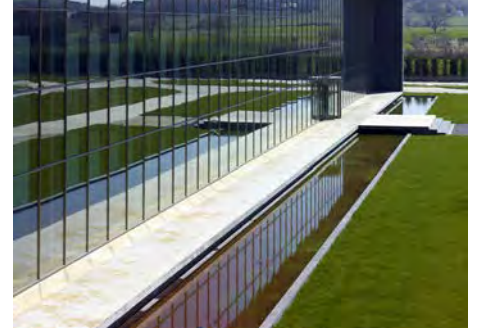
"Dalaman Havalimanı aynı zamanda bir askeri havalimanı. Biz projeyi yaparken şantiyeye gittiğimizde, arka tarafta F16'ların falan bulunduğu hangarlara bakardık, çok eğlenirdik. O hangarlarla terminal arasında bazı ses duvarları bulunuyor -galiba ses duvarı onlar. Gonca'nın iddiasına göre ben İpekyol'daki bu duvarları yaparken aklımda onlar vardı. Burada benim derdim şuydu: malzeme girişi yapılan kapının önünü yüksek duvarlarla kapatmak istiyordu müşteri. Fabrika müdürü forkliftlerin, kamyonların hareketinin görülmemesini istiyordu. Biz de "bu kadar kendisini yola kapatmış birşey olmak zorunda mı, duvarlar hiç olmazsa bazı açılardan açık olsa, güvenlik meselesi parmaklıklarla çözülebilir" dedik. Fikrimiz bu duvarı parçalamaktı. Bu duvarların bir tarafından bakarsan kırmızı yaniyor, diğer tarafından bakarsan mavi yaniyor, onun nedenini unuttum doğrusu."

Emre Arolat, 23 Ocak 2012, Fabrika sergisi tasarım toplantısı

Peyzaj. Ziyaretimiz sırasında peyzaj çalışmaları tam olarak bitmemişti. Ancak kuzey uçta küçük bir futbol sahasının da olduğu oyun alanı tam kapasite kullanılmaya başlanmış durumdaydı. Mimar bu sınır boyunca hem az da olsa tesisi yabancı gözlerden gizlemek, hem gürültüden korunmak, hem de reklam panosu olarak kullanılmak üzere **bağımsız duvarlar** tasarlamıştır.

En güçlü detay, güneydeki cam kaplı yan duvar ile güney sınırında mevcut binaları gizleyen ağaçlar boyunca akan su havuzudur. Bu havuz, yaz aylarında buharlaşma yaratarak bir miktar serinlik sağlamaktadır. Ancak asıl olarak ziyaretçilerin karşılandığı bu alanda sükûnet hissi vermek, aynı zamanda camlı duvarı yansıtmak ve bu cephede çıkıntı oluşturmak üzere tasarlanmıştır.

Tesisin doğu kıyısında yer alan makine dairesi de bir nesne olarak peyzajın içinde akıllıca kamufle edilmiştir. Beton ve asfalt prekast kaldırım taşları yerel üretilmiştir ve bu malzemelerin kullanıldığı tüm dış yol döşemeleri sağlam ve dayanıklıdır.



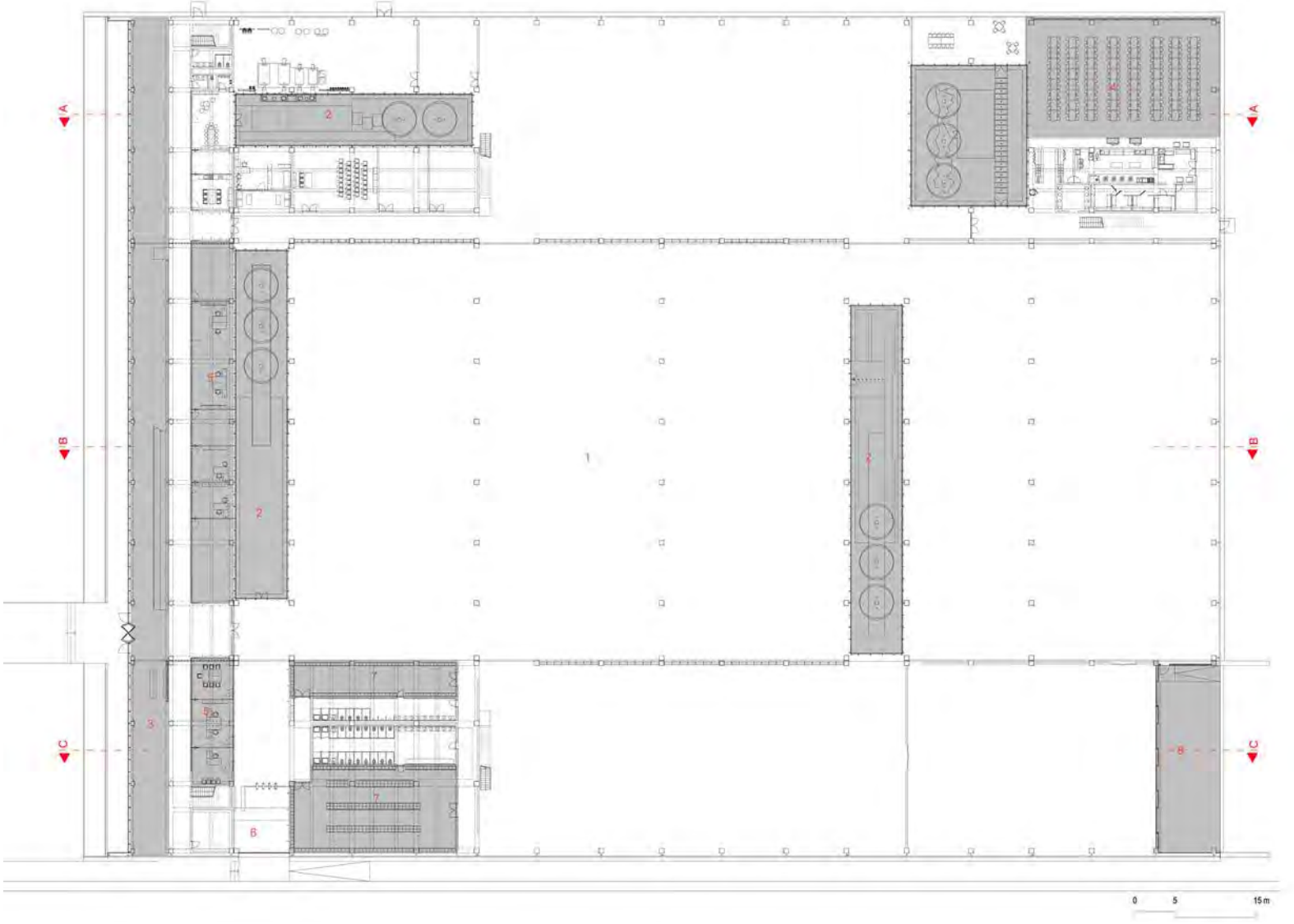
Sonraki resim:
Üretim bölümü
Fotoğraf: Thomas Mayer
>



Fotoğraflar: Thomas Mayer







ZEMİN KAT PLANI

- 1 Üretim Alanı
- 2 İç Bahçe
- 3 Giriş Holü
- 4 Kafeterya
- 5 Ofisler
- 6 Personel Girişi
- 7 Soyunma Odası
- 8 Servis Girişi

Fotoğraflar: Thomas Mayer
>





1. KAT PLANI
2 İç Bahçe
5 Ofisler

Giriş koridoru, yönetim katı
ve iç bahçe (sonraki sayfa)
Fotoğraflar: Thomas Mayer
>

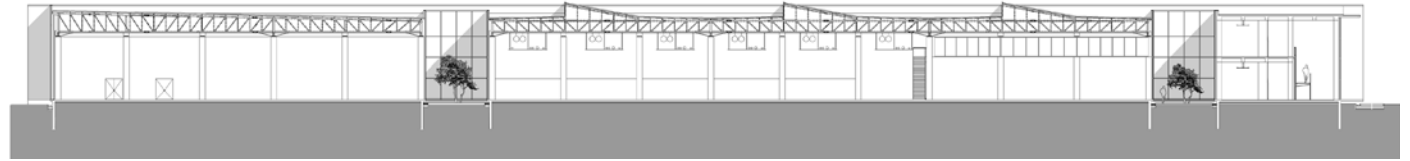








C-C kesiti



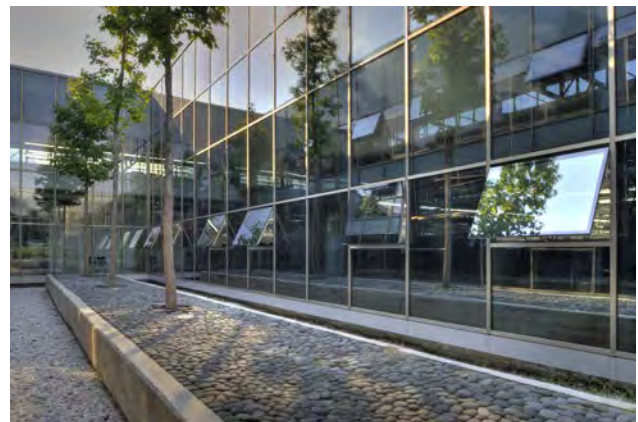
B-B kesiti



A-A kesiti

0 2 8 16m

Kuzey-batı cephesi koridoru, iç bahçe
ve yönetim katından üretim e bakış
(sonraki sayfa)
Fotoğraflar: Thomas Mayer
>



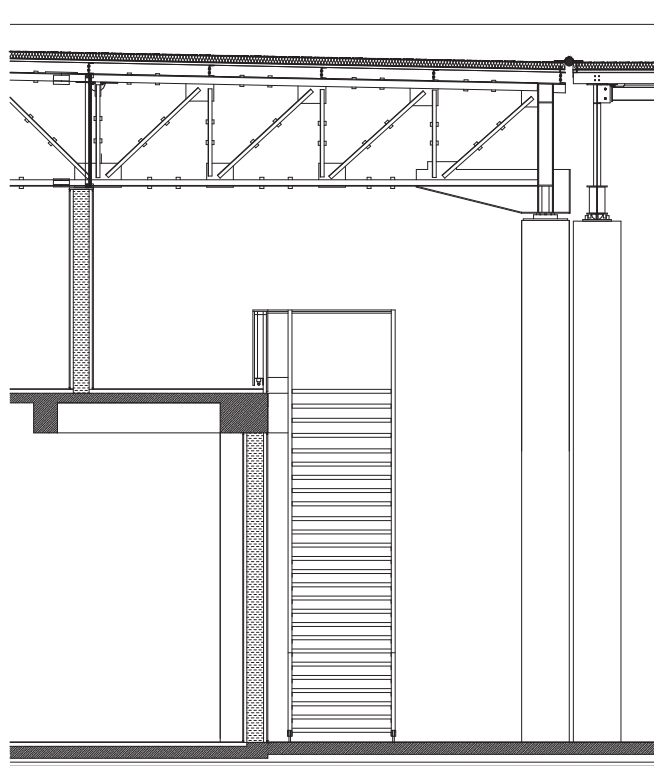
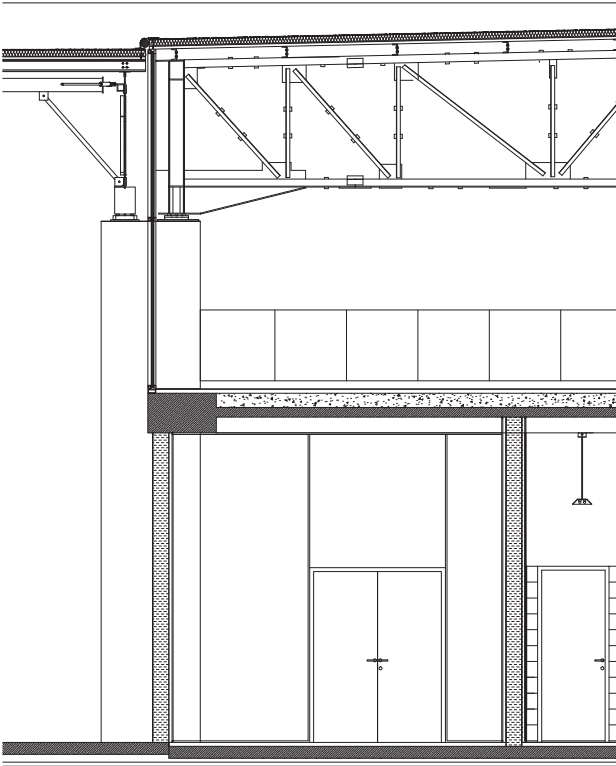






Fotoğraflar: EAA

Yapısal Sistemler: Üretim alanlarına makinelerin yerleştirilmesine imkan verecek ve aynı zamanda gelecek dönemlerdeki değişiklikler için mekanın esneklik kapasitesini koruyacak şekilde, yapının strüktürü için 20m x 7.5m'lik bir **strüktürel grid** seçilmiştir. Asma katların açıklığını azaltma amaçlı ikincil bir sistem olarak mümkün olan yerlere (örneğin yemekhanedeki avluların etrafında) ek kolonlar ilave edilmiştir. Bunlar aynı zamanda camlı iç bahçeler için ekonomik bir yanal destek de sunmaktadır. Yine rüzgâr yüklerine dayanabilmesi için 7,5 metreyi kolaylıkla kaplayabilecek şekilde düzenlenen ve kurulan hazır metal cephe sistemlerini kullanabilmek amacıyla, tüm cephelerin çevresine 7,5 metrelik grid uygulanmıştır. Kolonların bu şekilde eşit dağılımı sayesinde, basit sürekli ve tekil temellerin kullanımına izin veren makul temel yükleri ortaya çıkmaktadır. Hız kazandırmanın ve ekonomik olmanın yanı sıra bu strateji, arsadaki kazı ve dolgu dengesini de optimize etmektedir. Üretim bölümünde, geleneksel çelik çatı makasları kullanılarak kolonların tepe noktasından desteklenen yaklaşık 2,5 m derinliğinde düzenli bir grid oluşturulmuştur. Çatı yalıtımını ve üzerindeki membranı desteklemek üzere ikinci bir çatı aşığı ve metal kaplama sistemi, çatı makaslarının üzerine oturtulmuştur. Plandaki çapraz bağlantı ve düşey bağlantı sistemleri ile stabilize sağlanmaktadır. Böylece yapı, bilindik yapı malzemeleriyle sağlam bir sisteme kavuşturulmuştur.



Sistem kesiti

Denenmiş ve sınanmış malzemeler

"Bu fabrika yapısında genellikle piyasadan tedarik edilebilen, asgari kalitesinden ve verimliliğinden emin olunan malzeme ve armatürler tercih edildi. Birkaç özel üretimden biri dış alanlarda kullanılan lambalardır. O dönemde elimizin altında aradığımız kalitede ve düşük maliyetli bir lamba bulamamıştık. Meraklı bir elektrik taşeronuyla çalışıyorduk. "Siz bir şey çizin ben yaptırırvereyim" dedi. Ofiste acele bir çizim ürettik bunun için..."

Emre Arolat, 23 Ocak 2012, Fabrika sergisi tasarım toplantısı

Aluminyum ondüle levha

Üretim tesislerinin ve ikincil yapıların kadim dış cephe kaplamasıdır. Fabrikalar, atölyeler, depolar ve müşteriler ancak bu malzemeyle kaplandıktan sonra karakterlerini bulup gerçek işlevlerine rahatça bürünebilirler. Bitişik nizam konut dizilerinin bir yanı açıktaki kalmış apartman duvarları ve yağmur yağdığı anda ses çıkması problem olmayacak geçici yapıların çatıları da aynı malzemeyi paylaşırlar. Aluminyum ondüle levha, tüm anonim ve/veya sahihsiz yapıların vefalı dostudur.

Vasistas

(En erken Türkçe örnek 1961)

- yatay menteşeli küçük pencere
~ Fr. vasistas kapı veya pencere üzerinde bağımsız açılabilen küçük pencere, özellikle kapalı at arabalarında kapı üzerindeki açılıp kapanabilen pencere
- İlk kez 1760'larda tesbit edilen Fransızca sözcük, Alman yolcularla ilgili bir şakadan türemiştir. Türkçedeki kullanımı farklıdır.
~ Alm. 'Was ist das?' (Bu nedir?)

www.nisanyansozluk.com

Malzemeler. Ekip, bilinçli olarak tüm projede yerel olarak **denenmiş ve sınanmış malzemeleri** kullanmayı tercih etmiştir. Kolon ve temeller betonarmedir; çatı makaslarını oluşturan strüktürel çelik yapılar Türkiye’de rahatlıkla yapılan bir üretimdir ve birleştirme ve ekleme parçaları montaj kolaylığı ve sağlamlığı sağlamak amacıyla dikkatle birbirine bağlanmıştır. İkinci çatı aşığı ve kaplama altı çıtaları, soğuk çekme hafif çeliktendir. Üç cepheye, Türkiye’de imal edilmiş **aluminyum ondüle levha** giydirilmiştir.

Öte yandan güney cephesi, tüm iç avlular gibi cam kaplamadır ve havalandırma sağlanması için açılabilen ‘**vasistas**’ tipi pencereleri vardır. Çift camlı üniteler de Türkiye’de üretilmiştir.

İdari bölümdeki açıklıklar kısa olduğundan güney cephesi üzerindeki çatı (sundurma çatı dahil) düz betonarme plakadır. Ana fabrika üzerindeki çatı ise düz bir metal döşeme olup yalıtım ve su geçirmezlik elemanları ‘beyaz’ bir membran ile kaplanmıştır. Makine parkı ve cihazlardan bilinçli bir şekilde kaçınılması ve rengin etkin kullanımı, bölgedeki pek çok fabrikanın tersine, uzaktan bakıldığında çatının hoş bir görünüm sunmasını sağlamaktadır.



Fotoğraflar: Thomas Mayer

Sonraki resim:
İç bahçe
>







İnşaat Teknolojisi. Sistemlerde ve malzemelerde yapılan akıllı seçimler, tüm projede yerel iş gücünün ve yöntemlerin kullanılmasını sağlamıştır. Buradaki yenilikçilik, sıradışı eğilim belirleyen modern sistem ve malzemelerin yurtdışından getirilmesi yerine ince yapı işlerinde gösterilen titizlik, detaycılık ve kaliteden kaynaklanmaktadır.

Ekip Bilgileri

İşveren: Deyko, Twist Giyim

Mimar: Emre Arolat Architects

Müteahhit: Alfa Çelik

İnşaat Mühendisliği: Alfa Çelik

Makine Mühendisliği: Toptas

Elektrik Mühendisliği: Galtek



Başbakan açılış töreninde konuşma yaparken

Projelendirme ve Uygulama Geçmişi ve Tarihleri.

Projelendirme çalışması, 2004 yılında başlamış ve 2005 yılı başına ihale dosyası hazırlanmıştır. Binanın inşası ve hizmete girmek üzere teçhiz edilmesi 18 ayda tamamlanmış, resmi açılış 2006 yılı sonunda yapılmıştır.

İşlevsel değerlendirme. Fabrika son derece temiz ve düzenli olup, çalışanlar, öğrenciler ve bakım personeliyle yapılan konuşmalarda bu kadar güzel bir ortamda çalışıyor olmaktan



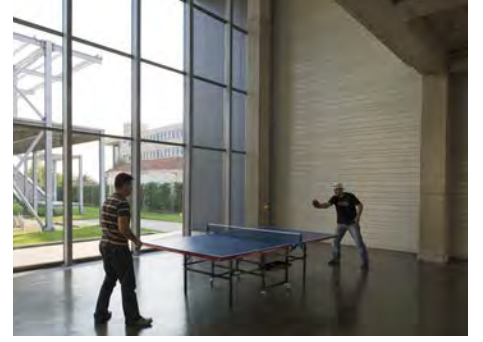
İpekyol Tekstil Fabrikası temel atma töreni

duydıkları memnuniyet ve mutluluk açıkça görülmüş, hatta bir kişi bazı zamanlar “eve gitmektense işyerinde kalmayı tercih ettiği”ni dile getirmiştir.

En modern makinelerden oluşan dijital ve otomatik sistemli üretim hattı yönetimi sayesinde, üretim sisteminin etkinliği ve kalite kontrolü kolayca denetlenebilmektedir. Kaydedilen ilerlemenin izlenmesi, eğilimlerin saptanması, başarının ölçülmesi ve çalışanlara verilen prim gibi ödüllerin değerlendirilmesi için tüm girdi ve çıktılar tamamen sayısallaştırılmıştır.

Yapısal gridler ve iç bahçelerle düzenlenmiş olan makine parkı ve hatlar sadece güvenli bir ortam yaratmakla kalmayıp, üretim sistemlerinin farklı bölümleri arasında iletişimi teşvik etmekte ve tüm işçilere gurur vermektedir.

Tek hacim idari personelle bakım personeli, öğrenciler ve fabrika işçileri arasındaki hiyerarşiyi net çizgilerden arındırarak bir topluluk hissi de vermektedir. Bu durum, tüm personelin kuzeybatı köşesindeki ferah ve aydınlık yemekhanede bir araya geldiği öğle tatillerinde ve kahve molalarında açıkça ortaya çıkmaktadır. Fabrika, tasarım ve idare bölümünün yer aldığı asma kattan çok rahat bir şekilde görülebilmektedir.



Sonraki iki resim:
Güney cephesi
Üretim alanı
>

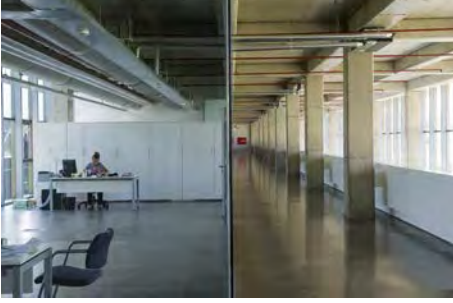












Klima, Aydınlatma ve Havalandırma. Binanın yüksek tavanlı yapılması ve iç bahçeler, gün ışığı kullanımını ve ısı performansını azami düzeye çıkarırken enerji kullanımını azaltmış, bir yandan da doğal havalandırmayı sağlamıştır. İçinde rampa ve idari ofislerin yer aldığı cam kaplı güney cephesi, bu alanlara doğal ışık girişini sağlarken üretim alanındaki yüksek tavan, pencerelerden 2,5 kat daha etkin olan ‘çatı üzeri’ ışıkların entegre edilmesi için kullanılmıştır. Bu çatı aydınlatmaları iç bahçelerle birlikte %5-10 dolayında bir gün ışığı katsayısının yanında 300 Lux değerinde aydınlatma sağlamaktadır.

Su ve Yağmur Suyu Arıtma Çözümü. En dikkat çekici özellik suyun bu geniş çatıdan ‘toplanması’dır. Bu işlem gözlerden gizlenerek sisteme boşaltım sağlanmıştır. Bina köşelerinde yer alan drenaj kanalları, kontrolsüz boşaltım yerine ‘çakıl’ tabanlı toplama oluklarıyla detaylandırılmıştır.

Binanın ön tarafındaki ‘uzun havuz’, yağmur suyu akışını önemli oranda zapt etme kapasitesine sahiptir ve tüm tesisi kapsayan toplama sistemine yönlendirilmiştir. ‘Açık’ bahçelerde de yağmur suyunu toplayıp yönlendirerek bahçelere taşmasını önleyen kontrollü drenaj sistemleri başarıyla uygulanmıştır.

Yaşlanma ve Bakım Sorunları. Malzeme seçimi ve (hem iç hem dışta) büyük özen gösterilen detay tasarımlarında, uzun ömürlülük, sağlamlık ve bakım gerektirmeme kriterleri göz önünde bulundurulmuştur.



Bütünsel

Analitik düşünce, “bütün parçaların toplamıdır” yaklaşımı üzerine kuruludur. Olguları analiz etmek, tekil olarak incelenebilir parçalara ayırmak ve analiz-sentez döngüsü üzerinden bütüne dair sonuca varmak, fen bilimlerine öykünen sosyal bilimlerin hala kullandığı bir yöntemdir. Oysa bütünsel yaklaşım, bütünün parçaların toplamından fazlası olduğunu savunur. Bir olgu, parçalandığı anda kendisi olmaktan çıkar. Bunun yerine yekpare varlığının içine nüfuz edilmeli, bütünün iç dinamikleri incelenmelidir. Bütünün özü, parçaların ilişkiselliğinde ve bir arada bulunma hallerinde gizlidir.

Tasarım Özellikleri: Kütle ve Hacim, Mekânların Birbirine Eklemlenmesi, Arsayla Bütünleşme (Topografi ve Komşu Yapılar). Bu konuların büyük çoğunluğu diğer bölümlerde ele alınmıştır. Mekân, yaya, araç ve makinelerin koordinasyonu konusunda Tasarımcılar tarafından ‘bütünsel’ ve ‘tümleşik’ bir yaklaşım benimsendiğinden tesisin son derece etkin ve güzel bir şekilde işlediği açıkça belli olmaktadır. Bu koordineli ve iyi düşünülmüş tasarım, tesisin yapımında da sürdürülmüştür. Dışarıdan bakıldığında binanın oranları, arsayla ve oyun alanı, teknik hacim, servis yolu, servis otoparkı gibi dış unsurlarla ilişkisi de özenle konumlandırılmış, detaylandırılmış ve inşa edilmiştir.

Projenin Uzun Ömürlü Olup Olmadığı. Uzun ömürlülükle ilgili konular diğer bölümlerde ele alınmıştır. Fabrikada şu anda 500 olan çalışan sayısı giderek artmaktadır. İpekyol, mevcut personelle bütünleşecek yeni personel üyelerine düzenli olarak eğitim vermektedir. Ayrıca, kaliteli tekstil tasarımı, imalatı ve üretimine özgü eğitim ve öğrenim verilmesi konusunda yerel meslek liseleri ve üniversitelerle ilişkilerini geliştirmişlerdir.

Projenin gelecek vaat etmesi açısından bu plan, tarafımca sürdürülebilir bir strateji olarak görülmektedir. Ayrıca daha fazla sayıda uluslararası bağlantı oluşturulması amacıyla yeni pazarlama kampanyaları yürütülmektedir.

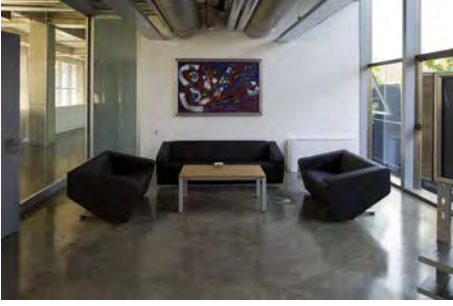
Sonraki resim:
İç bahçede mola
Fotoğraf: Thomas Mayer
>



Fotoğraf: Cemal Emden





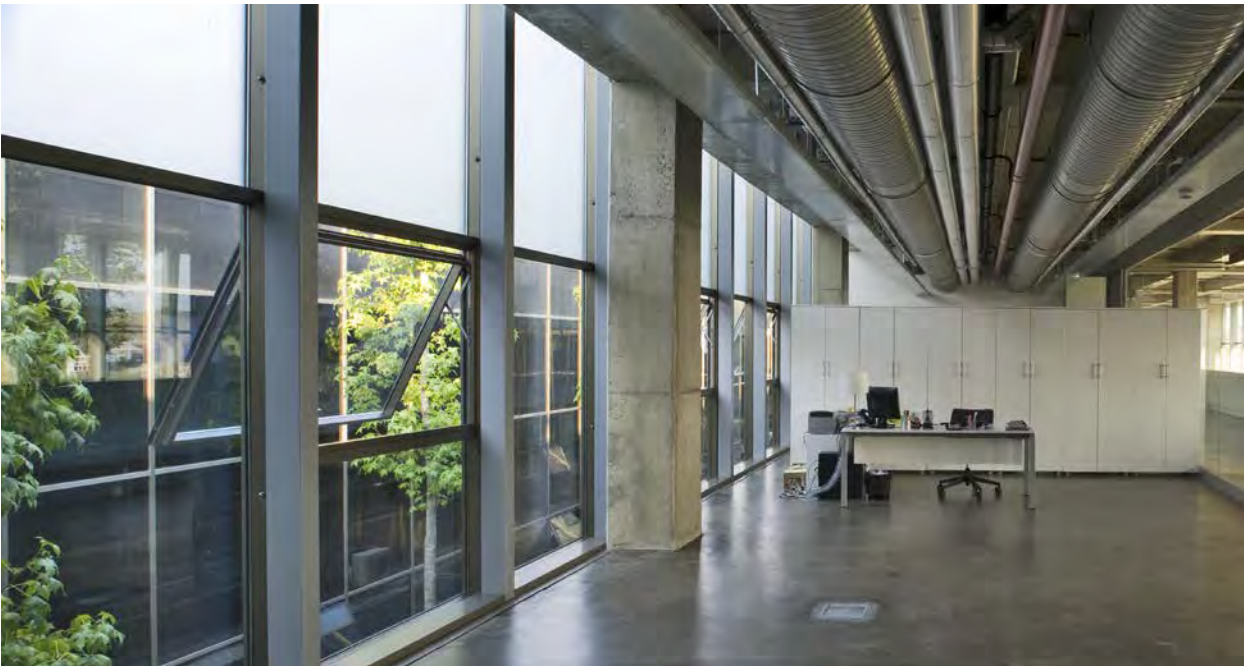


Mobilyaların Kullanım Kolaylığı ve Uygunluğu; İç Mimari ve Tefrişat. İç mimari ve ince işler, her bir mekânın kullanım amacını yansıtacak, yüksek kalite duygusu verecek ve fazla bakım gerektirmeyecek şekilde dikkatle planlanmıştır.

Bu amaçla pek çok yerde sızdırmazlığı sağlanmış çıplak beton ve başta yer döşemeleri olmak üzere üzerinde yürünen tüm yüzeylerin son katı olarak cilalı poliüretan izolasyon lakı kullanılmış, idari bölümdeki yer döşemelerinde de aynı yola başvurulmuştur. Binanın tüm duvarların son katları çıplak bırakılmıştır ve tüm tavanlarda **çıplak beton ve çelik yapılar** görülebilmektedir.

Projeyi kullananların veya projeden yararlananların tanımlanması. Projeden yararlanan ana kitle, binada çalışan personeldir. Bu kişiler arasında vasıfsız bireylerden vasıflı makine operatörlerine, staj yapan öğrencilerden eğitilmiş bakım mühendislerine, idari personelden tasarımcı, güvenlik görevlisi ve sağlık personeline kadar pek çok birey yer almaktadır. Çalışanların büyük çoğunluğu şirketin sağladığı servis araçlarıyla şehirden fabrikaya gelmektedir. Önemli bir diğer nokta da kullanıcıların **%60'ının kadın** olmasıdır.

Projeye müşterilerin, kullanıcıların ve toplumun tepkisi. Şehirde fikir edinebildiğim kadarıyla proje pek çok kişi tarafından bilinmekte ve beğenilmektedir. Civardaki ve hatta bölgedeki benzer tesislerle kıyaslandığında 'diğerlerinden' ayrılan bir bina (ve işveren) olarak tanınmaktadır. Konuştuğum gazeteci ve mimarlar da yapının tasarımına ve kalitesine alkış tutmaktadır.



Brütalist mekan

Pompidou Kültür Merkezi 1977 yılında Paris'te açıldığı gün Architectural Review dergisi onu "Batı toplumundaki teknolojik coşkunluğun en üstün olduğu an" olarak nitelendirmişti. Gerçekten de bu yapı, çelik strüktürünü ve mekanik tesisatını teşhirci bir biçimde dışarıda bırakarak, daha önce emsali görülmemiş türden bir high-tech brütalizm ortaya koymuş ve "bağırsakları dışarıda olan bina" deyişinin popüler dile yerleşmesine sebep olmuştu. Bu durum, içinde yer aldığı tarihi doku ile oluşturduğu zıtlık ile birleştiğinde, yapıyı muhalif, başıbozuk hatta uzlaşmaz kıldı. Yapı, pek çok eleştirmen tarafından 68'ler ruhunun uzantısı olarak nitelendirildi.

Bugün asma tavanla kapatılmayan, tüm tesisatın görünür halde bırakıldığı tavanlar, kaplanmamış brüt beton kolonlar ve epoksi zeminler daha ziyade endüstriyel bir estetiğe sahip, 'cool' ve 'stylish' ortamlar yaratmak için kullanılıyor.

Kadın çalışanlar

SSK'nın verilerine göre, kadınların en fazla istihdam edildikleri işkollarının başını "Tekstil ve Konfeksiyon" çekmektedir. Türkiye'de kayıt dışı çalıştırmanın en yoğun olduğu sektörlerden biri konfeksiyondur. TEKSİF'in verilerine sektörde, %80'e varan oranda, 2 milyonu aşkın kayıt dışı çalışan olduğu tahmin edilmektedir. Tahmini olarak bu rakamın yarısı kadın işçilerden oluşmaktadır.

Kayıt dışı çalıştırma ile işverenler ve fason üreticiler vergi vermeme, faturasız mal satma ve sigorta primi ödememe gibi uygulamalarla iş gücünü % 40 oranında daha ucuza getirmektedirler.

Konfeksiyonda işçi kadınlar, sosyal yaşamları olmadan, beceri gerektiren işlerde istihdam edilmekte; bu yüzden tercih edilmektedirler. Kadınlar, kendilerine uygun görülen toplumsal rollerinin dışında meslek tercihi yapamamakta, bu yüzden konfeksiyona yönelmektedirler. (Ayrıca yaşlılık, çocuklu olma, ailenin izin vermemesi gibi nedenlerle iş bulma olanağı sınırlı olan kadınlar için, konfeksiyon sektörü evde çalışabilme olanağı sağladığı için de, kadınlar tarafından tercih edilme nedeni olmaktadır.) Atölyeler ise çoğunluğunun imar iskânı olmadan, genelde çevre, çöküntü semtler dediğimiz semtlerdeki merdiven altı, sağlıksız yerlerde açılmaktadır.

Proje Personelinin İsimleri ve Projedeki Görevleri

- Müşteri : Tvist Giyim
- Mimari Tasarım: EAA-Emre Arolat Architects
- İnşaat Müteahhidi : Alfa Çelik
- Yapı Mühendisliği: Alfa Çelik
- Makine Mühendisliği: Toptaş
- Elektrik Mühendisliği: Galtek



Projenin Önemi ve Hedeflere Ulaşıp Ulaşılmadığı. Mümkün olan en verimli çıktı ile işçiler açısından mümkün olan azami rahatlık ve konfor hedeflerine bariz bir şekilde ve son derece başarılı bir şekilde ulaşılmıştır. Biçimsel olarak bakıldığında ‘tek bir çatı’ ve ‘tek bir hacim’, etkinliği son derece yüksek bir üretim tesisi oluşturmakla kalmamış, aynı zamanda son derece kaliteli doğal ışık ve hava alan cömert alanlar ortaya çıkarmıştır.



İslami yapım gelenekleri

İslam dininin yaygın olduğu coğrafyalardaki yapı kültürünü “*İslam mimarlığı*” olarak isimlendirmenin tehlikesi, belli bir tür mimarlığın -ki bu mimarlığın geçmiş dönemlere ait olduğunu söylemeye gerek yok- bir dinin ‘*resmi mimarlık biçimi*’ olarak tanıtılması ve bir gösterge haline gelmesidir. Böyle olduğunda, dinin ‘*savunucuları*’ o göstergeyi dokunulmaz hale getirmek isteyecek, adeta tabulaştıracaklardır. Dinlerin yaşanış biçimlerinin de en az mimarlık kadar tarihsel ve kültürel olduğunu kabul ettiğimizde dinin sosyal pratiklerindeki biçimcilik ile talep edilen ‘*biçimci mimarlık*’ arasındaki paralellik daha da görünür hale gelir.

Kültürel Bağlamla, Özellikle İslami Dokularla Bağlantı. İslami karakter veya şablonlara kendiliğinden yapılmış aleni herhangi bir gönderme yoktur. Su havuzu, doğal ışık ve iç bahçelerin kullanılması, ‘**İslami**’ inşaat anlayışındaki geleneklere bazı örtülü göndermelerde bulunmaktadır.

Yerel Fiziksel, Toplumsal, Kültürel ve Estetik Ortam Üzerindeki Etkisi. Bu başlığın bazı yönleri, kültür ve estetikle ilgili diğer bölümlerde ele alınmıştır. Özet olarak benzeri tesislere kıyasla benimsenen mimari yaklaşım örnek teşkil edecek özellikte olup kaliteli bir inşaatla desteklenmiş ve birden fazla noktada ‘çıtayı yükseltmiştir’.



Fotoğraflar: Thomas Mayer



Dünya gazetesi, 27 Kasım 2008

İpekyol markası büyük şehirlere açılmakta ve bölgede büyümektedir. İpekyol markası ‘kaliteli’ bir ürün olarak kabul edilirken bu fabrikada çalışan işçiler **çalışma ortamlarından çok memnun olduklarını söylemektedirler** – işçilere ödenen ücretlerin de iyi bir düzeyde olduğu anlaşılmaktadır.

Özgünlük, İslam Dünyasında Örnek Teşkil Etme / Daha Geniş Ölçekte Çözümlerin Uygulanabilme Potansiyeli. Bina hiç şüphesiz yeni bir röper noktası oluşturmaktadır ve pek çok benzer durumda kısmen veya bütünüyle aynısı yapılabilir.

Projenin Ülkedeki Profesyonel Camiada Nasıl Görüldüğü.

Toplumda, mimarlar veya gazeteciler arasında projeye karşı bir eleştiriye rastlamadım. Beğenilen başlıca özellikleri, **inşaatın modernliği ve kalitesi.**

Varsa, İslam Dünyasında Mimarının Gelişimi ve Planlama Üzerindeki Etkisi. En göze çarpan etki, kısıtlı bütçe dahilinde EAA’nın başardıklarıdır. Bu yapı, sürecin başlangıcından inşaat dönemine kadar her aşamada mimarların gösterdiği özen ve işverenler/kullanıcılarla yaptıkları işbirliği ile iyi bir tasarımın yüksek maliyet getirmeden de başarılabileceğini kanıtlamaktadır. Kadın işçiler, İslam dünyasında pek çok yerde özellikle etki altında kalmakta ve genellikle mekânların tasarımında dikkate alınmamaktadır.

Sonuç:

Teknik Eleştirmenin Projeye İlgili Kişisel Değerlendirmesi.

Proje pek çok düzeyde ve ölçekte son derece başarılıdır:

- Bir tesisin, içinde yer aldığı toplum açısından taşıdığı değer

İşçilerin eve gitmek istemediği fabrika

Mesela köske bir bina yapıyorsun, sonra önüne bir bahçe yapıyorsun, ‘yeşil alanı bol’ diyorsun. Kötü bir restorasyon yapıyorsun ‘tarihi canlandırdık’ diyorsun -böyle klişe laflar var. Bizim konuya geldiğimizde ise; bir fabrika yapıyorsun sonra ‘işçiler eve gitmek istemiyor’ diyorsun. Bu da o klişelerden bir tanesi. Buna benzer ‘çevreye uyumlu’ gibi, ‘insan ölçeği’ gibi, ‘yeşil bina’ gibi söylendiği anda herkesin olumladığı, sonrasında ise tam dendiği gibi olmayan, kerameti kendinden menkul laflar dolaşıyor ortalıkta... Tehlike şu: Bu söylenen güzel şeyler birdenbire bir meşrulaştırma mekanizmasına dönüşmeye başlıyor. Mimarlık bunun enstrümanı haline geliyor, mimarlar da ses çıkarmayarak bunun ajanı oluyorlar. Bu meşrulaştırmaya alet oluyorlar. Ben böyle bir şeye inanmıyorum.

Emre Arolat, 27 Ocak 2012, Fabrika sergisi tasarım toplantısı ses kaydı

Presizyon ve kalite

“... Emre Arolat presizyon ve teknik mükemmeliyet mimarlığı denebilecek bir yönelimle çalışıyor. Yapılarının detay çözümlerinin temiz ve minimalist bir vuzuha sahip olmasını, yapı kitlelerininse endüstriyel bir bitmişlik düzeyini temsil etmesini amaçlıyor. Bu yönelim Türkiye’de sadece Arolat’ın yeğlediği bir tavır değil. Belki de ortamın fazla katastrofik olduğu düşünüldüğünden, hem tasarımcılar, hem işverenler, hem de toplum presizyon görmek istiyor ve presizyona prim veriyor. Çevrede neyin eksikliği duyuluyorsa onun tercih edilmesi olağan. Söz gelimi, bu ülkede hiçbir mimar ne geçmişte ne şimdi, Le Corbusier’nin tasarlayıp gerçekleştirebildiği kabalıkta çıplak beton yüzeyler yapamamıştır. Onun Maison Joul’daki çıplak betonlarının kalitesini Türkiye’de tutturmak çok kolaydı da, kabul ettirmek herhalde olanaksızdı. Burada çıplak beton yapmaya kalkışanlar hep ayrıtların ve kalıp izlerinin temizliğini dert edindiler. Çevrelerine bakınca her köşede özensiz teknik çözüm ve kötü detaylandırma görenler başka türlü davranamazlardı. Yoksa kendi mimari varoluşlarını inkar edeceklerdi.”

Uğur Tanyeli, Profil: Emre Arolat Architects, Arradamento Mimarlık, Temmuz 2006



Radikal gazetesi, 25 Kasım 2010

'Yaratıcı' işveren

Bugün mimarlık ödülleri neredeyse tümü *mimarlar* veriliyor. Bunda şaşılacak bir şey yok... Mimarlık nesnelerinin yegane üreticileri *mimarlar* değil midir? Amaç da zaten ödülü alan mimarın tanıtılması, öne çıkarılması, 'onore' edilmesi... Ödülü verenin de alanın da mimar olduğu bu gösteri, öte yandan, "dışarıdaki" dünyadan izole, kendi iç çekişmeleriyle meşgul mimarlık ortamını daha da içe kapatıyor.

Bu ödüller ile Ağa Han Mimarlık Ödülü arasında önemli bir fark var. Ağa Han Mimarlık Ödülü jürisi, ödülü mimara değil "yapıya" veriyor. Her üç yılda bir yapılan gösterişli ödül töreninde, yapının ortaya çıkmasında kilit role sahip olan işveren, mimar, mühendis ve yükleniciler sahneye çıkıp 'yapı'nın velileri olarak, *yapı adına* bu ödülü alıyorlar. Bu mizansen, yapının yalnızca dünyayı değiştirmeye kadir 'kahraman mimarın' değil, işveren başta olmak üzere tüm aktörlerin kolektif bir ürünü olduğunun işareti. Diğer yandan, iyi yapılar kadar kötü yapıların müsebbibinin de aynı kişiler olduğunun ve omuzlarda taşınan yükün çok da hafif olmadığına ilanı...

Yine de mimar, bir yapının kaderini belirleyen en önemli aktör müdür dersiniz, evet öyledir... - yapının işvereni tarafından seçildikten sonra.

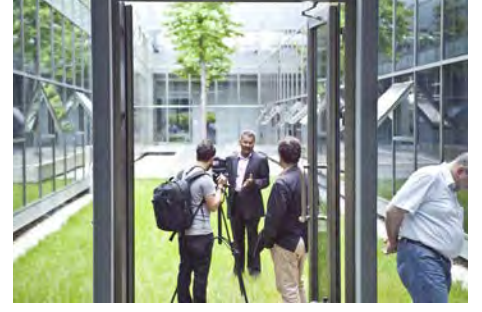
farkında olan; pek çok şartı karşılayacak, en önemlisi de işi yaptıran şirketin imajını etkileyecek bir yapı tasarlayabilecek bir mimar görevlendirmenin faydalarını görebilen **yaratıcı bir işverenin** varlığı.

- Hedeflenen çıktılar ve kaliteyi güvence altına bir "üretim" hattını ve en önemlisi bu amaçları birleştiren bir mekânsal stratejiyi geliştirmek için işveren ile mimarın birlikte çalışması.

- Çalışanlar arasındaki hiyerarşilerle örtüşen, kullanıcılar arasındaki iletişimi geliştiren; tasarımı ve inşaatıyla kalite algısı yayan bir mimari çözüm.

- Mimarın temel hedef alanlarına odaklanması – derli toplu tek bir hacim – gün ışığından azami derecede yararlanma – enerji kullanımının azaltılması – ısı performansının artırılması ve mekânın neresinde durursanız durun 'dışarıyı' görebilme imkânının sağlanması.

- İç karartıcı ortamların ruhsal açıdan bunaltıcı bir etki yarattıkları ve insanların fiziksel verimliliklerini azalttığı kanıtlanmış bir fizyolojik gerçektir; bu durum da verimin düşmesine yol açmaktadır. Kiri ve dağınıklığı az çok saklayan karanlık alanlar temiz tutulmamakta ve buralara özen gösterilmemektedir. Ayrıca kir ve kötü ışıklandırma yüzünden en modern makineler bile mekanik verimlerinden kayba uğramaktadır. Aydınlatma ne kadar iyiye işyerindeki kazaların sayısı da o denli azalmaktadır. Mimarın, çatı ışığını içeri almak amacıyla tavan yüksekliğini artırma ve bahçelerden ışık 'ödünç alma' şeklindeki çözümü binayı dönüştürmüştür.



Ağa Han Mimarlık Ödülü komisyonu Edirne ziyareti

Sonraki iki resim:
Yemekhane ve Üretim alanı
Fotoğraf: Thomas Mayer
>













Ağa Han Mimarlık Ödülü 2010 dönemi değerlendirme jürisi



Norman Foster, Ağa Han Mimarlık Ödülü komisyon üyesi

•Eğitim okulu ve fabrika için ‘besleme ünitesi’ olarak işlev gören üniversite ve meslek liseleri. İşveren, bilginin sektörden eğitimcilere, sektör ile eğitimciler arasında ve eğitimcilerden sektöre aktarılmasının bir yolu olarak bu sektörle ilgili ‘pedagogik’ olanakları etkilemeye de isteklidir.

•Bu yapı türünde işçilerin çoğu kadındır. Görüşüme göre, “cinsiyet paritesi” ve bu tür “monokültürel” tesisler adına tasarımda üstlenilen rol, Ödüllerin farkındalığın artmasını sağlayabileceği önemli bir konudur.

• Ciddi maliyet artışlarına yol açmadan fabrikaların tasarım ve inşasında bir standart oluşturan örnek bir model ve “**prototip**” olma niteliği ancak müşteri mimariye inandığında ve mimarlar, konsept geliştirme evresinden detaylandırma ve inşaata kadar her aşamada özenli bir tasarım yapabildiğinde mümkün olmaktadır.

•Kaliteli çalışma mekânlarına erişimin, bir ülkenin **kalkınmasını** doğrudan yönlendirdiği ve belirlediği yolunda açık fikirli bir kabulleniş.

•İşverenin yaratıcı bir müdahaleyle, inşaat dahil tüm aşamalarda titiz bir detaycılık, özen ve kararlılıkla icra edildiği görülen tasarımı dönüştürmek ve ortaya çıkarmak üzere EAA’yı görevlendirmesi.

Prototip

Endüstriyelleşmiş bir ürünün üretim öncesi ön modeli olan *prototip*, birbirinin aynısı sayısız ürünü hiçbir zihinsel emek gerektirmeden üretebilmek için kullanılır. Mekaniktir. Oysa *arketip*, organiktir. Öznel bir duyumsamaya ve tanınmaya ihtiyaç duyar. *Arketip*, artık ‘o’ olduğundan şüpheye düşülemeyecek ilk tamamlanmışlık, ilk duruştur; herkesin görür görmez tanıdığı, kendi kendine benzeyen şeydir.

Bir yapının *arketipi* değişmişse, dünyada bir şeyler yerinden oynamış demektir.

Kalkınma

Bugünlerin ekonomik zorluklarına katlananlardan, sınırsız kalkınmadan vazgeçmelerini istemek çok fazla olabilir, (...) (kalkınmış toplumlarda) Sahip olduklarından vazgeçmelerini istemek; (kalkınmakta olan toplumlarda) sahip olunacaklardan daha azına razı olmalarını istemek; veya, yakın bir gelecekte sahip olma umudunun (geri kalmış, kalkınacak toplumlarda) yok sayılmasını talep etmek, oldukça güçtür. Ancak, bu sözde kanıtlanmış [kalkınma mitine olan] inanç, modernitenin miraslarından biridir; kapitalin ütopyan vaatlerine bir şahadet sağlamak ve hatta insanlığa, kalkınmacılığın doğal, toplumsal, politik ve kültürel çevrede ne sonuçlar verdiğine karşı bağışıklık sağlamak içindir, o kadar.

Küresel Kapitalizmin Sonu Mu?, Arif Dirlik (www.birgun.net)



Ağa Han Mimarlık Ödülü 2010 dönemi değerlendirme jürisi toplantısı

Ağa Han Ödülü bu nedenlerle bu tesise verilmelidir. Tesis toplum, yapıyı kullananlar ve bu tür projeleri yaptıran müşteriler açısından mimarinin taşıdığı değeri tasarım yoluyla ortaya koymaktadır. Diğer mimarlar için bir örnek oluşturmakta ve ileri bir vizyon ve yaklaşımla ulaşılabilen tasarım ve üretim sanatını aksettirmektedir. Tesis sayesinde yakalanan “yüksek ürün kalitesi”, yapının sahip olma iddiası taşıdığı ve Ağa Han Ödülleri’nin teşvik ettiği iyi mimarinin katkısını taşımaktadır.



Kerim Ağa Han, Ağa Han Mimarlık Ödülü töreni, 24 Kasım 2010

Kredi ve Ödül Fonlarının Dağıtımıyla İlgili Öneri

Emre Arolat Architects: %50, İşveren/Mal Sahibi: %30, Mühendisler: %10, İnşaat Müteahhitleri: %10

Projenin Ödül Kazanması Halinde Verilecek Mesaj. Dünya düzeninde ekonomik değişiklikler nedeniyle kayma yaşanan günümüzde, **gelişmekte olan dünya** tüketilen her şeyin üretilmesinde daha büyük bir rol üstlenecektir. Sanayileşme arttıkça kitlelerin istihdam edildiği sanayiye ayak uyduracak yerlerin ve binaların yapımı da artacaktır. Böyle bir vizyonu yapıları bir biçimde dile getirmek ve ortaya koymak, vizyon sahibi iyi bir işveren kadar Mimarların becerikli, kendine güvenli ve kararlı olmalarını da gerektirmektedir. Bu bina, iyi bir Mimari ve sahipleri için iyi bir imaj sergileyen, kullanıcıları için güvenli ve sağlıklı bir ortam sunan ve mikro ve makro derslerin tekrarlanması konusunda pek çok fırsat tanıyan bir standardı yakalamaktadır. ■



Kerim Ağa Han, Ağa Han Mimarlık Ödülü töreni, 25 Kasım 2010



Ağa Han Mimarlık Ödülü 2010 dönemi ödül töreni, 26 Kasım 2010, Doha, Katar



