

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**1939 VE 2015 YILLARI ARASINDA ULUSLARARASI DÜNYA
FUARLARI BAĞLAMINDA TÜRKİYE ULUSAL PAVYONLARININ
TASARIM YAKLAŞIMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ**

Erinç ONBAY

DOKTORA TEZİ

Mimarlık Anabilim Dalı
Mimari Tasarım Programı

Danışman
Prof. Dr. Ş. Tülin Görgülü

Ocak, 2020

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

1939 VE 2015 YILLARI ARASINDA ULUSLARARASI DÜNYA
FUARLARI BAĞLAMINDA TÜRKİYE ULUSAL PAVYONLARININ
TASARIM YAKLAŞIMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Erinç ONBAY tarafından hazırlanan tez çalışması 17.01.2020 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı, Mimari Tasarım Programı **DOKTORA TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Ş. Tülin GÖRGÜLÜ
Yıldız Teknik Üniversitesi
Danışman

Jüri Üyeleri

Prof. Dr. Ş. Tülin GÖRGÜLÜ, Danışman

Yıldız Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Uğur TANYELİ, Üye

İstanbul Şehir Üniversitesi

Prof. Dr. Arzu ERDEM, Üye

Kadir Has Üniversitesi

Doç. Dr. Hikmet Selim ÖKEM, Üye

Yıldız Teknik Üniversitesi

Doç. Dr. Müyesser Ebru ERDÖNMEZ DİNÇER, Üye

Yıldız Teknik Üniversitesi

Danışmanım Prof. Dr. Ş. Tülin GÖRGÜLÜ sorumluluğunda tarafımca hazırlanan 1939 ve 2015 Yılları Arasında Uluslararası Dünya Fuarları Bağlamında Türkiye Ulusal Pavyonlarının Tasarım Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi başlıklı çalışmada veri toplama ve veri kullanımında gerekli yasal izinleri aldığımı, diğer kaynaklardan aldığım bilgileri ana metin ve referanslarda eksiksiz gösterdiğimi, araştırma verilerine ve sonuçlarına ilişkin çarpıtma ve/veya sahtecilik yapmadığımı, çalışmam süresince bilimsel araştırma ve etik ilkelerine uygun davrandığımı beyan ederim. Beyanımın aksinin ispatı halinde her türlü yasal sonucu kabul ederim.

Erinç ONBAY

İmza



Aileme

TEŞEKKÜR

Öncelikle, bilgi birikimi, tecrübesi ve geniş bakış açısıyla bana yol göstererek uzun bir süreç sonucunda ortaya çıkan bu tez çalışmasının tamamlanmasını sağlayan danışmanım Sayın Prof. Dr. Ş. Tülin Görgülü'ye teşekkürü borç bilirim.

Tez izleme komitesinde bulunmayı kabul edip, bilgi ve görüşleriyle çalışmamın biçimlenmesine destek olan Sayın Prof. Dr. Uğur Tanyeli ve Sayın Prof. Dr. Arzu Erdem'e değerli zamanlarını ayırdıkları ve süreç içerisinde gösterdikleri anlayış için çok teşekkür ederim.

Tez savunma jürimde yer alarak yönlendirici yorumları ile çalışmamı zenginleştiren Sayın Doç. Dr. Hikmet Selim Ökem ve Sayın Doç. Dr. Müyesser Ebru Erdönmez Dinçer'e ayrıca teşekkür ederim.

Yoğun çalışma temposu içinde, motivasyonumu yüksek tutarak bana her zaman destek olan annem Jale Onbay ve babam Fikret Onbay'a da en içten teşekkürlerimi sunarım.

Erinç ONBAY

İÇİNDEKİLER

ŞEKİL LİSTESİ	vii
TABLO LİSTESİ	xv
ÖZET	xvi
ABSTRACT	xviii
1 Giriş	1
1.1 Literatür Özeti	1
1.2 Tezin Amacı	4
1.3 Hipotez	5
2 Dünya Fuarlarının Kısa Tarihçesi	6
2.1 Dünya Fuarı (World Expo) Kavramı	6
2.2 Dünya Fuarlarının Ortaya Çıkışı ve Gelişimi	9
2.3 Dünya Fuarlarında Yer Alan Yapılar	11
3 Türkiye'nin Katıldığı Dünya Fuarları ve Yabancı Ulusal Pavyonların Kronolojik Olarak İncelenmesi (1939-2015)	14
3.1 1939-40 New York Dünya Fuarı	14
3.2 1958 Brüksel Dünya Fuarı	36
3.3 1970 Osaka Dünya Fuarı	55
3.4 1992 Sevilla Dünya Fuarı	73
3.5 2000 Hannover Dünya Fuarı	92
3.6 2010 Şangay Dünya Fuarı	109
3.7 2015 Milano Dünya Fuarı	129
4 Dünya Fuarlarında Ulusal Pavyonların Tasarımını Etkileyen Yaklaşımlar	148
4.1 Fuar Temasına Uyum Sorunu	148
4.2 Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	155
4.3 Deneysellik Arayışları	165
4.4 Mimari Kaygılar	172
4.5 Teknoloji & İnovasyon Sorunu	178

4.6 Turistik Tanıtım Amacı.....	187
4.7 Politik & İdeolojik Kaygılar	200
4.8 Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları.....	210
4.9 Tanınmış/Yıldız Mimarlar Sorunu	220
5 Türkiye Ulusal Pavyonlarının Tasarım Yaklaşımları Çerçevesinde	
Değerlendirilmesi (1939-2015)	233
5.1 1939-40 New York Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu	233
5.2 1958 Brüksel Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu	246
5.3 1970 Osaka Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu.....	257
5.4 1992 Sevilla Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu.....	266
5.5 2000 Hannover Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu.....	275
5.6 2010 Şangay Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu.....	287
5.7 2015 Milano Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu	296
6 Sonuç ve Öneriler	305
Kaynakça	336
Tezden Üretilmiş Yayınlar	349

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 3.1	1939-40 New York Dünya Fuarı Amblemi ve Fuar Afişleri.....	15
Şekil 3.2	1939-40 New York Dünya Fuarı Hava Fotoğrafları.....	16
Şekil 3.3	1939-40 New York Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı	17
Şekil 3.4	1939-40 New York Dünya Fuarı Tema ve Özel Şirket Pavyonları	18
Şekil 3.5	Consolidated Edison Pavyonu & Elektrik Tesisleri Sergisi.....	18
Şekil 3.6	1939-40 New York Fuarı Tema Merkezi (Trylon ve Perisphere)	19
Şekil 3.7	1939-40 New York Dünya Fuarı Democracy Sergisi.....	19
Şekil 3.8	1939-40 New York Fuarı General Motors Pavyonu & Futurama	20
Şekil 3.9	1939-40 New York Dünya Fuarı Ford Pavyonu.....	20
Şekil 3.10	1939-40 Westinghouse Pavyonu ve "Moto-Man Elektro"	21
Şekil 3.11	1939-40 New York Fuarı "Middleton Ailesi"nin Fuar Ziyareti.....	21
Şekil 3.12	1939-40 Fuarı Salvador Dalí imzalı "Venüs'ün Rüyası"	22
Şekil 3.13	1939-40 New York Dünya Fuarı Ülkeler Bölümü.....	23
Şekil 3.14	1939-40 New York Dünya Fuarı 'Milletler Salonu'	24
Şekil 3.15	1939-40 New York Fuarı ABD Ulusal Pavyonu	24
Şekil 3.16	1939-40 New York Dünya Fuarı Finlandiya Ulusal Pavyonu.....	25
Şekil 3.17	1939-40 New York Dünya Fuarı Fransa Ulusal Pavyonu	26
Şekil 3.18	1939-40 New York Fuarı Hollanda Ulusal Pavyonu	26
Şekil 3.19	1939-40 New York Dünya Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu.....	27
Şekil 3.20	1939-40 Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu & Kraliçenin Ziyareti.....	27
Şekil 3.21	1939-40 New York Dünya Fuarı İrlanda Ulusal Pavyonu	28
Şekil 3.22	1939-40 New York Dünya Fuarı İsviçre Ulusal Pavyonu	29
Şekil 3.23	1939-40 New York Dünya Fuarı İtalya Ulusal Pavyonu.....	29
Şekil 3.24	1939-40 New York Dünya Fuarı Japonya Ulusal Pavyonu.....	30
Şekil 3.25	1939-40 New York Dünya Fuarı Kanada Ulusal Pavyonu.....	31
Şekil 3.26	1939-40 Fuarı Norveç Ulusal Pavyonu & Tanıtım Kitapçığı	32
Şekil 3.27	1939-40 New York Dünya Fuarı Sovyet Ulusal Pavyonu	32
Şekil 3.28	1939-40 New York Dünya Fuarı Sovyet Ulusal Pavyonu	33
Şekil 3.29	1939-40 Fuarı Sovyet Ulusal Pavyonu Tanıtım Kitapçığı.....	33
Şekil 3.30	1939-40 New York Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı.....	35

Şekil 3.31	1958 Brüksel Dünya Fuarı Fuar Sembolü ve Fuar Afişleri	36
Şekil 3.32	1958 Brüksel Dünya Fuarı Genel Görünüm.....	37
Şekil 3.33	1958 Brüksel Dünya Fuarında Zonlamayı Gösteren Şematik Plan.....	38
Şekil 3.34	1958 Fuarı İnşaat Mühendisliği Pavyonu ve Belçika Bulvarı	38
Şekil 3.35	1958 Brüksel Dünya Fuarı Belçika Köyü ve Kongo Köyü.....	39
Şekil 3.36	1958 Brüksel Dünya Fuarı 'Atomium'	40
Şekil 3.37	1958 Brüksel Dünya Fuarı Philips Pavyonu	40
Şekil 3.38	1958 Brüksel Dünya Fuarı ABD Ulusal Pavyonu	42
Şekil 3.39	1958 Brüksel Fuarı ABD Ulusal Pavyonu İç Mekânı.....	42
Şekil 3.40	1958 Brüksel Dünya Fuarı Batı Almanya Ulusal Pavyonu	43
Şekil 3.41	1958 Brüksel Dünya Fuarı Finlandiya Ulusal Pavyonu.....	44
Şekil 3.42	1958 Brüksel Dünya Fuarı Fransa Ulusal Pavyonu	45
Şekil 3.43	1958 Brüksel Dünya Fuarı Hollanda Ulusal Pavyonu	46
Şekil 3.44	1958 Brüksel Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu Yerleşim Planı.....	47
Şekil 3.45	1958 Brüksel Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu & Tanıtım Kitapçığı.....	47
Şekil 3.46	1958 Brüksel Dünya Fuarı İspanya Ulusal Pavyonu	48
Şekil 3.47	1958 Brüksel Dünya Fuarı İsviçre Ulusal Pavyonu.....	48
Şekil 3.48	1958 Brüksel Dünya Fuarı İtalya Ulusal Pavyonu.....	49
Şekil 3.49	1958 Brüksel Dünya Fuarı Japonya Ulusal Pavyonu	50
Şekil 3.50	1958 Brüksel Dünya Fuarı Kanada Ulusal Pavyonu	51
Şekil 3.51	1958 Brüksel Dünya Fuarı Norveç Ulusal Pavyonu.....	51
Şekil 3.52	1958 Brüksel Fuarı SSCB Ulusal Pavyonu & Zemin Kat Sergileri.....	52
Şekil 3.53	1958 Brüksel Fuarı SSCB Ulusal Pavyonu İç Mekan Sergileri	53
Şekil 3.54	1958 Brüksel Fuarı SSCB Ulusal Pavyonu Afişi ve Uzay Araçları.....	53
Şekil 3.55	1958 Brüksel Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı.....	54
Şekil 3.56	1970 Osaka Dünya Fuarı Sembolü ve Fuar Afişleri	56
Şekil 3.57	1970 Osaka Dünya Fuarı Hava Fotoğrafları	56
Şekil 3.58	1970 Osaka Dünya Fuarı Master Planı	57
Şekil 3.59	1970 Fuarı Kisho Kurokawa tasarımı şirket ve tema pavyonları	58
Şekil 3.60	1970 Osaka Fuarı Güneş Kulesi & Festival Meydanı	59
Şekil 3.61	1970 Osaka Fuarı Expo Kulesi, Fıskiye, Dev Robotlar	59
Şekil 3.62	1970 Osaka Dünya Fuarı ABD Ulusal Pavyonu.....	61
Şekil 3.63	1970 Osaka Dünya Fuarı Batı Almanya Ulusal Pavyonu	62

Şekil 3.64 1970 Osaka Dünya Fuarı Çin Ulusal Pavyonu	62
Şekil 3.65 1970 Osaka Dünya Fuarı Fransa Ulusal Pavyonu.....	63
Şekil 3.66 1970 Osaka Dünya Fuarı Hollanda Ulusal Pavyonu	64
Şekil 3.67 1970 Osaka Dünya Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu	65
Şekil 3.68 1970 Osaka Dünya Fuarı İrlanda Ulusal Pavyonu.....	66
Şekil 3.69 1970 Osaka Dünya Fuarı İskandinavya Pavyonu	66
Şekil 3.70 1970 Osaka Dünya Fuarı İsviçre Ulusal Pavyonu	67
Şekil 3.71 1970 Osaka Dünya Fuarı İtalya Ulusal Pavyonu	68
Şekil 3.72 1970 Osaka Dünya Fuarı Japonya Ulusal Pavyonu	69
Şekil 3.73 1970 Osaka Dünya Fuarı Kanada Ulusal Pavyonu	70
Şekil 3.74 1970 Osaka Dünya Fuarı SSCB Ulusal Pavyonu	71
Şekil 3.75 1970 Osaka Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı	72
Şekil 3.76 1992 Sevilla Dünya Fuarı Logosu ve Fuar Afişleri	73
Şekil 3.77 1992 Sevilla Dünya Fuarı Master Planı	74
Şekil 3.78 1992 Sevilla Dünya Fuarı İspanya Gölü ve Avrupa Bulvarı	75
Şekil 3.79 1992 Sevilla Dünya Fuarı 'Alamillo Köprüsü' ve Monoray	76
Şekil 3.80 1992 Sevilla Dünya Fuarı Fuar Alanının Günümüzdeki Durumu.....	77
Şekil 3.81 1992 Fuarı ABD Ulusal Pavyonu & Peter Max imzalı duvar resmi	78
Şekil 3.82 1992 Sevilla Dünya Fuarı Batı Almanya Ulusal Pavyonu	79
Şekil 3.83 1992 Sevilla Dünya Fuarı Çin Ulusal Pavyonu.....	80
Şekil 3.84 1992 Sevilla Dünya Fuarı Finlandiya Ulusal Pavyonu	81
Şekil 3.85 1992 Sevilla Dünya Fuarı Fransa Ulusal Pavyonu.....	81
Şekil 3.86 1992 Sevilla Dünya Fuarı Hollanda Ulusal Pavyonu	82
Şekil 3.87 1992 Sevilla Dünya Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu	83
Şekil 3.88 1992 Sevilla Dünya Fuarı İrlanda Ulusal Pavyonu.....	84
Şekil 3.89 1992 Sevilla Dünya Fuarı İspanya Ulusal Pavyonu.....	85
Şekil 3.90 1992 Sevilla Dünya Fuarı İsviçre Ulusal Pavyonu.....	86
Şekil 3.91 1992 Sevilla Dünya Fuarı İtalya Ulusal Pavyonu	87
Şekil 3.92 1992 Sevilla Dünya Fuarı Japonya Ulusal Pavyonu	87
Şekil 3.93 1992 Sevilla Dünya Fuarı Kanada Ulusal Pavyonu	88
Şekil 3.94 1992 Sevilla Dünya Fuarı Norveç Ulusal Pavyonu	89
Şekil 3.95 1992 Sevilla Dünya Fuarı Rusya Federasyonu Ulusal Pavyonu.....	90
Şekil 3.96 1992 Sevilla Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı	91

Şekil 3.97	2000 Hannover Dünya Fuarı Logosu ve Fuar Afişi.....	92
Şekil 3.98	2000 Hannover Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı	93
Şekil 3.99	Jean Nouvel “The future of work” ve Toyo Ito “Health Futures”	94
Şekil 3.100	2000 Hannover Dünya Fuarı “Expo Çatısı” ve “Umut Pavyonu”	95
Şekil 3.101	2000 Hannover Dünya Fuarı Almanya Ulusal Pavyonu	97
Şekil 3.102	2000 Hannover Dünya Fuarı Çin Ulusal Pavyonu	98
Şekil 3.103	2000 Hannover Dünya Fuarı Finlandiya Ulusal Pavyonu	98
Şekil 3.104	2000 Hannover Dünya Fuarı Fransa Ulusal Pavyonu	99
Şekil 3.105	2000 Hannover Dünya Fuarı Hollanda Ulusal Pavyonu.....	100
Şekil 3.106	2000 Hannover Dünya Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu.....	101
Şekil 3.107	2000 Hannover Dünya Fuarı İrlanda Ulusal Pavyonu	102
Şekil 3.108	2000 Hannover Dünya Fuarı İspanya Ulusal Pavyonu	102
Şekil 3.109	2000 Hannover Dünya Fuarı İsviçre Ulusal Pavyonu	103
Şekil 3.110	2000 Hannover Dünya Fuarı İtalya Ulusal Pavyonu	104
Şekil 3.111	2000 Hannover Dünya Fuarı Japonya Ulusal Pavyonu.....	105
Şekil 3.112	2000 Hannover Dünya Fuarı Kanada Ulusal Pavyonu.....	106
Şekil 3.113	2000 Hannover Dünya Fuarı Norveç Ulusal Pavyonu	106
Şekil 3.114	2000 Hannover Dünya Fuarı Rusya Ulusal Pavyonu.....	107
Şekil 3.115	2000 Hannover Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı	108
Şekil 3.116	2010 Şangay Dünya Fuarı Logosu ve Fuar Afişi	109
Şekil 3.117	2010 Şangay Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı	110
Şekil 3.118	2010 Şangay Dünya Fuarı Fuar Alanında Pavyonların Dağılımı.....	111
Şekil 3.119	2010 Şangay Dünya Fuarı ABD Ulusal Pavyonu.....	113
Şekil 3.120	2010 Şangay Dünya Fuarı Almanya Ulusal Pavyonu.....	114
Şekil 3.121	2010 Şangay Dünya Fuarı Çin Ulusal Pavyonu	115
Şekil 3.122	2010 Şangay Dünya Fuarı Finlandiya Ulusal Pavyonu	116
Şekil 3.123	2010 Şangay Dünya Fuarı Fransa Ulusal Pavyonu.....	117
Şekil 3.124	2010 Şangay Dünya Fuarı Hollanda Ulusal Pavyonu	118
Şekil 3.125	2010 Şangay Dünya Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu	119
Şekil 3.126	2010 Şangay Dünya Fuarı İrlanda Ulusal Pavyonu	120
Şekil 3.127	2010 Şangay Dünya Fuarı İspanya Ulusal Pavyonu.....	121
Şekil 3.128	2010 Şangay Dünya Fuarı İsviçre Ulusal Pavyonu	122
Şekil 3.129	2010 Şangay Dünya Fuarı İtalya Ulusal Pavyonu	123

Şekil 3.130	2010 Şangay Dünya Fuarı Japonya Ulusal Pavyonu	124
Şekil 3.131	2010 Şangay Dünya Fuarı Kanada Ulusal Pavyonu	125
Şekil 3.132	2010 Şangay Dünya Fuarı Norveç Ulusal Pavyonu	126
Şekil 3.133	2010 Şangay Dünya Fuarı Rusya Ulusal Pavyonu	127
Şekil 3.134	2010 Şangay Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı	128
Şekil 3.135	2015 Milano Dünya Fuarı Logosu ve Fuar Afişleri.....	129
Şekil 3.136	2015 Milano Dünya Fuarı Master Planı.....	130
Şekil 3.137	2015 Milano Dünya Fuarı Cardo, Hayat Ağacı & Decumano	131
Şekil 3.138	2015 Milano Fuarı Michele De Lucchi tasarımı ‘Sıfır Pavyonu’	132
Şekil 3.139	2015 Milano Fuarı ‘Yavaş Yemek Pavyonu’ ve ‘Vanke Pavyonu’	133
Şekil 3.140	2015 Milano Fuarı Ulusal Pavyonlar için Tasarım Kuralları.....	135
Şekil 3.141	2015 Milano Dünya Fuarı ABD Ulusal Pavyonu	135
Şekil 3.142	2015 Milano Dünya Fuarı Almanya Ulusal Pavyonu	136
Şekil 3.143	2015 Milano Dünya Fuarı Çin Ulusal Pavyonu	137
Şekil 3.144	2015 Milano Dünya Fuarı Fransa Ulusal Pavyonu	138
Şekil 3.145	2015 Milano Dünya Fuarı Hollanda Ulusal Pavyonu.....	139
Şekil 3.146	2015 Milano Dünya Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu.....	140
Şekil 3.147	2015 Milano Dünya Fuarı İrlanda Ulusal Pavyonu	141
Şekil 3.148	2015 Milano Dünya Fuarı İspanya Ulusal Pavyonu	142
Şekil 3.149	2015 Milano Dünya Fuarı İsviçre Ulusal Pavyonu	143
Şekil 3.150	2015 Milano Dünya Fuarı İtalya Ulusal Pavyonu.....	144
Şekil 3.151	2015 Milano Dünya Fuarı Japonya Ulusal Pavyonu.....	145
Şekil 3.152	2015 Milano Dünya Fuarı Rusya Ulusal Pavyonu.....	146
Şekil 3.153	2015 Milano Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı.....	147
Şekil 4.1	1937 Paris Dünya Fuarı, Üçüncü Reich ve SSCB Ulusal Pavyonları	158
Şekil 4.2	1964-65 New York-Eyalet Pavyonu & 1967 Montreal-Habitat 67	168
Şekil 4.3	1967 Montreal ABD Pavyonu & Batı Almanya Pavyonu.....	168
Şekil 4.4	1967 Montreal Dünya Fuarı & 1970 Osaka Dünya Fuarı	169
Şekil 4.5	1939-40 New York Fuarı SSCB Pavyonunda Teknoloji Sergileri	182
Şekil 4.6	1970 Osaka Dünya Fuarı Bulgaristan-Filipinler Ulusal Pavyonları	184
Şekil 4.7	1970 Osaka Fuarı ABD Ulusal Pavyonu & SSCB Ulusal Pavyonu.....	184
Şekil 4.8	1893 Columbia Kahire Sokağı & 1929 Barcelona İspanyol Köyü	189
Şekil 4.9	1904 St. Louis Dünya Fuarı “The Pike”	189

Şekil 4.10	1939 Norveç Pavyonu Kitapçığı & İtalya Pavyonu Kartpostalı.....	192
Şekil 4.11	1939-40 New York Fuarı Japonya Pavyonu Tanıtım Kitapçığı.....	192
Şekil 4.12	1970 Osaka Fuarı ABD Ulusal Pavyonu & SSCB Ulusal Pavyonu.....	194
Şekil 4.13	1992 Endonezya, Filipinler, Tayland, Singapur, Fas, Malezya	195
Şekil 4.14	2000 Hannover Dünya Fuarı BAE-Ürdün Ulusal Pavyonları	197
Şekil 4.15	2010 İsviçre & Hollanda Ulusal Pavyonları	198
Şekil 4.16	2015 İsviçre & Japonya Ulusal Pavyonları	199
Şekil 4.17	Hitler ve Speer Berlin Olimpiyat Stadyumu Maketini İncelerken.....	201
Şekil 4.18	Alman ve Sovyet Ulusal Pavyonları & Speer ve Hitler	203
Şekil 4.19	19. yy Sonu ve 20. yy Başı Dünya Fuarlarında Kimlik Temsili	213
Şekil 4.20	1970 Osaka Fuarı, Hindistan-Abu Dhabi Ulusal Pavyonları.....	215
Şekil 4.21	1992 Tayland, Malezya, Macaristan Ulusal Pavyonları	216
Şekil 4.22	2000 Hannover Dünya Fuarı Tayland Ulusal Pavyonu	217
Şekil 4.23	2010 Şangay Dünya Fuarı, Pakistan-Katar Ulusal Pavyonları.....	218
Şekil 4.24	2015 Milano Dünya Fuarı, Fas-Katar Ulusal Pavyonları.....	219
Şekil 4.25	1925 SSCB Ulusal Pavyonu & 1929 Almanya Ulusal Pavyonu	226
Şekil 4.26	1925 L'Esprit Nouveau Pavyonu & 1937 Finlandiya Pavyonu.....	226
Şekil 4.27	1939-40 Brezilya Ulusal Pavyonu & Venezuela Ulusal Pavyonu.....	228
Şekil 4.28	1992 Kuveyt Ulusal Pavyonu.....	229
Şekil 4.29	2000 Portekiz Ulusal Pavyonu.....	230
Şekil 4.30	2010 BAE Ulusal Pavyonu & Danimarka Ulusal Pavyonu	231
Şekil 4.31	2015 BAE Ulusal Pavyonu	231
Şekil 5.1	1939-40 Türkiye Pavyonu Sergide Yer Alan Kıyafetler	234
Şekil 5.2	1939-40 “Hükümetler Bölgesi”ndeki Türkiye “Devlet Pavyonu”.....	234
Şekil 5.3	1939-40 Türkiye Ulusal Pavyonu Kartpostalı & Perspektif Çizim.....	235
Şekil 5.4	1 Mayıs 1939 Cumhuriyet Gazetesi & Türkiye Tanıtım Rehberi.....	236
Şekil 5.5	1939-40 İngilizce Tanıtım Rehberinden Sayfalar	236
Şekil 5.6	1939-40 New York Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu	237
Şekil 5.7	1939-40 New York Fuarı Türkiye Pavyonu Zemin Kat Planı.....	238
Şekil 5.8	1939-40 New York Fuarı Türkiye Pavyonu Birinci Kat Planı.....	238
Şekil 5.9	1939-40 Türkiye Pavyonu Cephe ve Avluya ait Perspektif Çizim.....	238
Şekil 5.10	1939-40 Türkiye Pavyonunda Sergilenen Türk El Sanatları	239
Şekil 5.11	1939-40 “Star and Crescent/Ayyıldız” Restoran & Türk Çeşmesi....	239

Şekil 5.12	1931 Türkiye Pavyonu & 1939-40 Türkiye Pavyonu	242
Şekil 5.13	1958 Brüksel Fuarı Türkiye Pavyonu Maketi ve Cephe Çizimi	246
Şekil 5.14	1958 Brüksel Fuarı Türkiye Pavyonu (No:5) Yerleşim Planı	247
Şekil 5.15	1958 Brüksel Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu	247
Şekil 5.16	1958 Brüksel Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Kat Planları	248
Şekil 5.17	1958 Brüksel Türkiye Pavyonu İnşaatı ve Tamamlanmış Hali	248
Şekil 5.18	Kule-Hitit Güneşi (İ. Koman) & Mozaik Duvar (B. R. Eyüboğlu)	249
Şekil 5.19	B. R. Eyüboğlu İmzalı Mozaik Pano Detayları	249
Şekil 5.20	1958 Brüksel Fuarı Türkiye Pavyonu Sergi Salonu İç Mekanı	250
Şekil 5.21	1958 Brüksel Fuarı Türkiye Pavyonu Sergilerden Örnekler	250
Şekil 5.22	1964-65 New York Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu Önerisi	258
Şekil 5.23	1970 Osaka Dünya Fuarı RCD Pavyonu.....	259
Şekil 5.24	1970 Osaka Fuarı RCD Pavyonu Genel Görünüş ve Perspektif	259
Şekil 5.25	1970 Osaka Fuarı Türkiye Pavyonu ve Üç Ülkenin Hostesleri	260
Şekil 5.26	1992 Türkiye Ulusal Pavyonu Yarışması'nda Birinci Olan Proje	266
Şekil 5.27	1992 Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Kat Planları	268
Şekil 5.28	1992 Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu	269
Şekil 5.29	1992 Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Cephe Detayları.....	272
Şekil 5.30	2000 Hannover Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu.....	275
Şekil 5.31	2000 Hannover Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Kat Planları	276
Şekil 5.32	2000 Hannover Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Boy Kesit.....	277
Şekil 5.33	2000 Hannover Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Gece Görünüşü	278
Şekil 5.34	2000 Fuarı Türkiye Pavyonu Uzay Kafes Küre & Akdeniz Heykeli ..	279
Şekil 5.35	Tarihteki ilk 'el sıkışma' figürü & Doğu ile Batı'yı bağlayan köprü...	280
Şekil 5.36	Ahşap Kafes ve Köprünün 'geleneksel' ile ilişkilendirilmesi.....	281
Şekil 5.37	2010 Şangay Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu Konsept Projesi	287
Şekil 5.38	2010 Şangay Fuarı Türkiye Pavyonu Mevcut Yapı & Duvar Resmi..	287
Şekil 5.39	2010 Şangay Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu	288
Şekil 5.40	2010 Şangay Fuarı Türkiye Pavyonu Üç Boyutlu Model ve Plan.....	288
Şekil 5.41	2010 Şangay Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu Kesiti.....	289
Şekil 5.42	2010 Şangay Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu Cephe Detayları.....	289
Şekil 5.43	Kültigin Anıtı ve Göbeklitepe Canlandırması	290
Şekil 5.44	2010 Şangay Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu İç Mekan Sergileri.....	291

Şekil 5.45	2010 Şangay Fuarı Türkiye Pavyonu Kafeterya ve Giriş Holü.....	291
Şekil 5.46	2015 Milano Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Konsept Projesi	297
Şekil 5.47	2015 Milano Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Kat Planları.....	297
Şekil 5.48	2015 Milano Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu	299
Şekil 5.49	İçinde Türk Kahvesi Yer Alan ‘Türk Evi’ ve ‘Şadırvan’	299
Şekil 5.50	“Göbekli Tepe” Replikası ve Pavyonun Maskotu “Nar”	300
Şekil 5.51	Hitit Kabartmalı “Çömlek” & İçinde Türk Yemekleri Temalı Sergi ...	301



TABLO LİSTESİ

Tablo 2.1 “World Expo” Kategorisindeki Dünya Fuarları (1851-2015).....	13
Tablo 6.1 ABD Ulusal Pavyonları (1939-2015).....	319
Tablo 6.2 Almanya Ulusal Pavyonları (1939-2015).....	320
Tablo 6.3 Çin Ulusal Pavyonları (1939-2015)	321
Tablo 6.4 Finlandiya Ulusal Pavyonları (1939-2015)	322
Tablo 6.5 Fransa Ulusal Pavyonları (1939-2015).....	323
Tablo 6.6 Hollanda Ulusal Pavyonları (1939-2015).....	324
Tablo 6.7 İngiltere Ulusal Pavyonları (1939-2015).....	325
Tablo 6.8 İrlanda Ulusal Pavyonları (1939-2015)	326
Tablo 6.9 İspanya Ulusal Pavyonları (1939-2015).....	327
Tablo 6.10 İsviçre Ulusal Pavyonları (1939-2015)	328
Tablo 6.11 İtalya Ulusal Pavyonları (1939-2015).....	329
Tablo 6.12 Japonya Ulusal Pavyonları (1939-2015).....	330
Tablo 6.13 Kanada Ulusal Pavyonları (1939-2015).....	331
Tablo 6.14 Norveç Ulusal Pavyonları (1939-2015).....	332
Tablo 6.15 SSCB/Rusya Ulusal Pavyonları (1939-2015)	333
Tablo 6.16 Yaklaşımların Fuarlar Bazındaki Etkileri (1939-2015)	334
Tablo 6.17 Türkiye Ulusal Pavyonları (1939-2015)	335

1939 ve 2015 Yılları Arasında Uluslararası Dünya Fuarları Bağlamında Türkiye Ulusal Pavyonlarının Tasarım Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi

Erinç ONBAY

Mimarlık Anabilim Dalı

Doktora Tezi

Danışman: Prof. Dr. Ş. Tülin GÖRGÜLÜ

150 yıldan uzun bir süredir düzenlenmekte olan Dünya Fuarları (World Expo) geleceğe yönelik fikirlerin ve projelerin sergilendiği, bilimsel ve kültürel birikimlerin paylaşıldığı uluslararası etkinliklerdir. Teknoloji, inovasyon, çevre ile uyum gibi evrensel konulara odaklanan bu fuarlar ülkelerin ekonomik ve teknolojik gelişmesini göstermekle kalmayıp, yerel ve kültürel değerlerini de tanıtmaya aracılık etmektedir. Tarihsel süreçte ekonomik, siyasal, sosyal, kültürel ve teknolojik parametrelerde yaşanan kırılmaların, Dünya Fuarlarında ülkeleri temsil eden ulusal pavyonlar üzerinde önemli etkileri olduğu görülmektedir. Farklı yaklaşımlar doğrultusunda tasarlanan ve mimarlığın gelişim serüvenini anlatan ulusal pavyonlar, ülkelerin mimari alandaki değişimlerini de göstermektedir.

Bu çalışmanın amacı; Türkiye'nin Dünya Fuarlarındaki mimari temsilini incelemek ve değişen mimari anlayışlar çerçevesinde ülkeyi diğer katılımcı ülkeler arasında konumlandırmaktır. Bu amaç doğrultusunda öncelikle, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan günümüze kadar katılmış olduğu Dünya Fuarlarında, ulusal pavyonları ile mimarlık literatüründe öne çıkan ülkeler saptanarak incelemenin

kapsamı belirlenmiştir. Daha sonra, yabancı ulusal pavyonların mimari tasarımını biçimlendiren unsurların tanımlanmasıyla oluşturulan kavramsal çerçeve içerisinde, Türkiye'nin fuar katılımları değerlendirilerek ülkenin uluslararası ortamdaki mimari temsilinde yaşanan sorunların ortaya konması hedeflenmiştir.

Bu çerçevede tez çalışmasının ilk bölümünde, çalışmanın amacı, kapsamı ve yöntemi açıklanmıştır. İkinci bölümde Dünya Fuarı kavramı ve tarihçesi hakkında kısa bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde, Türkiye'nin katıldığı tüm Dünya Fuarları ve inceleme alanı olarak belirlenen ülkelere ait ulusal pavyonlar kronolojik olarak incelenmiştir. Dördüncü bölümde, incelenen ulusal pavyonların mimari tasarımını etkileyen yaklaşımlar tanımlanarak fuarlar ve ülkeler bazında öne çıkan eğilimler ortaya konmuştur. Beşinci bölümde, Türkiye Ulusal Pavyonları bir önceki bölümde belirlenen yaklaşımlar ve dönemlerinin özellikleri çerçevesinde kronolojik olarak değerlendirilmiştir. Son bölümde ise yapılan araştırmanın genel bir değerlendirmesi yapılarak, ulaşılan sonuçlar açıklanmıştır.

İncelenen Dünya Fuarlarında, yabancı ulusal pavyonların mimari tasarımını biçimlendiren en önemli tasarım yaklaşımlarının; 'fuar temasına uyum sorunu', 'çağın ruhunu yakalama sorunu', 'deneysellik arayışları', 'mimari kaygılar', ve 'teknoloji & inovasyon sorunu' olduğu görülmektedir. Türkiye'nin fuar katılımlarında ise bu yaklaşımlar genellikle etkili olmayıp, ülkenin ulusal pavyonları daha çok 'turistik tanıtım amacı', politik & ideolojik kaygılar' ve 'ulusal kimlik & imaj arayışları' altında biçimlenmektedir. Teknolojik vurguları ve zengin mekân kaliteleriyle öne çıkan yabancı ulusal pavyonlarla karşılaştırıldıklarında Türk Pavyonları, Türk kimliğini yansıttığı düşünülen imgeler aracılığıyla turistik pazarlama faaliyetleri yapılan sıradan sergi binaları niteliğindedirler.

Anahtar Kelimeler: Dünya Fuarı, Expo, ulusal pavyon, tasarım yaklaşımları

Evaluation of Design Approaches of Turkish National Pavilions in the Context of the International World Fairs Between 1939 and 2015

Erinç ONBAY

Department of Architecture

Doctor of Philosophy Thesis

Advisor: Prof. Dr. Ş. Tülin GÖRGÜLÜ

World Fairs, which have been held for more than 150 years, are international events in which future ideas and projects are displayed, scientific and cultural experiences are shared. Focusing on universal issues such as technology, innovation and adaptation to the environment, these fairs not only show the economic and technological development of the countries, but also serve to promote local and cultural values. It is seen that the breaks in the economic, political, social, cultural and technological parameters throughout history have a significant effect on the national pavilions representing the countries at the World Fairs. The national pavilions, which are designed according to different approaches and describe the development of architecture, also show the changes in the architectural environment of the countries.

The aim of this study is; to examine the architectural representation of Turkey in World Fairs and to position the country among other participating countries within the framework of changing architectural approaches. In this direction, firstly, the scope of the study is determined by identifying the prominent countries

in the architectural literature with their national pavilions at Worlds Fairs which Republic of Turkey participated since its establishment until today. Afterwards with evaluating Turkey's fair participations in the conceptual framework created by defining the facts that shape the architectural design of foreign national pavilions; it is aimed to reveal the problems in the architectural representation of the country in the international milieu.

Accordingly in the first part of the thesis, the purpose, scope and method of the study are explained. In the second part, brief information about the World Fair concept and its history is given. In the third part; all World Fairs that Turkey has been participated and the national pavilions of the countries which were identified as the study area are examined in chronological order. In the fourth part, the approaches affecting the architectural design of the national pavilions have been identified and the prominent trends on the basis of fairs and countries have been put forward. In the fifth part, Turkish National pavilions are evaluated chronologically within the framework of the approaches determined in the previous chapter and the characteristics of their period. In the last part, a general evaluation of the research is made and the results are explained.

In the examined fairs, most important design approaches affecting the architecture of foreign national pavilions are; 'problem of adaptation to fair theme', 'problem of capturing the spirit of the age', 'experimental search', 'architectural concern', and 'problem of technology & innovation'. However, these approaches are often not effective for Turkish Pavilions which are predominantly formed under 'touristic promotion', 'political & ideological concern' and 'search for national identity & image'. Compared with the foreign national pavilions which are impressive with technological highlights as well as rich space quality, Turkish Pavilions are ordinary exhibition buildings where tourism marketing activities are carried out through images thought to represent the country and reflect the Turkish identity.

Keywords: World Fair, Expo, national pavilion, design approaches

1.1 Literatür Özeti

Dünya Fuarları (World Expo), dünyanın geleceğine yönelik fikirlerin/projelerin sergilenmesi ve bilimsel/kültürel birikimlerin paylaşılması yoluyla yeni fikirlerin geliştirilmesini sağlayarak sosyo-kültürel gelişime evrensel boyutta katkıda bulunan etkinliklerdir. Bir anlamda dünyanın kültür, tarih ve eğitim faaliyetleri olarak değerlendirilen bu fuarlar, ülkeleri bir araya getirerek, daha iyi bir dünya için bilgi paylaşımı sağlamaktadırlar.

Odağında teknoloji, inovasyon, çevre ile uyum gibi evrensel konular olan Dünya Fuarları, katılımcı ülkelerin ekonomik ve teknolojik gelişmelerini gösterirken yerel ve kültürel değerlerini tanıtımlarına da aracılık etmektedirler. Ayrıca ülkelerin ulusal ve uluslararası ekonomilerini güçlendirdikleri gibi ülkelerarası ticari ve kültürel ilişkileri de geliştirmektedirler.

Mimarlık tarihi açısından bakıldığında ise Dünya Fuarları, yeni mimari biçimlerin üretilmesi ve mimari akımların ortaya çıkması için bir deneme ortamı özelliği taşımakta ve bu alanda değişen eğilimleri doğrudan yansıtırken katılımcı ülkelerin kültürel seviyelerini de gözler önüne sermektedirler.

Tarihsel süreç içerisinde ekonomik, siyasal, sosyal, kültürel ve teknolojik parametrelerde yaşanan kırılmaların Dünya Fuarlarında ülkeleri temsil eden ulusal pavyonların mimari tasarımı üzerinde önemli etkileri olduğu ve bu yapıların kendilerini ortaya çıkaran koşulları net bir şekilde ifade ettikleri görülmektedir.

Dünya mimarlık literatüründe Dünya Fuarları birçok farklı açıdan incelenmiştir. 19. yüzyılın ortasından itibaren düzenlenmekte olan bu organizasyonları emperyalizm, küreselleşme, tüketim toplumu, politika ve ideloji, kültürel tanıtım gibi konular kapsamında irdeleyen çok sayıda çalışma yapılmıştır. Ancak fuarlarda ülkeleri temsil eden ulusal pavyonların mimari tasarım özelliklerinin ülkelere veya

dönemlere göre nasıl değiştiğini bütünsel olarak inceleyen bir çalışma bulunmamaktadır. Bu açıdan literatür araştırmasında karşılaşılan temel zorluk, özellikle 20. yüzyıl Dünya Fuarlarını yukarıda belirtilen çerçevede değerlendiren çok sayıda kaynak olmasına rağmen ulusal pavyonların mimarisine odaklanan ayrıntılı çalışmaların olmamasıdır.

19. ve 20. yüzyıl fuarlarının incelendiği önemli kaynaklardan Erik Mattie imzalı "World's Fairs" isimli çalışma; 1851-2000 yılları arasındaki 30 adet fuarın genel özellikleri, mimarlık, tasarım, teknoloji ve endüstri alanındaki yenilikleri hakkında bilgi vermektedir [1]. Paola Antonelli ve Udo Kultermann imzalı "Exit to Tomorrow: History of the Future World's Fair Architecture " isimli çalışma; eski fotoğraflar ve kartpostallarla mimari özelliklerinden daha çok 1933-2005 yılları arasındaki fuarların arka planını ve dönemsel etkilerini açıklamaktadır [3]. John Findling imzalı "Historical Dictionary of World's Fairs and Expositions 1851-1988" isimli çalışma; fuarların düzenlendiği sosyal ve kültürel çevreyi tanımlamakta ve önemli özelliklerini vurgulamaktadır [6]. Robert Rydell imzalı "World of Fairs: The Century of Progress Expositions" isimli çalışma ise; kapitalizmin doğuşunu ve gelişimini Dünya Fuarları üzerinden incelemektedir [105]. Bu kaynaklar, tezin inceleme konusu olan ulusal pavyonların mimari tasarımına odaklanmayan, görsel arşivleri zengin, genel değerlendirmeler niteliğindedir.

Tanınmış/yıldız mimarlar tarafından tasarlanmış veya taşıdıkları özelliklerle mimarlık literatüründe yer almış ulusal pavyonlarla ilgili farklı kaynaklar üzerinden detaylı bilgiye ulaşmak mümkünken, özellikle 20. yüzyılın erken dönem fuarlarında mimar bilgisi veya mimari çizimlerine ulaşamayan ulusal pavyonlar da oldukça fazladır. Bunların değerlendirilmesinde resmi fuar rehberlerindeki tanıtımlar ve dijital kaynaklardan ulaşılabilen fotoğraflardan yararlanılmıştır.

Öte yandan fuarlara ait çok sayıda broşür vb. görsel doküman bulunsa da; yine bunların bir araya getirilmesine dönük az sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Ulusal pavyonlara ilişkin verilerin oldukça az sayıda ve dağınık olmasının yarattığı eksikliğin giderilmesi için dönemin ulaşılabilen süreli yayınları, resmi fuar rehberleri ve dijital kaynaklar kullanılarak elde edilen veriler tezde görsel malzeme olarak bir araya getirilmiştir.

Daha yakın dönem olan 2000 yılı ve sonrasındaki fuarlar içinse süreli yayınlar ve dijital kaynaklara ek olarak, ulusal pavyonların mimari tasarımına daha fazla odaklanan basılı kaynaklar mevcuttur. Bunlardan tez kapsamında kullanılanlar; M. Flamme-Jaspers imzalı “Architecture EXPO 2000 Hannover” [7], S. Wang imzalı “Beyond Design: 2010 Shanghai Expo Architecture and Space Design” [8] ve M. Moscatelli imzalı “Archibook Expo 2015” [9] olmuştur.

Yapılan araştırmalarda, ulusal pavyonların incelendiği yabancı kaynaklarda Türkiye Pavyonları’na genellikle yer verilmediği görülmektedir. Aynı şekilde Türkiye literatüründe de fuarların düzenlendiği dönemlerde mimarlık medyasındaki yazılar ve basında yer alan haberler dışında ülkenin fuar katılım sürecinin bütün olarak irdelendiği basılı bir çalışma bulunmamaktadır. Bu konudaki en kapsamlı çalışma olan Zeynep Çelik’in “Şarkın Sergilenişi: 19. Yüzyıl Dünya Fuarlarında İslam Mimarisi” kitabında ise Osmanlı dönemindeki ulusal pavyonlara odaklanılmaktadır [11].

Konuya ilişkin lisansüstü çalışmalar incelendiğinde; Sıla Durhan’ın (2002) yüksek lisans çalışması olan “Türkiye Cumhuriyeti’nin Uluslararası Dünya Fuarlarına Katılımı (1930-2000)”; mimarlar ile yapılan kişisel görüşmeleri, dönemin mimarlık çevrelerindeki ve basındaki yansımalarını da içeren, ülkenin 2000 yılına kadarki fuar katılımlarının bazı İhtisas Fuarları da dahil edilerek bir arada incelendiği ilk çalışmadır [106]. Didem Akyol Altun’un (2003) yüksek lisans çalışması olan “Dünya Fuarlarının Mimari Değerlendirilmesi: Türk Pavyonları” ise Osmanlı Dönemi ve İhtisas Fuarları dahil ülkenin 1851-2000 yılları arasındaki fuar katılımlarını kapsayan bir incelemedir [107]. Her iki çalışmada da fuarların genel bir çerçevesi çizildikten sonra önemli yabancı pavyonlara sadece değinilerek Türkiye’yi temsil eden pavyonlar tanıtılmıştır.

Ulusal pavyonların öncelikle hangi etkenlerle ve nasıl biçimlendiğini saptamayı hedefleyen bu tezde ise, en geniş kapsamlı fuar organizasyonu olan “World Expo” kategorisindeki Dünya Fuarları arasından Türkiye’nin katıldıklarında; yabancı ulusal pavyonların mimarisini biçimlendiren temel yaklaşımlar belirlenmekte, çalışma bu yaklaşımlar ekseninde Türk Pavyonlarının tasarım dinamiklerinin tüm detaylarıyla araştırılması ve değerlendirilmesi üzerinden ilerlemektedir.

1.2 Tezin Amacı

Yaşanan siyasal, toplumsal, sosyal ve ekonomik olayların Dünya Fuarları kapsamında inşa edilen ve ülkelerin dünyaya kendini nasıl göstermek istediğini ifade eden ulusal pavyonların hem yapısal hem de düşünsel boyutta geçirdikleri değişim üzerinde etkisi olduğu açıktır. Bir anlamda mimarlığın gelişim serüvenini anlatan ulusal pavyonların aynı zamanda ülkelerin mimari alandaki dönüşümlerini gösterme potansiyeli de vardır.

Çalışmanın temel amacı Türkiye Cumhuriyeti'nin Dünya Fuarlarındaki mimari temsilini incelemek ve tarihsel süreçte değişen mimari anlayışlar çerçevesinde ülkeyi uluslararası ortamda konumlandırmaktır. Bu kapsamda diğer ülkelerin ulusal pavyonlarını biçimlendiren tasarım yaklaşımları belirlendikten sonra, Türkiye'nin konjonktür içindeki yerinin gösterilmesi hedeflenmektedir.

Tez çalışmasının başlıca özgün tarafı, Dünya Fuarları'nda ülkeleri temsil eden ulusal pavyonların mimari tasarım yaklaşımlarını diğer kaynaklarda rastlanılmamış bir katkı içerisinde irdelemiş olmasıdır. Yaklaşımların belirlenmesi ve Türk Pavyonlarının aynı çerçeve içerisinde değerlendirilerek ülkenin fuar katılım süreçlerindeki tıkanma ve çelişkilerin saptanması çalışmanın özgün niteliğidir. Böylece uluslararası fuarlarda mimari temsil açısından Türkiye ve Dünya mimarlık ortamı arasındaki farklılıkların ortaya konması hedeflenmiştir. Çalışma ayrıca mimarlık literatüründe Osmanlı Dönemi'ne göre daha az sayıda kaynak bulunan, Türkiye'nin Dünya Fuarlarına Cumhuriyet Dönemi katılımları konusuna bilimsel bir araştırma olarak katkıda bulunma amacı da taşımaktadır.

1.2.1 Yöntem

Çalışmanın yürütülmesinde izlenen yöntem, kapsamlı bir literatür ve arşiv araştırması ile elde edilen verilerin ayıklanması, çözümlenmesi ve yorumlanmasıdır. Araştırma metodu, Dünya Fuarlarının arka planının incelenmesi ve yabancı ulusal pavyonların mimari tasarımını biçimlendiren bakış açılarının saptanması ile oluşturulan kavramsal çerçeve içerisinde Türkiye'nin fuar katılımlarının tüm yönleriyle değerlendirilmesidir. Bu doğrultuda çalışma; öncelikle Türkiye'nin katılmış olduğu Dünya Fuarlarında yer alan yabancı ulusal

pavyonların incelenmesi, ardından inceleme paralelinde bu yapıların mimari tasarımını biçimlendiren yaklaşımların ortaya konularak tanımlanması ve dünyadaki güncel tartışmalarla ilişkilendirilmesi, son olarak da Türkiye Ulusal Pavyonlarının aynı tasarım yaklaşımları çerçevesinde değerlendirilmesi şeklinde üç ana bölüm halinde kurgulanmıştır.

1.2.2 Kapsam

İnceleme Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan günümüze kadar katıldığı tüm Dünya Fuarlarını (World Expo) kapsamaktadır. Bunlar; 1939-40 New York, 1958 Brüksel, 1970 Osaka, 1992 Sevilla, 2000 Hannover, 2010 Şangay ve 2015 Milano fuarlarıdır. Türkiye'nin aynı süreçte katılmış olduğu, yine birer Expo organizasyonu olan ancak 'ihtisas fuarı' sınıfına giren daha küçük çaplı fuarlar ise inceleme kapsamına alınmamıştır.

İnceleme alanı olarak, belirlenen dönem içerisinde Dünya Fuarlarına katılım açısından süreklilik gösteren ve ulusal pavyonları literatür içinde izlenebilen toplam 15 ülke seçilmiştir. Bunlar, dünyadaki farklı güç kutuplarını ve kültürleri temsil eden ABD, SSCB/Rusya, Japonya, Çin ve Kanada ile Avrupa ülkelerinden İngiltere, Fransa, Hollanda, Almanya, İtalya, İsviçre, İspanya, İrlanda, Finlandiya ve Norveç'tir. Ayrıca çalışma kapsamındaki fuarlarda, belirtilen ülkeler dışında mimarlık literatürü açısından önemli başka ulusal pavyonlar varsa bunlara da gereken yerlerde değinilmiştir.

1.3 Hipotez

Dünya Fuarlarında ülkeleri temsil eden ulusal pavyonların, ait oldukları dönemlerin sorunsalları ve tasarım yaklaşımlarının belirlenmesi için önemli veriler oldukları düşünülmektedir. Bu bağlamda, 1939 ve 2015 yılları arasında düzenlenmiş Dünya Fuarlarında yer alan ulusal pavyonlar üzerinden dönemlerini karakterize eden kavramsal çerçeveyi belirlemek mümkündür. Çalışmanın asıl sorunsalı olan Türkiye Ulusal Pavyonları bu kavramsal çerçeve içerisinde değerlendirildiğinde, ülkenin Dünya Fuarlarına katılım süreçlerinde oluşan tıkanmalar ve uluslararası ortamdaki mimari temsilde yaşanan sorunlar net bir şekilde ortaya konabilecektir.

2.1 Dünya Fuarı (World Expo) Kavramı

Dünya Fuarı olarak bilinen ve 19. yüzyılın ortalarından beri düzenlenen organizasyonları ifade etmek için kullanılan, exposition (sergi) kelimesinin kısaltılmışı olan Expo kavramı genel anlamda bir ticari fuar organizasyonu olarak düşünülebilir. Ancak günümüzde ticaret fuarlarından daha farklı anlamlar içeren Expo'lar; belirli aralıklarla ve uzun süreli olarak düzenlenen, ticari kaygı taşımayan temaları ile geleceğe yönelik ideolojik mesajlar veren, dünya gündemini yönlendiren, yeni arayışların, bakış açılarının sergilendiği, ülkelerin ve kentlerin kendilerini uluslararası platforma taşıdıkları organizasyonlar olarak tanımlanmaktadır.

Expo'lar, ülkelerin ve insanlığın o yıl içinde bulunduğu kültürel, teknolojik durumu sergileme, gelecek için yol haritaları belirleme, ütopyalar ve hayaller ortaya koyma amaçlarını taşımaktadır. Bu organizasyonlar zaman içerisinde, ülkelerin sahip oldukları ve ulaştıkları düzeyi sergilemek için yarıştıkları birer platform haline gelmişlerdir. Expo süreçlerini, 1928 yılında kurulan BIE (Bureau International des Expositions / Uluslararası Sergiler Bürosu) organize etmektedir. BIE'nin 1994 tarihli genel kurul kararına göre; "Her fuarın, modern toplum beklentilerine hitap eden modern bir konusu olmalıdır. Bu konu, seçilen alandaki ekonomik, teknik, bilimsel gelişmeleri uygun bir şekilde sunmalıdır. Bunu yaparken, sosyal hedeflerle doğanın korunması arasındaki ikilemin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. (...) Expo'lar, doğaya ve çevreye saygı duyarak, insanlığa en büyük önemi vereceğini garanti etmelidir." Expo protokolünün 1. maddesinde ise; öncelikli amacın, halkın eğitilmesi olduğunun altı çizilmiştir. Expo kültüründe temel hedef, tüm insanlara, yeniliğin bir parçası olduğunu hissettirmek ve taşıdığı potansiyeli göstermektir [102].

İlk dönemlerde hepsi 'Dünya Fuarı' ya da 'Expo' olarak adlandırılan bu fuar organizasyonları BIE'nin kurulmasından sonra özelliklerine göre; Dünya Expo'ları (World Expos), Uzmanlaşmış Expo'lar (Specialised Expos), Bahçecilik Expo'ları (Horticultural Expos) ve Milano Trienali olarak 4 başlık altında gruplandırılmıştır.

Bu çalışmanın kapsamını oluşturan birinci kategorideki Dünya Expo'ları; "registered / kayıtlı" olarak tanımlanan, bir alan sınırlaması olmayan, en az alt ay süren, temalarla kavramsal çerçevesi çizilen, genel hedeflere yönelik fuarları kapsamaktadır ve 1995 yılından itibaren her beş yılda bir düzenlenmektedir. Diğer kategorilerdeki fuarlar ise "recognised / tanınan" olarak tanımlanan, daha kısa süreli, uzmanlaşmış, doğrudan ekonomik amaçlara yönelik fuarları kapsamaktadır ve Dünya Expo'larının gerçekleştirildiği yıllar arasındaki dönemlerde ve 25 hektardan daha küçük alanlarda düzenlenmektedir. Küçük ve uzmanlaşmış sergilerdeki ticari hedeflere karşın, Dünya Expo'larında insanlığın bütününe yönelik eğitsel ve sosyal hedefler ön plandadır.

Dünya Expo'ları; ilgi çekici aktivitelerle evrensel bir tema içinde dönemin acil problemlerine çözüm bulmaya adanmış, ulusları küresel ölçekte bir araya getiren etkinliklerdir. On milyonlarca ziyaretçi ağırlayan bu fuarlar, ülkelerin sıra dışı pavyonlar inşa etmelerine ve ev sahibi şehri geleceğe yönelik olarak dönüştürmelerine izin vermektedir.

Hükümetler tarafından organize edilen Expo'lar, halkı eğitmeye, yenilikleri paylaşmaya, ilerlemeyi ve işbirliğini teşvik etmeye hizmet ederler. Düzenlendikleri ilk dönemden itibaren, insanoğluna ilham veren birer vitrin olarak diğer uluslararası etkinlikler arasında ölçek, süre ve ziyaretçi sayılarıyla rakipsizdirler.

Modern çağda Expo'lar, mevcut kaynakları kullanarak küresel zorluklarla mücadele etmek üzere hükümetler ve sivil toplum kuruluşlarının eylemlerini birleştirmelerine imkan veren eğitim ve gelişim platformları haline gelmiştir. Tüm insanlık için daha iyi bir yaşam kalitesinin peşinde koşmak, fuarların eğitim misyonunun odağını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda günümüz fuarlarında, malzemeler ve ürünlerden ziyade problemlere yönelik çözümler ve farklı alanlardaki başarılı uygulamalara dayalı yenilikler sergilenmektedir.

Expo'lar, dünyayı insanlıkla ilgili temel bir soruna çözüm bulmak için ortak bir platformda bir araya getirir. Bu sorun, katılımcıların ne sergileyeceği ve hangi entelektüel ya da kültürel etkinliklerin düzenleneceği konularında adeta bir sıçrama tahtası görevi gören Expo teması aracılığıyla ele alınmaktadır. Eğitim ve iletişim ruhu ile Expo'nun temasına dayanan ortak endişeler, katılımcıları fikir alışverişinde bulunmaya ve konuya yönelik en iyi uygulamaları paylaşmaya, çözüm üretmeye ve yeni işbirliği biçimleri geliştirmeye teşvik etmektedir. Genellikle bir politik doküman veya manifesto şeklinde ortaya çıkan Expo'nun entelektüel mirası ise, bu fuarların kamu diplomasisindeki rolünü gösteren, etkinlik sırasında sunulan ve paylaşılan diyalog, eylem ve inovasyonun bir sonucudur.

Çok çeşitli görsel ve duyuşsal deneyimleri birleştiren Expo'lar, katılımcılara ve ziyaretçilere aynı anda unutulmaz tecrübeler sunan geçici bir mikro kozmostur. Expo alanının yenilikçi mimarisi, pavyonlar içindeki etkileşimli sergiler, cıgır açan teknoloji ve kültürel program, fuarları ziyaretçiler için eğlenceli ve ilgi çekici bir deneyim haline getirmektedir. Eğitim amacı ise, dünya çapında insanlığın karşılaştığı zorluklara dair farkındalığı arttırarak yeni davranış biçimleri oluşturmaktadır. Belirli bir zaman dilimi içerisinde dünyanın anlık görüntüsünü dondurarak sunan Expo'lar, toplumların konular arasındaki ilişkileri de kavramalarını sağlayarak kültürel buluşmaları teşvik etmektedir.

Expo'lar, kamu diplomasisini teşvik etmek ve küresel ilişkilerdeki anlayışı geliştirmek için de ender görülen bir fırsattır. Ülkeler, ulusal pavyonlarında, teknolojik yeniliklerini ve ulusal kültürlerini sergilerken olumlu ve ayırt edici bir ulusal kimlik oluşturmak için çabalar. Expo'lar, bir ülkenin imajını ve itibarını şekillendirmeye ve geliştirmeye yardımcı olarak, ev sahibi ülke ve uluslararası katılımcıların farkındalığını arttırmada dönüştürücü bir güce sahiptir. Bu ortam, kültürel diplomasiyi kullanmak ve ev sahibi ülke, diğer katılımcılar, turistler, ticaret ortakları ve yatırımcılar ile etkileşimde bulunmak için oldukça uygundur.

Bir Expo'ya ev sahipliği yapmaktan kaynaklanan ekonomik ve kültürel gelişme, fuar alanı ve çevresinde gerçekleşecek kentsel dönüşüm için de önemli bir ivmedir. Expo projeleri, şehirlerin dönüşümünü hızlandırmak için bir katalizör görevi gören ve hem somut (mimari, kentsel planlama) hem de soyut araçlarla (kültür, eğitim)

toplum üzerinde uzun vadeli bir etkiye sahip olan kentsel gelişim planlarının önemli bir parçasıdır [103].

2.2 Dünya Fuarlarının Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Dünya Fuarı fikri ilk olarak 1851 yılında İngiltere’de ortaya çıkmıştır. Londra’da düzenlenen ilk fuarın hedefi, tüm ülkeleri bir çatı altında toplamaktır. Fuar, Kristal Saray olarak adlandırılan ve boyutları açısından dönemi için oldukça etkileyici olan demir, çelik ve camdan oluşan bir yapı içerisinde gerçekleştirilmiştir. 1867 yılına gelindiğinde, organizasyona artan ilgi sonucu Paris’te düzenlenen fuarın tek bir binaya sığdırılması mümkün olmamış ve bu tarihten itibaren, ülkeler kendi bağımsız ulusal pavyonlarını inşa etmeye başlamıştır.

1876’da Philadelphia’da Amerika’nın ekonomik gücünü ortaya koyduğu fuar, 1889’da Paris’te Fransız İhtilali’nin 100. yılında Eyfel Kulesi’nin simgeleştirildiği fuar ve 1900’de yine Paris’te geleceğe dair bir söylem vermediği konusunda eleştiriler alan fuar erken dönem Dünya Fuarları arasında en çok öne çıkanlardır.

Daha sonra 1939’da New York’ta ilk defa geleceğe ilişkin bir açılım sergilenmiş, 1958’de Brüksel’de ise, atomun insanlık için daha yararlı kullanımına dair bir tema seçilmiştir. 1967’de Montreal’de Habitat konulu bir çalışma sunan fuardan sonra, 1970’te Osaka’da Japonya’nın kendini vitrine çıkardığı fuarla süreç devam etmiştir.

1970’lere kadar bir ticaret ve güç gösterisi olarak devam eden organizasyon, bu tarihten itibaren ortak bir Expo kültürü oluşturarak tüm insanlığı ilgilendiren doğa, doğa kaynakları, enerji ve çevre temalarına odaklanmayı amaçlamaktadır.

Sanayileşmeyle birlikte gelen teknolojik ilerlemelerden, çevre sorunları ve sürdürülebilir kalkınmaya ilişkin problemlere kadar farklı temaların ele alındığı ancak her dönemde çağın ruhunu yansıtan etkinlikler olan Dünya Fuarları’nın karakterinin tarihsel süreç içerisinde sürekli değişim halinde olduğu görülmektedir. Bu değişim genel olarak üç dönem içerisinde değerlendirilebilir.

2.2.1 Endüstrileşme ve Kültürel Değişim (1851 ve 1939 Arası)

1851’den 20. yüzyılın ortasına kadar olan Expo’lar, Sanayi Devrimi ve dönemin sömürgecilik tutkusundan büyük ölçüde etkilenmiştir. Teknolojik yeniliğe dayalı

maddi ilerleme sergilerin odağını oluştururken; gelişmiş ülkelerin egzotik kolonilerini dünyaya tanıttıkları sömürge pavyonları etnografik özellikleriyle fuarların ilgi çekici yerleri olmuştur. Bu "ilerleme çağı" esnasında Walter Benjamin'in ifadesiyle Dünya Fuarları, "mal fetişinin hac bölgeleri" ve kültürel değişimin en önemli mecralardır. Ancak Dünya Savaşları, teknolojinin tartışmasız bir ilerleme kaynağı olduğu fikrini değiştirerek; aynı zamanda yıkıcı olabileceğini, kullanımının sosyal ve politik sorumluluk altına alınması gerektiğini göstermiştir.

2.2.2 Temaların Öne Çıkması ve Uluslararası Diyalog (1939 ve 1992 Arası)

'Yarının Dünyasını İnşa Etmek' temalı 1939-40 New York Fuarı'ndan itibaren Expo'ların karakteri değişmeye başlamıştır. Endüstriyel ve teknolojik başarılar sunulmaya devam edilse de bu tarihten sonra fuarlar kültürel önem taşıyan temalar çerçevesinde insanlığın sorunlarına odaklanan bir niteliğe bürünmüştür.

II. Dünya Savaşı'ndan sonra, maddi ilerlemenin yarattığı problemlerin fark edilmesi insani ilerlemenin ve uluslararası diyalogun da teşvik edilmeye başlanmasına yol açmıştır. Teknoloji hala Expo'ların merkezinde olsa da, artık kendi başına bir amaç değil, insani gelişim aracıdır. Örnek olarak Expo 1958 Brüksel "İlerleme ve İnsanoğluna", Expo 1962 Seattle "Uzay Çağı'ndaki İnsana" ve Expo 1967 Montreal "İnsan ve Dünyasına" adanmıştır. Expo'lar, barışçıl bir tartışma platformu oluşturarak küresel diyaloga katkıda bulunmayı ve işbirliğini ilerletmeyi sağlamaktadır. Soğuk Savaş sırasında ise, Expo 1967 Montreal ve Expo 1970 Osaka bir anlamda ülkeler arasında barışın sağlanmasına yardımcı olmuştur. Diğer yandan dekolonizasyonun ilerlemesi, yeni ülkelerin ortaya çıkmasına neden olmuş böylece katılımcı ülke sayısı her yıl artarak; Brüksel'de 39, Montreal'de 62, Osaka'da 78, Sevilla'da 108, Hannover'de 174, Şangay'da 246'yı bulmuştur. Expo'lar giderek, eşitlik ve tüm kültürlerle saygı temelinde kültürel çeşitlilik için bir vitrin haline gelmiştir.

2.2.3 Ulusların Markalaşması ve Sürdürülebilirlik (1992 ve 2015 Arası)

Expo'lardaki vurgunun yaklaşık son 30 yıldır yeniden şekillendiği görülmektedir. Düzenlendikleri yıllar boyunca Expo'lar hep ulusal değerlerin ya da gelişmelerin ön plana çıkarıldığı platformlar olsalar da son yıllarda katılımcı devletler,

pavyonlarını ülke imajlarını iyileştirmek amacıyla daha etkin biçimde kullanır hale gelmiştir. Günümüzde Expo'lar, ülkelerin kendi ulusal kimliklerine karşılık gelen imajı ulusal pavyonları aracılığıyla geliştirmeye çalıştıkları bir platform halini almıştır [92].

Diğer yandan Expo'lar 1992 yılından bu yana, sürdürülebilir kalkınmanın önemi konusunda farkındalık yaratma ve çağımızın çevre sorunlarını çözme konusunda önemli roller üstlenmektedir. Örnek olarak Expo 2000 Hannover sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmiş, Expo 2010 Şangay ise nüfusun yarısının şehirlerde yaşadığı bir dünyada sürdürülebilir kentsel gelişim için çözümler sunan bir dönüm noktası olmuştur. Tartışma ve işbirliği için eşsiz bir alan sağlayan Expo'lar; çevre, enerji, sağlık, eğitim gibi sürdürülebilir ve insani gelişme ile ilgili tüm alanlarda etkin bir ilerleme aracı olmayı hedeflemektedir [104].

1851'den başlayarak günümüze kadar düzenlenmiş olan ve BIE tarafından 'World Expo' kategorisinde tanımlanan tüm Dünya Fuarları Tablo 2.1'de görülmektedir. Bu tezin inceleme konusu olan, Türkiye Cumhuriyeti'nin katılmış olduğu Dünya Fuarları da aynı tabloda gri renk ile belirtilmiştir.

2.3 Dünya Fuarlarında Yer Alan Yapılar

Expo'lar incelendiğinde fuar alanlarında temel olarak beş yapı tipi inşa edildiği görülmektedir.

1. Birinci tür yapılar ev sahibi ülke tarafından inşa edilen ana sergi salonlarıdır. Genellikle kalıcı olarak inşa edilen ana sergi salonları aynı kentte düzenlenen farklı Expo'larda tekrar kullanılabilirler gibi, Expo sonrasında küçük ihtisas sergilerine de ev sahipliği yapmaktadırlar. Ana salonlar sergi temaları çerçevesinde birçok yapıdan oluşabilir. Örneğin 1958 Brüksel Fuarı'nda güzel sanatlar, elektrik, gaz, alüminyum, tarım gibi başlıklar altındaki sergiler, kendilerine ait salonlarda yer almışlardır.
2. Bu çalışmanın kapsamını oluşturan ikinci tür yapılar ülkeleri temsil eden ve genellikle geçici karakterde inşa edilen ulusal pavyonlardır. Ulusal pavyonların hangi karakterde olacağına fuar organizasyon komitesi tarafından fuar öncesinde karar verilir. Özellikle kısıtlı bütçelerle fuara

katılan ülkeler, ev sahibi ülke tarafından inşa edilen büyük sergi salonları içinde ayrılmış sınırlı mekânlarda temsil edilebilirler. Ancak ülkeler kendilerini çoğunlukla bağımsız yapılar aracılığıyla göstermeyi tercih ederler. 1958 Brüksel'deki Amerikan ve Sovyet Pavyonları gibi bazen birçok tematik yapıdan bile daha büyük olabilen bu pavyonlar, çoğu zaman ait oldukları ülkede tasarlanır, üretilir ve fuara taşınırlar. Çoğunlukla prefabrik yapım sistemleri ile inşa edilmeleri ve fuar bitiminde sökülmeleri istenen pavyonlar bazen ülkelere geri gönderilmekte, bazen farklı kullanımlar için satılabilmektedirler. Bazı durumlarda ise fuar alanının yeniden kullanım kararlarına bağlı olarak, kalıcı nitelikte inşa edilen büyük ulusal pavyonların işlev değişikliği ile yerlerinde bırakıldığı örnekler de vardır.

3. Ulusal pavyonların yanında 'ulus altı' ve 'ulus üstü' siyasi ve ekonomik birimlere ait pavyonlar özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonraki Expo'larda sıklıkla yer almaktadır. Üçüncü türü oluşturan bu sınıftaki ulus altı pavyonlar için sömürgelere ait olanların yanı sıra, merkezi devlet yapısına sahip olmayan ülkelerdeki yerel idari birimlere ait olanlar; örneğin 1939 fuarında Amerikan eyaletlerinin ya da 1992 fuarında İspanya'nın otonom bölgelerinin pavyonları örnek gösterilebilir. Ulus üstü temsiliyet örnekleri olarak ise sayıları giderek artan uluslararası işbirliği organizasyonları sayılabilir. 1958 Brüksel'deki Birleşmiş Milletler, Avrupa Ekonomik İşbirliği Örgütü Pavyonları ile 1992 Sevilla'da yer alan Dünya Tarım Örgütü, Olimpiyat Komitesi ve Avrupa Birliği Pavyonları bu türe örnektir.
4. Dördüncü tür yapılar değişik dini ve sosyal aidiyetlere yönelik, ya da sosyal temalara ilişkin olarak inşa edilmişlerdir. 1939 New York Yahudi-Hristiyan Tapınağı, 1958 Brüksel Katolik ve Protestan Kiliseleri, 2000 Hannover'deki 'Christ Pavillion', dini toplulukların; 1958 Brüksel'de yer alan Rotary derneğine ait pavyon ise bir sivil toplum örgütünün temsili yapısıdır.
5. Beşinci tür yapılar olan firma pavyonları ise, 20. yüzyılda giderek artan biçimde Expo'ların önemli bir bileşeni olmuştur. Örneğin 1939 New York Fuarı'nda General Motors, Ford, Westinghouse, Kodak, Lucky Strike gibi ticari firmaların pavyonları ulusal pavyonlardan çok daha büyük bir alan işgal etmişlerdir [102].

Tablo 2.1 “World Expo” Kategorisindeki Dünya Fuarları (1851-2015)

2.1	DÜNYA FUARLARI (WORLD EXPO)						
Tarih	Expo Adı	Ülke	Şehir	Tema	Ziyaretçi Sayısı (milyon)	Fuar Alanı (ha)	Ülke Sayısı
04/1851 – 10/1851	The Great Exhibition	İngiltere ve İrlanda	Londra	Bütün Milletlerin Endüstrisi	6.00	10	25
05/1855 – 11/1855	Exposition Universelle / Paris International	Fransa	Paris	Tarım, Endüstri ve Sanat	5.00	15	25
05/1862 – 11/1862	International Exhibition	İngiltere ve İrlanda	Londra	Endüstri ve Sanat	6.00	15	39
04/1867 – 11/1867	Exposition Universelle / Paris	Fransa	Paris	Tarım, Endüstri ve Sanat	15.00	69	42
05/1873 – 10/1873	Weltausstellung 1873 Wien/Austrian	Avusturya-Macaristan	Viyana	Kültür ve Eğitim	7,25	233	35
05/1876 – 11/1876	Centennial Exposition	ABD	Philadelph.	Sanat, Toprak ve Madenin Üretimi	10.00	115	35
05/1878 – 11/1878	Exposition Universelle / Paris International	Fransa	Paris	Yeni Teknolojiler	16.00	75	36
10/1880 – 04/1881	Melbourne International	Viktorya	Melbourne	Sanat, Üretim, Tarım ve Sanayi Ürünleri	1,3	25	33
04/1888 – 12/1888	Exposición Universal de Barcelona (1888)	İspanya	Barselona	Güzel ve Endüstriyel Sanatlar	2,3	47	30
05/1889 – 10/1889	Exposition Universelle / Paris	Fransa	Paris	Fransız Devrimi	32.00	96	35
05/1893 – 10/1893	World's Columbian Exposition	ABD	Şikago	Amerika'nın Keşfi	27.50	279	19
05/1897 – 11/1897	Brussels International Exposition	Belçika	Brüksel	Modern Yaşam	7,8	132	27
04/1900 – 11/1900	Paris International	Fransa	Paris	19. yüzyıl: genel bakış	50.80	120	58
04/1904 – 12/1904	Louisiana Purchase	ABD	St. Louis	Louisiana Satın Alma	19.69	515	63
04/1905 – 11/1905	Liège International (1905)	Belçika	Liège	Bağımsızlığın 75. yıldönümü	7.00	70	31
04/1906 – 11/1906	Milan International	İtalya	Milano	Ulaşım	10.00	100	25
04/1910 – 11/1910	Brussels International Exhibition	Belçika	Brüksel	Sanat ve Bilim, Tarım ve Sanayi Ürünleri	13.00	90	26
04/1913 – 11/1913	Exposition universelle et internationale / Ghent	Belçika	Ghent	Barış, Endüstri ve Sanat	9,5	130	24
02/1915 – 12/1915	Panama-Pacific International	ABD	San Francisco	Panama Kanalı'nın Açılışı	19.00	254	32
05/1929 – 01/1930	Barcelona International Exposition	İspanya	Barselona	Sanat, Endüstri ve Spor	5,8	118	29
05/1933 – 10/1934	Century of Progress	ABD	Chicago	Endüstri ve bilimsel araştırma	38,8	170	19
04/1935 – 11/1935	Brussels International Exposition	Belçika	Brüksel	Ulaştırma	20.00	152	30
05/1937 – 11/1937	Exposition Internationale des Arts	Fransa	Paris	Modern yaşamda sanat ve teknoloji	31.00	105	44
04/1939 – 10/1940	New York World's Fair	ABD	New York	Yarının Dünyasını İnşa Etmek	45.00	500	54
07/1958 – 09/1958	Brussels World's Fair	Belçika	Brüksel	Dünya Görüşü: Yeni Bir Hümanizm	41.00	200	39
04/1962 – 10/1962	Century 21 Exposition	ABD	Seattle	Uzay Çağında İnsan	9,6	30	24
04/1967 – 10/1967	Expo '67	Kanada	Montreal	İnsan ve Dünyası	50.30	365	62
03/1970 – 09/1970	Expo '70	Japonya	Osaka	İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum	64.2	330	78
04/1992 – 10/1992	Expo '92	İspanya	Sevilla	Keşifler Çağı	41.80	215	108
06/2000 – 10/2000	Expo 2000	Almanya	Hanover	İnsan, Doğa, Teknoloji	18,1	160	174
05/2010 – 10/2010	Expo 2010	Çin	Şangay	Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam	73.08	523	246
05/2015 – 10/2015	Expo 2015	İtalya	Milano	Gezegeni beslemek, Yaşam için enerji	21,5	110	145

Türkiye'nin Katıldığı Dünya Fuarları ve Yabancı Ulusal Pavyonların Kronolojik Olarak İncelenmesi

3.1 1939-40 New York Dünya Fuarı

Tarih: 30.04.1939 - 31.10.1939 & 11.05.1940 - 27.10.1940

Tema: "Building the World of Tomorrow" (Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek)

Alan: 500 (ha)

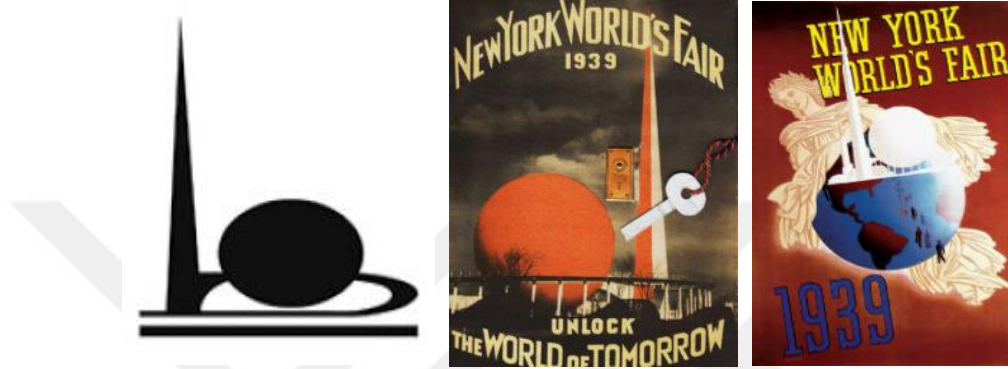
Ziyaretçi Sayısı: 45.000.000

Katılımcı Ülke Sayısı: 54

New York yakınlarında 1216 dönümlük Flushing Meadows-Corona Park isimli alanda kurulan 1939-40 New York Dünya Fuarı, 1904 St. Louis fuarından sonra o zamana kadar düzenlenmiş ikinci büyük Dünya Fuarı'dır. 'Yeni Bir Günün Şafağı' açılış sloganıyla, geleceğe yönelik düzenlenmiş ilk fuar olarak ziyaretçilere 'geleceğin dünyasını' tanıtan fuarın resmi broşüründeki ifadelerle göre: "Fuarın gözleri gelecektedir; bilinmeyene bakma, geleceğin olaylarını önceden söylemeye çalışma anlamında değil, geleceğe hazırlanırken bugünün yeni ve net bir görüntüsünü sunma anlamında (...) İşte dünyamızdaki materyaller, fikirler ve güçler. Bunlar, geleceğin dünyasını inşa edecek araçlar. Onları size ilginç bir şekilde sunmak için çok çaba harcandı." [12], [13].

Bülent Tanju'ya göre 1939 fuarını diğer dünya fuarlarından ayıran temasıdır. Fuar bütün dünyayı, özellikle Amerikalılar'ı doğrudan bir kurma/inşa etme eylemine çağırmaktadır. Bu yönüyle fuarın teması, insanların doğruluğuna ikna edileceği bir kavramdan ziyade bir slogandır. Geleceği kuracak olan üretim sistemi ve bu sistemin dayandığı bilimsel/teknolojik ilerleme fikri ise fuarı düzenleyenler için tartışmasızdır. New York Dünya Fuarı, birbirlerinden farklı ve çatışan modern siyasi yapıların, çatışmaların ötesinde, üzerinde uzlaştıkları bir kavramı ve bu

kavram ile ilişkilerini sergiledikleri bir 'dünya vitrini' olarak tanımlanabilir. Farklı tarihsel süreçlerin kesiştiği vitrini tanımlayan temanın ardındaki kavram 'fordizm'dir. 20. yüzyılın başından itibaren tüm üretim pratiklerine yayılan ve sanayileşmiş toplumlarda kabul gören Fordist Sistem 1939 yılında, ABD'de toplumsal yapının en belirleyici faktörüdür. 1920'lerin sonunda başlayan ve sürmekte olan ekonomik kriz içerisinde bu sistemin sürekliliği için yapılması gerekenler ise Amerikan hükümeti tarafından belirlenmiştir [14].

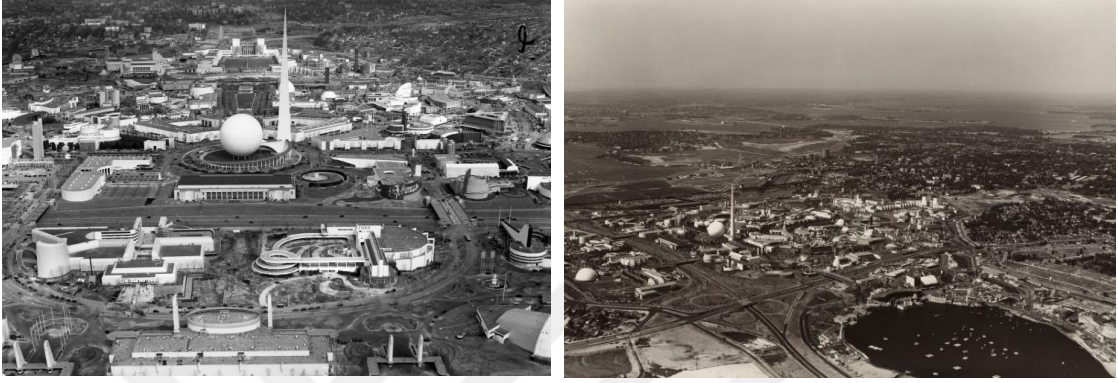


Şekil 3.1 1939-40 New York Dünya Fuarı Amblemi ve Fuar Afişleri

Başkan Franklin D. Roosevelt'in bu amaca yönelik 'New Deal' (Yeni Düzen) politikası, ekonomide düzelme sağlamayı amaçlayan bir programdır. 1935'te Amerika 'Büyük Buhran'ın zirvesinde iken, şehri ve ülkeyi ekonomik krizden kurtarmak için düzenlenmesine karar verilen fuar için 'New York Dünya Fuar Şirketi' kurulmuş, şirketi kuran komite dört yıl boyunca, fuar ve sergilerini planlayarak inşa etmiştir. Fuar yeri olarak Queens'te kül dökme alanı olarak kullanılan çöplük seçilmiş, temizlenen alanın fuar kapandıktan sonra kamuya devredilerek bir şehir parkına dönüştürülmesine karar verilmiştir. Fuar komitesi büyük ticari kuruluşların yönetim kurulu başkanları dışında politikacıları ve sivil toplum temsilcilerini de içermektedir. Örneğin komitenin yönetim kurulu başkanı 'New Deal' politikasını örgütleyen kurumun da başkanıdır [3].

Mimar Stephen F. Voorhees başkanlığında fuarın kavramsal tasarımını ve genel yerleşim planlamasını gerçekleştiren tasarım komitesi, fuarı yukarıda özetlenen ana fikirler doğrultusunda ideolojik bir gösteriye çevirmiştir. Fuarın genel tasarımı, 'modernizm' ve 'streamline' kavramları etrafında biçimlenmektedir. Ancak, fuarın tasarımında endüstri ürünleri tasarımı tarihinin dört büyük ismi;

Norman Bel Geddes, Raymond Loewy, Henry Dreyfuss ve Walter Dorwin Teague mimarlardan daha etkilidir. Bu tasarımcılar, Amerikan şirketlerini Bauhaus ve Art Deco estetik anlayışının ürünleri daha fazla sattırabileceğine ve rasyonalist tasarım yönteminin fordist üretim yöntemi ile olan uyumuna ikna etmiştir. Dört tasarımcı fuarı, tasarımlarında kullandıkları sade çizgilerin ve saf biçimlerin yaygınlaştırılması için bir fırsat olarak görmüştür.



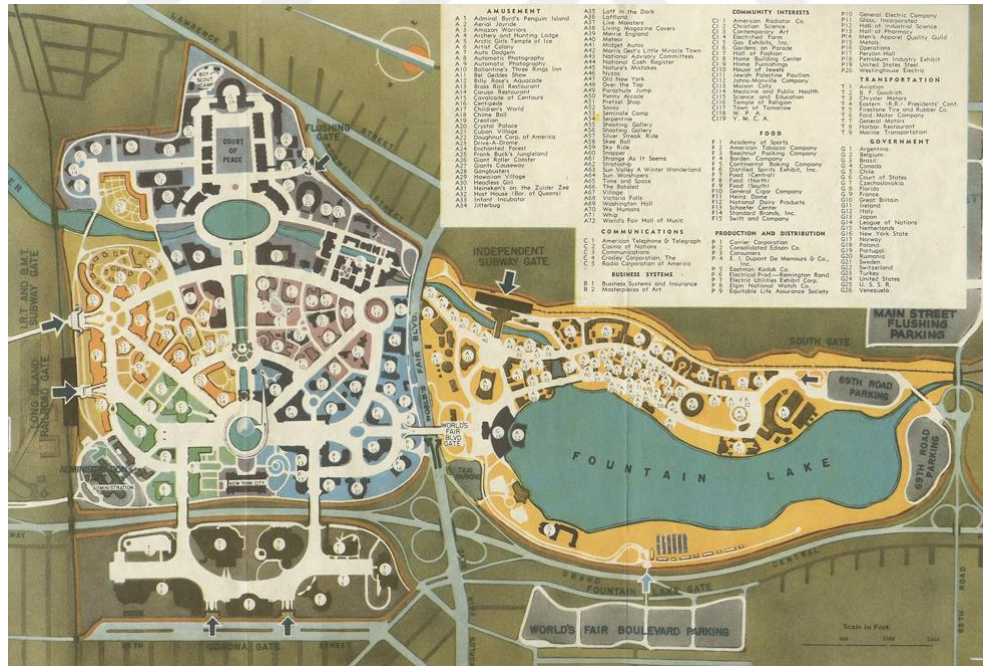
Şekil 3.2 1939-40 New York Dünya Fuarı Hava Fotoğrafları

Temanın belirlenmesi aşamasında başlangıçta, New Deal politikalarının konut projelerine ve yatırımlarına destek olmak üzere 1927 tarihli Weissenhofsiedlung benzeri bir konut sergisi düşünülmüştür. Ancak tasarımcılar, ekonomik reform ve yükselen totaliter tehlikelere karşı demokratik ilkelerin korunması gibi konuların temayı oluşturması gerektiğini savunmuşlardır. Sonuçta bir uzlaşma noktası bulunarak kavramsal bir temayı simgeleyen, içinde konut ve kentsel tasarım sergisi yer alan bir yapının fuarın tema merkezi olmasına karar verilmiştir [14].

Fuarın asıl amacı ekonomiyi yoluna koyarak ABD'nin ruh halini düzeltmek olsa da, kültürel ve tarihi bir çağrışım olması gerekliliği hissedilmiş; bu nedenle fuar açılış tarihi George Washington'un ilk ABD Başkanı olmasının 150. yıldönümüne denk getirilmiştir. Çeşitli teknolojik yeniliklerin fuara yansması ile bağlantılı olarak, başkan Roosevelt'in açılış konuşması sadece radyo üzerinden değil aynı zamanda New York'un farklı yerlerine dağıtılmış 200 adet televizyonda yayınlanmıştır. Ayrıca RCA, General Electric ve Westinghouse pavyonlarında da televizyon gösterileri yapılmış, televizyon çeşitli mağazalardan satın alınabilir hale gelmiştir. Böylece Amerikan halkı fuar aracılığıyla kitlesel tüketimin temel araçlarından biri olan televizyon ile tanışmıştır [3].

Albert Einstein'ın 'kozmetik ışınlar' konulu konuşması ile açılan fuar, standart tüketicinin oluşturulmasına yönelik her türlü fırsatı kullanmıştır. Didaktik sergiler, ütöpic gelececek tasarımları, yeni ürünler, kişiler, fikirler fuarı gezen 45 milyon kişiye ulaşmış ve ilerlemeye, teknolojiye olan inancı pekiştiren birçok imge ve ikon üretilmiştir. Firmalar ve kamu kuruluşları otomasyon ve mekanizasyon süreçlerinin insan hayatına getirdiği mutluluk ve verimliliği göstermek amacıyla, geleceğin makineler ile ilişki içindeki mutlu insanlarını canlandıran teatral düzenlemeler hazırlamıştır. Eğlence bölgesindeki müzikal gösteriler bile arkasında didaktik amaçlar taşımaktadır [14].

Fuar alanı, temayı sunan bir tema merkezi etrafında yedi bölgeye ayrılmıştır; İletişim ve Çalışma Sistemleri Bölgesi, Toplumsal İlgi Alanları Bölgesi, Beslenme Bölgesi, Üretim ve Dağıtım Bölgesi, Ulaşım Bölgesi, Devletler Bölgesi, Eğlence Bölgesi. Bölgeler Wallace Harrison ve Max Abramovitz tarafından tasarlanan, Trylon ve Perisphere adı verilen iki adet beyaz, odak noktası anıtsal binadan oluşan Tema Merkezi'nde merkezlenen yarım daireler şeklinde düzenlenmiştir.



Şekil 3.3 1939-40 New York Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı

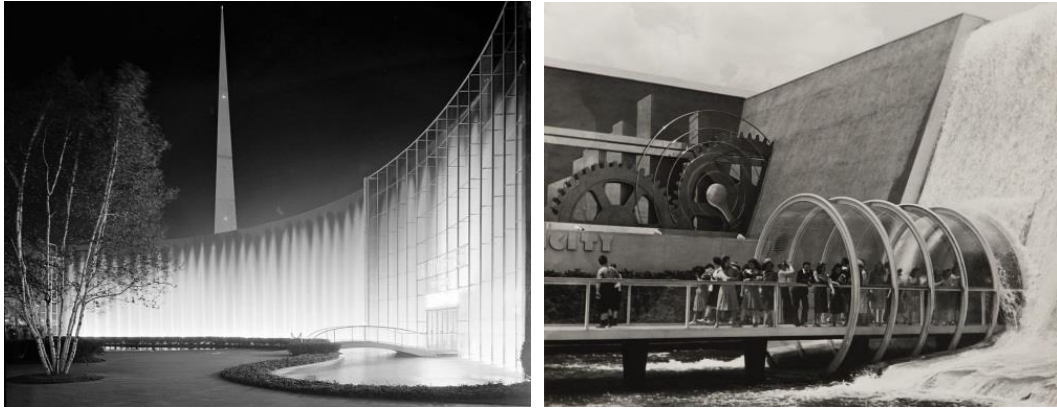
New York'un renkleri olan mavi ve turuncu fuarın resmi renkleri olarak seçilmiş ve öne çıkarılmıştır. Sadece Trylon ve Perisphere tamamen beyazdır; Tema Merkezi'nden bölgelere uzanan caddeler tonları değişen canlı renklerle

tasarlanmıştır. Elektrik ABD'nin birçok yerine henüz ulaşmadığından halk için çok yenidir. Geceleri, aydınlatma teknolojisi sayesinde ziyaretçiler büyümlü bir deneyim yaşadıkları hissine kapılmıştır. Sergiler ise, gelecekte yaygınlaşacak teknolojilerin halka açık bir gösterisi olmuştur [2].



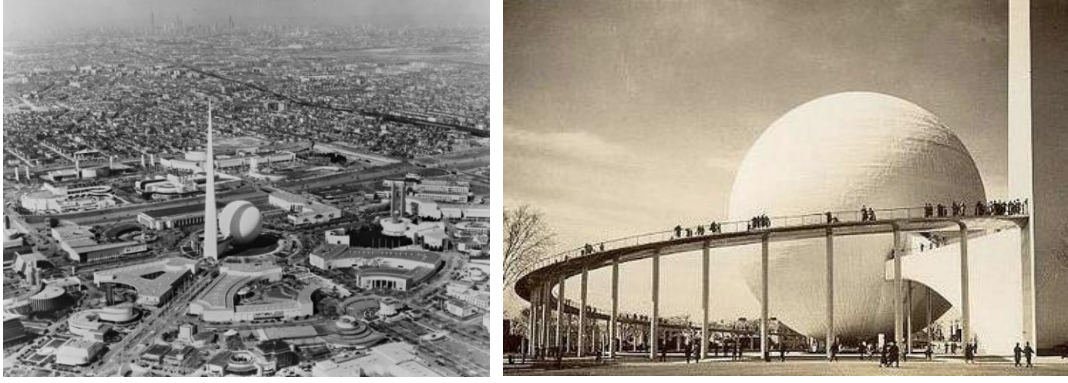
Şekil 3.4 1939-40 New York Fuarı Tema ve Özel Şirket Pavyonları

Fuar alanındaki yapıların birçoğu deneyseldir. Mimarlar, kurumsal veya resmi işverenleri tarafından yaratıcı, enerjik ve yenilikçi olmaları için teşvik edilmiştir. Bu açıdan tema ve şirket pavyonları, reklam ve satış standlarından çok günümüzün hükümet destekli bilim fuarlarına benzetilebilir. Kullanılan yeni mimari stiller, inşaat malzemeleri ve mobilya tasarımları ise kısa sürede dünyaya yayılmıştır [4].



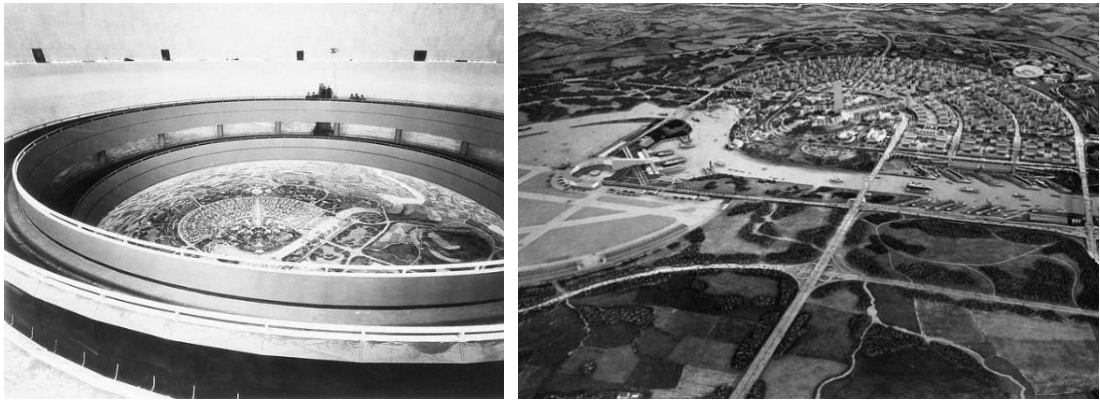
Şekil 3.5 Consolidated Edison Pavyonu & Elektrik Tesisleri Sergisi

Fuarın yerleşim planı güçlü bir düzen kurgusu içermektedir. Tema Merkezi ve Sovyetler Pavyonu dışındaki yapılar için düşük bir gabari saptanarak, Manhattan adasının fuara arka plan oluşturması amaçlanmıştır. Ülkeler ve eğlence bölgeleri dışındaki yapıların birbirleri ile yarışmadan ana fikirlerini ifade etmeleri prensip olarak benimsenmiştir.



Şekil 3.6 1939-40 New York Fuarı Tema Merkezi (Trylon ve Perisphere)

Temayı ziyaretçilere aktaran, rasyonel tasarım kavramlarını somutlaştıran Trylon ve Perisphere adlı iki yapıdan oluşan Tema Merkezi, Amerikan popüler kültüründe önemli bir fütürist ikondur. 213 m. yüksekliğinde üçgen tabanlı piramit Trylon ile 66 m. çapındaki küre Perisphere'i, dev bir döngüsel rampa birbirlerine bağlamaktadır. Le Corbusier'nin temel saf geometrik formlarından oluşan, beyaz renkli, rasyonel ve örneği F. L. Wright'ta görülecek döngüsel dolaşım ve sergileme ilişkisine sahip bu yapılar tüm standart modernist ve fütürist imgelere sahiptir. Perisphere'in içinde geleceğin planlanmış demokratik kentinin sergilendiği Henry Dreyfuss tasarımı 'Democracity' adlı diyorama yer almaktadır. Geleceğin yerleşimi olarak sunulan Democracity, banliyö yerleşimleri ile ABD için 20. yüzyıl içerisinde büyük ölçüde gerçekleşmiş bir ütopya'dır [14].



Şekil 3.7 1939-40 New York Dünya Fuarı Democracity Sergisi

Ulaşım Bölgesi'nde yer alan fütüristik General Motors Pavyonu'nda, tanınmış endüstriyel tasarımcı Norman Bel Geddes tarafından tasarlanan 'Futurama' sergisi ise; ziyaretçileri benzer bir diyorama ile A.B.D'nin gelecekteki kurgusal bir kesitine

taşımaktadır. Gezintinin bitiminde ziyaretçiler, çok katlı bina ve mağazalarla dolu, gerçek bir kent parçası olarak inşa edilen alana girmektedir [14].



Şekil 3.8 1939-40 New York Fuarı General Motors Pavyonu & Futurama

Pavyonlardaki vitrinler sadece sponsor firmaların ürünlerinin satışını sağlamakla kalmamış aynı zamanda toplumu bilinmeyen ürünler ve üretim süreçleri hakkında eğitmek ve bilgilendirmek için de kullanılmıştır. Birçok deneysel ürün konseptinin ve yeni malzemenin o anda satın alınmaya hazır olmadığı, ancak gelecek birkaç yıl içinde piyasada olacağı ziyaretçilere aktarılmıştır [3].



Şekil 3.9 1939-40 New York Dünya Fuarı Ford Pavyonu

Yine Ulaşım Bölgesi'nde yer alan Ford Pavyonu şirket ürünlerinin üretim sürecini sergilemektedir. 30 metre çapındaki döner platform üzerinde otomobil üretiminin tüm aşamaları sergilenirken; sanayileşmenin açtığı iş olanakları, üretime katkıları ve doğal kaynakların verimli kullanımı gibi konular izleyiciye aktarılmaktadır. Walter Dorwin Teague ve Albert Kahn'ın tasarladığı Ford pavyonu, yarım mil uzunluğunda spiral biçiminde yükselen bir araç rampası içermektedir.

Westinghouse Pavyonu'nda ise teknolojiye olan inanca işaret eden, '1939 Zaman Kapsülü' isimli bir etkinlik gerçekleştirilmiştir. 20. yüzyıl dünya uygarlığını tanımlayan yüzlerce nesne ve milyonlarca sayfalık metin içeren mikrofilm, havası boşaltılmış bir kapsül içinde, 5000 yıl sonra bulunması hedeflenerek, fuarın açılış günü törenle toprağa gömülmüştür. Kapsülde geleceğe seslenen tek mesaj ise Albert Einstein tarafından yazılmıştır. Böylece Amerika ulaştığı teknolojik seviyeyi 6939 yılına ulaştırabilecektir. Yine aynı pavyonda sergilenen "Moto-Man Elektro" isimli robot ise renkleri ayırabilmekte ve sigara içebilmektedir.



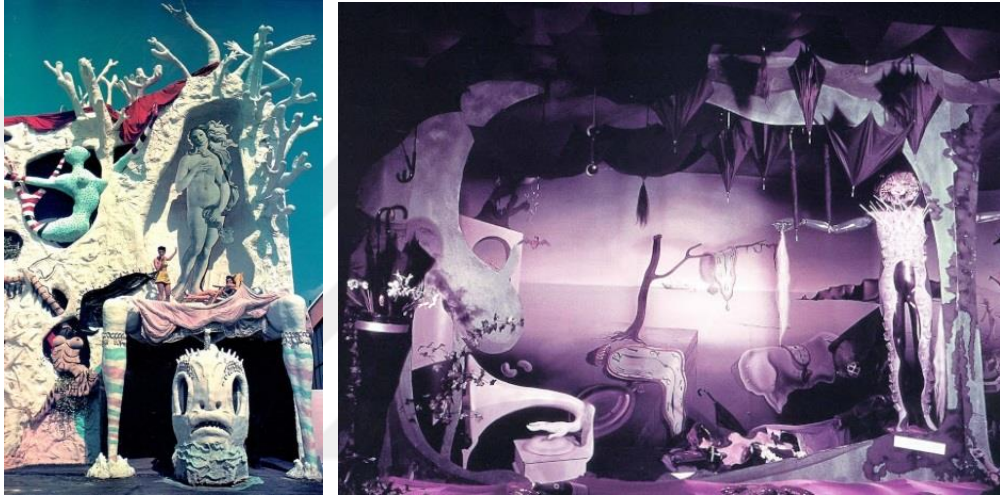
Şekil 3.10 1939-40 Westinghouse Pavyonu ve "Moto-Man Elektro"

Pavyonun bir diğer teması da ekonomik krizden sonra toparlanmaya öncülük edecek orta sınıftır. Otomatik bulaşık makinesi gibi hayatı daha kolay hale getirmek için üretilen yeni ürünleri sergileyen reklamlarda yer alan "Middleton Ailesi"nin fuar ziyareti Westinghouse firması tarafından sinema filmi haline getirilmiştir. Orta sınıfa geleceğin mucizelerini tanıtmak dışında bu film, arka planda kapitalizmin komünizme göre neden üstün olduğu konusunu işlemektedir.



Şekil 3.11 1939-40 New York Fuarı "Middleton Ailesi"nin Fuar Ziyareti

Bütün bu pavyonlar, etkinlikler ve sergiler bilimsel gelişmeye olan inancın kutsandığı fuarın en göze çarpan bölümleridir. Fuardaki tüm tanıtımlar bir şekilde tüketicinin eğitilmesi ile ilişkilidir. Ancak yüksek eğitim tonuna rağmen, fuarın en popüler bölümü Eğlence Alanı olmuştur. Holywood gösterilerinin temelini oluşturan şovlar, bir Mançurya tapınağı kopyası, hayvanat bahçesi, paraşütle atlama, eğlence treni ve karnaval temaya entegre edilmiştir. Burada Salvador Dalí tarafından tasarlanan, içinde sıradışı heykeller ile çıplak sanatçıların bulunduğu “Venüs’ün Rüyası” isimli pavyon ise politikacılar tarafından kötü niyetli eğlence olarak eleştirilmiş ve belediye baskınlarına sahne olmuştur [15].



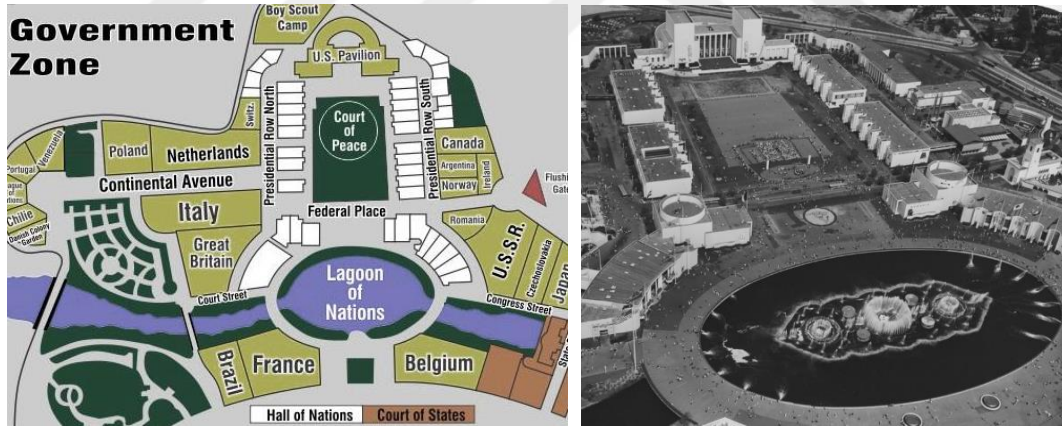
Şekil 3.12 1939-40 Fuarı Salvador Dalí imzalı “Venüs’ün Rüyası”

Tanju’ya göre geçmişin kaotik yapısı ve yoksulluğunu aşmayı vaat eden fuarda betimlenen pozitivist dünyayı yeniden üretim ve anlamlandırma biçimi sadece geçmişin kaotik yapısı ve yoksulluğunu değil, Dünya Savaşı ve Soğuk Savaş gibi tehlikeleri de atlatmıştır. 1960’ların ikinci yarısından itibaren batı dünyası fuarın maddi refah ve teknolojik gelişme anlamında ütopya olarak sunduklarının fazlasını, sosyal planlama, sosyal devlet ve tüketim toplumu kavramları ile gerçekleştirmiştir. Ancak fuarın asıl başarısı kapitalizmin ve ürünlerinin pazarlanmasıdır. Diğer bir açıdan, Amerikan gündelik yaşamının ve mekânlarının biçimlenmesinde olduğu kadar, kamusal, kurumsal ve akademik mimarlık üretiminde de, ‘modernizm’in üslup olarak belirleyici olmasını mimarlardan çok fuar bağlamında gündeme gelen endüstri ürünleri tasarımcıları sağlamıştır [14].

3.1.1 Ülkeler Bölümü

Fuarın ülkeler bölümü, uluslararası standartlaşmanın oluşumunun teşvik edilmesi ve sistemin işleyişi açısından karşılıklı bağımlılığın vurgulanması amacıyla ABD Hükümeti tarafından önemsenmiştir. Ancak, ülkelerin sanayileşme ve modernleşme süreçlerindeki farklılaşmalar ile siyasal çatışmalar bu bölümdeki ulusal pavyonların fuarın teması ile ilişkilendirilmesinde sorunlara yol açmıştır. Tasarım komitesinin pavyon tasarımı açısından, modernist çizgiden sapılmasına en fazla hoşgörü gösterdiği alan ülkeler bölümüdür (eğlence bölümü dışında).

Fuarın modernist ve fütürist eğilimlerine karşılık, tarihselci ve klasisist eğilimler ülkeler bölümünün genel karakterini belirlemektedir. 19. yüzyıl sonu milliyetçiliğinin mimarlık ve diğer kültürel pratikler ile cisimleştiği bölümde, ulusal pavyonların büyük bir kısmı fuar temasından çok ulusal kültür ve gelenek tanıtımına yönelik sergi, dans, müzik ve beslenme etkinlikleri etrafında biçimlenmektedir. Bu durum bir anlamda ABD ile dünyanın geri kalanı arasındaki farka işaret etmektedir [14].



Şekil 3.13 1939-40 New York Dünya Fuarı Ülkeler Bölümü

Fuara 54 ülke katılmış, ABD'nin 33 eyaleti de bağımsız pavyonlarla temsil edilmiştir. Devletler Bölgesi üç bölüme ayrılmıştır. İlk bölüm, ülkelere ait ulusal pavyonları içermektedir. Ancak bazı ulusal pavyonlar fuarın başka bölümlerinde inşa edilmiştir; örneğin Küba Eğlence Bölgesinde, İsveç ve Türkiye ise Gıda Bölgesinde yer almaktadır. 'Milletler Lagünü'nün çevresinde yer alan ikinci bölümde "Milletler Salonu" adı verilen yedi bina grubu vardır. Binaların her biri, belirli bir ülkenin sergi ve bilgilerini barındıran sergi salonlarına bölünmüştür.

1939 Dünya Fuarı'nda birçok ülke kendi ulusal pavyonları dışında Amerikan fuar komitesi tarafından inşa edilmiş bu yapıları da kiralayarak tanıtım ve halkla ilişkiler amacı ile kullanmıştır. Devletler Bölgesinin üçüncü bölümünü ise Amerikan 'Eyaletler Avlusu' oluşturmaktadır [13].

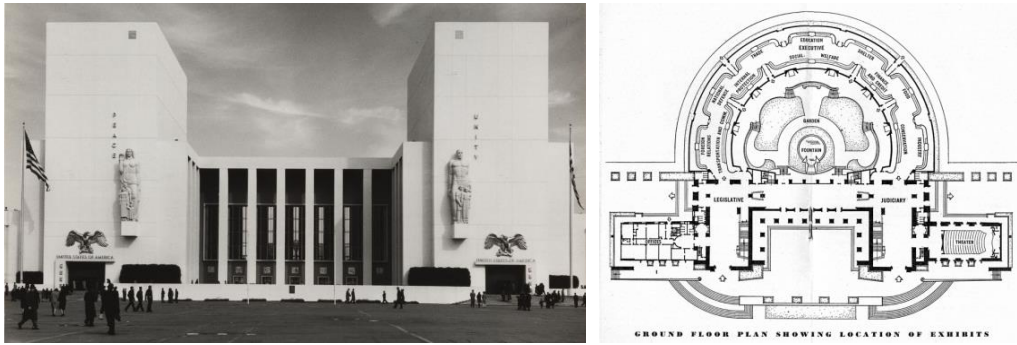


Şekil 3.14 1939-40 New York Dünya Fuarı 'Milletler Salonu'

Büyüyen Nazi tehdidinin zeminine yerleşen fuar, savaşın başlama ihtimaline karşı uluslar arasında barışı ve karşılıklı bağımlılığı sağlama girişimi haline gelmiştir. Fuarın kültürel farkındalığı arttırma ve turizmi teşvik etme girişimleri ile dünyada gelişmekte olan birçok ülke kendisini öncelikle ABD'ye ve sonra dünyaya tanıtmaya fırsatını yakalamıştır.

3.1.2 Ulusal Pavyonlar

Amerika Birleşik Devletleri Ulusal Pavyonu

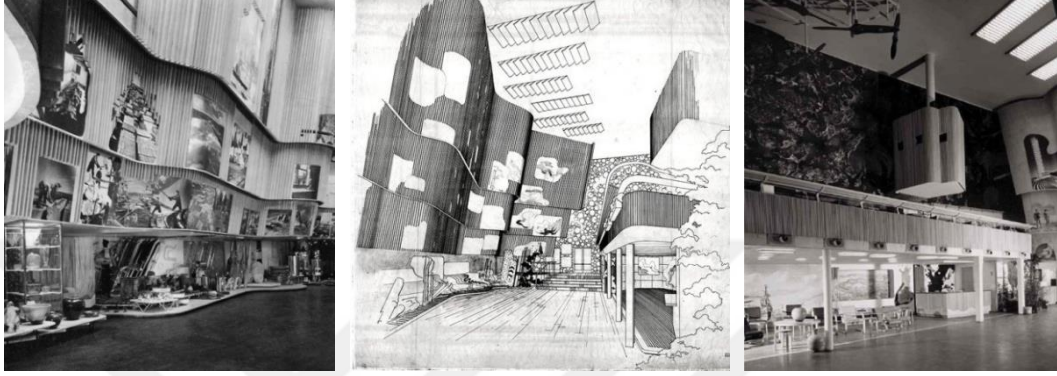


Şekil 3.15 1939-40 New York Fuarı ABD Ulusal Pavyonu

Pavyonun mimarı, fuardaki 'Barış Meydanı' ile çevresindeki yapıları da tasarlayan ve Art-Deco tarzı tasarımları ile tanınan Howard F. Cheney'dir. Cepheadeki heykeller 'Barış' ve 'Dünya Ülkeleri Arasında Ahenk' temalarını temsil etmektedir.

Pavyonun giriş cephesinde 13 eyaleti simgeleyen 13 sütun vardır. Yapı; Muhafaza, Dış İlişkiler, Finans ve Kredi, Endüstri, İç Koruma, Ulaştırma ve İletişim, Barınma, Ulusal Savunma, Ticaret, Eğitim, Sanat, Rekreasyon ve Sosyal Refah olarak adlandırılmış 12 farklı bölümden oluşmaktadır [16]. Pavyon Art-Deco tarzı nedeniyle modern çizgiler taşısa da genel olarak totaliter etkiler altındadır.

Finlandiya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.16 1939-40 New York Dünya Fuarı Finlandiya Ulusal Pavyonu

Ulusal bir yarışmanın birincisi olarak 'Kuzey Işıkları' teması ile tasarlanmış bir iç mekân düzenlemesi olan pavyon, mimar Alvar Aalto imzalıdır. Dışarıdan basit bir kutu olarak görünen tasarım, mekânsal bakış açısı nedeniyle 'sihirli kutu' olarak nitelendirilmiştir. Frank Lloyd Wright'ın 'dâhiyane iş' olarak yorumladığı pavyon 20. yüzyıl mimarlığının modernist ikonları arasında gösterilmektedir. Tasarım bir yandan tipik Fin manzarasında görülen formlar ve sembolleri, diğer yandan rasyonel düşüncelerin bir sentezini temsil etmektedir. Sergi dört bölümden oluşmaktadır; en üstteki fotoğraf serileri ülkeyi; altındaki halkı; onun altındaki çalışma/iş konusunu anlatır ve en alttaki seri bu üç faktörün birlikte ortaya koyduğu ürünlerdir. Yüzeylerde ahşap malzemenin ustalıkla kullanıldığı pavyonun çatısındaki ahşap pervaneler havalandırmayı sağlamaktadır. Kıvrımlı duvarlar ve bir konstrüksiyona asılı olan dış kabuğun şişirilmesi, ülke coğrafyasını temsil etmektedir [17]. Dönemin pavyonlarında diorama adı verilen büyük fotoğrafların pazarlama, kitle iletişimi ve propaganda amaçlı kullanımı yaygındır. Aalto, bu fotoğrafları modern mimari ile bütünleştiren dramatik etkiye sahip bir düzenleme içerisinde kullanıp, tavandan sarkan bir projeksiyon kabini ile destekleyerek günümüzün enstalasyon sanatının bir öncülünü ortaya koymuştur.

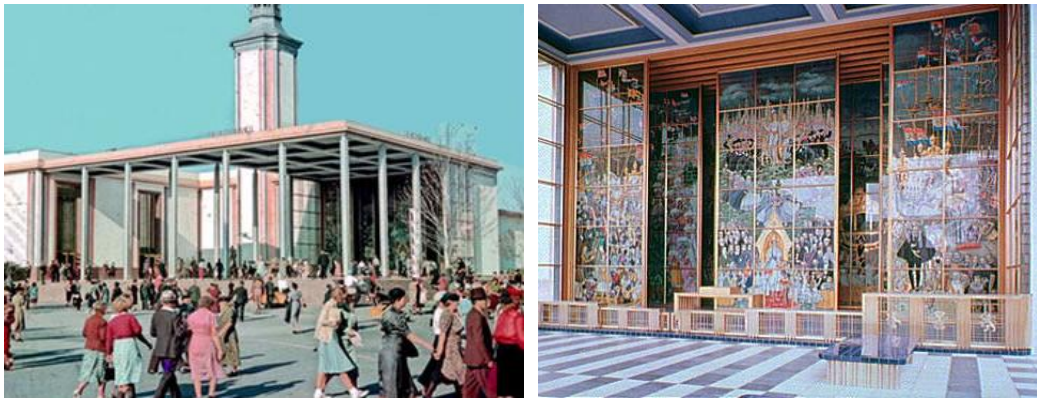
Fransa Ulusal Pavyonu



Şekil 3.17 1939-40 New York Dünya Fuarı Fransa Ulusal Pavyonu

Expert and Patout tasarımı pavyonun ilk katı ülkenin doğal güzelliklerine adanmıştır ve bir turizm bürosu mevcuttur. Burada ülkenin dört farklı bölgesine ait geleneksel ev tiplerini gösteren büyük diyoramalar yer almaktadır. Asma kat, sanat ve endüstriye ayrılmıştır. Güzel sanatlar sergisinde heykel, resim ve uygulamalı sanatlar sergilenmektedir. Katın geri kalanında şapka ve parfüm gibi Paris'e özgü ürünler tanıtılmaktadır. İkinci kat ise üç bölüme ayrılmıştır. 'Fransız Düşüncesi' isimli ilk bölüm ülkenin edebiyatını, felsefesini, eğitimini ve müziğini temsil eden sergiler içermektedir. "Fransız Sanatı ve Fransız Tarihinin Beş Yüzyılı" ismini taşıyan ikinci bölüm klasik ve modern mobilyalardan oluşan bir sergi içermektedir. Son bölüm, Fransız mutfağını tanıtan restorandır [19]. Yalın, beyaz renkli sağır yüzeyleri, geniş betonarme saçağı ve giydirme cam cepheleri ile yapı, fuarda modernist çizgiye sahip az sayıdaki ulusal pavyondan bir tanesidir.

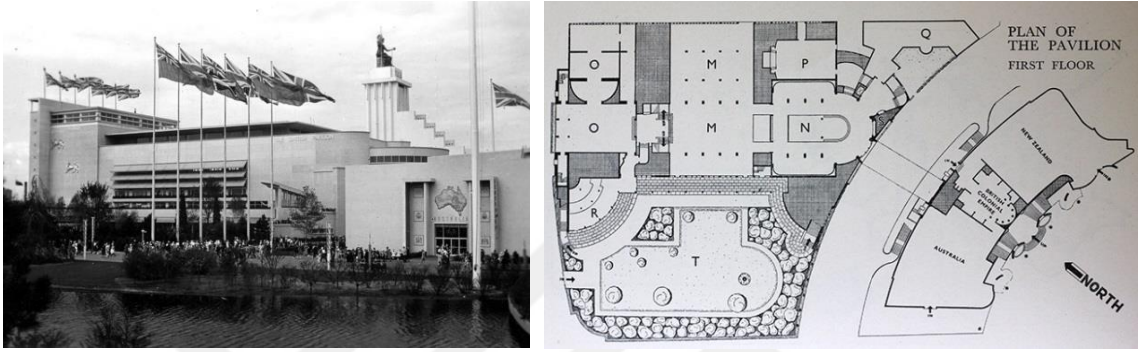
Hollanda Ulusal Pavyonu



Şekil 3.18 1939-40 New York Dünya Fuarı Hollanda Ulusal Pavyonu

Hollanda'yı bir koloni imparatorluğu olarak sunan pavyon ülkeyi üç bölüm halinde ele almaktadır. Buna göre düzenlenmiş sergiler ülkenin Avrupa Krallığı, Doğu Hint Adaları ve Güney Amerika'daki Surinam ve Curacao bölgelerinin kültürel önemini anlatmaktadır. Pavyon iç mekândaki freskler ve ülkeye özgü çiçeklerden oluşan bahçesi ile dikkat çekmiştir [20]. Tarihselci bir üslupla tasarlanmış olan yapı, ülkenin köklü geçmişini ve sömürge imparatorluğu niteliğini vurgulamaktadır.

İngiltere Ulusal Pavyonu



Şekil 3.19 1939-40 New York Dünya Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu

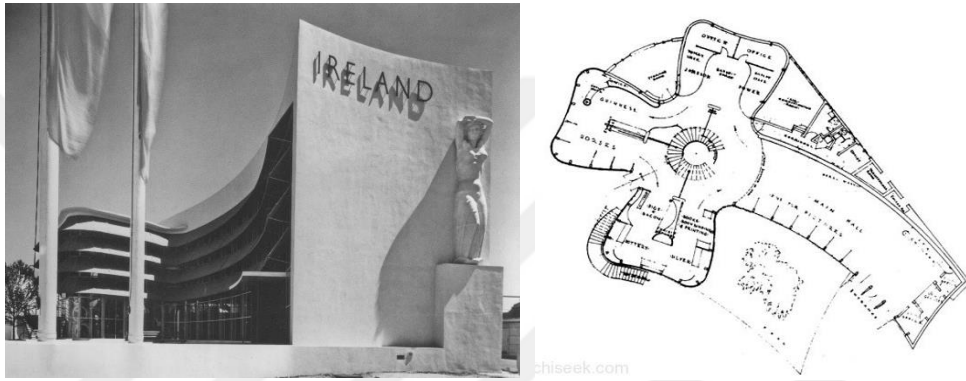


Şekil 3.20 1939-40 Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu & Kraliçenin Ziyareti

Avustralya ve Yeni Zelanda'ya ayrılmış küçük bir blok ile İngiliz İmparatorluğu'na ayrılmış büyük bir bloğun bir köprü ile birbirine bağlanmasından oluşan, Stanley Hall ve Easton & Robertson tasarımı yapı, fuardaki en büyük ulusal pavyonlardandır. Fuar komitesi binaların inşasına yatırım yapmış, ancak iç mekân dekorasyonunu İngiliz mimar ve sanatçılara bırakmıştır. Birçok kapsamlı sergiye ev sahipliği yapan pavyondaki bölümlerden; 'Kraliyet Odası'nda kraliyet mücevherleri, 'Gümüş Oda'da, kraliyet darphanesinin bastığı madeni para ve madalyalar, 'Onur Avlusu'nda ise hanedanlık armaları sergilenmiştir. Diğer sergiler

Kamu Refahı, Ticari Denizcilik, İngiliz Endüstrileri ve Sivil Havacılık'a adanmıştır. Kurşungeçirmez bir bölmede sergilenen Magna Carta'nın yer aldığı 'Magna Carta Salonu'nda önemli tarihi belgeler tanıtılmaktadır. Pavyon ayrıca bir sanat galerisi, sinema, restoran ve resmi yayınlara ait bir bölüm içermektedir [21]. Pavyon beyaz cephesi, eğrisel duvarları ile Le Corbusier'in avangard mimari stilini anımsatırken, anıtsallığı nedeniyle daha katı bir temsile kaymaktadır. Totaliter etkiler altındaki yapı ülkenin yüzyıllardır süregelen dünyadaki hâkim güç olma iddiası ve sömürge imparatorluğu niteliğini vurgulamaktadır.

İrlanda Ulusal Pavyonu

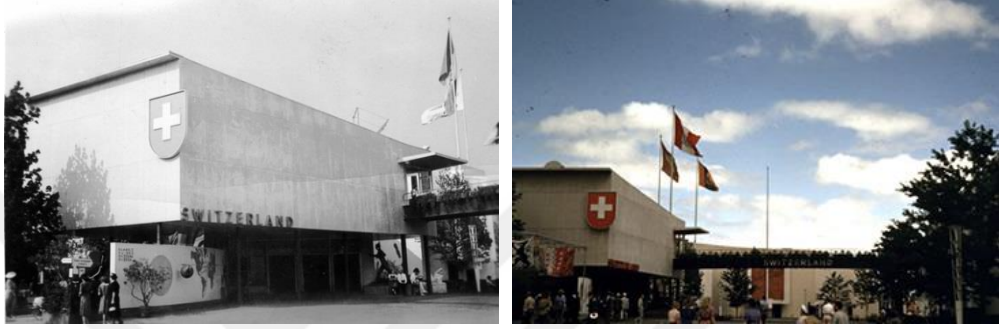


Şekil 3.21 1939-40 New York Dünya Fuarı İrlanda Ulusal Pavyonu

Tanıtım rehberine göre bir yonca biçiminde tasarlanmış İrlanda Pavyonu'nun cephesi üzerindeki denizden çıkan bir genç kadını betimleyen heybetli heykelin teması "Anneniz İrlanda Her Zaman Genç"tir. Yonca biçimli planın kök kısmındaki girişten bir turizm bürosunun ülkeye seyahat ve oteller hakkında bilgi verdiği salona ulaşılmaktadır. Burada büyük bir duvar resmi ve aydınlatılmış harita, ülkenin doğal ve diğer turistik yerlerini göstermektedir. Diğer duvar ise İrlandalı sanatçıların resimlerine ayrılmıştır. Giriş holünün ilerisinde İrlanda'ya özgü yiyecek, içecek ve ürünler tanıtılmaktadır. Peyzajın baskın unsuru ise binanın önündeki minyatür gölün ortasındaki ülke haritasıdır [22]. İrlanda'nın uluslararası bir fuarda bağımsız bir ülke olarak ilk kez yer alacak olması nedeniyle hükümet, binanın modern ve aynı zamanda tanınabilir bir İrlanda karakterine sahip olması gerektiğine karar vermiştir. Ülkenin tanınmış mimarlarından Michael Scott; çelik, beton ve camdan oluşan yonca planlı tasarımı ile açılan yarışmayı kazanmıştır. Uluslararası bir jüri tarafından fuarın en iyi pavyonu seçilen ve 'Yonca Binası'

adıylapopülerolanbinanınbiçimi içinScott,sonrakıyıllarda bir hükümet üyesinin dayatması olduğı açıklamasını yapmıştır. Cepheler beyaz olmasına rağmen, girişteki sütunlar yeşil ve üstlerindeki beton saçak turuncudur. Böylece İrlanda bayrağının üç rengi temsil edilmektedir [23]. Pavyon beyaz masif kütlesi, eğrisel organik çizgileri, giydirme cam cephesi ve güneş kırıcıları ile modernist tavırda olmasına rağmen sembolizm etkilerini de yoğun biçimde hissettirmektedir.

İsviçre Ulusal Pavyonu



Şekil 3.22 1939-40 New York Dünya Fuarı İsviçre Ulusal Pavyonu

Pavyonun zemin katındaki cam cepheli salonda İsviçre manzaraları, eğitim ve spor temalı sergiler yer almaktadır. Yapı aynı zamanda İsviçreli sanatçıların müzik ve geleneksel dans performanslarını sergilediğı bir oditoryuma ev sahipliğı yapmaktadır. İsviçre saat markalarının da tanıtıldığı pavyonun fuardaki en büyük cazibesi peynir yapımının gösterildiğı bir Alp kulübesidir [24]. Yalın ve masif bir kütleden oluşan pavyonun cephesinde İsviçreliliğı vurgulayan öğeler ülkenin geneksel konut mimarisinde yaygın olarak görülen cumba ve ülke armasıdır.

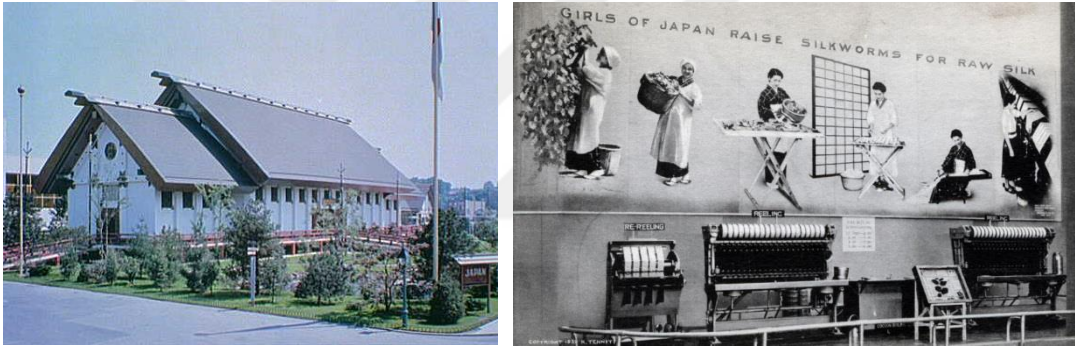
İtalya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.23 1939-40 New York Dünya Fuarı İtalya Ulusal Pavyonu

Pavyonun klasik Roma ve modern İtalyan mimarisinin bir bileşimini sergilemesi amaçlanmıştır. Yapının önünde İtalyan mucit ve elektrik mühendisi Marconi'ye adanmış anıtın tabanındaki havuza dökülen şelalenin tepesinde, 61 metre yükseklikteki kaidenin üzerinde, Tanrıça Roma'nın bir heykeli yer almaktadır. Giriş kattaki sergiler; İtalyan el sanatları, turizm, endüstriyel gelişmeler, mekanik endüstriler, denizcilik, havacılık ve elektronik yenilikler gibi temalar ile parfüm, yün, ipek, pamuk gibi ürünleri içermektedir. Üst katta lüks bir yolcu gemisi konseptinde tasarlanmış restoran ve gece kulübü ise; teraslar, çeşmeler, çiçekler ve müzikle binlerce turisti ülkeye çeken ruhu yansıtmayı amaçlamaktadır [25]. Geliştirdiği kendine özgü Akdeniz mimari tarzındaki yapılarla tanınan İtalyan mimar Michele Busiri Vici imzalı pavyon, ülkedeki totaliter rejimin ideolojik amaçlarına hizmet eden tarihselci etkiler altında bir tasarımıdır.

Japonya Ulusal Pavyonu

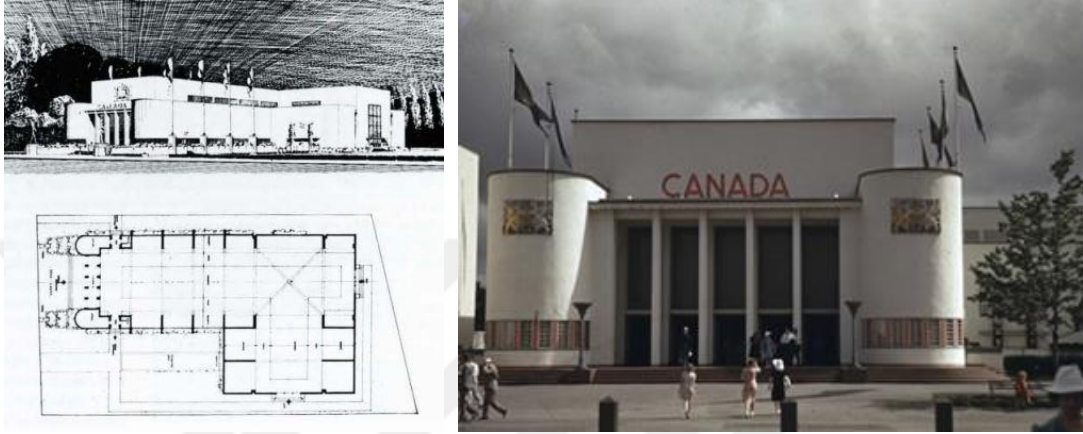


Şekil 3.24 1939-40 New York Dünya Fuarı Japonya Ulusal Pavyonu

Japon-Amerikalı mimar Yasuo Matsui tarafından bir Şinto tapınağı kopyası olarak tasarlanmış pavyon, kaskadlı havuzlar ve bonzailer ile düzenlenmiş tipik bir Japon bahçesine sahiptir. Geleneksel kıyafetler giyen Japon kızlar tarafından ülkenin kültürel tanıtımları, çay törenleri ve Japon çiçek sanatı sunumları yapılmaktadır. İç bölümde yer alan 'Diplomatik Salon'da yazılı olduğu üzere pavyon, Amerika ve Japonya arasında sonsuz barış ve dostluğu vurgulamaktadır. Yapı ülkenin kültürünü, endüstri ve modern sanat sergileri ile birleştirerek sunmayı amaçlamaktadır [26]. İç tasarımı Bauhaus okullu mimar Iwao Yamawaki'ye ait olan pavyonda, sürükleyici sergi ortamları yaratma çabası vardır. 1937 Paris fuarında Avrupa ülkelerinin fotoğraf sergilerinden etkilenen Japonlar, fotoğraf ve

anıtsallaştırılmış tasvirlerden daha fazla yararlanmayı tercih etmiştir. Duvarlarda ülkeyi betimleyen dev fotoğraflar önemli bir tasarım öğesidir. Fuarın bitiminde Japonya Pavyonu “Pasifik'teki iki büyük ulusun arasındaki barış ve iyi niyet için sonsuza kadar kalmak üzere” New York şehrine hediye edilmiş ancak üç yıl sonra Pearl Harbor saldırısının ardından ortadan kaldırılmıştır [27] .

Kanada Ulusal Pavyonu

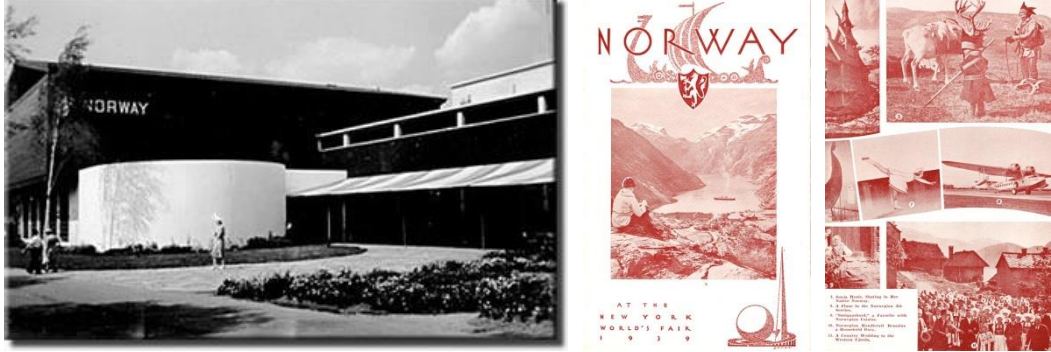


Şekil 3.25 1939-40 New York Dünya Fuarı Kanada Ulusal Pavyonu

Ulusal bir yarışmanın birincisi olan mimar W.F. Williams imzalı tasarım, derece alan diğer projelerle birlikte; Kanada mimarlığında ideolojik kayma ile milliyetçilik endişesinden gelenek ve modernizm arasında bir denge kurma girişimine geçişin göstergesi olarak tanımlanmaktadır. Açık planlı ve yüksek tavanlı bir salondan oluşan pavyonun iç düzenlemesine; heykeller, resimler, fotoğraflar ve ülkedeki yaşamı ve manzaraları betimleyen diyoramalardan oluşan sergiler hâkimdir. Williams iç düzenlemeye çok az katkıda bulunmuş, bir endüstri tasarımcısı olan James Crockart sergi alanlarını tasarlamıştır. Ziyaretçileri cezbetmek için bir özelliğinin olmadığı ve sergilerin ticari olduğu biçiminde eleştiriler alan pavyon Kanada'yı modern bir ülke olarak yansıtmaktan çok Amerika'lı turistleri cezbetmeye odaklanmıştır. Mimarlık tarihçisi Cowell'a göre sergileri demode olan pavyon Kanada'nın uluslararası imajı için fuarın önemini hükümet tarafından anlaşılamadığını vurgulamaktadır. Fuarda diğer uluslar ülkeleri için ideal geleceğe kafa yorarken Kanada kendini sadece bir doğa harikası olarak sunmaktadır [28]. Pavyonun tasarımında farklı etkiler kendini göstermektedir. Yalın kütlesi ile yapı, bir deneme olarak Modernizm'in izindeyken, simetrik ön cephe ve aksel plan

daha geleneksel tasarım ideolojilerini yansıtmaktadır. Ana girişin iki yanındaki dairesel elemanlar ise yine Modern stili hatırlatmaktadır.

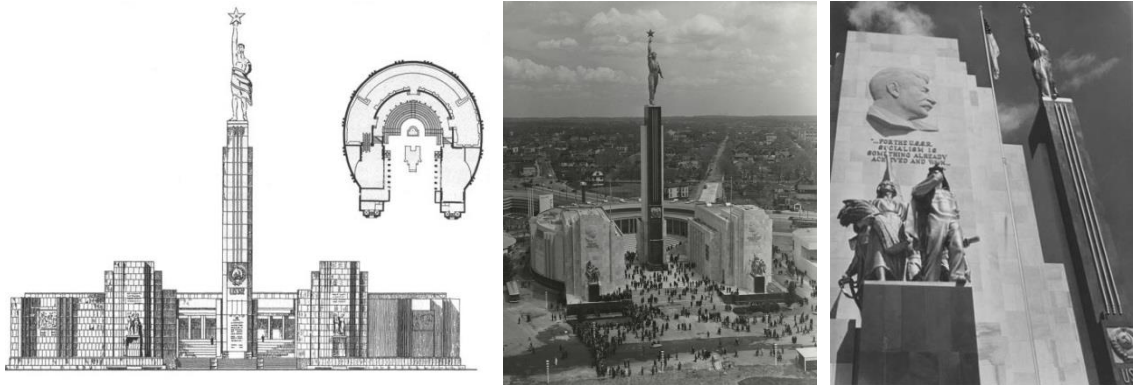
Norveç Ulusal Pavyonu



Şekil 3.26 1939-40 Fuarı Norveç Ulusal Pavyonu & Tanıtım Kitapçığı

Modernist tavrılı yapının içindeki 'Temsil Salonu' adlı mekânda büyük bir duvar resmi üzerinde Norveç'in başarıları tasvir edilmiştir. Kabartma heykel ve resmin birleşimi olan bu düzenleme, Norveç'in sanat, edebiyat, müzik ve keşiflere katkılarını göstermektedir. Diğer sergiler ise, Norveç'in kâğıt hamuru ve kâğıt, elektro-kimyasal ve metalurji çalışmaları, balıkçılık ve konserve ve her türlü kış sporları ekipmanı gibi konulardaki sosyal ve endüstriyel kalkınmasını tanıtmaktadır. Pavyonun resmi tanıtım kitapçığında ise ülkenin doğal güzellikleri, tarihi mirası, kırsal alandaki yaşam, denizcilik alanındaki çalışmalar ile kış sporlarına yönelik turistik tanıtımlar öne çıkmaktadır. Ancak kitapçıkta pavyonun mimarisi ile ilgili herhangi bir bilgi verilmemektedir [29].

SSCB Ulusal Pavyonu

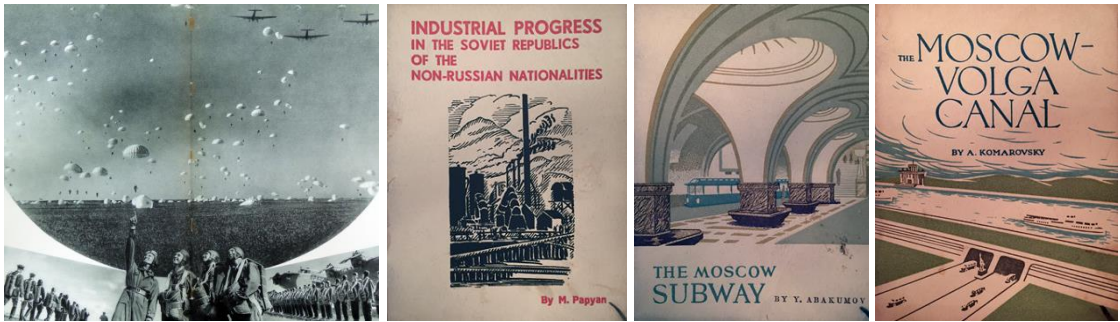


Şekil 3.27 1939-40 New York Dünya Fuarı Sovyet Ulusal Pavyonu

Post-konstrüktivist bir tarzda ortaya konan Stalinist mimarlığın bir örneği olarak, bu tarzdaki yapıları ile tanınan Boris Iofan tarafından tasarlanmış pavyon; mermer heykeller, duvar resimleri ve propaganda amaçlı filmlerin gösterildiği amfi tiyatro ile ‘Sosyalist Gerçeklik’in bütün temsil amaçlarını karşılamaktadır. Dairesel planın bir kare ile kesişmesiyle oluşturulan kompozisyon aslında oldukça rasyoneldir. Ancak dev bir heykeli taşıyan kırmızı renkli granit kulenin yer aldığı avluyu çevreleyen masif sütunlarla yapı anıtsal bir geçite dönüşmektedir. Orjinal tasarımıdaki kırmızı yıldız tutan yarı tanrı görünümlü erkek heykeli, uygulamada Sovyet işçisini temsil eden tulumlu erkek heykeli ile değiştirilmiştir. Binanın içinde, Sovyetler Birliği'nin savaş öncesi kültürel ve ekonomik gücünü gösteren diyoramalar, resimler ve maketler vardır. Bunların arasında en çok dikkat çeken modern Mayakovskaya metro istasyonunun tam ölçekli maketidir. İstasyonun tasarımcısı Alexey Dushkin, fuarın büyük ödülünü almıştır. İç mekânda ayrıca Stalin ve Lenin'in heykelleri yer almaktadır [30].



Şekil 3.28 1939-40 New York Dünya Fuarı Sovyet Ulusal Pavyonu



Şekil 3.29 1939-40 Fuarı Sovyet Ulusal Pavyonu Tanıtım Kitapçığı

Cephelerdeki 11 panel, birliğin 11 cumhuriyetini temsil etmektedir. Önemli sanatçılara ait eserler, el sanatları, ahşap oymacılığı, nakış ve el dokuması halılar

sergilenen diğ er ürünlerdir. Kızıl Ordu Korosu'nun performansları ile Sovyet yemeklerinin servis edildiği restoran, pavyonun kültürel tanıtıma yönelik etkinlikleridir [31].

SSCB'nin fuara katılımı, sadece yapısal değil ekonomik açıdan da oldukça büyüktür. Pavyon, tepesindeki heykel ile Trylon'dan sonra fuardaki en yüksek ikinci binadır, Amerikan Pavyonu'nun üzerindeki bayraktan ve fuarın adanmış olduğu George Washington heykelinden ise daha yüksektir. SSCB'nin propagandacı tavrı; anıtsal mimaride, mermer ve değerli taşlar gibi pahalı yapı malzemelerinin seçiminde, sergilerin konuları, nesneleri ve açıklamalarında net olarak okunmaktadır. Mühendislik, konut ve mimarlık alanındaki yenilikçi projelerle temsil edilen ve henüz gelmemiş olan Amerikan "Yarının Dünyası"nın aksine pavyona göre geleceğin Sovyetler'i zaten fuardadır: Sergiler, ülkede ileri teknolojilerde ve sosyal ilişkilerde hali hazırda gerçekleşmiş bir ütopyadan bahsetmektedir. İnsanla makine arasındaki ilişki, Sovyetler'in kendini temsilinin temel özelliklerindendir. SSCB için, önemli olan "sadece makinelerin geliştirilmesi değil, aynı zamanda makineleri yönetenin insanlar" olduğunun vurgulanmasıdır. Yeni fabrikalar, elektrik istasyonları, diyoramalar, ülkenin uzak mesafelerini fetheten demiryolları, gemiler ve uçakları gösteren grafikler ve gülümseyen insanlarla dolu dev resimler; Sovyetler Birliği'nin başarılarını yaymak, ABD'ye göre teknolojik ve sosyal üstünlüğünü kanıtlamak ve dünyanın gözünde gerçekten modern görünmesini sağlamak için hazırlanmıştır [32].

3.2 1958 Brüksel Dünya Fuarı

Tarih: 17.04.1958 - 19.10.1958

Tema: "A World View: A New Humanism" (Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm)

Alan: 200 (ha)

Ziyaretçi Sayısı: 41.454.412

Katılımcı Ülke Sayısı: 39

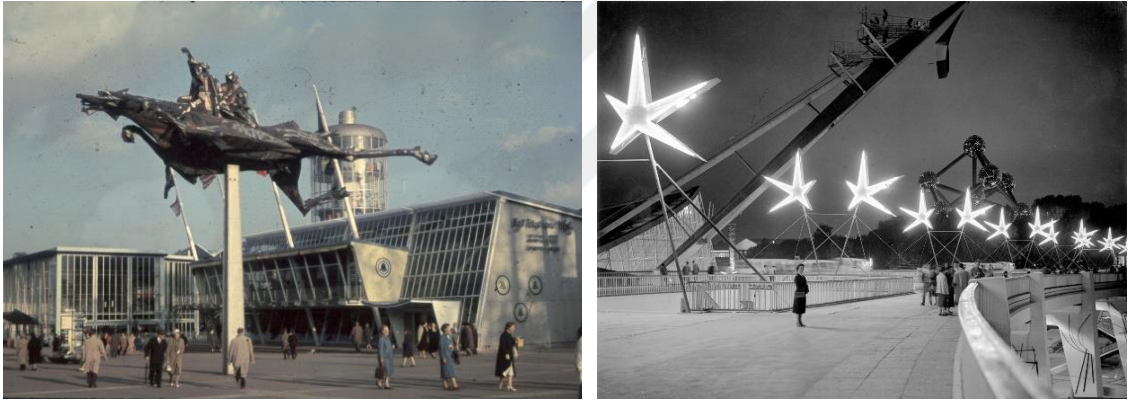
1958 Brüksel Dünya Fuarı, yüksek ziyaretçi sayısı ve modern mimarisi ile Expo tarihinin en ikonik gösterilerinden bir tanesidir. 'Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm' temasıyla düzenlenen fuar; II. Dünya Savaşı'nın ardından toparlanmaya çalışan dünyanın yükselişine işaret etmesi açısından önemlidir. Yeni bir çağın başlangıcı olarak kabul edilen bu dönemde, savaşın izleri silinirken Avrupa Ekonomik Topluluğu kurulmuş ve dünyanın ilk yapay uydusu Sputnik Sovyetler tarafından yörüngeye oturtulmuştur. Teknolojik yenilikler ardarda ortaya çıkarken tüketim toplumu oluşmaktadır ve Batı dünyası bunun refah ve ilerlemenin artacağı bir barış döneminin başlangıcı olduğuna inanmaktadır.

Savaşların yıkıcılığının ardından Avrupa ülkeleri geleceğe ilişkin görüşlerini ortaya koymaya hazırdır ve en yeni teknolojik gelişmeleri kültürel sergilerle birleştirerek sunan fuar bu vizyonun somut bir temsili olmuştur. Belçika'nın ilerici bir sergi sunma niyeti, etkinliğin tonunu baştan belirlemiş ve fuar bütün katılımcılar arasında barışı sembolize eden bir platform olarak kabul görmüştür [35], [36].



Şekil 3.31 1958 Brüksel Dünya Fuarı Fuar Sembolü ve Fuar Afişleri

Yeni bir fuar türüne geçiş olarak tanımlanan 1958 fuarı, Expo tarihinde bir dönüm noktası olarak gösterilmektedir. Belçika sömürgelerinin tanıtımı gibi örneklerle eski fuarların özelliği olan ‘ulusal prestij sergilemesi’nden izler taşısa da Expo 1958, önceki fuarların temelindeki ‘teknolojik gelişmeye koşulsuz inancı’ bu kez farklı biçimde, sorgulayarak ele almaktadır. ‘İlerleme ve insan’ parolası ile bilimsel ilerlemeye toplumsal açıdan yaklaşan fuar komitesi; fuarın uluslararası barışı, teknolojik ilerlemeye inancı ve geleceğin dünyası için iyimserliği sembolize etmesini amaçlamaktadır. Son derece teknolojik bir ortam olan fuar, uzay yarışını başlatan Sputnik uydusu dışında, sergilenen nükleer santral tasarımları, sentetik malzemelerden yapılmış alet ve bileşenler, otomatik makineler, yeni motorlar ve bilgisayarlar gibi yüksek seviyeli yeni teknolojiler ile dikkat çekmektedir. Öngerilmeli betonarme ve asma germe strüktürler gibi denemelerle fuarın mimarisi de oldukça yenilikçidir [35].

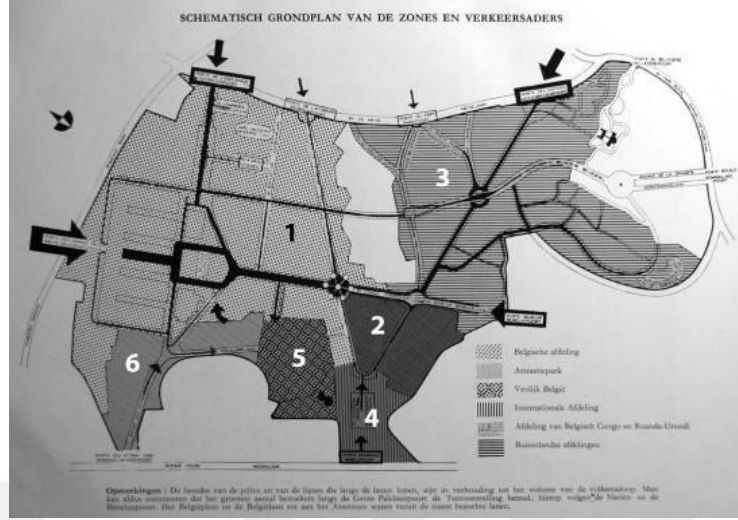


Şekil 3.32 1958 Brüksel Dünya Fuarı Genel Görünüm

Belçika’da daha önce 11 defa Dünya Fuarı düzenlenmiş, bunlardan 4 tanesi 1888, 1897, 1910 ve 1935 yıllarında Brüksel’de gerçekleştirilmiştir. Brüksel’in 7 Km. kuzeybatısında yer alan Heysel Plaetau adı verilen bölgede yaklaşık üç yılda hazırlanan 2 kilometrekare alana yayılmış olan Expo 1958’de, Expo 1935’ten kalan bazı yapılar tekrar kullanılmıştır.

1958 Fuarı, İkinci Dünya Savaşı sonrası dünya çapında düzenlenmiş ilk önemli fuardır. Fuar çalışmaları ilk olarak 1947’de gündeme gelmiş ancak Soğuk Savaş nedeniyle durmuştur. 1955’de yapılması planlanan, ancak Kore Savaşı nedeniyle ertelenen fuar ancak 1958’de açılabilmiştir. Bünyesindeki Atomium adlı simge

yapıyı merkez olarak seçen fuar, nükleer yıkım tehlikesi altında insanın var olma ihtimallerini tartışmak için uygun bir ortam oluşturmıştır.



Şekil 3.33 1958 Brüksel Dünya Fuarında Zonlamayı Gösteren Şematik Plan
1. Belçika Bölümü 2. Belçika Kongo'su 3. Ülkeler Bölümü 4. Uluslararası
Organizasyonlar 5. Merry Belgium (Tematik Belçika Köyü) 6. Eğlence Alanı

Fuar yapılarının modernist çizgilere sahip olmasına, henüz planlama aşamasında karar verilmiştir. Hafiflik, şeffaflık, hareketli yüzeyler ve asma sistemler yapılarının genel karakterini belirleyen özelliklerdir. Öte yandan, ziyaretçilerin gece kulüpleri ve kabarelerle nostalji yaşayabilecekleri 1900 yılına ait Belçika köyü gibi tematik ve tarihsel referanslı uygulamalara da yer verilmiştir [6]. Sergiler, gelişmiş toplumların yaşamını temsil edecek biçimde tasarlansa da, fuar için Afrika'daki kabile yaşamını tanıtan bir Kongo Köyü inşa edilmiştir. Belçika'nın sömürgeci tavrını ortaya koyan bu tutum protestolarla karşılanmış ve sergi kapatılmıştır [36].



Şekil 3.34 1958 Fuarı İnşaat Mühendisliği Pavyonu ve Belçika Bulvarı



Şekil 3.35 1958 Brüksel Dünya Fuarı Belçika Köyü ve Kongo Köyü

Brüksel, fuarın inşası sırasında 30 mil yeni yol ve 5 mil tünel kazanmıştır. Fuar kapandıktan sonra alan park haline getirilirken prefabrik yapıların bir bölümü satılmış, ulusal pavyonlar ise üzere ülkelerine gönderilmiştir [6].

1958 Fuarı, özellikle iki yapı/yapıt ile mimarlık tarihinde anımsanmaya devam etmektedir. Bunlardan yapı olarak tanımlanabilecek ilki, bugün Brüksel'in nirengi noktalarından birini teşkil eden Atomium isimli strüktürdür. Turistlerin ilgi odağı olmanın ötesindeki işlevi tartışmalı olsa da yapı, kentin küresel imgelerinden biri haline gelmiştir. Unutulmaz yapıt ise Le Corbusier tarafından projelendirilen Philips Pavyonu'dur. Disiplinler arası bir tasarım ürünü olan bu hiperbolik parabol biçimli pavyon, sunduğu yenilikçi görsel-işitsel deneyim ile hafızalara kazınmıştır.

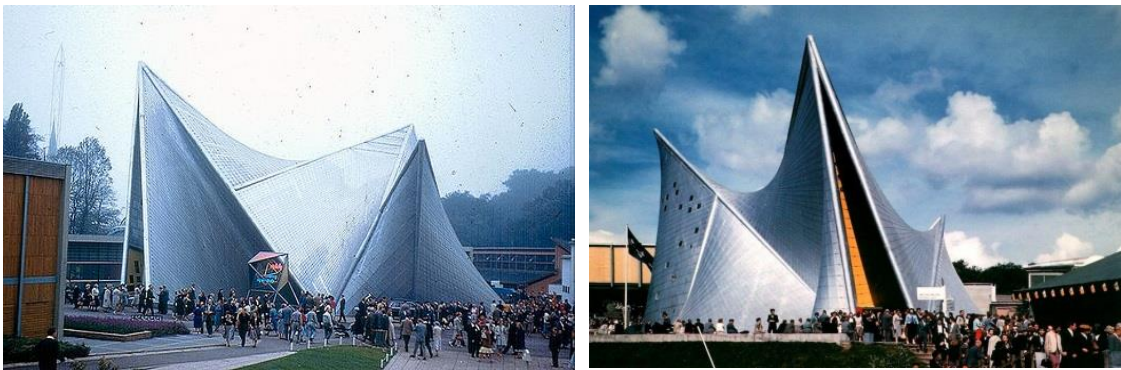
Atomium, atomun gücünün hem iyi hem de kötü taraflarının dünyaya anlatılmasını sağlayan bir semboldür. Fiziksel biçimi, demir elementine ait bir (1) atomik birimin 165 milyar kez büyütülmesi ile belirlenen Atomium, 18 metre çapında 9 adet alüminyum kaplı kürenin bir araya gelmesi ile oluşan bir heykel-strüktürdür. Demir elementinin 9 atomlu kristal molekülünü temsil eden strüktürde, birbirine bağlanmış küreler bağlayıcı moleküler kuvvetleri sembolize etmektedir. Küp formunda bir kafesin, kübün köşelerinde konumlanan küreler ve onları birbirine bağlayan 12 tüple oluşturulduğu, kübün merkezindeki küreye ise tüm kürelerin 8 tüple bağlandığı geometride, küreler sergi mekanlarını ve kamusal alanları kapsamaktadır. Küreleri bağlayan tüpler, asansör ve yürüyen merdivenlere ev sahipliği yaparken, bir köşesi üzerinde duran küp-kafese bağlı en tepedeki 102 metre yüksekliğindeki küre, Brüksel panoramasının izlendiği mekandır. Mühendisliği André Waterkeyn, iç mekân tasarımları ise André ve Jean Polak

imzalı olan ve fuarın ardından yıkılması planlanan Atomium, gördüğü ilgi ve kısa süre içinde kentin simgelerinden biri haline gelmesi üzerine korunmuştur [37].



Şekil 3.36 1958 Brüksel Dünya Fuarı 'Atomium'

Philips firmasının mühendisliklerinin ilerleyişini sunmak üzere Le Corbusier'ye verdiği Philips Pavyonu projesini ise, mimarın çalışanlarından Iannis Xenakis üstlenmiştir. Yenilikçi ve olağandışı bir geometriyle, hiperbolik parabol bir strüktür olarak tasarlanan pavyon, Amerikan kompozitör Edgar Varèse'nin yazdığı "Poème Électronique" (Elektronik Şiir) isimli parça ve bununla senkronizasyonu olmayan görsel bir gösteriye ev sahipliği yapmıştır. Parçanın isim babası, pavyon içerisinde ışık, renk, imge, ritim ve sesi kapsayacak bir "şişe içinde şiir" üretmek isteyen Le Corbusier'dir. Yalnızca geometrisi ile değil, aynı zamanda ses kullanımı ile de ilerici bir üretim olarak görülen Philips Pavyonu için Varèse tarafından bestelenen parça, klasik anlamı ile bir "müzik kaydı" olma amacı taşımadan "özgürleştirilmiş sesler"i bir araya getirerek üretilmiştir. Mekân içine yerleştirilmiş 425 adet hoparlörün sonsuz bir döngüde çaldığı bu disiplinlerarası eser, 20. yüzyıl müzik tarihinin en yenilikçi işlerinden biridir [38].



Şekil 3.37 1958 Brüksel Dünya Fuarı Philips Pavyonu

Bilimde dönüm noktası olan yeniliklerin ötesinde fuar, modern sanat koleksiyonları ile sanat ve müzik alanındaki çalışmaları destekleyen etkinlik ve atölye çalışmalarını da içeren birçok kültürel sergiye ev sahipliği yapmıştır. Ancak fuarın en önemli özelliği; Dünya Savaşları'nın ardından esen iyimser ve ilerici dünya yaklaşımı rüzgârlarının, 'atomik uzay çağı' gibi tanımlarla betimlenmeye çalışılan 20. ve 21. yüzyıl hayallerinin ve yüksek teknolojiye ilişkin oldukça naif beklentilerin karakterize edeceği Batı Dünyasındaki 20 yıllık sürecin başlangıcını temsil etmesidir. Giyimden çatal bıçak takımı tasarımına kadar fuarın imgesine sinen "teknomo-moda"da ve fuarın imza binası Atomium örneğinde olduğu gibi büyük ölçekli yapıların sembolizminde ya da "yapısal meydan okumaları"nda teknolojiyi ön plana çıkaran bu yaklaşımların etkisi hissedilmektedir [39], [40].

3.2.1 Ülkeler Bölümü

Öncelikle Belçika'nın ekonomik büyümesi ve kontrol ettiği Afrika sömürgelerinin gelişmesini teşvik etmeyi amaçlayan fuar, savaşta yenilmiş ülkelerin (Almanya, Japonya ve İtalya) ulusal imajlarını yeniden oluşturmaları için de önemli bir fırsat olmuştur. 1958'de İngiltere ve Fransa kolonileri küçülmektedir; bu nedenle iki ülkenin pavyonlarındaki sergiler sömürgelerin tanıtımı özelliğini taşımaktadır. Ev sahibi Belçika ise, 19 dönüme yayılmış bahçeler ve bazıları daha önceki Dünya Fuarı'ndan kalan yedi adet pavyonu kapsayan geniş bir sergiye sahiptir. Ülkenin ekonomik, sosyal, teknik ve bilimsel çalışmaları dışında; Ruanda ve Burundi gibi kolonilerinin kültürü, Afrika'ya özgü bitkileri içeren tropik bahçeler, bir Belçika kasabası replikası diğer sergi bölümleridir.

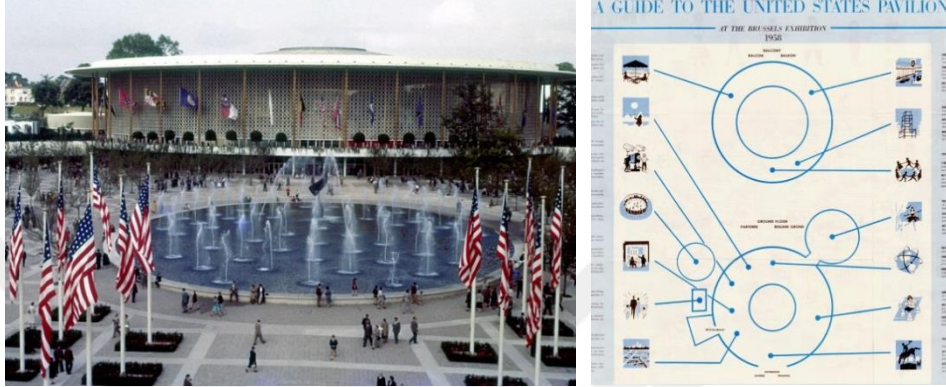
Daha önce belirtildiği gibi pavyonların modern çizgide olmasına planlama aşamasında karar verilmiş ve bu karar neticesinde Sovyet Pavyonu ilk başta düşünülen 'Stalinist Gotik' tarz yerine Uluslararası Stil'de tasarlanmıştır. Soğuk Savaş siyasetine bağlı olarak Almanya, İtalya ve Japonya pavyonlarının da görkemsiz ve yalın olmaları istenmiştir.

Fuarda modernleşme teması, en yeni teknolojik gelişmeleri ve keşifleri barındıran ayrıntılı pavyonlarla bir ütopya modeli inşa edilerek ele alınmıştır. Fuara katılan ülkelerin büyük bölümü, pavyonları kapsamında fütüristik meseleleri içinde

barındıracak bir gündem sunmaya gayret etmiştir. Nükleer enerji gelişimini barışçıl amaçlarla destekleyen fuarda; ABD, Fransa ve İngiltere gibi güçlü ülkeler elektrik üretimi ve diğer amaçlar için geliştirdikleri, Sovyetler ise zaten kullanmakta olduğu, nükleer enerji ile ilgili buluşlarını sergilemiştir [6].

3.2.2 Ulusal Pavyonlar

Amerika Birleşik Devletleri Ulusal Pavyonu



Şekil 3.38 1958 Brüksel Dünya Fuarı ABD Ulusal Pavyonu



Şekil 3.39 1958 Brüksel Fuarı ABD Ulusal Pavyonu İç Mekânı

ABD fuarda "Amerikan Hümanizmi"ne odaklanmış ve Amerikan yaşamının açıklığı ve cömertliğini resmetmek istemiştir. Başlangıçta fuara yönelik ilgisi az olan hükümet, Sovyet Pavyonunun projesi kamuoyuna açıklandıktan sonra çalışmalarını hızlandırmıştır. Modernizmin ülkedeki erken savunucularından, dünya çapında projelere imza atmış olan mimar Edward Durrell Stone imzalı, bir Roma Kolezyumu'nu andıran gergi sistemli pavyonun 'İnsanlığın İyiliği için Araştırma' olan temasına uygun olarak, iç mekân sergileri kültür ve sanat ağırlıklıdır [41]. Pavyon renkli televizyon programlarının gösterilmesi ve dondurma, Coca-Cola gibi

popüler ikramların sunulması ile 'Amerikan yaşam tarzını' temsil eden kültürel zevkler ve etkinliklerin tanıtımı için de kullanılmıştır [36].

Amerika'nın sosyal ve ırksal sorunlarına ilişkin bir sergiyi de içeren pavyon dört ayrı hacimden oluşmaktadır. En küçük hacimde, Walt Disney'in piyasaya sürdüğü, izleyiciyi sinema filminin ortasına yerleştiren dairesel bir sinema olan 'Circarama' yer almaktadır. Ana pavyona bağlı olan 'Amerikan Tiyatro'su isimli hacim, 1150 kişilik bir oditoryum barındırır. Tiyatrodan dört kat daha büyük olan sergi binası ise anıtsal meydana bakmaktadır. Dönemin en büyük dairesel yapısı olan pavyonun, tek mekân olarak planlanmış sergi salonunun üzerinde asılı, yarı saydam, tekerlek benzeri kablo gerdirmeli bir çatısı ile şeffaf akrilik panellerle kaplanmış yıldızlı metal ağdan oluşan, yarı saydam bir cephesi vardır [42].

Batı Almanya Ulusal Pavyonu



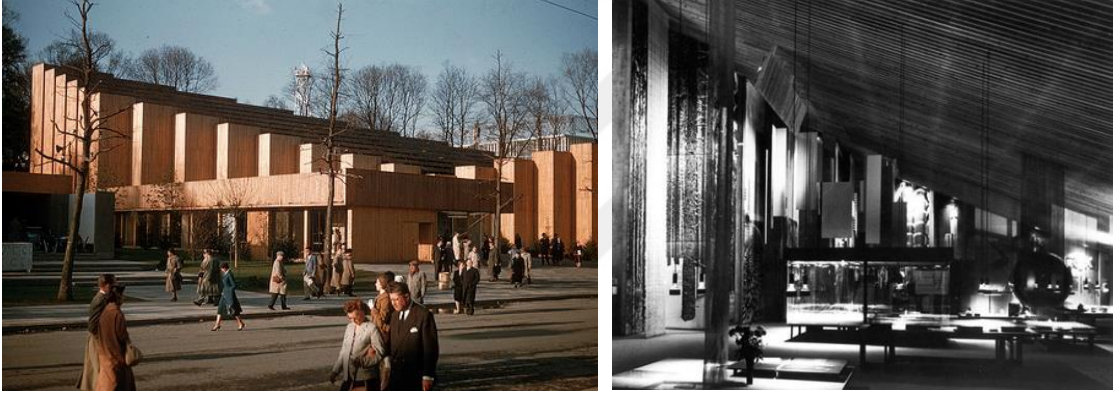
Şekil 3.40 1958 Brüksel Dünya Fuarı Batı Almanya Ulusal Pavyonu

Pavyon, birbirine köprülerle bağlanmış büyük bir ana kütle ile irili ufaklı 7 kütle olmak üzere toplam sekiz parçadan oluşan bir yapı grubudur. Prefabrik çelik konstrüksiyon olarak inşa edilen pavyon açık planlı hacimleri ve cam cephe detayları ile dikkat çekmiştir. Pavyonun teması 'insan ve ilerleme' olarak belirlenmiştir. Sergiler teknik ve bilimsel gelişmelerin, toplumlara ve bireylere insani bir yaşam sunmaları durumunda anlamlı olacağının altını çizmektedir. Bu kapsamda gelişen şehir, köy, ev, fabrika, ofis, okul, hastane vb. çeşitli mekânlar da sergilerde ayrıntılandırılmıştır. Kültürel etkinliklerin yanında Alman yaşam tarzını anlatan tipik bira fabrikası veya restoran gibi mekânlara da yer verilmiştir [44].

Bauhaus ekolünden mimar Sep Ruf ve ülkenin önde gelen mimarlarından Egon Eiermann tasarımı, savaş sonrası modernitenin mimarisi olarak kutsanan

Uluslararası Stil'i kullanmıştır. Savaş sonrası Alman Werkbund hareketinin temsilcisi olan Hans Schwippert'e ait olan iç mekan sergi tasarımı, "Nazi Dönemi sonrası Batı Alman tüketici toplumu"nu dünyaya tanıtmaktadır. Pavyon Batı Almanya'yı sadece kültürel ve teknolojik açıdan modern olarak göstermekle kalmamış, aynı zamanda sosyalist Doğu Almanya ve utanç verici Üçüncü Reich'in antitezi olarak tasvir etmiştir. Soğuk Savaş döneminde 'yumuşak güç' kullanımı olarak değerlendirilen pavyon, net bir şekilde ülkenin Üçüncü Reich geçmişini silmeye çalışmaktadır. Mimaride Uluslararası Stil ve modernist sergi tasarımı, bu çoklu mesajları iletmek için kültürel güç kullanımının enstrümanları olarak seferber edilmiştir [43].

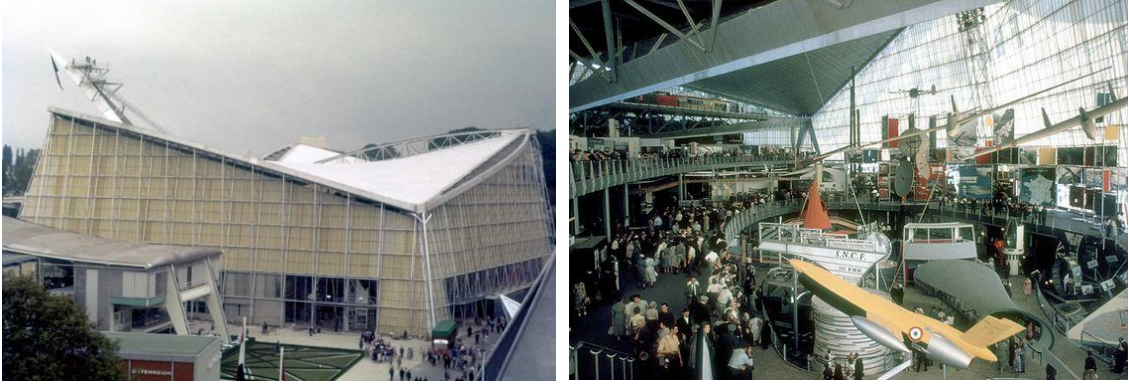
Finlandiya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.41 1958 Brüksel Dünya Fuarı Finlandiya Ulusal Pavyonu

Mimar Reima Pietilä tarafından ülkeye özgü ahşap ve bakır malzemeler kullanılarak tasarlanan modernist pavyon Fin doğasını ve insana sunduğu ürünleri sembolize etmektedir. Sergileme tasarımı; Finlandiya'nın, olumsuz coğrafi koşullarına rağmen yaşamın farklı alanlarındaki başarılarını göstermeyi amaçlamaktadır. Doğa manzaraları, kış sporları temalı sergiler ve ön plana çıkarılan sauna, ülkeyi bir turizm ve spor merkezi olarak tanıtmaktadır. Sanayi temalı sergilerde ise ahşap öne çıkarılmış; bir ağaç işleme tesisi ve bir kâğıt yapma makinesinin maketleri dışında, buzkıran gibi ülkeye özgü bazı makineler de tanıtılmıştır. Metalurji, elektrik, madencilik, tekstil ve ülkenin ikinci ekonomik faaliyeti olan tarım diğer sergi konularıdır. Uygulamalı sanatlar, bilim ve sosyal politika bölümleri ise ülke uygarlığının yüksek seviyesini göstermektedir [44].

Fransa Ulusal Pavyonu



Şekil 3.42 1958 Brüksel Dünya Fuarı Fransa Ulusal Pavyonu

Ülkenin tanınmış mimarlarından Guillaume Gillet, pavyonu 1889 Paris Dünya Fuarı'nda inşa edilen "Galerie des Machines" isimli yapının modern karşılığı niteliğinde membran bir strüktür olarak tasarlamıştır. 12.000 m²'lik kapalı alana sahip olan strüktür, kablo ağlarının kullanımıyla mümkün olabilen teknik bir özelliğin ürünüdür. Tek bir destek noktasından, bir eksenel ve iki diyagonal üç kiriş, gerilerek, hiperbolik paraboloidler şeklinde örüntü oluşturan kablolarla bağlanmıştır. Gerilimdeki tüm kuvvetler, asılı duran cepheler ile dengelenmiştir. İç mekânda taşıyıcı olmadan inşa edilen yapının ağırlığı, geleceğe yönelik bir ivmeyi temsil eden, gökyüzüne fırlatılmış bir ok ya da sinyal olarak sembolize edilmiş çelik bir kule vasıtasıyla taşınmaktadır [45].

'İnsanın hizmetindeki teknolojiler' temalı pavyon Fransızlar'ın estetik açıdan gelişmiş ve cesur niteliklerini temsil etmektedir. Yapının kendi başına denge sorunlarının özgün bir çözümü olması, bir anlamda geleceğin şekillendirilmesidir. İç mekân sergileri günlük hayattaki insanı tasvir ederken öncelikle, gelişmiş sanayide, fabrikada veya çiftlikte, 'çalışan insan' görülebilir. Daha sonra evinde, mahallesinde 'istirahat eden insan' anlatılmaktadır. Entelektüel geleneklere sahip ülkede, 'boş zaman' kelimesi 'düşünce' anlamına gelir; bu yüzden sergilerde Fransız düşüncesinin oluşumu ve sonuçları ülkenin dünyaya en önemli katkısı olarak gösterilmiştir. Son bölümde ise ülkenin denizaşırı başarıları, uygarlığı, doğal zenginlikleri anlatılmaktadır. Paris için de ayrı bir bölüm düzenlenmiştir [44].

Hollanda Ulusal Pavyonu

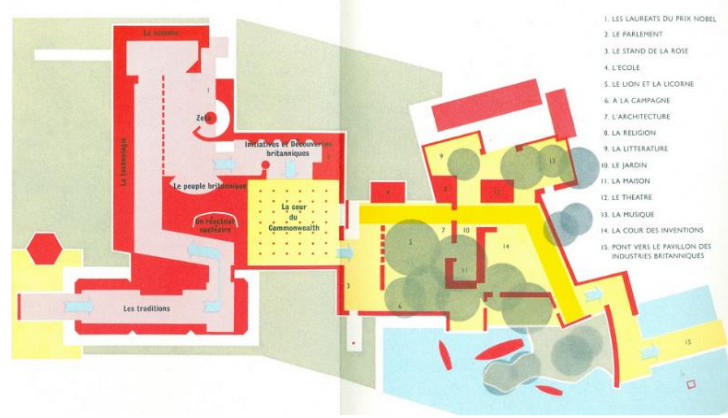


Şekil 3.43 1958 Brüksel Dünya Fuarı Hollanda Ulusal Pavyonu

J. H. van den Broeck, J. B. Bakema, J.W.C. Boks, F.P.J. Peutz ve G.T. Rietveld ortaklığı ile tasarlanan pavyonda öne çıkan denizcilikle ilgili öğeler, 'Holland-America Line' şirketini sergileme amaçlı kullanılmıştır. Arazinin eğimi ise, pavyonun 'suya karşı mücadele' olarak belirlenen temasını vurgulamasına izin vermektedir [46]. Ülkeye özgü 'polder' adı verilen, deniz seviyesinin altında setlerle korunan tarıma elverişli toprakları ziyaretçilere tanıtmak üzere; büyük bir kubbenin altında suyun nasıl drene edildiğini gösteren bir 'polder' oluşturulmuştur. Geri kalan bölümler Hollanda'nın endüstriyel kalkınmasına ayrılmıştır. Sergiler aynı zamanda ülkenin manevi, kültürel ve sanatsal yaşamını tanıtırken Surinam, Batı Hint Adaları, Yeni Gine gibi denizaşırı sömürgeleri hakkında bilgi vermektedir [44].

Hollanda ile özdeşleşmiş ahşap takunya veya yel değirmenleri gibi unsurlar üzerinden tanıtım yapmayan tasarım, ülkeye ait bir atmosfer duygusu uyandırmayı başarmaktadır. Architectural Review dergisine göre, fuardaki en iyi altı pavyondan biri olan yapı; sadece ürün sergileme amaçlı bir kabuk değil, fuarın doğasına uygun bir mimari eserdir. Sergiye dinamik bir kalite kazandıran tema ve form arasındaki etkileşim dışında pavyonun değeri; mekânsal planlamada, farklı kotların kullanımında, malzemelerde, detaylarda ve yapıların araziye yerleşimindedir [5].

İngiltere Ulusal Pavyonu



Şekil 3.44 1958 Brüksel Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu Yerleşim Planı



Şekil 3.45 1958 Brüksel Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu & Tanıtım Kitapçığı

Sergi tasarımcısı James Gardner ve mimar Howard Lobb imzalı, üç adet prizma biçiminde kule ile öne çıkan pavyon; sergilerle eski gelenekleri hatırlatırken nükleer enerji konulu bir diyaroma ile ülkenin atom çağına bakışını sunmaktadır. İngiliz tarihine odaklanan Gelenekler Bölümü, bilimsel çalışmaların sergilendiği Teknoloji Salonu, İngilizler'in hobilerini tanıtan diyaromalar, ülkenin insanlığın ilerlemesine katkılarının sunulduğu İngiliz Endüstrileri Salonu, bilimsel işlemlerin endüstriyel malzemelere uygulanmasına odaklanan Hammaddeler Bölümü, geleneksel elektrik santralleri ve nükleer enerji santrallerinin karşılaştırıldığı Güç ve Enerji Bölümü, endüstriyel teknoloji ve tüketim mallarına ayrılmış bölümler 6000 metrekarelik pavyonu oluşturan sergilerdir. Yapıda Londra için de ayrı bir bölüm planlanmıştır [44]. Pavyonun mimari tasarımında nükleer enerji teması belirleyici olsa da sergi konularında ve tanıtım kitapçığında modern ve geleneksel arasındaki çelişki yoğun bir şekilde hissedilmektedir.

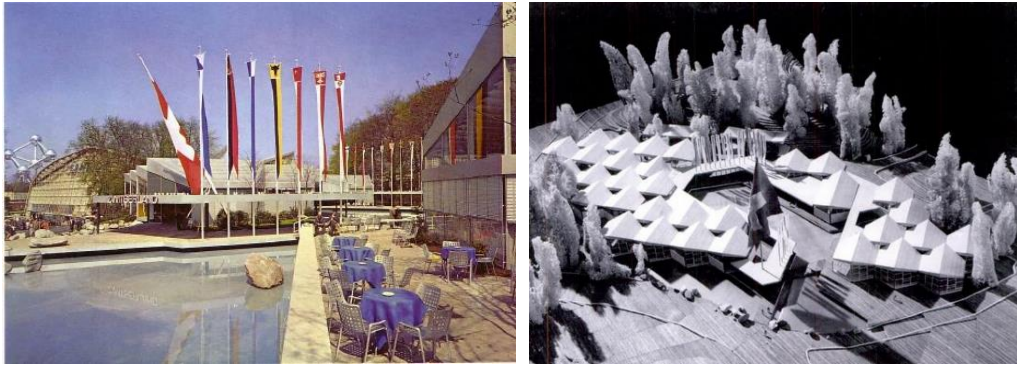
İspanya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.46 1958 Brüksel Dünya Fuarı İspanya Ulusal Pavyonu

Ülkenin tanınmış mimari ortaklığı R. Vasquez Molezun ve J. A. Corrales Gutierrez imzalı modernist tasarım aydınlık bir atmosferde gelenekler ve kültürün bir sentezini sunmaktadır. Hafif ve cesur mimarisi ile iç mekânı 'metal ağaçlar'dan oluşan bir ormanı andıran pavyon ülkenin kontrastlar coğrafyası olduğunu vurgular. Tamamen boş bırakılmış iç mekan, pavyonun kendisinin sergi ögesi olarak tasarlanması yaklaşımının erken dönem örneklerindendir. Sergilerde coğrafi çeşitliliğin folklor, gelenek, gastronomi ve halk sanatının zenginliğine yansımalarını göstermek amaçlanmıştır. İspanya'nın dünyaya etkisini temsil eden bölümde Amerika'nın kolonileşmesi ve ülkenin edebiyata katkıları, çalışma temalı sergide ise sanayileşme, tarım programları ve hidrolik çalışmalar yoluyla doğanın nasıl dönüştürüldüğü anlatılmaktadır. Boğa güreşleri ve çağdaş sanat sergisi, dans ve müzik performansları üzerine filmlerin gösterildiği oditoryum ile ülke yemeklerinin sunulduğu restoran diğer bölümlerdir [44].

İsviçre Ulusal Pavyonu



Şekil 3.47 1958 Brüksel Dünya Fuarı İsviçre Ulusal Pavyonu

Ülkenin tanınmış mimarlarından Mimar Werner Gantenbein imzalı modernist pavyon, ülkedeki gölleri sembolize etmek üzere tasarlanmış bir havuzu saran, her birinde farklı temada sergiler bulunan altıgen planlı kütlelerden oluşmaktadır. Havuzu çevreleyen gezinti yolu veya kütleler arasında oluşturulmuş 'Alp Bulvarı' isimli aks üzerinden her kütleye doğrudan girilebildiği gibi sergiler sırayla da gezilebilmektedir. Ana girişten öncelikle ülkedeki yaşamı, çalışmayı, hayalleri ve entelektüel üretimi barındıran kültürel bölüme girilmektedir. Ardından tekstil ve giyim endüstrisi, saatçilik, makine ve ev aletleri, alüminyum ve kimya sektörlerine geçilmektedir. Daha sonra ülkeyi turizm ve tatil ülkesi olarak tanıtan bölüm ile tarım ve gıda ürünleri bölümüne ulaşılmaktadır. En sonda ise, bir bölümü geleneksel bir lokanta, bir bölümü de ülkenin uluslararası bir otel zinciri tarzında tasarlanmış restoran vardır. Bütün bölümler, İsviçreliler'in yaşam koşullarının iyileştirilmesini sağlayan hizmetleri, ülkenin insanlığa sunduğu faydaları ve ülkedeki endüstriyel üretimi ortaya koymaya çalışmaktadır [44].

İtalya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.48 1958 Brüksel Dünya Fuarı İtalya Ulusal Pavyonu

Ağaçlarla kaplı doğal eğimli bir yamaçta inşa edilmiş pavyon, farklı kotlarda birbirine yaslanmış evlerden oluşan pitoresk bir kasabayı sembolize etmektedir. Fuarın modern ulusal pavyonları arasında İtalya radikal bir pozisyon alarak; insanın yaşadığı doğa ile medeniyeti kurma biçimi arasındaki ilişkiyi göstermeyi amaçlamıştır [5]. Akdeniz dağ kasabalarının tipik taş duvarları ve geleneksel mekân yerleşiminden yola çıkarak oluşturulan 'cephesiz köy' fuardaki modern pavyonların tektonik kaliteleri ve dekoratif anıtsallığı ile tezat oluşturmaktadır. Modernist pavyonlar geleneğe dair açık bir çağrışımdan kaçınırken İtalyan

mimarlar, faşist rejimlerin Dünya Fuarları'nda klasizmi stratejik olarak kucaklamasından ayırt edilebilmek için modernizm ve gelenek arasındaki kararsız ilişkiyi yeniden kurmaya çalışmışlardır [47].

Ülkeyi turizm açısından mükemmel bir yer olarak sunmayı amaçlayan pavyonda ülke folkloru ve müziğinin tanıtımına yönelik sergi ve etkinlikler ön plandadır. Ancak yapı ülkenin renkli atmosferini canlandırmakta yeterli olamamıştır [44].

Japonya Ulusal Pavyonu

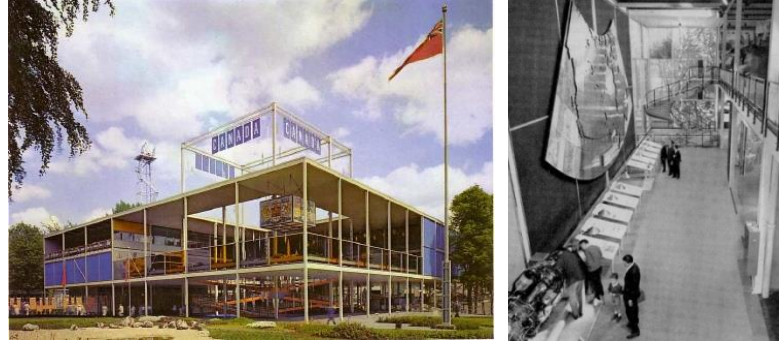


Şekil 3.49 1958 Brüksel Dünya Fuarı Japonya Ulusal Pavyonu

Modern Japon mimarlığının önemli isimlerinden Kunio Maekawa imzalı pavyon mimarın diğer çalışmalarına göre daha gelenekselci bir karaktere sahiptir. Ancak burada tarihsel referanslar; soyut, binanın modern strüktürü ile uyumlu ve tasarımın kavramsal yapısı ile bütünleşmiş biçimdedir. Yapı böylece modernist bütünlüğü sürdürürken Japon kökenini de ortaya koymaktadır [48].

Gelenek ve ilerlemenin ahenkli birlikteliğini sunmayı amaçlayan pavyon, atalarının kültürünü bilimin katkılarıyla zenginleştiren Japon halkının dünyaya bakışını özetlemektedir. Bu bakış açısıyla ortaya çıkan uyum, teması 'Japon halkının sınai ve zanaat eseri' olan yapının mimari tasarımına yansımaktadır. Pavyonun ilk bölümü, 3.000 yıllık geleneğin ürünü el sanatlarına ayrılmıştır. Sanat eserleri, gravürler, heykeller ve ünlü ressamların eserleri, sanatın ülkedeki aşamalarını izlemeye yardımcı olmaktadır. İkinci bölüm ülkenin 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren endüstride kaydettiği ilerlemeyi anlatmaktadır. Endüstri ürünleri koleksiyonu Japon teknolojisinin uluslararası bir seviyeye ulaştığını göstermektedir. Pavyonun bahçesi ise Japon kültürünü yansıtan 'gelenek alanı' olarak tasarlanmıştır [44].

Kanada Ulusal Pavyonu



Şekil 3.50 1958 Brüksel Dünya Fuarı Kanada Ulusal Pavyonu

Mimar Charles Greenberg imzalı, beyaz çelik bir strüktürden oluşan yapının kısmen açık, kısmen cam ve sunta ile kapatılmış mekânları çağdaş Kanada sanatına dair kapsamlı bir sergi barındırmaktadır. Tasarım iç mekânlarda açıklık ve özgürlük sağlarken, ülkenin önde gelen sanatçılarına ait terra cotta panellerden oluşan üç boyutlu duvar resmi ve boşlukta asılı metal strüktür sergideki baskın unsurlardır [49]. Kanada doğal kaynaklar açısından zengin ve büyük bir ülke olduğu için, pavyonun teması 'insan ve mekân' olarak seçilmiştir. 3.000 m2'lik pavyonda, ülke 23 farklı bölüm ile tanıtılmaktadır. Bunlar; nüfus, hükümet, uluslararası kuruluşlara katılım, eğitim, sağlık ve refah, müzik ve tiyatro, edebiyat, eğlence, bilimsel ilerleme, enerji, ulaşım, endüstri, iletişim, tarım, balıkçılık, tomruk, Kuzey, madencilik, istihdam ve emek, uluslararası ticaret gibi isimler taşır. Pavyonda Kanadalılar'ın nasıl yaşadığını, düşündüğünü, çalıştığını ve yarattığını göstermek için güzel sanatlar galerisi, kütüphane ve müzik odası planlanmıştır. Ülkeye özgü ağaçlarla düzenlenen bahçede ise restoran, bar ve teraslar vardır [44].

Norveç Ulusal Pavyonu

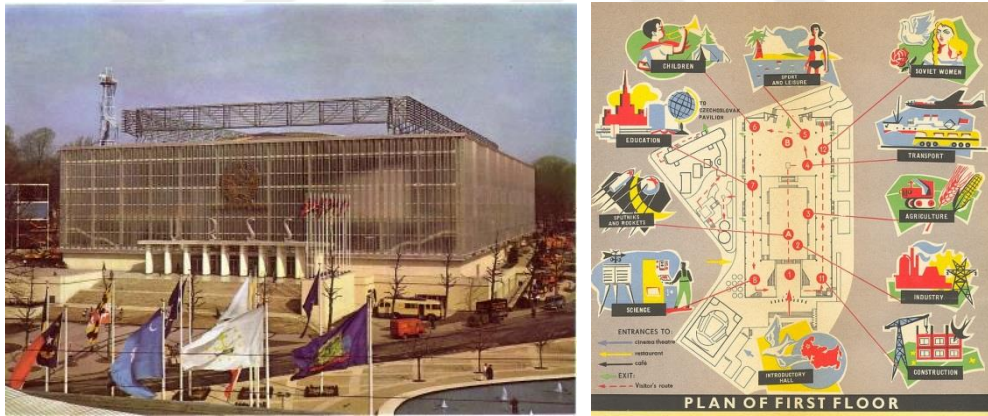


Şekil 3.51 1958 Brüksel Dünya Fuarı Norveç Ulusal Pavyonu

Ülkenin modernist mimarlarından Sverre Fehn'i üne kavuşturan pavyon, Norveç ulusunun insani yönlerini öne çıkarmayı amaçlamaktadır. Ahşap, brüt beton ve camdan oluşan pavyon, Mies'vari modernizmin daha insancıl ve organik bir versiyonu olarak değerlendirilmiştir. Toplumun cam ve çelik mimarisi olarak bildiği modernizmden sıkıldığı bir dönemde fuarda görülen strüktür ve dinamik mimari biçimler modern mimarlığa olan ilgiyi yeniden canlandırırken, Fehn'in Norveç Pavyonu da bu kapsamda modernizm için yeni bir açılım sağlamıştır [50].

Üç bölümden oluşan pavyonda sanat eserleri sergisini barındıran ilk bölüm ülkenin doğası ve tarihini tanıtmaktadır. İkinci bölüm ülkedeki sosyal hayata adanmıştır. Üçüncü bölüm, Norveçlilerin ekonomik ve doğal kaynaklarına bağlı gelecek beklentilerini tanımlamaktadır. Bu bölümde, balıkçılıktan elde edilen hammaddelerin rasyonel kullanımında kaydedilen ilerlemenin yanı sıra, atomik alanda elde edilen sonuçlar sunulmaktadır. Norveç ticaret filosunun tanıtıldığı alan ve yerel lezzetler sunan bir bar pavyonun diğer bölümleridir [44].

SSCB Ulusal Pavyonu



Şekil 3.52 1958 Brüksel Fuarı SSCB Ulusal Pavyonu & Zemin Kat Sergileri

Y. Abramov, A. Boretski, V. Doubov, A. Polanski mimari ortaklığı tarafından tasarlanmış ve anıtsal bir kaide üzerine yerleştirilmiş pavyon; alüminyum, çelik ve camdan oluşan, asılı bir cephe ve karmaşık bir çatı strüktürüne sahiptir. Fuarın en büyük ulusal pavyonu olan yapıya anıtsal merdivenlerle ulaşılmaktadır. Uluslararası Stil ile yakınlaşan tasarımın kökeninde Rus Konstruktivizmi'nin izleri görülmektedir. Stalinist sosyalizmin özelliği olan anıtsal, süslü yapılar ve yüksek kuleler, savaş sonrası dünyada artık Sovyet güç ve modernitesini göstermekte

yetersizdir. Bu açıdan yapı, N. Kruşçev'in ülkede dönüm noktası olarak ilan edilen yeni mimari çizgisinin ilk büyük ifadesi olmuştur [51].



Şekil 3.53 1958 Brüksel Fuarı SSCB Ulusal Pavyonu İç Mekan Sergileri

SSCB sahip olduğu güç ve bilgiyi göstermek için 18 farklı bölümden oluşan bir sergi planlamıştır. Sergiler; uzay taşıtları, havacılık, motorlu taşıtlar, metalurji, kimya ile petrol endüstrilerinin makine ve aletleri, tarım, ulaştırma, gıda endüstrisi, nükleer enerji, sanat ve bilim konularını içermektedir. Ayrıca dünya rekorlarıyla birlikte sunulan spor aktiviteleri ve eğlence temalı ayrı bir bölüm oluşturulmuştur. Çeşitli kültürel etkinlikler, konserler, bale gösterileri ve sanat sergileri ile uluslararası itibar elde edilmesi amaçlanmaktadır. 1000 kişilik sinema salonu ile ülkenin geniş coğrafyasına ait yemekler sunan restoran diğer bölümlerdir [44]. Soğuk Savaş sürecinde Sputnik uydularının pavyonun merkezinde sergilenmesi SSCB'nin bilimsel ve teknolojik başarısının dünyaya gösterilmesini amaçlamaktadır. Henüz üretimde olmayan modern otomobiller, güneş enerjili uzay istasyonu maketi, nükleer enerji santrali maketleri, "Lenin" isimli dünyanın ilk atomik buz kırıcısı ve büyük bir Lenin heykeli ile aynı yöne doğru ilerlediği izlenimini veren uçak maketleri ülkenin gelecek beklentilerini yansıtmaktadır [52].



Şekil 3.54 1958 Brüksel Fuarı SSCB Ulusal Pavyonu Afişi ve Uzay Araçları



Şekil 3.55 1958 Brüksel Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı

3.3 1970 Osaka Dünya Fuarı

Tarih: 15/03/1970 - 13/09/1970

Tema: Progress and Harmony for Mankind (İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum)

Alan: 330 (ha)

Ziyaretçi Sayısı: 64,218,770

Katılımcı Ülke Sayısı: 78

Japonya'nın Dünya Fuarı düzenlemek için ilk girişimi 1912'de Japon imparatorunun ölümü nedeniyle, ikincisi ise 1940'da II. Dünya Savaşı'nın başlaması sonucu ertelenmiş, 1963'de konuyla ilgili çalışmalar tekrar başlamıştır. 1964 Tokyo Olimpiyat Oyunlarının başarılı organizasyonu ve savaş sonrası Japonya'nın hızlı ekonomik yükselişinden dolayı; 1965 yılında BIE, 1970 Dünya Fuarı'nın Osaka'da yapılmasına karar vermiştir. Japon hükümeti finans ve kontrolden sorumluyken, etkinliğin hazırlığı, planlanması ve gerçekleştirilmesi için ayrı bir şirket kurulmuştur [55].

1950'lerden sonra Dünya Fuarları'nın anlamını ve yaklaşımını değiştirme ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bilginin küresel ölçekte daha kolay erişilebilir hale geldiği bir çağda evrensel bir sergi, ürünler ve ulusal gelişmeler için vitrin olarak toplumun taleplerini artık karşılamamaktadır. Bu nedenle fuar konseptinde yapılacak değişikliğin, uluslararası sorunları tartışabilmek için, ulusal başarıları ve kültürleri ortak bir bağlamda sunmaya yönelik olması gerektiği düşünülmüştür.

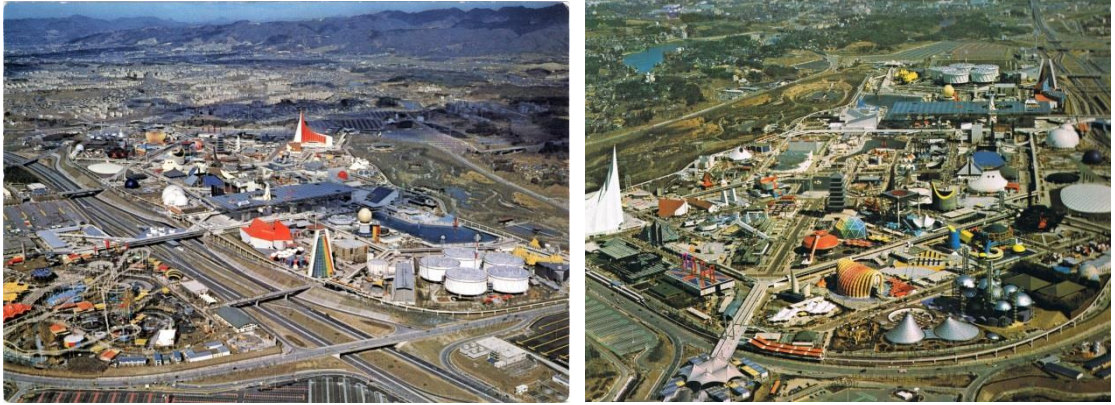
Fuarın teması olarak belirlenen 'İnsanlık için İlerleme ve Uyum', ilerleme ideolojisinin sonuçlarına eleştirel bir yaklaşım sergilemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda sanayileşmenin olumsuz toplumsal etkilerine, bilimin yıkıcı kullanımının bir örneği olarak İkinci Dünya Savaşı'na ve endüstrileşme sonucu oluşan çevre tahribatına atıfta bulunulmuştur. Teknolojik gelişmeler artık ekonomik ya da politik rekabet için bir platform olarak hizmet etmemeli, tüm insanlığın yaşam kalitesini iyileştirme ve dünya çapında barış için bir temel oluşturma imkânı sağlamalıdır. Bu isteğin görsel imgesi olarak, soyut bir kiraz çiçeği uyum sembolü olarak seçilmiştir. Beş kıtayı temsil eden beş çiçek yaprağı,

çiçeğin merkezi yani buluşma noktası olan Japonya'nın etrafını çevrelemektedir. Merkezin etrafındaki beyaz bölge ise, fuardaki buluşma sayesinde sağlanacak ilerleme için ortak alanı sembolize etmektedir [56].



Şekil 3.56 1970 Osaka Dünya Fuarı Sembolü ve Fuar Afişleri

Fuar alanı olarak Osaka dışındaki 'Senri Hills' seçilerek, master planı hazırlamak üzere Metabolist hareketin iki usta ismi Kenzo Tange ve Uzo Nishiyama görevlendirilmiş; Tange master plandaki farklı bölümlerin tasarımlarını yapmak üzere 12 adet mimarı projeye davet etmiştir. Bu mimarlar arasında 'Festival Meydanı' için Arata Isozaki ve 'EXPO Kulesi' için Japon Metabolist akımın kurucularından Kiyonori Kikutake da vardır. Ayrıca, sergi alanını geliştirmek için Shigeru Ito liderliğinde çalışan bir komite kurulmuştur [57].

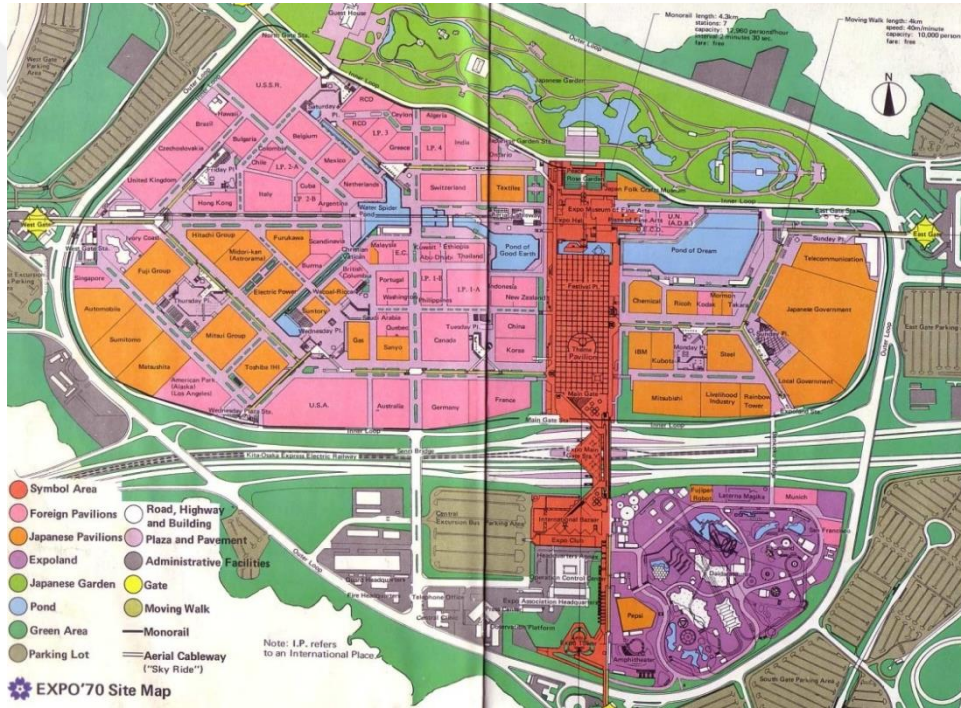


Şekil 3.57 1970 Osaka Dünya Fuarı Hava Fotoğrafları

Tarihsel, politik ve sosyal açıdan karmaşık olan bu dönem, farklı yaklaşımlar ile yenilik ve deneysellikte artış arayan mimarlık ortamı ile eşleşmiştir. 1970 Osaka Fuarı, dönemi içerisinde yapıyı çevreyi tanımlayan teknolojik ve sosyal devrimlerle mimarlığın sunabileceği bütün gelecek olasılıklarını sergilemiştir. Metabolistler fuarı 1950'lerde ve 1960'larda geliştirdikleri kentsel fikirlerin gerçekleşme alanı

olarak görmüştür. Fuar alanı, yaşayan, değişen ve “geleceğin kentinin merkezi olarak hizmet edebilecek omurgaya sahip” bir organizma olarak tasarlanmıştır. Böylece fuar, mimari yaratıcılık bakımından dünyada yapılan en etkileyici gösterilerden biri olmuştur [58].

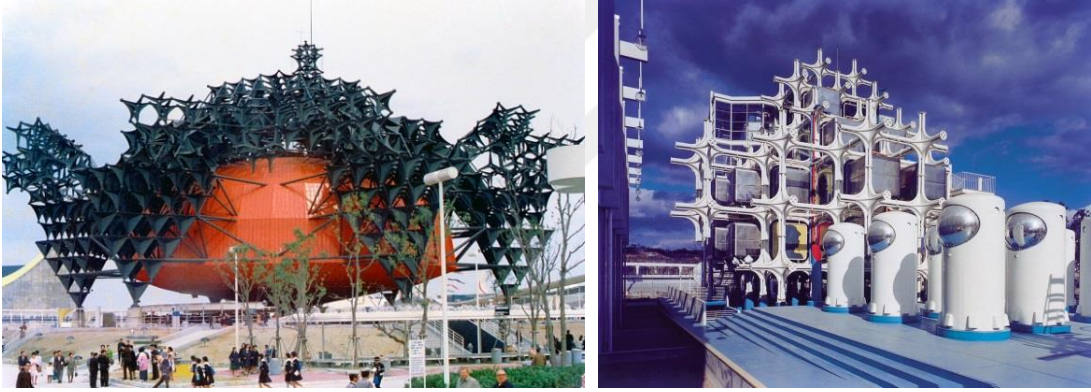
Mevcut şehir dokularının dikkate alınmasını gerektiren önceki Paris, Londra ve New York fuarlarının aksine, Osaka'da yeni mekânsal ve mimari fikirler sunmak için özellikle şehir dışında engebeli bir alan seçilmiştir. Arazi, Osaka'nın yeni çevre yolu ve demiryolu hattı ile iki bölgeye ayrılmıştır. Daha küçük olan güney bölümü ‘Expoland’ tema parkı ve idari binalar için yer sağlarken, kuzeyde büyük bir Japon Bahçesi ve bir monoray sistemi ile erişilen pavyonlar için yer ayrılmıştır [56].



Şekil 3.58 1970 Osaka Dünya Fuarı Master Planı

Master plan iki ana prensip doğrultusunda tasarlanmıştır. Birincisi, dünyadaki bütün halkların bilgeliğinin bir araya gelip yeni fikirleri teşvik etmesidir. İkincisi fuarın bir sergiden çok festival havası taşımasıdır. Tasarımcılar, önceki dünya fuarlarından farklı olarak, insanların buluşabilecekleri ve sosyalleşebilecekleri merkezi, birleştirici bir ‘Festival Meydanı’ üretmeyi planlamıştır. Bu meydana ‘Sembol Bölgesi’ adı verilerek, meydan ve içerisindeki tema pavyonları geniş bir uzay-kafes çatı ile örtülmüştür [57].

1851 Londra Sergisi gibi, çatının fuar için birleştirici bir unsur olacağı düşünülmüş ancak serginin getirdiği kısıtlama yani her şeyin tek bir çatı altında bulunması istenmediği için uzay-kafes çatı, sadece Festival Meydanı ve tema pavyonlarını kapsayacak şekilde planlanmıştır. Kenzo Tange, konsepti bir ağaca benzer biçimde oluşturmuştur. Buradaki fikir, pavyonların ayrı ayrı çiçekler gibi olmalarına rağmen, dallara ve bir gövdeye bağlanmaları gerektiğidir. Böylece Sembol Bölgesi gövde, yer altındaki klimalı yürüyen bantlar ve meydanlar ise dalları oluşturmaktadır. Gövde ve dallar düz beyaz olarak tasarlanmış, pavyonlar mimarları tarafından belirlenen renklerle güçlendirilmiştir. Sembol Bölgesi, arazi boyunca kuzeyden güneye doğru uzanırken, doğu-batı doğrultusundaki ana ulaşım arterini de kapsamaktadır. Festival Meydanı'nın merkezinde yer alan 'Güneş Kulesi'nden, ziyaretçiler kuzey, güney, doğu ve batı kapılarına doğru giden yürüyen yaya yollarına katılabilmektedir [57].



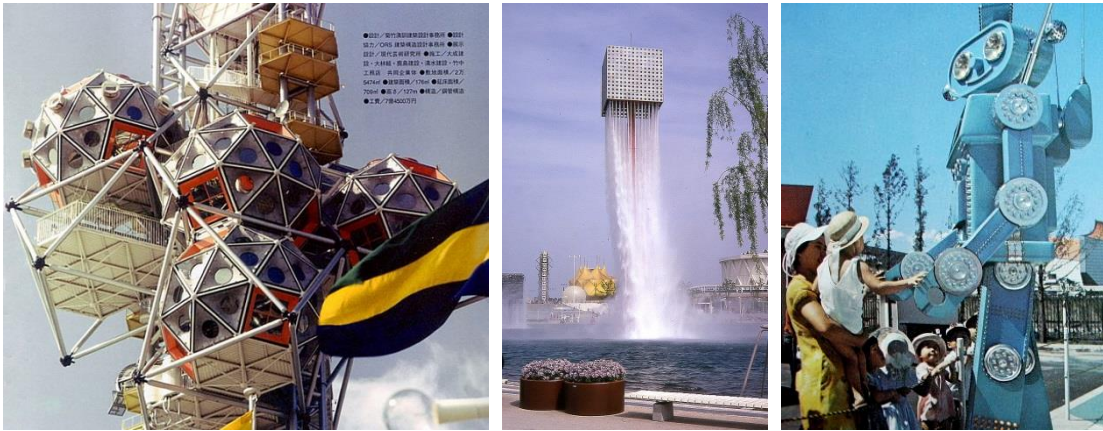
Şekil 3.59 1970 Fuarı Kisho Kurokawa tasarımı şirket ve tema pavyonları

Kenzo Tange'nin tasarımında Expo 1970'i 'geleceğin ideal kenti' için bir sembol haline getirme amacı belirgindir. Tange'nin çiçek açmış bir ağaçtan oluşan ideal kent önerisinde; sade bir renk şeması ve net tasarımlardan oluşan konseptin sertliği, çiçekler yani çok renkli ve yüksek pavyonlar ile uyumsuz bir şekilde üst üste binmektedir. Ancak sonuç hem fuarın teması hem de Tange'nin mekânsal konsepti ile uyumludur. Amaç kurallarla sınırlamak yerine farklı bireysel fikirleri teşvik edip, katılımcıları net bir ana strüktürde, sembolik olarak bir araya getirerek birleşik bir bütün oluşturmaktır. Tasarım, yoğun ziyaretçi kitleleriyle başa çıkabilmek için oluşturulan karmaşık ulaşım sistemi ile de çığır açıcudur [56].

Sembol Bölgesi ise temayla ilgili konuların tartışılabilmesi için uygun bir ortam oluşturmaktadır. Ülkenin önde gelen bilim adamları ve mimarları, şeffaf membran ile kaplanmış uzay-kafes strüktürün altında geleceğin dünyasının bir görüntüsünü yaratmaya çalışmıştır. Kullanılan bilim kurgu tarzı mimarinin sembolleri olan aydınlatma ve TV kayıtları gibi hizmetler robotlarla desteklenmiştir. Çatı, 70 metre yüksekliğindeki "Güneş Kulesi" adlı tema pavyonu ile kesintiye uğramaktadır. "Japonya'nın Picasso'su" heykeltıraş Taro Okamoto, bu kuleyi üç yüzlü dev bir canavar olarak tasarlamıştır. Ziyaretçileri karşılayan kolları ile kule, sergilerin bulunduğu çatı kotuna erişimi sağlamaktadır. Kulenin içinde insan evrimini anlatan 'hayat ağacı' isimli sergi vardır. Tematik sergi üç kota yayılmıştır: zemin kotu altındaki 'yer altı dünyası' gizemli bir atmosferde insanlığın kökenini sahneler. Zemin kotunda bütün pavyonların bir araya gelmesi; insanoğlunun başarıları ve uyum ile dolu olan günümüze dair bir kavrayış sağlar. Fütüristik mimaride ve teknolojiye ileriye gideni gösteren çatı ise geleceğin dünyasıdır [57].



Şekil 3.60 1970 Osaka Fuarı Güneş Kulesi & Festival Meydanı



Şekil 3.61 1970 Osaka Fuarı Expo Kulesi, Fıskiye, Dev Robotlar

Çatıyla bağlantılı Expo salonu, dünyadaki kültürlerden gelen başyapıtların sergilendiği geçici güzel sanatlar müzesidir. Fuar alanının güney bölümünde bir çarşı, idare binası ve fuara son bir vurgu olarak, 120 metre yüksekliğindeki EXPO Kulesi vardır. Üç ince taşıyıcıdan oluşan kule, fuar alanı ve Osaka ovasına bakan seyir platformlarına sahiptir.

Kapsamlı proje sadece fuar alanıyla sınırlı değildir. Endüstriyel gelişmenin olumsuz sonuçlarından etkilenen Osaka'nın, yaşam koşullarının yapısal önlemlerle iyileştirileceğine dair bir örnek haline getirilmesi amaçlanmıştır. Şehirdeki endüstri alanları temizlenmiş, ağaçlı caddeler ve parklar oluşturulmuştur. Su arıtma tesisleri ve filtre sistemleri gibi çevre koruma önlemleri uygulanarak, su ve hava kirliliğini azaltmanın mümkün olduğunu kanıtlanmıştır. Modern bir havalimanının inşası, yeraltı ulaşım sisteminin genişletilmesi, ekspres demiryolu ve otoyollar ulaştırma sisteminin iyileştirilmesine yönelik çalışmalardır. Trafik, yeni bir bilgisayar sistemi ile izlenirken, son teknoloji ürünü telekomünikasyon ağı, lazer ışınlarıyla veri iletimi ve fuarda 100'ün üzerinde bilgisayar kullanılması Japonya'nın elektronik alanındaki gücünü dünyaya ilan etmektedir. Yeşil alanları korumayı benimseyen mimari konsept, yerleşim alanlarını daha kompakt bir boyutta tutarak ve şehir merkezi ile ulaşımı sağlayarak Osaka'nın yüksek nüfus yoğunluğu sorunlarını hafifletmek için tasarlanmıştır [56].

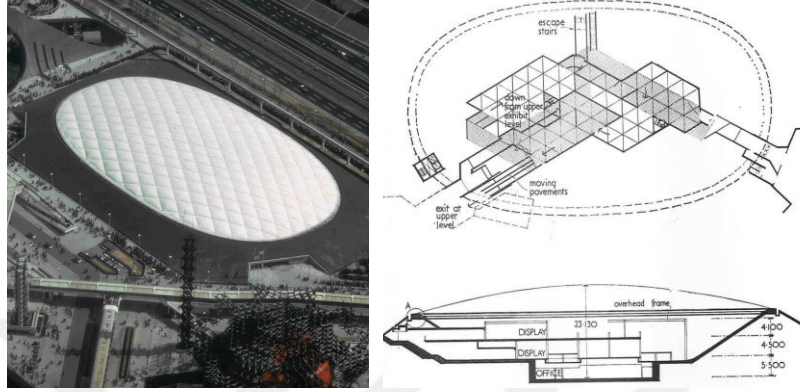
3.3.1 Ülkeler Bölümü

2010 Şangay Dünya Fuarı'na kadar katılımcı ülke sayısı ve ziyaretçi sayısı bakımından rekoru elinde bulunduran, Asya'da düzenlenmiş ilk Dünya Fuarı olan 1970 Osaka Fuarı'nın amacı; dünyada takdir toplamak ve teknolojik gelişmeleri sadece kutlayarak değil, eleştirel bir bakış açısı ile ziyaretçilere sunmaktır. Katılımcı ülkelerden de bu amaca uygun biçimde, insanlık için barışçıl bir gelecek konusundaki tartışma konularına katkıda bulunmaları istenmiştir [56]. Fuar komitesinin beklentileri ve dönemin ruhuna bağlı olarak ulusal pavyonların büyük bölümü geleneksel arkitektonik dili kullanmasalar da, kendilerini ve kapasitelerini farketmek için semboller ve imajlar üzerinden mesajlarını iletmeye devam etmektedirler. Ulusal pavyon tasarımlarının çoğunda uzay seyahati temasının etkileri dikkat çekmektedir. Popüler bilim kurgu yayınlarındaki uzay kolonilerini

anımsatan imgeler, yeni malzemeler ve inşaat teknikleri ile gerçeğe dönüşerek ulusal pavyonların genel karakterini belirlemektedir [59].

3.3.2 Ulusal Pavyonlar

Amerika Birleşik Devletleri Ulusal Pavyonu

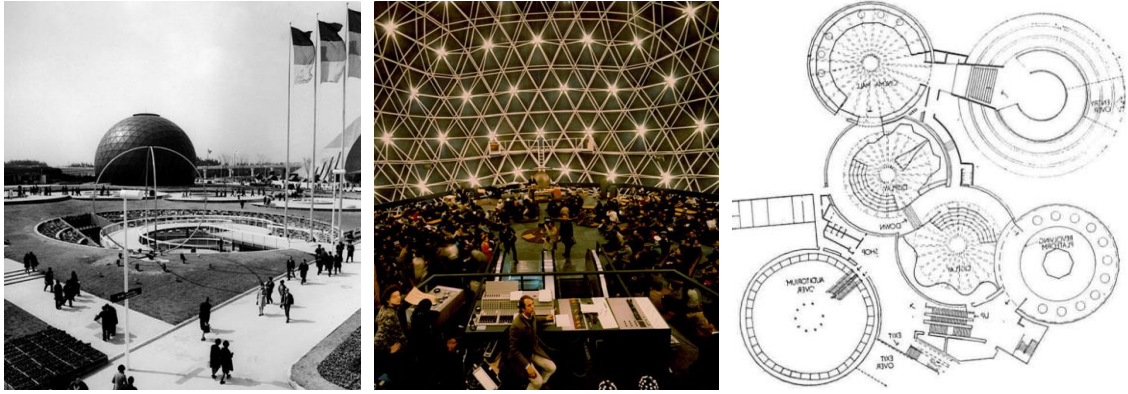


Şekil 3.62 1970 Osaka Dünya Fuarı ABD Ulusal Pavyonu

‘Amerikan Manzaraları’ temalı ABD Pavyonu, dört futbol sahası büyüklüğündeki alanı (19,905 m²) örten yarı saydam bir kubbedir. Dünyadaki en geniş açıklıklı, hava destekli kablo çatıya sahip olan pavyon, mimar Davis Brody ve sergi tasarımcıları Chermayeff & Geismar & Haviv olmak üzere iki Amerikan firmasının açılan yarışmada birinci olan ortak çalışmasıdır. Vinil kaplı, cam elyafından yapılmış olan çatı, gündüz güneş ışığını filtrelerken geceleri parlamaktadır. Pavyondaki sergiler, Amerikalılar’ın kim olduğunu, nerede ve nasıl yaşadıklarını ve kültür, bilim, teknolojinin izinde ne yarattıklarını yedi farklı sergi ile anlatmaktadır. Sergiler; ‘Fotoğraf’, ‘Resim’, ‘Spor’, ‘Uzay Araştırmaları’, ‘Mimari’, ‘Folklor’ ve ‘Yeni Sanatlar’ konuludur. Pavyonun çekim merkezi ise Apollo 11 uzay mekiğinin komuta modülü ve Ay taşlarının sergilendiği bölümdür [60].

Pavyonun hava destekli çatı örtüsü, fuardaki en önemli yeni strüktürel tekniktir. Polimer gibi maddelerin geliştirilmesi sayesinde iç ve dış hava basıncına dayanıklı strüktürel bir kabuğun üretimi mümkün olmuştur. Geniş açıklıkları kolayca inşa edilen örtü ile kapayabilmesinden ötürü büyük potansiyeli olan; basit, ekonomik ve hafif hava destekli çatıların geliştirilmesi geodezik kubbelerin sonu anlamına gelmektedir. Tasarımında Uzay yolculuğundan esinlenilen pavyon, bir kraterin içinde ya da bir gezegende inşa edilen bir uzay kolonisini temsil etmektedir [59].

Batı Almanya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.63 1970 Osaka Dünya Fuarı Batı Almanya Ulusal Pavyonu

‘İşbirliği, İlerleme ve Barış’ temalı 9704 m² taban alanına sahip, ülkenin tanınmış mimarlarından Fritz Bornemann tarafından tasarlanan, sınırlı yarışma birincisi pavyonun yer üstündeki bölümü fuarın resmi rengi olan maviye boyanmış 17 metre yüksekliğindeki kubbedir. Dünyanın ilk küre biçimindeki konser salonuna sahip olan pavyonda sergi mekânlarının büyük bölümü yer altındadır. Ziyaretçileri pavyona girişte Alman müziği eşliğinde bir bahçe karşılamaktadır. Bahçede ülkenin dört mevsimine ait bitkiler dışında genç sanatçıların tasarladığı heykeller yer alır. 10.000 m²’lik bahçede, altında dört adet sahne ve ana sergi salonu bulunan dairesel platformlar vardır. İlk sahnede elektronik görsel efektler izlenmektedir. İkinci sahnede fütüristik müzikal enstrümanlar dinlenebilir. Üçüncü sahne modern bilimin ilerleyişine adanmıştır. Dördüncü sahnede ise işitsel ve görsel efektler sunulmaktadır. Pavyonda çok projeksiyonlu sinema ile teknoloji sunumu ve müzik teması birleştirilmiştir [60].

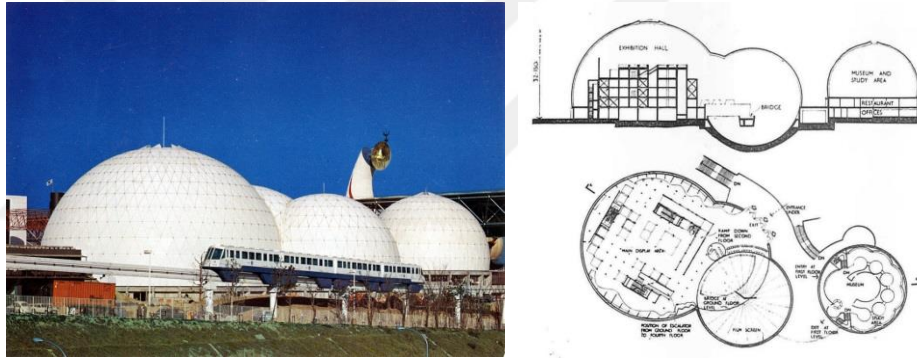
Çin Ulusal Pavyonu



Şekil 3.64 1970 Osaka Dünya Fuarı Çin Ulusal Pavyonu

‘Miras ve Kalkınma’ temalı 4150 m2 taban alanına sahip pavyon Çin’e özgü ‘sadelik içinde karmaşıklık’ felsefesini ifade etmektedir. Karşılıklı yerleştirilmiş iki adet eşit büyüklükteki üçgen planlı kule, hanedanlık sarayının kapısını anımsatacak masif bir kanopi ile birleştirilmiştir. Bu kapı, tarih boyunca Çin ve diğer ülkeler arasındaki kültürel alışverişi sembolize etmektedir. Sergi odaları iki kule arasındaki mekâna taşan konsollarda düzenlenmiştir. On adet bağımsız sergi alanından ilk dört tanesi, Çin’in bilim ve teknoloji, dil ve sanata uzanan bir çeşitlilikte insanlığa sunduğu özgün katkıları tanıtmayı amaçlamaktadır. Beşinci sergi alanı, Çin’in hanedanlık geçmişinden modern cumhuriyet dönemine geçiş hikâyesini sunmaktadır. Sonraki dört sergi alanı Çin’in eğitim ve ulaşım konularındaki ilerlemesi ve Tayvan’ın ekonomisini göstermektedir. Son sergi alanı ise turistler için ülkedeki bir adanın manzarasını sunmaktadır [60].

Fransa Ulusal Pavyonu



Şekil 3.65 1970 Osaka Dünya Fuarı Fransa Ulusal Pavyonu

‘Özgürlük Yolları’ temalı, serbest bir yarışmanın birincisi olan, 10876 m2 taban alanına sahip pavyon, dört adet beyaz renkli jeodezik kubbeden oluşmaktadır. Gece gündüz yanıp sönen ışıklarla kaplı kubbelerden en büyük olanın yüksekliği 30 metredir. Strüktürler bir bahçe, gölet ve şelale ile çevrelenmiştir.

Planetaryumları andıran sergi salonlarında Fransız Devrimi, önemli tarihsel olaylar, ve kültürel gelişmeler anlatılmaktadır. Üç grup halinde düzenlenen sergilerin başlıkları; ‘Uluslararası işbirliği ile teknolojik ve ekonomik bağımsızlık’, ‘bilimsel araştırma ile geleceğin kontrolü ve gençliğe özgü problemlerin incelenmesi’, ‘Fransız halkının kendine özgü karakterinin korunması ve geliştirilmesi’ şeklindedir. Paris ayrı bir bölümde temsil edilirken bir restoran ve

bir cafe ile Fransız mutfağı tanıtılmaktadır. Sinema, kütüphane ve oditoryum pavyondaki diğer mekanlardır [60].

Hollanda Ulusal Pavyonu

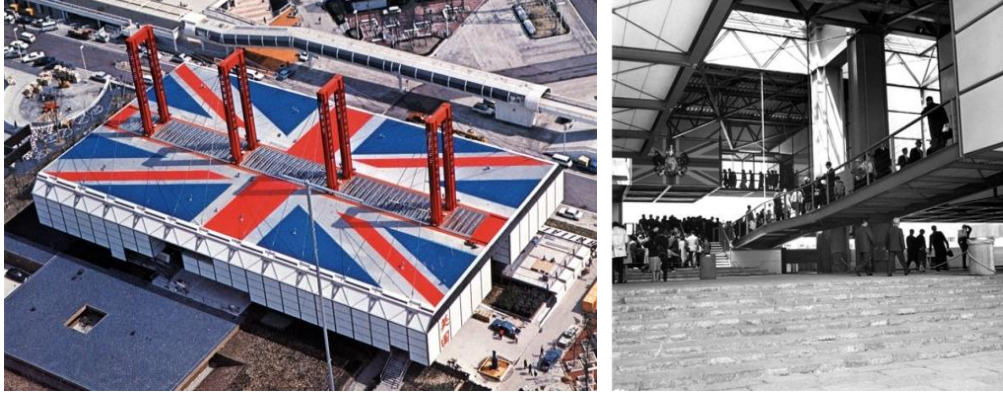


Şekil 3.66 1970 Osaka Dünya Fuarı Hollanda Ulusal Pavyonu

‘Açıklık Sayesinde İlerleme’ temalı 4080 m² taban alanına sahip pavyon ziyaretçilere Hollanda’daki yaşamı sunmayı amaçlamaktadır. Ülkenin tanınmış modernist mimarlarından Carel Weeber ve Jaap Bakema imzalı ‘görüntüleme makinesi’ olarak adlandırılan pavyon, ziyaretçilerin izlenimci görüntü ve seslerin mekânsal kolajlarına daldığı bir multimedya ortamı olarak tasarlanmıştır. Tamamen film gösterimleri için tasarlanmış yapıda, üst üste yığılmış üç adet kapalı küp, dört adet kuleye bağlanmıştır. En üst kottaki Expo alanının panoramik manzarasına sahip bölüme yürüyen merdivenlerle ulaşan ziyaretçiler buradan asansörlerle çıkışa yönlendirilmektedir. Pavyonun cephelerinde alüminyum püskürtülmüş beton lavhalar kullanılmıştır. Hollanda ve Japonya arasındaki tarihsel ilişkiler ile, Hollanda Krallığı’nın denizaşırı bölgeleri olan Surinam ve Antiller sergide önemli yer tutmaktadır. Amaç, dünyada bir kavşak noktasında yaşayan Hollandalılar’ın diğer uluslar ile uzun ve saygıdeğer bir ilişkisi olduğunu ziyaretçilere göstermektir [60].

Serginin en önemli özelliği ziyaretçilere ülkede yaşıyor izlenimi vermek için çok sayıda ekranda belgesel filmlerin kesintisiz olarak gösterildiği projeksiyon tekniğinin kullanılmasıdır. Bu esnada canlı olarak Hollanda müziği çalınmaktadır. Binada bulunan ‘Bilgi birimleri’ ise ziyaretçilerin kendilerinin kullandığı interaktif bilgi kaynaklarıdır. Pavyonda ayrıca bir kitapçı, bir turizm bilgi merkezi ve restoran vardır [61].

İngiltere Ulusal Pavyonu



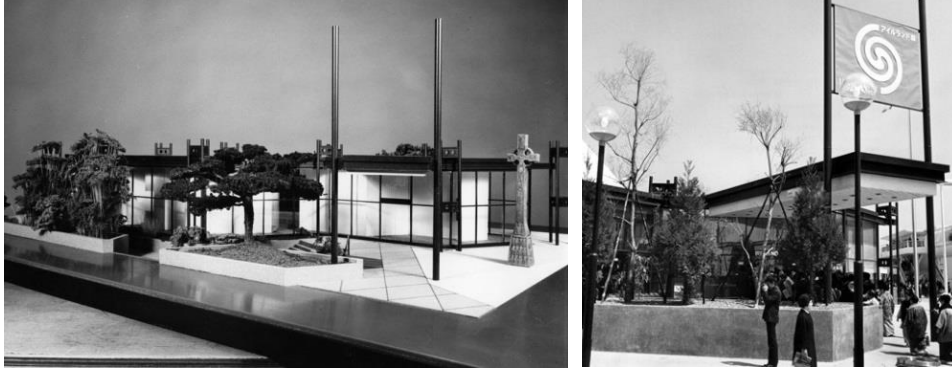
Şekil 3.67 1970 Osaka Dünya Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu

'İlerleme, Umut ve Çeşitlilik' temalı 8078 m2 taban alanına sahip pavyon ülkenin tanınmış mimari ofislerinden Powell and Moya tarafından tasarlanmıştır. Firma ortaklarından Philip Powell ülkede 'hümanist modernizm'in babası kabul edilmektedir. Pavyon, dış iklim koşullarına açık bir meydanın üzerini örten, 34 metre yüksekliğinde 4 adet direkten asılmış geniş bir çatıdan oluşmaktadır. Kırmızı çelik direkler pavyonu vurgulamaktadır. Yapının rijitliği deprem ve rüzgâr etkilerini karşılayacak testler yapılarak hesaplanmıştır. Çatının altında birbirine köprülerle bağlanmış dört sergi salonu, farklı sergilerle ülkenin dinamik bir görüntüsünü, kültürel varlıklarını ve halkın yaşam biçimini tanıtmayı amaçlamaktadır. Sergi salonlarının altındaki meydanda su ögesinin hakim olduğu bir bahçe ve dinlenme alanı yer almaktadır [60].

Sergilerden birincisi "İngiliz Mirası" adını taşır. Burada ziyaretçiler, İngiltere'nin eğitim, kültür, keşif, bilim, endüstriyel teknoloji ve demokratik yönetim alanında küresel ilerlemeye olan katkılarını görmektedir. "İnsanlık için İlerleme" isimli ikinci sergi; tıp, tarım, nükleer enerji ve oşinografi gibi alanlarda ileri araştırma ve geliştirme yoluyla daha iyi bir yaşam kalitesi hedefleyen ulusun imajını sunmaktadır. "Geleceğin İnşası" isimli üçüncü sergi; ultra modern bir endüstriyel ortam sunarak yeni üretim teknikleri, yeni malzemeler ve üretim süreçlerini tanıtmakta ve çevre kirliliği konusunu incelemektedir. "İngiliz Sahnesi" isimli dördüncü sergi; ülkeye ait manzaralar eşliğinde halkın modern yaşamını anlatır. İngilizler aile bağlarında güçlü, iyi bir yaşam ve kaliteli sosyal hizmet standardına

sahip, çocuklarını yüksek standartlara göre eğiten ve bireysel gelişim ve kültürel zenginleşme için fırsatlara sahip güçlü bir millet olarak tanıtılmaktadır [61].

İrlanda Ulusal Pavyonu



Şekil 3.68 1970 Osaka Dünya Fuarı İrlanda Ulusal Pavyonu

Ülkenin tanınmış mimarlık ofislerinden Stephenson & Gibney imzalı tek katlı ve mütevazı pavyonun ana teması Yeats, Shaw, Joyce, Beckett gibi yazarlarla ülkenin modern edebiyata katkılarıdır. Diğer sergiler 2000 yıl önce en önemli etkinlik olan tarımdan başlayarak ülkenin yaşam kalitesini arttırarak nasıl sanayileştiğini anlatır. Antik ve modern dönem arasındaki çağlara ait objeler sergilemenin temel öğeleridir. İrlanda'nın kültürel gelenekleri ve bir tatil ülkesi olarak özellikleri sunulmaktadır. Ülke yemeklerini sunan restoran pavyonun diğer bölümüdür [61].

İskandinavya (Danimarka, Finlandiya, İzlanda, Norveç, İsveç) Ulusal Pavyonu

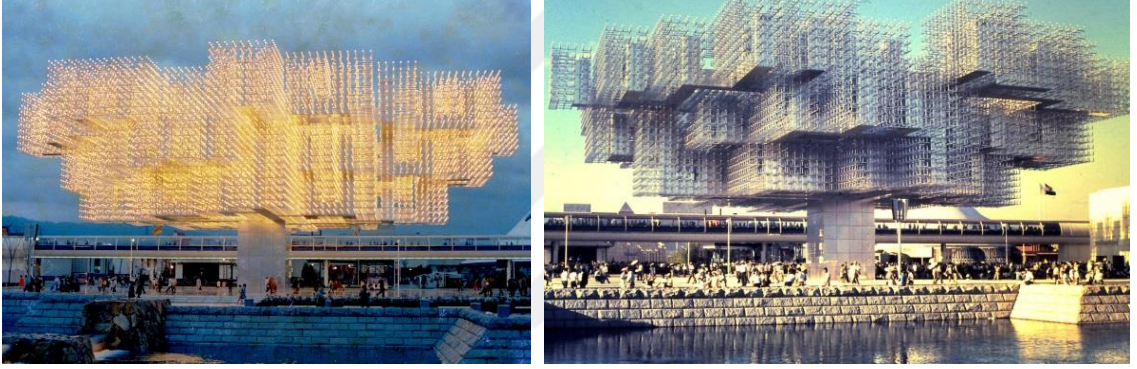


Şekil 3.69 1970 Osaka Dünya Fuarı İskandinavya Pavyonu

'Sanayileşmiş bir toplumda çevrenin korunması' temalı, 3242 m2 taban alanına sahip, modernist cephe tasarımına sahip bir prizma biçimindeki pavyon beş ülke tarafından ortaklaşa inşa edilmiştir. Bu ülkelerin birçok alanda süregelen

işbirliğinin bir örneği olarak pavyon, ulusal sınırların gereksiz olduğunun altını çizmektedir. Sergi salonunun zemin ve tavanı görsel olarak iki parçaya ayrılmıştır. Soldaki bölüm planlanmış bir sanayi toplumunda insanlar ve hayvanlar için her türlü gelişmenin pozitif olduğunu göstermektedir. Sağdaki bölüm ise kontrolsüz sanayileşmenin çevreye olan negatif etkilerini göstermektedir. Bu negatif ve pozitif etkiler yüzden fazla projeksiyon ve dev ekranlar kullanılarak sunulmaktadır. Görüntüleri desteklemek üzere özel ses efektleri kullanılmıştır. Sergide hiçbir ülkeye özel atıfta bulunulmamış, tüm çalışmalar beş ülke tarafından paylaşılmıştır. Ancak detaylı bilgi isteyenler için her ülkeye ait ayrı birer bilgi masası vardır. Bunun dışında pavyonda Viking temalı bir restoran yer almaktadır [60].

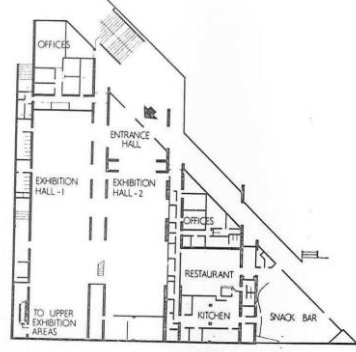
İsviçre Ulusal Pavyonu



Şekil 3.70 1970 Osaka Dünya Fuarı İsviçre Ulusal Pavyonu

‘Uyum içerisinde çeşitlilik’ temalı, mimar Willi Walter imzalı, 6440 m² taban alanına sahip pavyonun dikkat çekici unsuru; 21 metre yüksekliğinde ve 55 metre genişliğinde, stilize edilmiş bir ağaç olarak tanımlanabilecek ışık saçan strüktürdür. Sağlam bir gövdenin kademeli biçimde dallara dönüşerek gözden kaybolduğu kompozisyonda tüm yüzeyler alüminyum plakalarla kaplanmıştır. Üzerinde 32000 adet cam kürenin gün ışığında yanıp söndüğü ve geceleri ampüller ile parlayan stilize ağaç, dostane görünümü ile bir festival havasını yansıtmaktadır. Strüktürün altında keyif ve dinlenme atmosferini elektronik müzikle tamamlayan, doğal havalandırmalı bir alan yer alır. Strüktüre komşu pavyon ise tematik bir gösteri, bir restoran ve İsviçre’ye özgü hediyelik eşyaların satıldığı bir dükkana ev sahipliği yapar. 180 kişilik restoran, bar ve kokteyl salonu İsviçre’yi ziyaretçilere bir gastronomi merkezi olarak sunmaktadır [60].

İtalya Ulusal Pavyonu

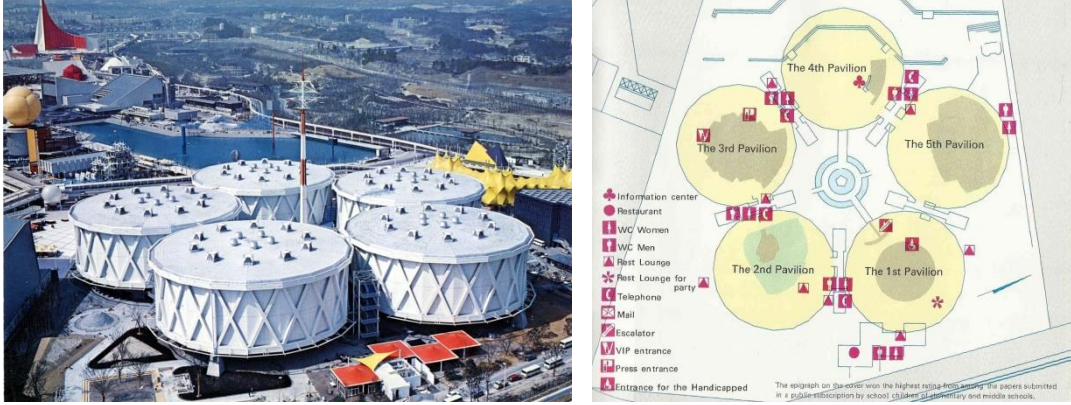


Şekil 3.71 1970 Osaka Dünya Fuarı İtalya Ulusal Pavyonu

7535 m2 taban alanına sahip, ulusal bir yarışmanın birincisi olan, tanınmış mimar kardeşler Tommaso ve Gilberto Valle imzalı, çelik ve camdan oluşan pavyonun tasarımı sarp bir dağ yamacını betimlemektedir. Zemin kat yüksekliği 23 metre olan yapı, üç kattan oluşmaktadır. Ziyaretçiler sergide helikopterle uçuyormuş hissi veren bir film sayesinde İtalyan şehirlerini havadan gezebilmektedir. Ayrıca tipik İtalyan manzaralarından birinde hatıra fotoğrafı çektirebilir veya Marco Polo'dan günümüze tüm İtalyan kâşiflerin Asya'daki geçmişini çok sayıda ekran aracılığıyla öğrenebilirler.

Yapıda yer alan üç adet sergi salonunda üç farklı dönem temsil edilmektedir: Bir Roma villası, bir Rönesans sarayının odası ve modern bir oturma odası. Bunların dışında ziyaretçiler klasik bir İtalyan bahçesi ve sanat eserlerini görüp, ülkedeki moda, bilim, mimarlık, endüstri konularında bilgi sahibi olabilmektedir. Pavyonun zemin kotu altındaki bölümleri betonarme, üstündeki bölümlerse çeliktir. Yapımın dışında bronz levhalar, beyaza boyanmış alüminyum profiller ve cam kullanılmıştır. Sirkülasyon yürüyen merdiven ve rampalarla sağlanmaktadır. Pavyona komşu çelik ve fiberglastan oluşan ek bir binada ise İtalyan endüstrisi ile ilgili sergiler yer almaktadır. Ayrıca tipik bir İtalyan restoranı ile hediyelik eşyalar satan bir dükkân da mevcuttur [60].

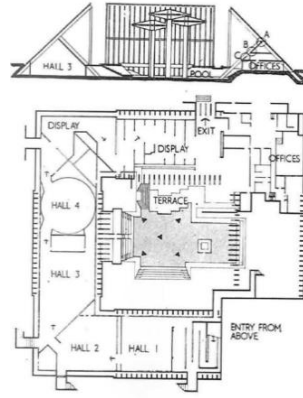
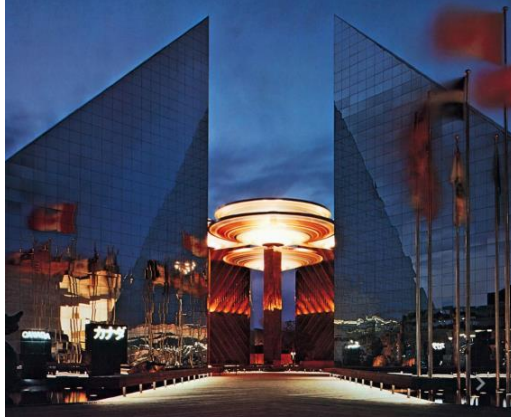
Japonya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.72 1970 Osaka Dünya Fuarı Japonya Ulusal Pavyonu

'Japonya ve Japonlar' temalı 37791 m² taban alanına sahip, fuarın en büyük pavyonu olan yapı, ülkenin köklü mühendislik ve mimarlık ofislerinden Nikken Sekkei Ltd. imzalıdır. Tasarım çiçek açmış bir kiraz ağacını (ülkenin ulusal çiçeği) ve beş kıtanın birlikteliğini sembolize eden Expo '70 amblemi ile aynı biçimde, sergi salonu olarak düzenlenmiş beş adet silindirik beyaz strüktürden oluşmaktadır. Pavyonun 8000 m²'lik arsası ise ülkenin 1/10,000,000 ölçeğe küçültülmüş halini sembolize etmektedir. Silindirler betonarme üçer ayak üzerine oturtulmuştur. Strüktür çelik iskeletlidir ve dış duvarları çift katlı prekast betondandır. Çatı, çelik kafeslerden yapılmıştır. Bunların ortasında, 80 metre uzunluğunda bir kolonun bulunduğu meydan ise pavyonda yapılacak turun başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Pavyon ülkenin geçmişi, şimdiki zamanı ve geleceğine dair dinamik ve kapsamlı bir sergi sunar. Birinci salon Japonya tarihindeki kültürel gelişmelere vurgu yaparak ülkenin geçmişini ön plana çıkarır. Geleneksel bebekler, kağıt sanatı ve seramik çalışmaları serginin öğeleridir. İkinci salon günümüz Japonya'sını destekleyen endüstriyel güç ve insan gücüne odaklanmıştır. Üçüncü salon resimler ve slaytlar aracılığıyla Japon halkı ve doğa arasındaki yakın ilişkiyi tarif etmektedir. Dördüncü ve beşinci salon geleceğin Japonya'sına dair bakış açılarını içermektedir. Dördüncü salonda hızlı tren ve atom enerjisinin kullanımı ile ilgili sergiler vardır. Beşinci, salonda pavyonun teması ile aynı taşıyan ülkenin gelecek öngörülerine sahip film 16x48 metre ölçülerinde, çok yüzeyli dev ekranda gösterilmektedir [60].

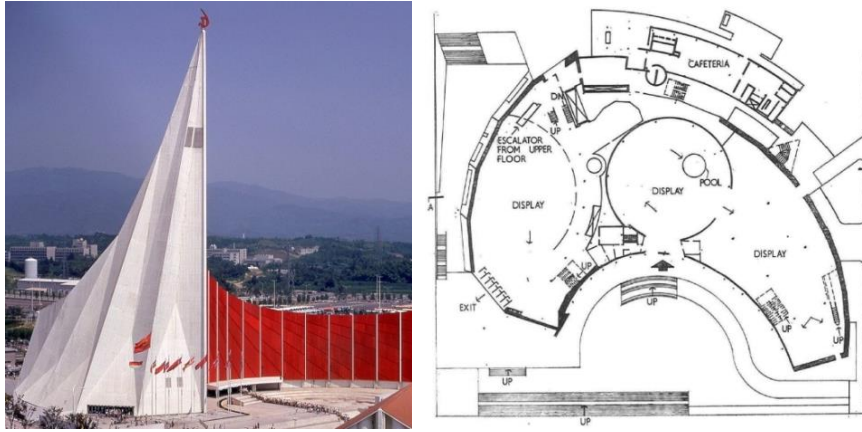
Kanada Ulusal Pavyonu



Şekil 3.73 1970 Osaka Dünya Fuarı Kanada Ulusal Pavyonu

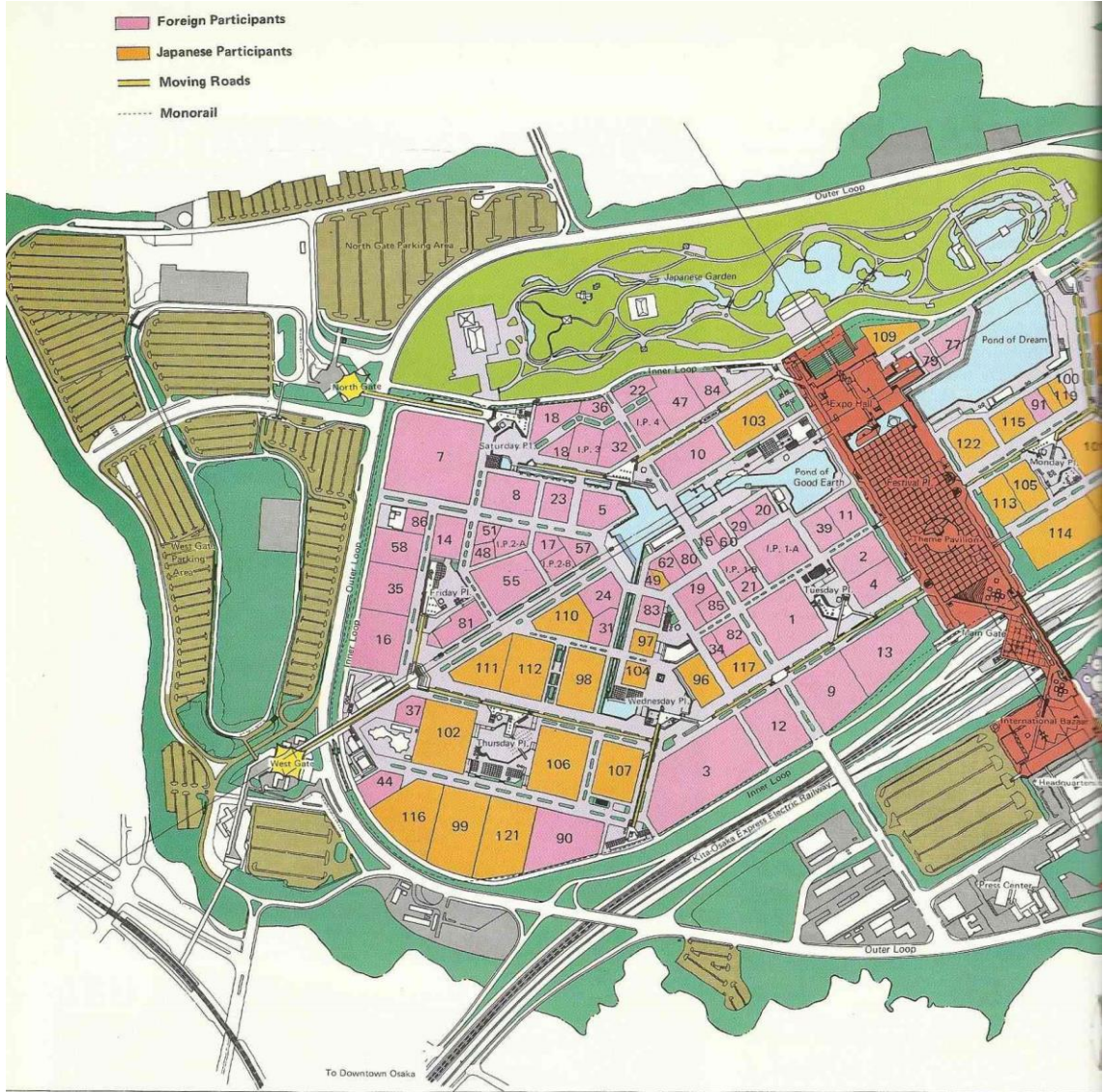
'Keşif' temalı 9650 m² taban alanına sahip pavyon 'aynalar sarayı' adı verilen giriş bölümünden itibaren ziyaretçilere başka bir dünyadaymış gibi hissettirmeyi amaçlamaktadır. Ülkenin önde gelen mimarlık ofislerinden Erickson and Massey imzalı tasarım ulusal bir yarışmanın birincisidir. Yaratılan ilüzyon; buzullar, yüksek dağlar, uçsuz bucaksız çayırlar, gökyüzü ve ışıldayan sular gibi Kanada peyzajının tüm yönlerini çağrıştırmaktadır. Cam ve doğal ahşabın kontrast oluşturduğu yapının merkezinde, ters dönmüş şemsiye biçiminde gökkuşağı temalı objeler, sanat ve mimarlığın birlikteliğini vurgulamaktadır. Bunların gölgelediği avluda ülkenin şarkıcı, dansçı ve müzisyenleri performans sergilemektedir. Sergiler ise endüstri, bilim ve sanat alanlarındaki yenilikleri tanıtmaktadır. Kentleşme ve sanayileşmeyi anlatmak için bilgisayar kontrollü görsel-işitsel gösterimler kullanılarak ülkenin dinamik potansiyeline vurgu yapılmaktadır. Ziyaretçilerin, sıradağlar, kıyılar, geniş ovalar ve kuzey tundura alanlarının panoramik görüntüleri ile şaşkına dönmesi amaçlanmaktadır [60].

SSCB Ulusal Pavyonu



Şekil 3.74 1970 Osaka Dünya Fuarı SSCB Ulusal Pavyonu

‘Doğa ile Uyum Halindeki İnsan’ temalı 20422 m² taban alanına sahip pavyon, 103 metre yüksekliğinde çelik bir strüktürün üzerindeki orak&çekiç sembolü ile vurgulanmıştır. Hafif çelik levhalar strüktürel çerçeveye kaynakla eklenmiş ve Sovyet bayrağının renkleri ile boyanmışlardır. Fuarın en yüksek yapısı olan pavyon, ülkenin önde gelen mimarlarından Mikhail V. Posokhin imzalıdır. 1970 yılı ülkenin kurucusu Lenin’in doğumunun yüzüncü yıl dönümü olduğu için ana sergi kendisine adanmış, dev ekranlarda hayatını anlatan filmler gösterilmiştir. Çelik strüktürün içinde Sovyet halkının aldığı eğitimi tanıtan ‘sosyalizm altında bireyin ahenkli gelişimi’ isimli bölüm yer alır. Pavyonda sergilenen öğeler arasında Tolstoy’un giysileri, Çaykovski’nin piyanosu ve halk sanatı örnekleri vardır. Diğer bir bölüm Sibiry’a’nın büyüklüğünü anlatır. Sergilenen uzay aracı, lazer sistemi, yer kabuğu ve okyanusların derinliklerini keşfetmek için geliştirilmiş makineler Rus teknolojisinin eriştiği yüksek seviyeyi göstermektedir. Konser salonunda halk müziği ve danslarının sergilendiği performanslar düzenlenmektedir. Restoranda ise ülkeyi oluşturan farklı uluslara ait yemekler tanıtılmaktadır [60]. İç mekan sergilerinde ağırlıklı olarak ülkenin teknik alanlardaki başarılarını sunan Sovyet pavyonu, aslında tonu yükseltilmiş politik mesajlar ileten saldırgan bir yapıdır. Bütün Expo alanında kendini gösteren orak biçimli yapının yükselen zirve noktası ülkenin ilk uzay seyahatinin yönünü sembolize ederken dalgalanmakta olan kırmızı cephedeki orak-çekiç figürleri ülke bayrağını temsil etmektedir. Özetle pavyon aynı anda bayrak, kilise ve ülkenin ilk uzay seyahatinin sembolüdür [59].



participants from abroad

- | | | | |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|
| 1. Canada (P.1) | 10. Switzerland (P.3) | 19. Portugal (P.6) | 32. Greece (P.9) |
| 2. Korea (P.1) | 11. New Zealand (P.4) | 20. Thailand (P.7) | 33. Dominica (P.21) |
| 3. U.S.A. (P.1) | 12. Australia (P.4) | 21. Philippines (P.7) | 34. Saudi Arabia (P.9) |
| 4. China (P.2) | 13. France (P.4) | 22. Algeria (P.7) | 35. Czechoslovakia (P.10) |
| 5. Netherlands (P.2) | 14. Bulgaria (P.5) | 23. Mexico (P.8) | 36. Ceylon (P.10) |
| 6. Zambia (P.21) | 15. Kuwait (P.5) | 24. Denmark (P.8) | 37. Ivory Coast (P.11) |
| 7. U.S.S.R. (P.2) | 16. U.K. (P.5) | 25. Finland (P.8) | 38. Tanzania (P.10) |
| 8. Belgium (P.3) | 17. Cuba (P.6) | 26. Iceland (P.8) | 39. Indonesia (P.11) |
| 9. Germany (P.3) | 18. Turkey (P.6) | 27. Norway (P.8) | 40. Ghana (P.21) |
| | | 28. Sweden (P.8) | 41. Cyprus (P.21) |
| | | 29. Ethiopia (P.8) | 42. Madagascar (P.21) |
| | | 30. Laos (P.21) | 43. Uganda (P.21) |
| | | 31. Burma (P.9) | 44. Singapore (P.11) |

Şekil 3.75 1970 Osaka Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı

3.4 1992 Sevilla Dünya Fuarı

Tarih: 20/04/1992 - 12/10/1992

Tema: The Age of Discovery (Keşifler Çağı)

Alan: 215 (ha)

Ziyaretçi Sayısı: 41,814,571

Katılımcı Ülke Sayısı: 108

General Franco'nun ölümünden sonra tahta çıkan İspanya Kralı Juan Carlos, ülkesinde uluslararası bir sergi düzenleme fikrini ilk kez 1976'da kamuoyuna açıklamıştır. Amaç, Amerika'nın keşfinin 500. yıldönümünü kutlamaktır. Altı yıl sonra İspanya hükümeti, BIE'e başvurarak 1992'de Sevilla'da Dünya Fuarı düzenlemek isteğini belirtmiştir. Başvurudan sonra etkinliği düzenlemek için bir şirket kurulmuş ve fuar için bir logo tasarlanmıştır. Kolomb'un, 500 yıl önce keşif gezisine başladığı Sevilla, fuar için en uygun yer olarak önerilmiştir. Fuar alanı, kaşifin yolculuğundan önce yaşadığı söylenen, Guadalquivir Nehri'nin iki kolu arasında, doğrudan tarihi şehire bitişik, 215 hektarlık 'La Cartuja' adası olacaktır.

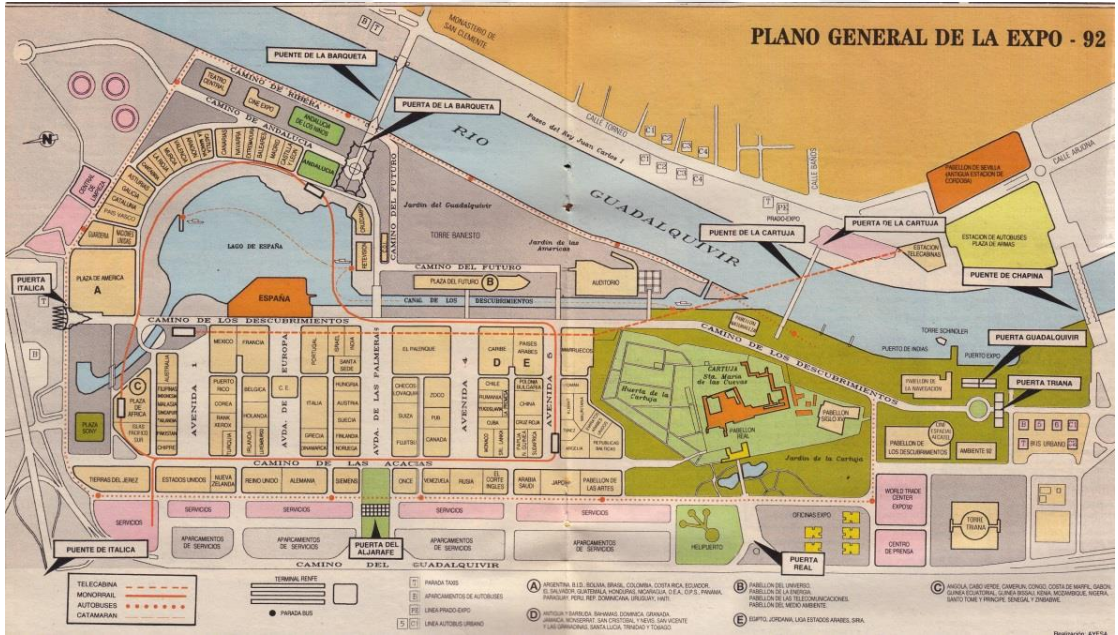


Şekil 3.76 1992 Sevilla Dünya Fuarı Logosu ve Fuar Afişleri

Fuar alanının tasarımı için 1986 yılında bir yarışma düzenlenmiş, Jose Antonio Fernandez Ordoñez ve Emilio Ambasz iki farklı proje ile ödül kazanmıştır. Yarışmadaki ana kriterler, tasarımların bölgenin çevre iklim koşullarını dikkate alması ve fuar sonrası için bir konsept içermesidir. Ordoñez'in tasarımı, kare ızgara düzeninde yerleştirilen pavyonlardan oluşur; adadaki tarihi manastırın güneyinde, eski istasyonun karşısında yer alacak merkezi bir pavyon ile nehir kıyısında bir

park yapılmasını önerir. Çeşitli seyir platformlarına sahip 100 metre çapında dev bir küre, fuarın mimari simgesi olacaktır. Ambasz'ın sunduğu konsept ise, mimari unsurlara daha az odaklanarak araziye çevre düzenlemesi yönünden ele alır; fuardan sonra terkedilecek bir alan olmayacaktır. Fikir İspanya ile 'Yeni Dünya' arasındaki bağın sembolü olarak su etrafında gelişmektedir. Nehir boyunca sıralanmış pavyonlar ve üç yapay gölle birlikte suya erişim açısından Venedik'i andıran bir alan yaratacaktır. Bu pahalı yaklaşım, göllerden oluşan peyzaj alanını fuardan sonra geniş bir parka dönüştürülmek üzere şehre bırakacaktır.

Ütopik karakterli bu tasarımlar planlanan bütçeyi aştığı için, ödül kazanan iki konsept projeden az sayıda unsur korunarak 1987'de mimar Julio Cano Lasso'nun hazırladığı master planın uygulanmasına karar verilmiştir. Bu planda Ambasz'ın önerdiği peyzaj alanı, yapılaşma yayılarak genişletilmiştir. Ordenez tarafından önerilen grid sistem ise gevşetilip nehre paralel olacak şekilde kaydırılmıştır. Tarihi Sevilla şehir merkezinin nehrin karşısında olması, fuar alanının kentin bir uzantısı olmasını sağlamıştır.



Şekil 3.77 1992 Sevilla Dünya Fuarı Master Planı

Fuar alanı batıda bir bulvar ve doğuda oluşturulan yapay 'İspanya Gölü' ile sınırlanmaktadır. Kuzey-güney eksenini, yeşil çatılı yollar ve sulama sistemine sahip pergolalar kullanılarak oluşturulmuş, doğu ve batı eksenindeki bağlantılar ise beş

geniş cadde ile kurulmuştur. İspanya'nın özerk bölgelerine ait pavyonların çevresinde sıralandığı 'İspanya Gölü'nün kıyısında ve fuar alanının merkezinde yer alan, Julio Cano Lasso imzalı İspanya Ulusal Pavyonu fuardaki en büyük yapıdır.



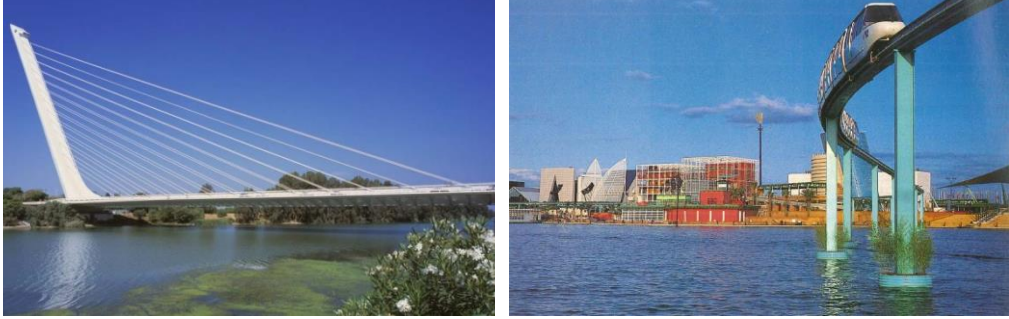
Şekil 3.78 1992 Sevilla Dünya Fuarı İspanya Gölü ve Avrupa Bulvarı

BIE tarafından 1983'te tescil edilen ve yapılan ilk başvurudan 16 yıl sonra açılan 1992 fuarının teması, Amerika'nın Kristof Kolomb tarafından keşfedilmesinin 500. yıldönümünü kutlamak için "Keşifler Çağı" olarak belirlenmiştir. Temanın hedefi 15. yüzyıldan günümüze ve geleceğe doğru ülkelerin ve kültürlerin keşifler yoluyla gösterdikleri gelişmeyi ve çağdaş dünyada kültür ve teknolojinin nasıl ayrılmaz bir biçimde iç içe geçmiş olduğunu göstermektir. Ancak fuar aslında arka planda İspanya'nın yeni politik düzenini dünyaya tanıtmayı sağlamıştır. Özerk bölgelerine ait pavyonlarla kültürel çeşitliliğini sergileyen ülke, uluslararası ortamdaki konumunu ve prestijini sağlamlaştırmıştır [63].

Fuar alanını şehirden kolayca erişilebilir hale getirmek ve nehri önemli bir şehir içi unsuru olarak canlandırmak için yedi adet yeni köprü inşa edilmiştir. Expo mimarisinin özelliği olan tipik bir sembol yapının eksikliği ise Santiago Calatrava tarafından tasarlanan 140 metre yüksekliğinde açılı bir pılona sahip 'Alamillo Köprüsü' ile giderilmiştir. Fuarın ana girişi, şehir içinden manastıra doğru uzanan bu köprüdür. Fuar içinde ziyaretçilerin taşınması; manyetik monoray tren, bir teleferik sistemi, otobüsler, elektrikli arabalar, tekneler ve bir katamaran ile sağlanmıştır [56].

Fuar alanına girişte 'Keşifler Yolu' olarak adlandırılan cadde, ziyaretçileri 500 yıl boyunca bilim, teknoloji ve kültürün evrimine tanıklık edecekleri bir yolculuğa çıkaran tematik pavyonlardan oluşmaktadır. Fuarın ilgi çekici yerleri bir uzak

gemisinden 15. yüzyıl yelkenlisine kadar çeşitlilik gösterir. Zengin bir kültürel program içeren fuar ziyaretçilere; havai fişek ve ışık şovları, opera temsilleri, tiyatro oyunları, müzik festivalleri, dans gösterileri gibi aktiviteler sunmuştur [63].



Şekil 3.79 1992 Sevilla Dünya Fuarı ‘Alamillo Köprüsü’ ve Monoray

Fuarda önceki Dünya Fuarlarından farklı olarak tek bir sembol bina inşa edilmediği için bunun yerine fuarın ana fikrini kapsayan dört ana pavyon tasarlanmıştır. İlgi çekici sergilere ev sahipliği yapan ‘Keşifler, 15. Yüzyıl, Bugün, ve Gelecek’ olarak adlandırılan bu pavyonlar sergi alanının merkezini oluşturmuştur. Keşifler pavyonu, son 500 yıldır gerçekleştirilen büyük buluşları sergilerken, insanların bilimsel deneyler yapabilmelerine ve teknolojik uygulamaları deneyimleyebilmelerine olanak sağlamıştır. 15. yüzyıl pavyonunda özel efekt ve animasyonlarla desteklenen gösterilerde ziyaretçiler, geçmişten geleceğe doğru bir yolculuğa çıkarılmıştır. Gelecek pavyonunda ise enerji, astronomi, iletişim, uzay çalışmaları alanlarındaki gelişmeler sunulmaktadır [56].

Teknolojik gelişmeyi sembolize eden Dünya Fuarı, dünyaya İspanya'nın modern bir imajını sunmak ve aynı zamanda ülkenin güneyinde ihtiyaç duyulan ekonomik kalkınmayı sağlamak açısından ideal bir etkinlik olmuştur. Sevilla tarihsel öneminin yanında modern bir metropol olarak sunulduğu için eski kentin yeniden inşası, şehrin büyümesi ve altyapının modernizasyonu dahil olmak üzere, çok kapsamlı bir çalışma yapılması gerekmiştir. Kent, fuarın amacı doğrultusunda yeni bir trafik sistemi ve büyük bir yeniden yapılanma ile ultra modern bir şehre dönüştürülmüştür. Yüksek maliyeti kamuoyunun gözünde haklı çıkarmak içinse, görkemli ve yüksek teknolojiye sahip bazı pavyonların, alanda kurulacak Teknoloji ve Bilim Parkı'nın bir parçası olarak kullanılmaya devam edilmelerine karar verilmiştir [56].

Sonuçta fuar Sevilla'nın kentsel gelişimine büyük bir katkı sağlamıştır. Yeni havalimanı terminali, tren istasyonu, Sevilla'yı Madrid'e bağlayan yüksek hızlı tren hattı, karayolları ve fuar alanına erişimi kolaylaştıran köprüler inşa edilmiştir. Fuar, örgütsel ve lojistik becerilerini sergilemesine izin verdiği için Endülüs Bölgesi'nin imajı üzerinde de olumlu etki yapmıştır. Fuar sona erdiğinde Cartuja Adası planlanan şekilde, teknik ve ekonomik bir gelişim merkezi olan 'Cartuja 93' adını almıştır. Korunan bazı pavyonlar yeniden düzenlenerek ofislere dönüştürülmüş ve bir eğlence parkı kurulmuştur [63].



Şekil 3.80 1992 Sevilla Dünya Fuarı Fuar Alanının Günümüzdeki Durumu

3.4.1 Ülkeler Bölümü

Fuar hazırlıklarının çoğunun Soğuk Savaş esnasında yapılmış olması ancak açılışın bu dönemin sona ermesinden sonra gerçekleşmesi organizasyon üzerinde önemli etkiler yaratmıştır. Berlin Duvarı'nın yıkılması ve Almanya'nın yeniden birleşmesinden sonra, bu ülkeleri temsil edecek iki ayrı pavyon yerine Almanya Federal Cumhuriyeti için yeni bir pavyon tasarlanmıştır. Tasarımı tamamlanmış olan SSCB Pavyonu birliğin dağılması sonucu Rus Pavyonu olarak düzenlenirken, Estonya, Litvanya ve Letonya ise kendilerini Baltık ülkeleri ortak pavyonunun çatısı altında yeni bağımsız ülkeler olarak dünyaya sunmuştur. Fuar, Irak'ın katılımını engelleyen Körfez Savaşı gibi olaylardan da etkilenmiştir [56].

Fuarın ülkeler bölümünde Modern Mimarlık ve 'High-Tech' Mimarlık anlayışı daha yoğun biçimde gözlemlenmektedir. Öte yandan sayıca az da olsa, o dönemde Dünya mimarlık ortamında hakim olan Postmodernizm akımının etkilerini

hissetiren ulusal pavyonlar da dikkat çekmektedir. Şehrin iklim koşulları nedeniyle pavyon tasarımlarında gölge alanlar, serin mekânlar ve nem yaratılması ön plandadır. Bu amaçla sürdürülebilirlik, ekolojik tasarım, enerji tasarrufu, doğaya uyum gibi kavramlar çerçevesinde biçimlenmiş tasarımlar yaygındır.

Kültür ve teknolojinin bir arada yorumlandığı ulusal pavyonlarda her ülke geçmişini, bugününü, kültürünü, keşif ve buluşlarını ve gelecekte beklenenlerini sergilemeye çalışmıştır. Fuar genel olarak evrensellik mesajları verse de, dünyada küreselleşmenin yaşandığı o dönemde ulusal değerler daha çok öne çıkmaktadır. Ülkeler, kültürel birikimlerini, geçmiş ve gelecek hedeflerini kültür ve teknolojinin birlikteliği içinde, evrensel değerler olan bilim ve teknolojinin desteğiyle sergilemeye çalışmışlardır [64].

Kocagöz'e göre fuardaki ulusal pavyonlar için mimari anlayış açısından ikili bir ayırım yapmak mümkündür: Kitsch olanlar ve olmayanlar. Üçüncü Dünya ülkeleri ve Uzakdoğu ülkeleri genellikle geleneksel mimarilerini bir tiyatro dekoru anlayışı içinde sembol olarak kullanma yolunu seçmişlerdir. Gelişmiş ülke pavyonlarının çoğunda ise doğal iklimlendirme yöntemleri kullanılmıştır. Su cephelerde, peyzajda, iç mekânlarda en etkin unsurdur. Bu konuda sergilenen yöntemler adeta mimari bir şov yaratan öğelerdir. Bir diğer öğe ise pavyonlarda cam kullanımının boyut ve kalınlıklar açısından geldiği noktadır. Çelik gergili taşıyıcılar yüzlerce metrekare camı kayıtsız, bölüntüsüz, dik veya eğik olarak tutabilmektedir [65].

3.4.2 Ulusal Pavyonlar

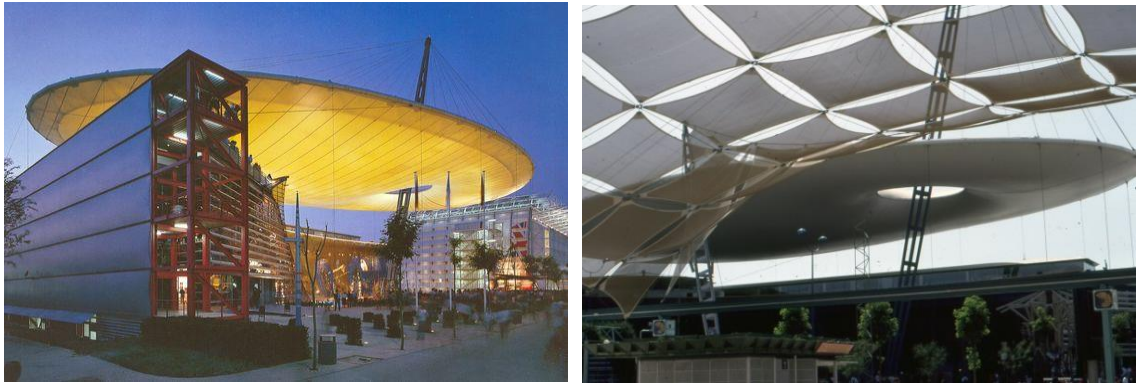
Amerika Birleşik Devletleri Ulusal Pavyonu



Şekil 3.81 1992 Fuarı ABD Ulusal Pavyonu & Peter Max imzalı duvar resmi

ABD Pavyonu'nun teması “Yaşam, Özgürlük ve Mutluluğun Peşinde” olarak belirlenmiştir. Pavyon iki dönümlük bir alanda 44.000 m2 kapalı alana sahiptir, birden fazla bina ve büyük dış mekân avlularıyla kampüs tarzında düzenlenmiştir. Her biri 10.000 m2 büyüklüğündeki iki jeodezik kubbeden bir tanesi 600 kişilik ‘Dünya Şarkı Tiyatrosu’nu, diğeri ise ABD Haklar Bildirgesi’nin tanıtıldığı video gösterimi ile desteklenen bir sergiyi içerir. Ayrıca 20.000 m2’lik iki katlı, dikdörtgen bir yapı daha vardır. Bu yapıda üst kat ve kurumsal sergiler ve ofislere, alt kat bir restoran ve hediyelik eşya dükkânına ayrılmıştır. Avluda, General Motors tarafından deneysel otomobillerin sergilendiği ‘Amerikan Ruhu’ adlı bir sergi yer alır. Amerika’nın geçmiş ve gelecek 500 yıllarını betimleyen, sanatçı Peter Max’ın duvar resimleri bu alanda yer almaktadır. Kırmızı, beyaz ve mavi renkli pavyon logosunu temsil eden üç dev yelken, pavyonun üzerindeki kulelere monte edilmiştir. Pavyonun cephesini kaskatlı bir su duvarı oluşturur. Fuar boyunca Amerika’nın çeşitliliğini temsil etmek üzere 4500 sanatçı ve sporcunun katıldığı, kesintisiz spor etkinlikleri ve kültürel eğlenceler düzenlenmiştir. Pavyonun inşası için geç başlayan hazırlıklar ve proje maliyetlerinin fazla bulunması nedeniyle özgün mimari tasarımın değiştirilmesi, yapının mimarisinin Amerikan medyası tarafından bir savaş kazası olarak nitelendirilmesine yol açmıştır [66] .

Almanya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.82 1992 Sevilla Dünya Fuarı Batı Almanya Ulusal Pavyonu

Pavyon için açılan yarışmada birinci olan projeden maliyetler ve iç tasarımının jüri tarafından beğenilmemesi nedeniyle vazgeçilmiş; ülkenin tanınmış modernist mimarı Georg Lippsmeier’in Yeni Delhi’deki Alman Endüstri Fuarı için 1988’de yaptığı tasarımının bir uyarlaması olan proje uygulanmıştır. Pavyonun üzerindeki

yassı çatı, binaya alışılmadık bir biçim vermektedir. Köşede 45 metre yüksekliğindeki bir pilon, yelken kumaşından yapılmış dev, oval şişirilmiş çatıyı desteklemektedir. Çatı, her yönden erişilebilen cam cepheli strüktürü örtmektedir. Binanın önündeki meydanda Bavyera mutfağı tanıtılırken ayrıca Alman ve İspanyol romanlarından kahramanları içeren bir atlıkarınca tasarlanmıştır. Pavyondaki sergiler Ev-Doğa-Teknoloji üçlemesi üzerine kurulmuştur. Bir gelecek metropolü vizyonu sunan 'Şehir ve Kentsel Yaşam', insanın doğaya müdahalesini sembolize eden 'Doğa ve Çevre', son beş yüzyılın ünlü bilim adamlarını tanıtan 'Keşifler ve İcatlar', Alman havacılık dünyasından tarihsel görüntüler, uzay projeleri dışında pavyonda Berlin Duvarı'nın parçaları ile Almanya'nın kültürel tarihini ve Alman aile hayatını tanıtan bir film sergilenmiştir [56].

Çin Ulusal Pavyonu



Şekil 3.83 1992 Sevilla Dünya Fuarı Çin Ulusal Pavyonu

Çin Ulusal Pavyonu yerel referanslara sahip girişi ile vurgulansa da gerçekte alüminyum giydirme cephe gibi geleneksel olmayan malzeme ve teknikle inşa edilmiş, mimari açıdan özelliksiz bir yapıdır. Sergide geçmişle ilgili bölüm, ülkenin beş bin yıllık medeniyete sahip olduğunu öne çıkararak Çin Seddi ile ülkenin kağıt ve pusula gibi tarihsel buluşlarını sunmaktadır. Çağdaş bilim ve teknolojiye adanmış bölüm ise, Çin'de uzay teknolojisi alanındaki son gelişmelerle yeni roket ve uydu sistemlerine ait maketleri göstermektedir. Pavyonun diğer özellikleri; canlı el sanatları gösterimi, Çin bahçesi, ülke manzaralarını gösteren 360° film, hediyelik eşya dükkânı ve ülke mutfağını tanıtan restorandır [61].

Finlandiya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.84 1992 Sevilla Dünya Fuarı Finlandiya Ulusal Pavyonu

Pavyon, Helsinki Teknoloji Üniversitesi'nde birlikte okuyan beş mimarın kurduğu Monark isimli grup tarafından tasarlanmıştır. Pavyonun tasarımı, Finlandiya'da, 'Cehennem Çukuru' olarak bilinen ve bir kayanın iki parçaya bölündüğü yerden referans almaktadır. Pavyon birbirinden tamamen farklı 'Gemi' ve 'Makine' olarak isimlendirilen iki yapıdan oluşmaktadır. Doğal bir oluşum olan 'Çukur', iki bina arasındaki on iki metre yüksekliğinde, otuz beş metre uzunluğunda ve sadece iki metre genişliğindeki boşlukla temsil edilir. 'Gemi' isimli ilk bina Fin çamından yapılmıştır ve inşası geleneksel ahşap gemi yapım tarzına benzemektedir. 'Makine' isimli diğer bina ise çelikten imal edilmiştir. Pavyon efektif bir şekilde inşa edilmek ve sökülme üzere tasarlanmıştır. Binalar birbirlerinden tamamen farklı olmalarına rağmen, yaratılan dramatik tezat, organik ve endüstriyel biçimler arasındaki ilişkiyi sağlamaktadır [67].

Fransa Ulusal Pavyonu



Şekil 3.85 1992 Sevilla Dünya Fuarı Fransa Ulusal Pavyonu

Ulusal bir yarışmanın birincisi olan ve ülkenin tanınmış mimarlarından Jean-Paul Viguier tarafından tasarlanan pavyon dışardan bakıldığında mavi renkli kare biçiminde bir kanopi ile örtülmüş, geniş bir podyum gibi görünmektedir. Pavyon, betonarme bodrum kat ve üzerindeki çelik strüktürden oluşur. 500 adet cam levha ile kaplanmış podyum, zemin üzerinde yüzüyor gibi algılanması için yükseltilmiştir. Podyumun arkasında cephesi aynalı panellerle kaplı ince bir bina vardır. İnce karbondan yapılan kanopi yer seviyesinden 15 metre yukarıda havada uçuyor gibi görünmektedir. Bodrum katta sergileme mekânları ve konferans salonu yer alır. 17 metre derinliğinde 'imaj kuyusu' adı verilen hacim pavyonun merkezini oluşturur. Kuyunun dibindeki ekrana yansıtılan imajların sonsuz miktarda algılanması için, duvarları aynalı cam ile kaplanmıştır. Ziyaretçiler, iki yürüyen rampa aracılığıyla yaratılan bu imgelemle adeta birleşmektedir. Podyumun altındaki promenad ise bu merkezi imajı çevrelemektedir. Mimarın tanımlamasına göre pavyon, mavi renkli bir sihirli halının altında rüyalara yapılan bir yolculuk ile 'açıklık ve hoşgörü ideolojisi'ni sunmaktadır [68].

Hollanda Ulusal Pavyonu



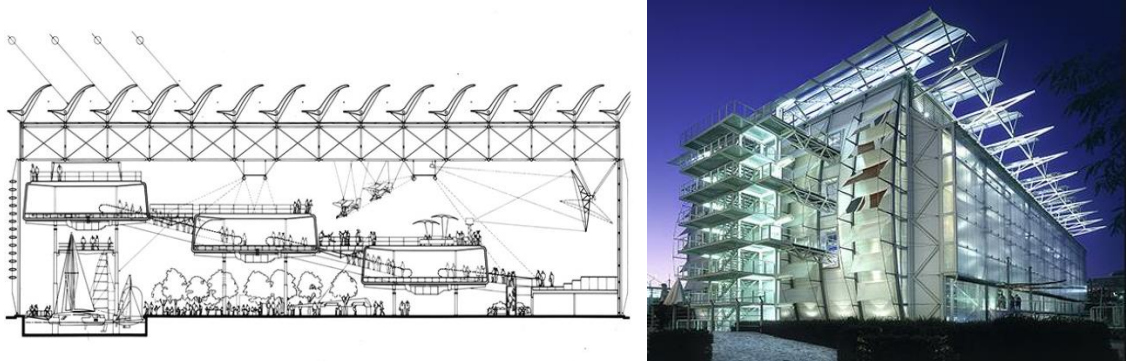
Şekil 3.86 1992 Sevilla Dünya Fuarı Hollanda Ulusal Pavyonu

Moshe Schwartz, Fred Temme ve Rein Jansha imzalı tasarım ulusal bir yarışmanın birincisidir. Tasarım, binanın içine alınacak yoğun ziyaretçi akışına göre belirlenmiştir. Bu akış, çeşitli sergilerden geçen ana bir rota üzerinde, yaya köprülerinden ve merdivenlerden oluşan üç multimedya 'tüneli' ile sağlanmaktadır. Ana rotada sergilenen nesneler hakkında daha fazla bilgi edinmek isteyenler, rotadan çıkarak sergi alanlarını ziyaret edebilir. Rota, zemin kattan en üst kata uzanan kıvrımlı yollar biçimindedir. Rota, ülke için hayati önem taşıyan su

ve toprak temaları ile oluşturulmuş sergilerden geçen ziyaretçileri kültür temasına yönlendirir. En üst katta ünlü ressamların tabloları sergilenmektedir. Turu tamamlayan ziyaretçiler binanın ortasındaki uzun yürüyen merdivenle zemin kattaki çıkışa geri getirilmektedir. Giriş katta hediyelik eşya satışı, dinlenme alanı ve bilgi ofisi yer almaktadır.

Sevilla'nın kurak iklimi, pavyonun dış görünüşü için belirleyici faktördür. Tasarım için yol gösterici olan, Arap ülkelerinde toprak kaplar ile yapılan geleneksel 'çöl soğutma' ilkesi kapsamlı bir şekilde test edildikten sonra pavyonun cephelerinde daha büyük ölçekte uygulanmıştır. 'Su ülkesi' fikrini de sembolize etmek için pavyonun duvarları, sürekli su püskürtülen açık dokuma kumaştan yapılmıştır. Bu tül benzeri kumaş üzerinde sürekli esen rüzgâr su buharını dağıtır. Böylece pavyonun içi, dışardan birkaç derece daha soğuktur. Cephenin şeffaf dokusu, binaya zarif bir görünüm kazandırır. Ziyaretçiler gün boyunca yapının içini görebilirken, geceleri içerdeki ışık bir fener gibi dışarıya sızar. Bina tamamen Hollanda'da prefabrike olarak üretilmiş ve fuar alanına getirilerek kurulmuştur. Mümkün olduğu kadar hafif tutulan, tamamen sökülebilir yapıda sına yük taşıyıcı strüktür çeliktir. Döşemeler ve patikalar ise 2.40 metre genişliğinde öngerilmeli beton kirişlerden inşa edilmiştir. Hollanda bayrağının üç rengini temsil eden çatı üç bölümden oluşmaktadır. Bu şeritler arasında, iki adet plastik folyo arasında şişirilmiş hava yastığı vardır. Üstte bulunan folyo, güneş ışığını en iyi şekilde yansıtılabilmek için alüminyum iken, hava yastıklarının altındaki folyo şeffaftır. Aradaki havanın da yalıtım etkisi vardır [69].

İngiltere Ulusal Pavyonu



Şekil 3.87 1992 Sevilla Dünya Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu

Nicholas Grimshaw imzalı, 'Su Katedrali' olarak adlandırılan, yüksek teknoloji içeren pavyonda tasarımın özünü 'sürdürülebilirlik' teması oluşturmaktadır. Geçici bir yapı olarak tasarlanan pavyon, yerinde kaynak yapma ihtiyacını ortadan kaldıran prefabrik beyaz borulu bir strüktürden oluşmaktadır. Hızlı üretime ve montaja izin veren yapı, Sevilla'nın iklimine uygun tasarlanmış, cepheler günlük ısı değişimi ve aşırı sıcaklıkları makul seviyeye indirmek için farklı malzemelerle kaplanmıştır. Yapı içerdiği teknolojiler ile High-Tech Mimari akımının sembollerinden biri haline gelmiştir. Doğu cephesinde dünyanın en geniş kinetik su duvarı pavyon girişini vurgulamaktadır. Kullanılan hareketli su, cam cephe ve çevreye pasif bir soğutma sağlamanın dışında sürekli değişen yansımalarla cepheyi hareketlendirmektedir. Batı duvarı ise öğleden sonra güneşine karşı bir kalkan görevi görmek üzere yük konteynerlerinden oluşturulmuştur. Kuzey ve Güney cepheleri ve çatıda ise, çelik direkler arasına gerilen PVC kaplamalı polyester kumaş kullanılmış, içeri filtre edilmiş yumuşak bir ışık girmesi sağlanmıştır. İçeride, tematik sergilerle canlandırılan ılıman ve ulvi bir ortam vardır. Denizcilik, doğal güzellikler, yeni teknolojiler, İngiliz toplumu konulu sergiler büyük ekranlar üzerinden izlenmektedir. Pavyondaki diğer mekanlar oditoryum, satış ünitesi ve açık büfe alanıdır. Dış mekânda ise bir okyanus teknesi sergilenmektedir [70]. Architectural Review dergisine göre; pavyonun tasarımı insanın çevre ile ilişkisi ve teknolojinin potansiyeli hakkında ciddi önerilerde bulunurken; doğa ve ileri teknolojinin birbirini dışlamalarına gerek olmadığını kanıtlamaktadır [71].

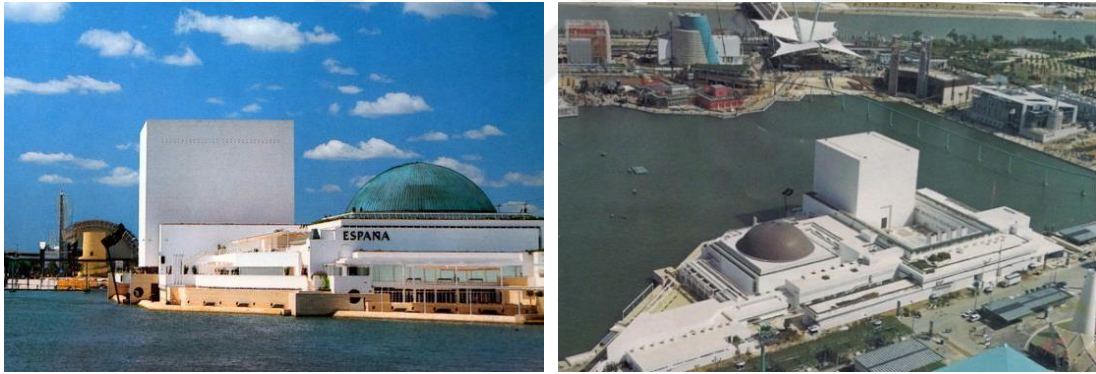
İrlanda Ulusal Pavyonu



Şekil 3.88 1992 Sevilla Dünya Fuarı İrlanda Ulusal Pavyonu

Arthur Gibney & Partners ve Billy Wilson Architect ortaklığı ile davetli bir yarışmanın birincisi olan pavyonda güçlü geometrik formlar kullanılmıştır. Pavyon kayalık bir kıyıda kurulmuş bir rotunda ile sekizgen biçimli kütle olmak üzere iki kütlelen oluşmaktadır. Yapının çevresindeki su ve giriş köprüsü ülkenin bir ada olduğunu sembolize ederken, su aynı zamanda binanın soğutulmasına da yardımcı olmaktadır [72]. Pavyondaki sergiler ise, Kolomb'tan yaklaşık bin yıl önce küçük bir teknede Kuzey Amerika'ya seyahat eden kâşif Aziz Brandan'ın hikâyesini, 19. yüzyılda dünyanın en büyük teleskoplarını geliştiren ülkenin astronomi alanındaki başarılarını, doğal güzelliklerini, halkını ve mizah anlayışını anlatmaktadır [61]. Fuardaki high-tech tasarımların arasında rotundanın güçlü geleneksel biçimi ile; modern İrlanda'nın tarihsel geçmişi ve ileriye dönük uluslararası politikaları için uygun bir metafor yaratacağı düşünülmüştür. Binanın ihtiyaca göre açık bir sergi alanına ve kapalı bir performans alanına bölünebilmesi, yapının hem arazi hem de bütçe sınırları dâhilinde maksimum şekilde kullanılmasını sağlamaktadır [73].

İspanya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.89 1992 Sevilla Dünya Fuarı İspanya Ulusal Pavyonu

Ülkenin tanınmış mimarlarından, fuarın master planını da hazırlayan Julio Cano Lasso imzalı, sınırlı bir yarışmanın birincisi olan ve İspanya rasyonalizminde bir dönüm noktası olarak nitelendirilen pavyon fuardaki en büyük yapıdır. 25 metre çapında bir bakır kubbe ile 24 metre yüksekliğinde beyaz bir küp, 'İspanya Gölü' kıyısında ve fuarın merkezinde konumlandırılmış pavyonu oluşturmaktadır. İkonik küpün içinde, ülkenin kültürel mirasını yansıtan, sanat eserleri sergilenmektedir. Kubbenin altında, görüntülerle senkronize edilen hareketli koltuklara sahip üç boyutlu sinema yer alır. Çeşitli multimedya teknikleri, görsel işitsel teknolojiler,

bilgi veren interaktif odalar, gastronomi merkezi, kültürel etkinlikler, festivaller, el sanatları, sempozyum ve forumlarla zenginleştirilen pavyon İspanyol halkının demokratik bir toplum olduğunu dünyaya gösterme amacını taşımaktadır [61].

İsviçre Ulusal Pavyonu



Şekil 3.90 1992 Sevilla Dünya Fuarı İsviçre Ulusal Pavyonu

Wirth Architekten Ag isimli mimarlık ofisinin tasarımı olan pavyonun malzemeleri kâğıt ve ahşaptır. 38 metre yüksekliğinde kâğıttan yapılmış bir kulenin çevresinde yer alan ve basamaklarla ulaşılan yüksek platform pavyonun buluşma noktasıdır. Ünlü şeflerin yemeklerinin sunulduğu restoran, tiyatro, dans, sirk gösterileri, konserler ve video gösterimleri pavyondaki etkinliklerdir. Kültürel çeşitliliği yansıtan sergilerde ise ülke manzaraları, ünlü sanat eserleri, fantastik heykeller sergilenmiş, pavyonda grotesk müzik ziyaretçilere eşlik etmiştir [61]. Kulenin içinde sanatçı Ben Vautier'in "İsviçre yok" yazılı tablosu sergilenmiştir. Sanatçının 'İsviçreliliğin' içeriği ve karakteriyle ilgili spekülasyon bir soru olarak ortaya koyduğu, aynı zamanda pavyonun sloganı olan bu ifade İsviçre basınında hicvedilmiş ve ülkenin politikacıları tarafından sert biçimde eleştirilmiştir [74].

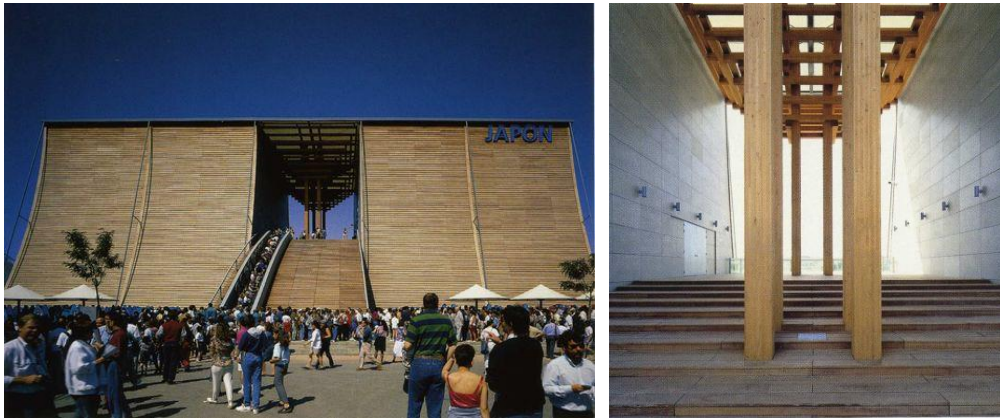
İtalya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.91 1992 Sevilla Dünya Fuarı İtalya Ulusal Pavyonu

İtalya fuarda dünyaca tanınmış mimarlar Gae Aulenti ve Pierluigi Spadolini tarafından tasarlanan ve 'İtalyan Sarayı' olarak adlandırılan post-modern tarzda büyük bir yapı ile temsil edilmiştir. İç mekân, binanın kendisi kadar yüksek, büyük bir merkezi galeriden ve galerinin her iki yanında farklı kotlarda düzenlenmiş çok sayıda sergi odasından oluşmaktadır. Binada ayrıca ofisler, asma bahçe, iki restoran ve servis mekânları vardır. Cephenin çift cidarlı yapısı aydınlatma ile vurgulanarak yapının büyük bir fener gibi görünmesi sağlanmıştır [75]. Pavyonda İtalyan Sanatı, buluşları ve keşiflerine odaklanan sergiler düzenlenmiştir. Sergiler; Tıp (Anatomi, Biyoloji), Evren (Dünya ve Uzay), Teknoloji (Süreç ve Ürünler), Kültür (Hafıza ve Proje) isimlerini taşımaktadır. Fuar sonrası korunan yapı birçok farklı şirket tarafından idari merkez olarak kullanılmaktadır [61].

Japonya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.92 1992 Sevilla Dünya Fuarı Japonya Ulusal Pavyonu

‘Dünyanın en büyük ahşap binası’ olarak nitelendirilen Tadao Ando tasarımı pavyon, ülkenin geleneksel yapı yöntemlerinin çağdaş bir yorumudur. Dört katlı ‘pagoda’ benzeri bir biçime sahip yapının strüktürü ahşap kiriş ve kolonlardan oluşur. Kıvrımlı ahşap dış duvarlar Japon geleneğini çağrıştırırken, çatı modern bir yaklaşımla teflon kumaştan yapılmıştır. Geleneksel Japon değerlerinin bu şekilde hatırlatılması sergi seçimlerini de belirlemiş; bir 16. yüzyıl kalesinin replikası, Tanrı heykelleri ve antik şövalye kıyafetleri, Origami gibi geleneksel Japon sanatları, ülkenin gerçek kültürünü temsil eden öğeler olarak iç mekânda yerlerini almıştır. Merdivenlerle binaya ulaşan ziyaretçiler bir yanılsama dünyasına girerek bir anlamda Batı’dan Doğu’ya geçiş yaparlar. Bu ruhani atmosfer, binanın diğer ucunda, ekranın önündeki olayların aynası olarak işlev gören devasa bir CCTV ekranı ile zıtlık içindedir [56]. Ando’nun çalışmaları; biçim ve malzemeleri, modern mimarlık ilkeleri ve geleneksel mekânsal Japon estetiği ile birleştirmektedir. Dünyaya sadeliği temel alan geleneksel Japon estetiği hakkında bilgi veren pavyonun amacı; ahşap mimarisini çağdaş teknolojiyle yeniden yorumlamak ve gelenek ile modernite, teknoloji ve kültürü içine alan bir bina oluşturmaktır [76].

Kanada Ulusal Pavyonu



Şekil 3.93 1992 Sevilla Dünya Fuarı Kanada Ulusal Pavyonu

Ülkenin tanınmış mimarlarından Bing Thom imzalı tasarım ulusal bir yarışmanın birincisidir. Jüri raporuna göre yenilikçi tasarımı hem teknik hem de estetik olarak Kanada ruhunu yansıtan pavyonda bir gösteri alanı, sergi salonu, Kuzey Kutbu’na özel yemekler sunan restoran, sanat galerisi, 500 kişilik sinema ve hediyelik eşya dükkânı yer almaktadır.

Geleneksel İspanyol mimarisindeki avlulardan esinlenerek, pavyonun içerisinde oluşturulan gösteri alanını serin ve sakin tutmak için cepheler kalın çinko ile kaplanmıştır. Çinkonun tercih edilme nedeni Kanada'nın dünyadaki en büyük çinko ihracatçısı olmasıdır. Binanın altında oluşturulan gölge bir kolonad içerisinden geçirilen su, doğal konveksiyon sağlayarak iç mekândaki ısıyı 10 derece kadar düşürmektedir. Doğal yollarla soğutulan gösteri alanında, holografik olarak su görüntüsü veren bir camın üzerinde perfonmanslar için kullanılan sahne yer almaktadır [77]. Pavyondaki sergiler, British Columbia, Ontario ve Quebec olarak üç ana alana bölünmüştür. Sergiler, ziyaretçilere sihirli bir etki ve sürpriz sağlamak için görsel-işitsel araçlar ve optik illüzyonlarla ilişkilendirilmiştir [56].

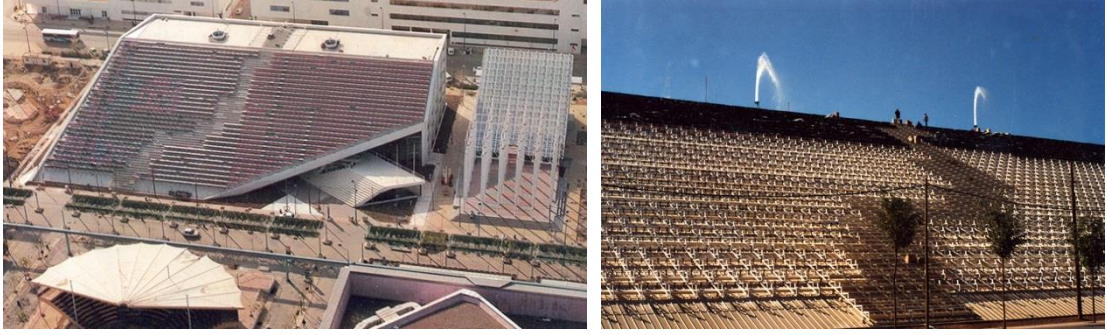
Norveç Ulusal Pavyonu



Şekil 3.94 1992 Sevilla Dünya Fuarı Norveç Ulusal Pavyonu

LPO Mimarlık firması tarafından tasarlanan pavyon dört ana tema çevresinde biçimlenmektedir; Norveç'in doğası, kültürü, iklimi, teknolojisi ve endüstrisi. Pavyondaki sergiler Norveç'in doğayı kirletmeden okyanusları nasıl temiz tutacağını, yağın yağmurun ve karın nasıl yeni bir hayat getireceğini anlatmaktadır [56]. Fuarda ulusal pavyonların büyük bölümü, teorik olasılıklar yerine gerçek kullanım (hediye dükkânları, restoranlar vb.) ve modern teknoloji ile ilgileniyor olsalar da, bazıları bilinçli olarak ülkelere ait temaları anımsatmaktadır. Norveç pavyonu da bu tip, kökeninden açıkça bahseden sade, basit bir yapıdır [78].

Rusya Federasyonu Ulusal Pavyonu



Şekil 3.95 1992 Sevilla Dünya Fuarı Rusya Federasyonu Ulusal Pavyonu

Başlangıçta SSCB için planlanan ancak ülkenin dağılması ile Rusya'nın ilk Dünya Fuarı temsili olan pavyon Mailitis Architects firması tarafından tasarlanmış ve inşa edilmiştir. Pavyonun eğimli çatısında, Rus Bayrağı, 'Rusya' kelimesi gibi farklı mesajları temsil edecek şekilde değişen, renkli ve hareketli, küpler vardır. İç mekânda ise Rus uzay programı tanıtılmakta ve yapının tavanında asılı bir Rus uydusu sergilenmektedir [79].

Rus Pavyonu'nun amacı, Rusya Federasyonu'nun halklarının bilim, teknoloji ve kültür alanlarındaki Yeni Dünya'nın keşfinden bu yana geçen beş yüz yıl boyunca dünya uygarlığına katkılarını tanıtmaktır. Sergi üç ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm, Rusya ile İspanya arasındaki ilişkilerin doğuşu ve gelişimi gibi konularla ilgilidir; ayrıca Rusya'nın, Sibirya'yı ve Amerika'nın kuzey-batı kıyılarını keşfetme aşamaları, önemli bilimsel ve coğrafi keşifler tanıtılır. İkinci bölümdeki önemli temalar; kozmik dönemin başlangıcının 35. yıldönümü, dünyanın ilk yapay uydusu Sputnik ve insanın uzaya ilk yolculuğu, Mars gezisinin hazırlanması; yeni teknolojiler ile yeni malzemelerdir. Üçüncü bölüm ziyaretçilere; fizyolojik araştırmalar ve tıp alanında, sanat ve kültür alanlarında Rus toplumunun çalışmalarını sunmaktadır [56].

[illegible]

91

3.5 2000 Hannover Dünya Fuarı

Tarih: 01.06.2000 - 31.10.2000

Tema: Man - Nature - Technology (İnsan - Doğa - Teknoloji)

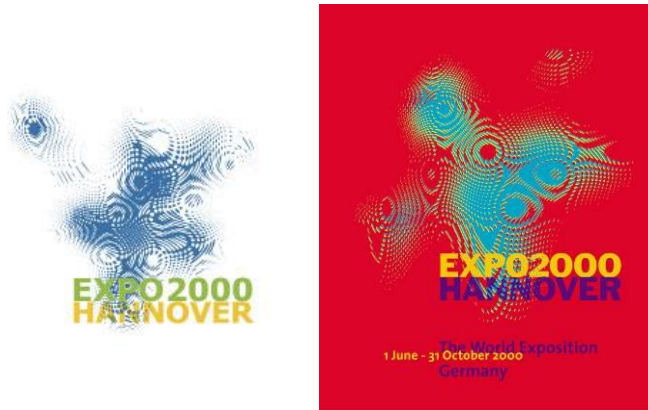
Alan: 160 (ha)

Ziyaretçi Sayısı: 18.100.000

Katılımcı Ülke Sayısı: 174

2000 Hannover Dünya Fuarı'nın düzenlenmesi, BIE tarafından resmi olarak 1994 yılında onaylanmıştır. Almanya'da düzenlenen ilk Dünya Fuarı olarak, yaklaşık 160 hektarlık bir alan üzerine kurulan fuar, Hannover kent merkezinden daha geniş bir alanı kaplamaktadır. İnsan - Doğa - Teknoloji olarak belirlenen teması ile fuar, o güne kadar düzenlenen dünya fuarları içinde ülke sayısı bakımından en yüksek katılımı sağlamıştır. Öte yandan, fuarın masraflarını karşılamak için gereken en az ziyaretçi sayısı 40 milyon kişi olarak hesaplanmış, ancak fuar bitiminde bunun yarısına bile ulaşamamıştır [83].

Fuarın yeni yüzyılın başında açılmasının önemli bir fark yaratması istenmiş; yüksek maliyetli prestij yapıları ve bir daha kullanılmayacak pavyonlar için savurganlık yapılmaması amaçlanmıştır. Fuarda, geleceği güvence altına alabilmek için günümüzün sorunları irdelenmektedir. Bu bağlamda 'sürdürülebilirlik' ana motiftir. Uygarlıkların değişimindeki yeni sorunlar, değişen değerler, düşünceler, toplumsal yapılar, küreselleşme süreci ve geleceğe yönelik yeni öneri ve çözümler irdelenirken ortak nokta, insan, doğa ve teknik arasındaki ilişkiler bütünüdür [84].



Şekil 3.97 2000 Hannover Dünya Fuarı Logosu ve Fuar Afişi [83]

Fuarın düzenlenmesi için yapılan hazırlıklar kapsamında 1992 yılında açılan proje yarışması 1993 yılının başında sonuçlanmış, mimar Arnoboldi, şehir plancısı Cavadini ve peyzaj mimarı Hager'in ortak projesi birinci seçilmiştir. Ancak projenin hazırlanması işi yaklaşık bir yıl sonra fuar yönetimi tarafından mimar Albert Speer, Jr.'a verilerek, kazanılmış projenin elden geçirilerek geliştirilmesi istenmiştir. Speer yarışma birincisi ekiple bir çalışma grubu kurmuş ve master plan işini tek başına üstlenmiştir. Temel konsept olan sürdürülebilirliğe bağlı kalarak, master planda yapılan düzenlemeler fuarın açılışına kadar devam etmiştir [85].



Şekil 3.98 2000 Hannover Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı

2000 Fuarı, dünya fuarlarında temanın ele alınış biçimini değiştirerek, bu anlamda yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. Bilim ve teknolojideki mevcut gelişmelere odaklanan önceki fuarlardan farklı olarak, fuar geleceğe yönelik çözümler geliştirmeye ve sunmaya odaklanmıştır. Bu amaçla yaratılan 'Tematik Alan', 2000 yılından itibaren düzenlenen dünya fuarlarının kilit unsuru haline gelmiştir. Hanover'den önceki fuarlarda da tematik pavyonlar vardır, ancak burada hepsi tek bir yerde gruplandırılarak ziyaretçilerin fuar temasının küresel kapsamını ve

gelecekteki bakış açılarını daha iyi kavramaları sağlanmıştır. Fuardaki tematik alanlar; çalışma, çevre, sağlık ve beslenmenin geleceğine ayrılmıştır [83]. İnsan uygarlığının küresel sorunlarının grafik olarak görselleştirildiği Tematik Alan'da, bir yandan bu sorunlar üzerinde etkileşimli düşünme ortamları yaratılmaya çalışılırken öte yandan olası çözümlerin de sergilenmesi hedeflenmiştir.

Tematik Alan içerisinde özellikle Jean Nouvel ve Toyo Ito'nun tasarladığı sergiler 'imaj çağının eğitim mekânları' olarak dikkat çekmektedir. Bunlar minimum bilgiyi maksimum görsel ustalıkla sunan, bilgiyi doğrudan ve detaylı haliyle vermekten çok, sadece ipuçlarını aktarıp merak duygusu uyandıran sergilerdir [86]. Kavramla bağlantısı açısından Nouvelle'in geleceğin çalışma dünyasına yönelik kurguladığı sergileme düzeneği; iletişim teknolojisinin sunduğu imkânlarla yeni çalışma ortamlarının gelişmesi fikrini irdelemektedir. Buna göre gelecek, akıllı bir biçimde birbirine şebekelerle bağlanmış sistemlerdir [88].



Şekil 3.99 Jean Nouvel “The future of work” ve Toyo Ito “Health Futures”

Dünya Fuarları'nın çevre koruma mücadelesini ele almaları gerektiğine dikkat çeken BIE'nin 1994 tarihli kararının ardından, 2000 Fuarı'nda “Hannover Prensipleri” adı verilen, mümkün olduğunca sürdürülebilir bir fuar alanı yaratmaya yönelik bir kılavuz hazırlanmıştır. Bu doğrultuda katılımcı ülkeler pavyon tasarımlarının çevresel, sosyal etkilerini ve fuardan sonra yeniden kullanım potansiyellerini dikkate almak zorunda kalmışlardır. Bu yaklaşım bir kırılma noktası olarak daha sonraki fuarların da temelini oluşturmaktadır [83].

Fuar kapandığında alanın terkedilmeden bir ticaret, kültür, spor ve sanat merkezine dönüşmesine karar verilmiş, pavyonların fuardan sonra başka amaçlarla kullanılabilecek şekilde tasarlanması istenmiştir. Yönetim, fuara

katılacakların çevreyi koruyan bir yaklaşım içinde olmaları ön koşulunu getirmiştir. Fuarda, mimari, trafik, enerji ve su tüketiminden atıkların değerlendirilmesine kadar her alanda çevreyle ilgili önlemlerin ve 'sürdürülebilirlik' ilkelerinin dikkate alınması öngörülmüştür. Fuar alanının seçiminde bile, 'çevreyi koruma' endişesi etkin olmuştur. Buna göre, fuardan sonra geriye hiç katı atık kalmayacaktır. Fuardaki lokantaların yemek artıkları değerlendirilerek enerjiye çevrilmektedir. Su tüketimi kısıtlanmıştır. Fuar alanının çok yakınında atık dönüşüm tesisleri ve atıksu arıtma tesisleri bulunmaktadır. Fuarın tüm yeşil alanları ve gölleri halkın kullanımına açıktır [84] .



Şekil 3.100 2000 Hannover Dünya Fuarı “Expo Çatısı” ve “Umut Pavyonu”

Dünya Fuarları'nın en önemli misyonu uluslararası diyalog platformları olmalarıdır. Bu hedefi benimseyen Hannover Fuarı'nda “Küresel Ev” ve “Küresel Diyalog” adı verilen platformlar yaratılarak sağlık, emek, teknolojiler, sosyal ve çevresel sorumluluk, kültür gibi ana konular üzerine tartışmalar düzenlenmiştir. Dünyanın dört bir yanından birçok kuruluşla işbirliği içinde başlatılan tartışmalar; bilim insanları, ekonomik ve politik hak sahipleri, STK temsilcilerinin yanı sıra gençleri bir araya getirmiştir. Amaç, daha sürdürülebilir bir geleceğe yönelik program oluşturmaktır. Uluslararası işbirliğinin faydalarını göstermeyi amaçlayan ve 50 ülkenin hazırladığı 100 projeden oluşan bir sergi, İnsan, Teknoloji ve Doğa arasında uyumlu bir birliktelik sağlamanın yollarını göstermiştir. Bu sürdürülebilir yaklaşım fuarda ilginç ulusal pavyonların inşa edilmesine de imkân vermiştir [83].

Fuarla bağlantılı olarak yayınlanan “Geleceğe Duyulan Heyecan” adlı kitapta; Rio Konferansının yaklaşımlarını temel alan bir düşünce izlenmesi ve her alandaki

gelişmelerin insana yaraşır bir uyum içinde olması güvence altına alınması gerektiği vurgulanmaktadır. Buna göre birinci koşul, yeryüzündeki doğal ham madde kaynaklarının tüketilmesi en aza indirilmelidir. İkincisi, insanların birey ve ulusları oluşturan topluluklar olarak yaratıcılıklarına, sorumluluk taşımalarına, bugüne kadar olduğundan daha fazla önem verilmelidir. Fuar, teknik gelişmeleri sorgulamadan takip etmek yerine, gelişmeler insanların ve doğanın yararına uygun olacak mı sorusunu sormayı hedeflemektedir. Bu bağlamda 'gelişmeler' tek başına insanların çıkarına yönelik değil; 'insan, doğal çevre ve teknik' bütünlüğü içinde ve birbiriyle uyumlu olmalıdır. Fuar kapsamında 'sürdürülebilir kalkınma'ya ivme kazandırmak istenirken otomobil kullanmadan mobilitenin nasıl sağlanabileceği, kentlerin gereksiz yol ağlarıyla donatılmasının nasıl engelleneceği, 'yenilenmeyen enerji' tüketiminin nasıl azaltılabileceği gibi sorulara yanıtlar aranmaktadır [84].

Fuar alanı, söz konusu malzemelerin yoğun kullanımı, peyzaj düzenlemesinde tutturulan düzey, ulaşım eksenleri ve meydan yaratılmasındaki özen, tematik alanların çekimi gibi unsurlarla, sürdürülebilirlik ilişkisine eksenlenmiş pürüzsüz bir yerleşim kompleksini andırmaktadır. Ancak tek sorun mekânın yaşam değil bir gösteri alanı olmasıdır. Yalnızca sürdürülebilirlik deneyleri üzerine kurulan bir yerleşimin ne kadar sürdürülebilir olacağı bir tartışma konusudur [88].

3.5.1 Ülkeler Bölümü

Fuarın sürdürülebilirlik ilişkisini görselleştirme ve iletişime dönüştürme çabası, öncelikli olarak ulusal pavyonların malzeme kullanımında ve sergileme yöntemlerinde yoğunlaşmaktadır. Küffner'e göre biraz hantal olan sloganı ile fuarın odak noktası, çevre dostu yapı malzemelerinin kullanımıdır. Fuarda çok sayıda ulusal pavyon ya tümüyle ahşaptan yapılmıştır ya da cepheleri bu yeniden üretilebilir doğal malzeme ile kaplanmıştır. Ahşap dışında cam ve çelik de ekolojik olarak kabul gören diğer yapı malzemeleri olarak öne çıkmaktadır. Bu malzemelerin yorgun çevresel imgeleri ise cam ve çelik üzerinde akan su kullanımıyla güncellenmeye çalışılmıştır [87]. Bu tabloya, canlı bitkilerin mimari yapının ya da sergilerin bir parçası olarak yerleştirilmesi ve iletişim teknolojilerinin bağlayıcı unsur olarak yoğun kullanımı katıldığında ülkeler bölümünün genel görünümü ortaya çıkmaktadır. Pavyonların bir bölümünün

tümüyle geri dönüşümlü ya da en azından takılıp sökülebilir olarak planlanması benimsenen sürdürülebilir kalkınma kavramının ürünüdür [88]. Ancak, ABD'nin maliyetler nedeniyle fuara katılmaktan vazgeçmesi ve önceki Dünya Fuarları'nda mimari ve teknoloji üzerinden bir yarış içerisinde olan Avrupa Birliği'nin lider ülkelerine ait ulusal pavyonların büyük bölümünün sıradan fuar yapıları olması, o dönemde Dünya Fuarları'nın eski önemini yitirdiği şeklinde yorumlanmıştır.

3.5.2 Ulusal Pavyonlar

Almanya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.101 2000 Hannover Dünya Fuarı Almanya Ulusal Pavyonu

Ülkenin tanınmış mimarlarından Josef Wund'ın tasarımı olan pavyon, fuar sonrası 6500 kişilik etkinliklerin düzenlenmesine uygun çok amaçlı bir yapı olarak planlanmıştır. Mimarın açıklamasına göre Almanya'yı dünyaya, kollarını açmış biçimde sunan yapının şeffaflığı demokrasi ve ilerlemeyi sembolize etmektedir. Çelik, cam ve ahşap malzeme ile inşa edilen pavyon projesinde kendini taşıması amaçlanan içbükey cam cephe ve montajlı çelik strüktür özgün bir teknik yenilik sunmaktadır. Pavyonun çevresi ayna etkisi yaratan paslanmaz çelik tabanlı ve su dolu bir hendekle çevrilidir. Fuar süresince üç ayrı sergi ve gösteri alanına bölünerek kullanılan pavyonda ayrıca bir sinema, resepsiyon, VIP bölümleri, ofisler ve restoran yer almaktadır [7]. Öte yandan devasa yapı, fuarda mimari açıdan en çok eleştiri alan projelerden biridir. Kendini taşıması için içbükey olarak tasarlanan cam cephe, bu mümkün olamayınca çelik bir kirişle desteklenmiş, dolayısıyla amaçlanan mimari çözümü sunamamıştır [88].

Çin Ulusal Pavyonu



Şekil 3.102 2000 Hannover Dünya Fuarı Çin Ulusal Pavyonu

Bir Alman firması tarafından tasarlanan pavyon iki yapıdan oluşmaktadır. Odak noktası olarak düşünülen, içinde 360 derece sinema salonu bulunan kare planlı bir küpün üç tarafı sergi ve servis mekânlarını içeren U biçimli bir yapı ile çevrilidir. Çin Seddi imajlarının bez bir perde üzerine baskı alınması ile oluşturulan cephe, binanın karakterini belirlemektedir. Çin Seddi'nin orjinal bir parçası da köşetaşı olarak toprağa gömülmüştür. Farklı girişlere sahip olan ve farklı yüksekliklerde hacimlerden oluşan sergi binasında ülkenin barajları, uzay çalışmaları, çevre koruma projeleri ve geleneksel Çin Tıbbı ile ilgili sergiler yer alır. Pavyonda ayrıca bir hediyelik eşya dükkânı ve restoran bulunmaktadır. Yapının fuar sonrasında, geleneksel Çin tıbbının tanıtılacağı ve Almanya ile Çin arasında ekonomik, kültürel ve bilimsel bilgi alışverişine hizmet edecek bir merkez olması düşünülmüştür[7].

Finlandiya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.103 2000 Hannover Dünya Fuarı Finlandiya Ulusal Pavyonu

Bir yarışma sonucu elde edilen tasarım ülkenin tanınmış mimari ortaklığı SARC Architects imzalıdır. Huş ağaçlarından oluşan bir koruyu çevreleyen, dörder katlı

iki binadan oluşan pavyonda ziyaretçiler bir binadan diğerine ahşap köprülerle ulaşır. Fuar için Finlandiya'dan getirilen 100 adet ağacın yaydığı koku Finler için ormanın rolünü sembolize etmektedir. Fuarda yorulanlar için sakin ve rahatlatıcı bir alan yaratmak üzere tasarlanmış pavyonda; sergi salonları, açık ve kapalı restoran, konferans salonu, dükkânlar, esnek bir ofis alanı ve sauna yer almaktadır. İletişim ve Bilgi Toplumu temalarına sahip sergilere ek olarak pavyonda ormancılıkla ilgili bakış açılarını tanıtan bir sergi düzenlenmiştir. Dış cephelerde kaplama malzemesi olarak ve çatıda strüktürel olarak ısıl işlem görmüş huş ağacı kullanılmıştır. Korunun üzeri açık ve cepheleri tamamen cam kaplıdır. Doğal yapı malzemelerinin kullanımının yanında doğal yöntemlerle yapılan aydınlatma ve havalandırma sürdürülebilirlik konsepti ile tam uyumludur. Kalıcı olarak inşa edilen pavyon fuardan sonra çok amaçlı bir yapı olarak kullanılacaktır [7].

Fransa Ulusal Pavyonu



Şekil 3.104 2000 Hannover Dünya Fuarı Fransa Ulusal Pavyonu

Bir Fransız spor giyim markasının sponsorluğu ile inşa edilen “hareket, devinim, ulaşım” temalı pavyon fuar sonrasında aynı marka tarafından spor marketi olarak kullanılacaktır. Ülkenin tanınmış mimarlarından Françoise-Hélène Jourda imzasını taşıyan tasarım bir yarışma sonucu elde edilmiştir. Projede fuar sonrası kullanım dikkate alınarak, basit ve iddiasız bir kutu ile firmanın beklentilerine yanıt

verilmiştir. Çelik ve ahşap ağaç gövdelerinden oluşan strüktürü kapatan cam cephe panelleri dışardan bakıldığında orman görüntüsü yaratmak üzere yoğun bitki imajları ile kaplanmıştır. Isı kontrol sistemli cephe sayesinde geniş iç mekân çok amaçlı olarak kullanılabilir. Pavyonun giriş cephesinde ise 1888 yılında çekilmiş “Koşan Adam” isimli bir fotoğrafın büyük boyutlu bir reproduksiyonu kullanılmış, cepheye yansıtılan ışıklarla hareketli fotoğraf etkisi yaratılmıştır. Pavyona bir yaya köprüsü ile imajın içinden geçerek giren ziyaretçiler imajın yansımaları haline dönüşmektedir. Pavyonda “uzay, yaşam mekânı ve makineler evreni” isimli farklı sergiler yer almaktadır [7]. Basında bir ayakkabı kutusuna benzetilen pavyonun içindeki işlevsiz ahşap kolonlar yalnızca kavramsal bir makyaj oldukları için eleştiri konusu olmuştur [88].

Hollanda Ulusal Pavyonu



Şekil 3.105 2000 Hannover Dünya Fuarı Hollanda Ulusal Pavyonu

MVRDV mimarlık ofisine ait tasarım “Hollanda Mekân Yaratır” temasını taşımaktadır. 40 metre yüksekliğinde strüktürde, ülkedeki doğa manzaraları üst üste gelecek şekilde kurgulanmıştır. Konsept, halkın kendine yetecek alanı yaratma kapasitesini vurgulamakta ve ülkenin denizden kazanılan bölgelerini sembolize etmektedir. Altı adet sergi katından oluşan pavyonda cephe yoktur. Ziyaretçiler asansörlerle çatıya çıktıktan sonra farklı sergi alanlarından geçerek aşağı doğru iner. Su temalı peyzaj düzenlemesine sahip en üst katta bulunan rüzgâr değirmenleri enerji üretiminin alternatif biçimlerini sembolize eder. Bir alt katta ülke hakkında bilgi veren multimedya sunumunun yapıldığı sinema salonu ve

konferans odaları yer alır. Bu bölüm aşağıdaki orman katına yağmur yağıyormuş izlenimi yaratan bir su perdesi aracılığıyla dışardan izole edilmiştir. Yetiştirilen ağaçlar iklime uyum sağlamaları için fuardan aylar önce gemilerle şehre getirilmiştir. Pavyonda kalın ağaç gövdeleri strüktürel olarak kullanılmıştır. Bir alt katta büyük saksılar içerisinde ağaç köklerinin görüldüğü ve ülkeye özgü çiçeklerin yetiştirildiği bir sera yer alır. En alt kotta ise kumul ve mağaralardan oluşan bir peyzaj düzenlemesi vardır. Bodrum katta VIP odaları, yeme içme ve servis mekânları bulunmaktadır. Bu verimli strüktür sayesinde ülkedeki yaşam görsel olarak sunulurken fuarın İnsan-Doğa-Teknoloji temasının pratik bir gösterimi yapılmıştır [7]. Perspektif çizimlerdeki kadar ilginç olmadığı yönünde eleştirilen pavyon, yapıya entegre canlı bitki dokusu ve tarımsal etkinlik alanlarıyla yeterli verimli toprağa sahip olmayan ülkenin yeni yerleşim önerilerini iletmesi açısından önemlidir [88]. Pavyon, yeni bin yıla uygun “yeni doğa”nın teknolojiyi dışlamadan nasıl var olabileceğini araştıran bir laboratuvar işlevi gören, mini bir ekosistem yaratarak Expo anlayışında henüz denenmemiş bir tipoloji sunmuştur.

İngiltere Ulusal Pavyonu



Şekil 3.106 2000 Hannover Dünya Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu

Alman mimar Ingo Krümmel tasarımı pavyona İngiliz karakterini kazandırmak için alüminyum cam cephede İngiliz bayrağını anımsatan filigran desenler kullanılmıştır. İki katlı yapı, sergi alanları, ofis ve teknik hacimlerden oluşmaktadır. Fuar sonrası kullanım amacı belirsiz olduğu için yapının iç mekân bölüntüleri esnek bir biçimde planlanmıştır. Sergi konsepti ise bir İngiliz mimarlık ofisi tarafından geliştirilmiştir. Siyah bir kutu içerisinde etrafı suyla çevrili ve birbirine köprülerle bağlı dört tema adasından oluşan sergide ziyaretçiler İngiltere'deki

günlük yaşama dair izlenimler edinirken, ülkenin kültürel çeşitliliği ve çevresel sorunlara bakışını da görmektedir [7].

İrlanda Ulusal Pavyonu



Şekil 3.107 2000 Hannover Dünya Fuarı İrlanda Ulusal Pavyonu

Ülkenin tanınmış mimarlık ofislerinden Murray O'Laoire Architects imzalı tasarımda ülkenin peyzajından esinlenilmiştir. Pavyon İrlanda'nın yeşil tepeleri, suları, masif kayaları ve taş duvarları gibi peyzaj öğelerinin bir sentezini sunar. Ülkede rüzgârı tutarak tarlaları korumak üzere inşa edilen bariyerler tasarımın çıkış noktasını oluşturur. Çelik strüktür ve camdan oluşan üç katlı yapı taş duvarlarla çerçevelenmiştir. İki taş duvar arasında yer alan sergi salonuna bir patika ile erişilir. Bu patika boyunca ziyaretçiler ülkenin tarih öncesi çağlardan geleceğine uzanan interaktif bir tur yapmaktadır. Bu turun en dikkat çekici noktası olan “Duyusal Duvar”, rüzgâr, yağmur, İrlanda lisanı ve müziği ile ziyaretçilerin ilgisini çekmeye çalışmaktadır. Kaynakların verimli kullanımının önemini anlatan pavyon sökölüp başka bir yerde tekrar kurulacak biçimde tasarlanmıştır [7].

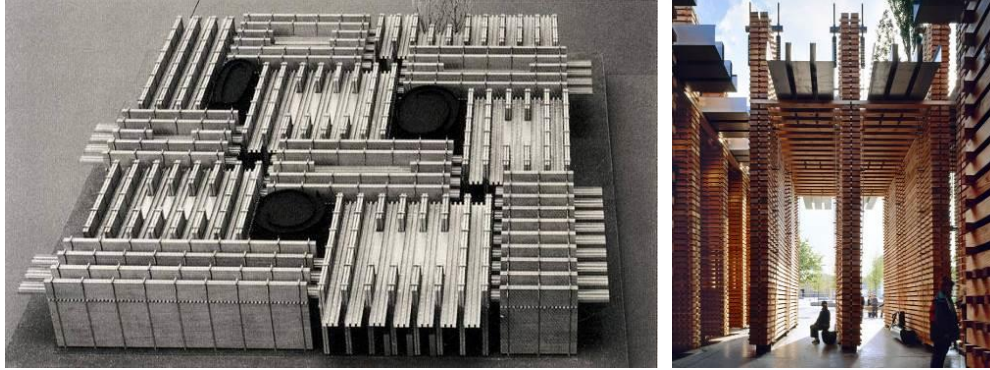
İspanya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.108 2000 Hannover Dünya Fuarı İspanya Ulusal Pavyonu

Ülkenin tanınmış mimarlarından Cruz y Ortiz imzalı pavyon dışardan bakıldığında derin yarıkları olan büyük bir mantar tıpayı andırmaktadır. Yapının dış geometrisi iç mekanın sadeliği ile kontrast halindedir. Kütlenin içinde gizli, huzur veren kamusal mekânın ziyaretçilerin hafızasında uzun süre kalması amaçlanmaktadır. Bu kamusal meydan cephede düzensiz olarak sıralanan geniş kolonlarla dış dünyadan izole edilmiştir. Kolonlar içe doğru eğimli kesik piramit biçimindeki çatı konstrüksiyonunu desteklemektedir. Merkezi alana giren doğal ışık ve iyi dengelenmiş akustik birlikte dinlendirici bir atmosfer yaratmaktadır. Farklı aktivitelere imkân veren bu üç taraftan erişilebilir total mekân, üst kotlardaki sergi alanlarına da erişimi sağlamaktadır. Doğal olarak aydınlanan sergi alanının çevresinde yapının kabuğundaki derin kesikler içerisinde iç avlular oluşmuştur [7]. Cephede ekolojik bir kaplama ve yalıtım malzemesi olarak mantarın kullanılması, pavyonun hem mimari bir çözüm sunmakta yetersiz kaldığı hem de ülkenin ulusal ürünü olan mantarın pazarlanması anlamında ticari iletişime gereğinden fazla yüklendiği gerekçesiyle eleştiri almasına neden olmuştur [88].

İsviçre Ulusal Pavyonu

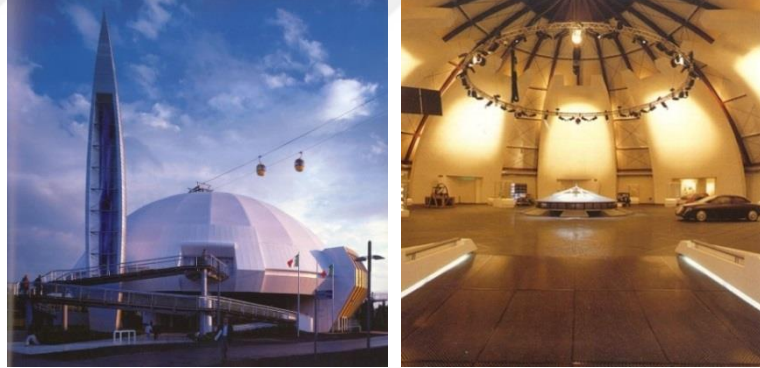


Şekil 3.109 2000 Hannover Dünya Fuarı İsviçre Ulusal Pavyonu

Dünyaca tanınmış mimar Peter Zumthor imzalı pavyon üst üste yığılmış ahşap kirişlerden oluşmaktadır. 3000 metreküp Karaçam ağacı ve İskoç çamı, koridor ve avlulardan oluşan girift bir sistem oluşturacak şekilde 9 metre yüksekliğindeki yığınlar halinde düzenlenmiştir. Bu ağaç yığınları çelik çubuklar ve kaynaklarla bir arada tutulmaktadır. Labirent biçimli strüktürü ile her yandan erişilebilir olan pavyon İsviçre halkının açıklığını sembolize eder. Yapı, davetkâr bir geçirgenliğine sahip olmasına rağmen, duvarların yüksek ve aralarının dar oluşu mekânları hem

tanımlı kılar hem de içte kalan, Zumthor'un "ormanın içindeki ışık boşlukları" olarak betimlediği, sergileme ve yeme-içme işlevli mekânların dışarıyla ilişkilerini kontrollü hale getirir. Doğal hava koşullarının içine girdiği bu uzaysal mekân ziyaretçilere tanımlı bir rota sunmamaktadır. Ses ve ışık enstalasyonları birçok farklı uyarıcı yaratmakta ve mimari ile beraber bir konser performansına dönüşmektedir. Ahşabın verdiği sıcaklık hissine ülke mutfağının kokuları da eklenerek tüm duyular harekete geçirilmektedir. Tüm bu kurgu "İsviçre'nin Rezonansı" olarak adlandırılmıştır. Pavyon fuardan sonra sökülerek parçaları başka projelerde kullanılacaktır [7]. Bir tütün kurutma kompleksine benzeyen yapıda "İsviçre ormanlarını ziyaret edin!" gibi ışıkla yazılan yazılar ve ışık-gölge-ses oyunlarından başka birşey sergilenmemiştir. Keskin bir minimalizm sergileyen tasarım pavyonun kendisini sergi nesnesi haline getirmiştir [88]. "Ses Kutusu" olarak da adlandırılan dinlenme ve kültürel gelişim amaçlı yapı, açık mimari kurgusu içerisinde müzisyenler, ziyaretçiler ve iklim koşullarının hergün farklı bir performans yarattığı, büyük bir enstrüman olarak kurgulanmıştır.

İtalya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.110 2000 Hannover Dünya Fuarı İtalya Ulusal Pavyonu

Pavyonun tasarımında insan, doğa ve teknoloji teması ile ilişkili olarak 500 yıl önce ilerici fikirler ortaya koyan Leonardo da Vinci'den ilham alınmıştır. Sturchio Architects & Designers firması tarafından tasarlanan, 26 metre yüksekliğinde ve 60 metre çapında plastik membran kaplı bir kubbeden oluşan pavyon, Vinci'nin bir katedralinin kubbesini anımsatmayı amaçlamaktadır. Havayla şişirilen kubbe için ince çelik kirişler destekleyici bir çerçeve oluşturmaktadır. "Penna" (Latince kaz tüyü) olarak adlandırılan 50 metre yüksekliğindeki parlak metal direk ise

pavyonun diğerk belirleyici öğesidir. Pavyonun yanındaki meydanda İtalyan yaşam tarzının ifadeleri olarak peyzaj öğeleri ve mutfağı tanıtılmaktadır. Yerden 10 metre yüksekilte bulunan sergi mekânına iki adet rampa ile ulaşılmaktadır. Pavyondaki sergiler Vinci'nin uçan makine gibi orjinal çalışmaları içermeaktadır. Pavyonda geleceğe vurgu ise, ülkenin otomobil endüstrisi temsilcilerinin yine Vinci'nin fikirlerini temel alarak geliştirdiği ürünlerle sağlanmaya çalışılmıştır [7].

Japonya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.111 2000 Hannover Dünya Fuarı Japonya Ulusal Pavyonu

Dünyaca tanınmış mimar Shigeru Ban'ın tasarımı olan ve Alman Prof. Frei Otto'nun danışmanlığı ile hazırlanan 90x45 m. ölçülerindeki pavyon sadece kâğıt kullanılarak inşa edilmiştir. Tamamen geri dönüştürülebilir olan yapıda, 45 m. açıklığı olan taşıyıcı konstrüksiyon 20 cm. çapındaki kalın karton ruloların karşılıklı çapraz biçiminde birbirlerine bağlanmasıyla oluşturulmuştur. Konstrüksiyon, çelik temeller üzerinde istenenen tonoz biçimi elde edilinceye kadar yukarı kaldırılmıştır. Pavyonu iklim koşullarına karşı koruyan yarı saydam membran çatı örtüsü, tekstil ve plastik-kâğıt karışımı bir malzemedir. Almanya'da daha önce kâğıt gibi bir malzeme kullanılarak bu kadar yüksek bir yapı yapılmadığı için bir seferlik verilen özel izinlerle inşaat gerçekleştirilmiştir. Pavyondaki sergi konuları ağırlıklı olarak doğa ile ilgilidir. Japonya'nın doğaya karşı tutumu olan, insan ve doğanın uyum içinde yaşaması fikri pavyonun kendisi aracılığıyla ifade edilmiştir [7]. Bir yandan geleneksel Japon mimari yaklaşımını sürdüren pavyon, fuardan sonra tamamen geri dönüştürülerek kalem ve defter gibi ürünlerin üretiminde kullanılacağı için fuarın genel kavramına en uygun projelerden biri olmuştur. Depreme duyarlı bir yapı çözümü olarak, projenin atölye deneyimi

değeri de vardır. İç mekânda iletişim teknolojisini, yapay zekâ ve ulaşım, şebeke-
yerleşim vb. konulu sergi düzenlemelerinde yoğun olarak kullanan Japonlar,
binanın kendisini asıl sergi nesnesi haline getirmeyi tercih etmişlerdir. [88].

Kanada Ulusal Pavyonu



Şekil 3.112 2000 Hannover Dünya Fuarı Kanada Ulusal Pavyonu

Sergi ve servis alanlarından oluşan yapının cephesinde ülkenin sembolü olan Akçağaç yaprağı üç boyutlu olarak kullanılmıştır. İletişim teknolojisi ile desteklenen sergilerde doğa teması ön plandadır. Pavyon temel olarak üç tema etrafında düzenlenmiştir: Kanada kültürünü anlatan bir multi-medya gösterisi, kaynakların yönetimini gösteren bir film, son teknolojik gelişmeleri ve sürdürülebilir kaynak yönetimi uygulamalarını gösteren sergiler. Bu sergilerde modüler dekorlar, çeşitli objeler, aynalar ve video projeksiyonları için 500 adet ekran ile 360 derecelik bir sinema salonu kullanılmıştır [89]. Mimari açıdan özelliiksiz bir sergi yapısı olan pavyon, iç mekânda iletişim teknolojisinin etkin kullanımı ile dikkat çekmiştir.

Norveç Ulusal Pavyonu



Şekil 3.113 2000 Hannover Dünya Fuarı Norveç Ulusal Pavyonu

Ülkenin tanınmış mimarlık ofislerinden LPO Arkitektur tarafından tasarlanan pavyon, biri sergi salonu, diğeri servisler olmak üzere iki ayrı yapıdan oluşmaktadır. Norveç fiyordlarında bulunan bir şelalenin 15 metre yüksekliğindeki reproduksiyonu, ziyaretçilere aynı deneyimi yaşatmak üzere pavyonun cephesine yerleştirilmiştir. Şelalenin içinden geçilerek girilen “sessiz oda” isimli, doğayla ilgili filmlerin gösterildiği, küp biçimindeki mekân ünlü sanatçı Marianne Heske tarafından tasarlanmıştır. Yine bu mekânda pavyonun teması olan “çevre-enerji-teknoloji” bir dizi sergi aracılığıyla sunulmaktadır. Yüksek sergi binasının alüminyum cephesi ile kontrast oluşturacak biçimde, daha alçak olan servis binası tamamen ahşap kaplıdır. Bu iki katlı yapıda servis hacimleri dışında bir konferans salonu ve üst sınıf bir deniz ürünleri lokantası yer almaktadır. Tamamen demonte olarak tasarlanan yapıların fuardan sonra Norveç’te otel olarak kullanılması planlanmıştır [7].

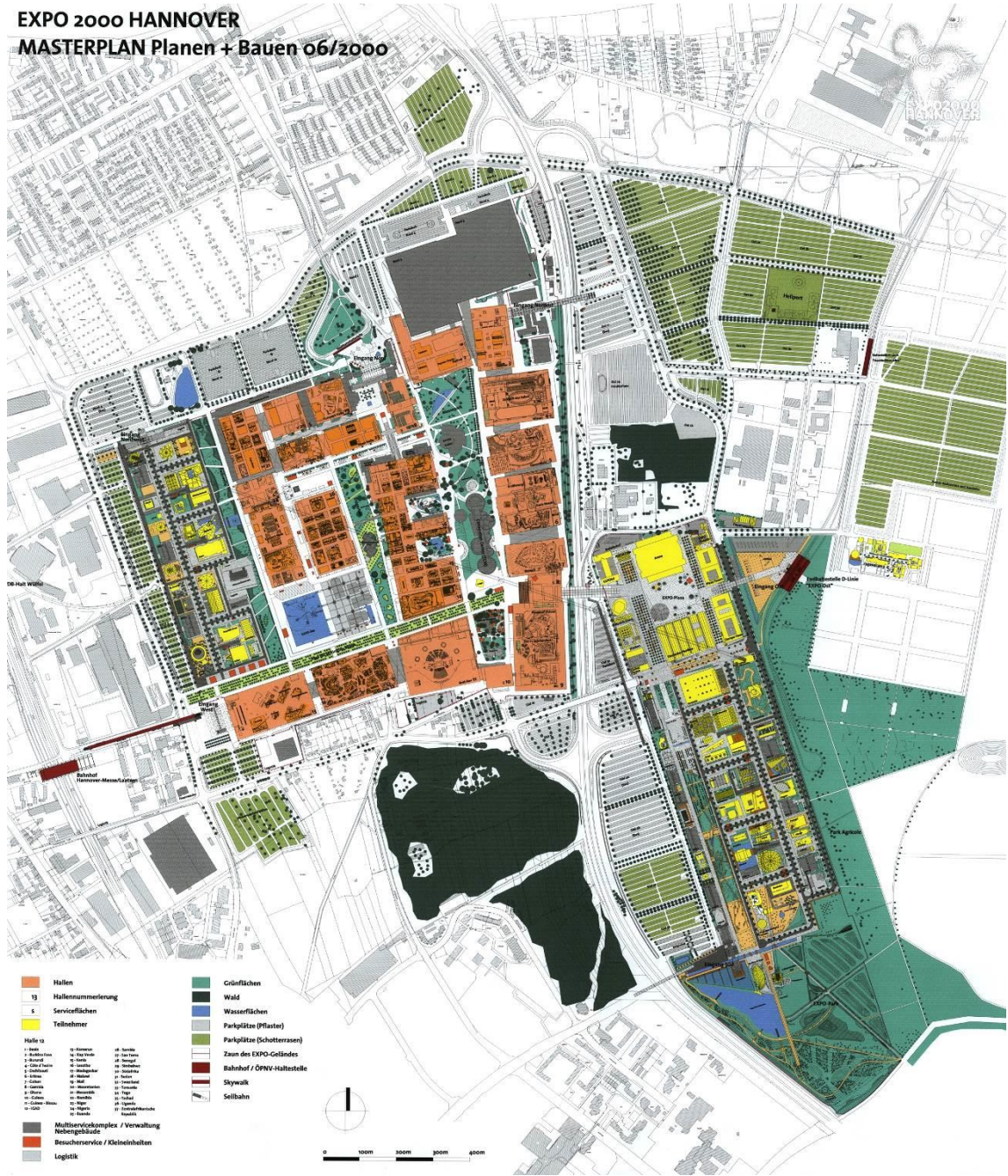
Rusya Federasyonu Ulusal Pavyonu



Şekil 3.114 2000 Hannover Dünya Fuarı Rusya Ulusal Pavyonu

Mimari açıdan özelliksiz bir sergi yapısı olan pavyon, Rusya’yı uzayda, havada, denizde ve buzun altında bilimsel ve teknik açıdan bir inovasyon ülkesi olarak sunmayı amaçlamaktadır. Sergiler, doğal gaz, mineral ve elmas kaynaklarından nasıl yararlanıldığını ya da denizaltılar ile kutuplarda nasıl yeni mineral kaynakları arandığını anlatmaktadır. Ziyaretçilerin içine girebildiği uzay istasyonu Mir’in maketi, dikkat çeken sergi öğelerindendir. Ülkenin sanat hazinelerini sunmak için tasarlanan altı metre yüksekliğinde ve içinde Rus sanat eserlerinin satışının yapıldığı “yumurta” ise ünlü Faberge yumurtalarını anımsatmaktadır [90].

EXPO 2000 HANNOVER
MASTERPLAN Planen + Bauen 06/2000



Şekil 3.115 2000 Hannover Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı

3.6 2010 Şangay Dünya Fuarı

Tarih: 01.05.2010 - 31.10.2010

Tema: Better City, Better Life (Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam)

Alan: 523 (ha)

Ziyaretçi Sayısı: 73.085.000

Katılımcı Ülke Sayısı: 246

2010 Şangay Dünya Fuarı, Çin'de düzenlenen ilk Dünya Fuarı'dır. Dünyada, her iki insandan bir tanesi şehirlerde yaşarken; sosyal adalet, sürdürülebilirlik, güvenlik, sağlık ve ulaşım konularındaki sorunlar her geçen gün artmaktadır. 23 milyonluk kent nüfusu ile Şangay, bu acil sorunların çözümlerini bulmak ve sergilemek için ideal bir yer olarak kabul edilmiş ve Çin Halk Cumhuriyeti, BIE'nin 2002'deki genel Kurulunda, 2010 Dünya Fuarı için ev sahibi ülke seçilmiştir. Fuar, hızlı büyümesi, cesur projeleri ve kendine özgü yaşam tarzı ile ünlü olan Şangay kentinde "Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam" teması altında düzenlenmiştir [91].

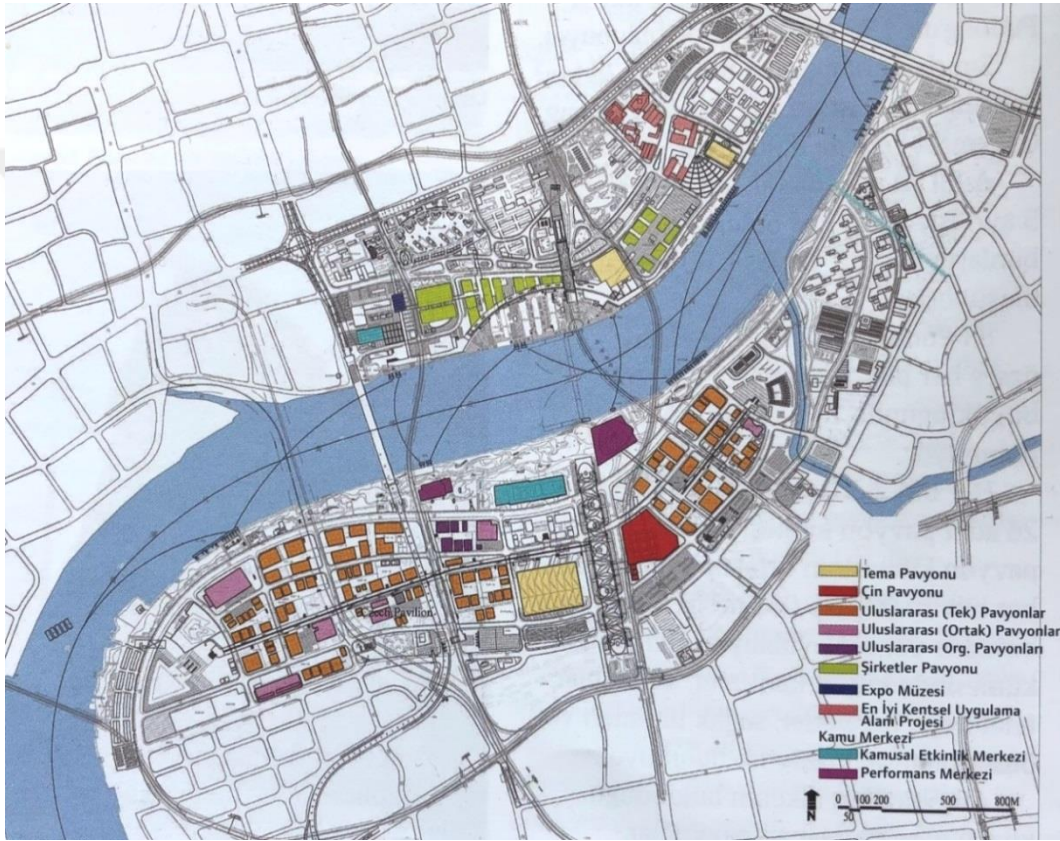


Şekil 3.116 2010 Şangay Dünya Fuarı Logosu ve Fuar Afişi

2010 yılında, nüfusu 1 milyonun üzerinde olan 150'den fazla Çin şehrinde daha önce hiç olmadığı kadar çok inşaat etkinliği sürmekte ve bu durum kontrolsüz büyümenin neden olduğu sosyal ve çevresel gereksinimlere acil çözüm bulunmasını gerektirmektedir. Fuar için seçilen tema, içinde bulunduğu hızlı kentleşmenin doğurduğu sorunların farkına vararak bunlara odaklanan Çin'e uygun düşerken, ülke halkına da geleceğe yönelik bir umut vermektedir [92].

Şangay'ın merkezinde, Huangpu Nehri'nin iki yakasında seçilen alan, Expo tarihindeki en büyük fuar alanıdır. Kentsel hayatla tamamen bütünleşmesi için

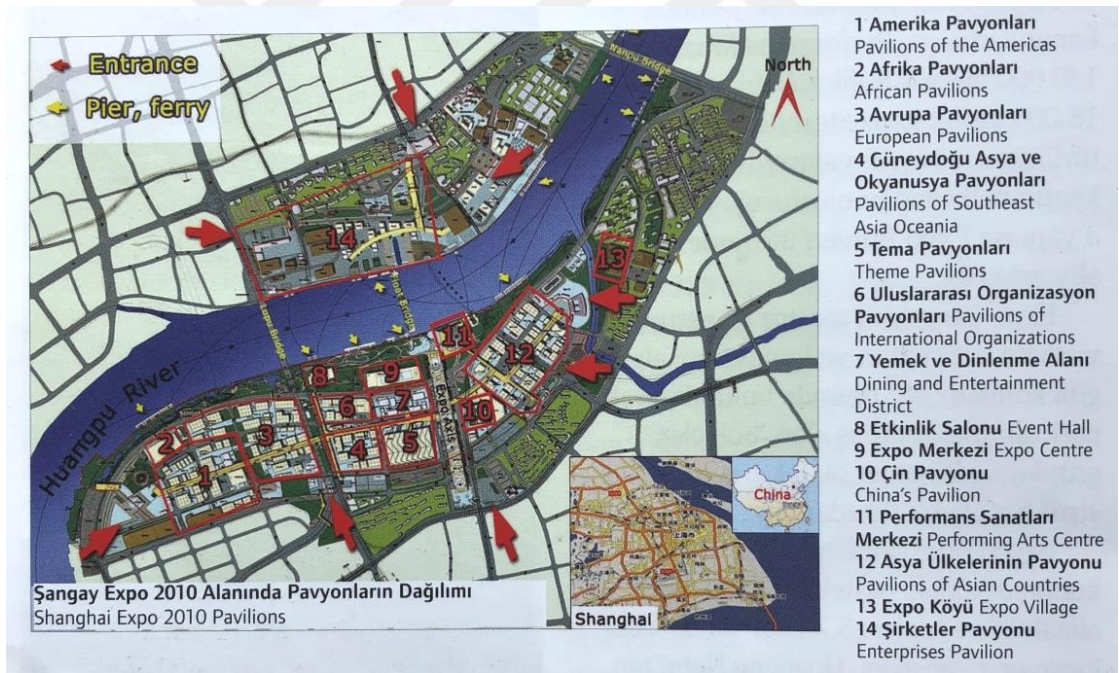
seçilen arazinin büyük bölümü tersaneler ve eski fabrikalardan oluşmaktadır. Sürdürülebilir kentsel gelişim yaklaşımı çerçevesinde, öncelikle bir heykel bahçesi haline getirilen eski çelik fabrikası ve Çin'in ilk kamusal çağdaş sanat müzesi gibi bir dizi bina fuar hazırlıkları kapsamında inşa edilmiştir. Yaygın bir otobüs, tekne ve metro hattı sistemi ile fuar alanına ulaşım sağlanmış, bölgeyi şehir merkezine bağlamak için nehir altında ikinci bir tünel inşa edilmiştir. Böylece fuar bölgesi ve çevresi, Çin metropollerinin gelecekte yaşayacağı süreci haber verir biçimde kapsamlı bir "kentsel dönüşüm" yaşamıştır [91] .



Şekil 3.117 2010 Şangay Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı

Bugüne kadar düzenlenen en büyük ve en pahalı Expo etkinliği olan 2010 Şangay Fuarı, Çin'in yönetim rejimi nedeniyle dünyadan soyutlandığı ve pirinç yetiştiricisi olarak bilindiği dönemden 2010 yılına kadar geçen 15 yıl içinde özellikle Avrupa, ABD, Rusya gibi güçleri şaşırtan bir hızla kimlik değişiminin somut göstergelerinden biridir. Expo organizasyonu ise bu süper güce dönüşme sürecinde bir rastlantı olmayıp, ABD ve diğer güçlü Avrupa devletlerinin 19. yy sonu ve 20. yy başı Dünya Fuarları'nı kullanma biçimine benzer niteliktedir [92].

Fuar, büyüklüğünün yanısıra uluslararası katılım ve ziyaretçi sayısı bakımından da o güne kadar ki tüm rekorları kırmıştır. Fuarda toplam 246 ülke ve uluslararası kuruluş yer alırken 73 milyondan fazla ziyaretçi ile 1970 Osaka Fuarı'nın 64 milyon olan ziyaretçi sayısı aşılmıştır. Etkinliğin büyüklüğünü yansıtan, "Oryantal Taç" adlı Çin Ulusal Pavyonu toplam 160.000 m2 alana sahiptir ve 63 metre yüksekliğindedir. Fuardan sonra kalıcı olması için tasarlanan birkaç yapıdan biri olan pavyon, bugün çağdaş sanat eserlerinin sergilendiği Çin Sanat Müzesi olarak kullanılmaktadır [91]. Pavyon dev boyutlu Tema Pavyonu'nun, Expocenter'in ve Performans Merkezi'nin yanında konumlanmıştır. Performans Merkezi, 130.000 metrekarelik toplam alanı ve 18.000 kişilik kapasitesiyle türünün ülkedeki en büyük yapısıdır ve çağdaş kentin belkemiğini oluşturmaktadır. Ev sahibi ülkenin baskınlığı fuar yerleşimine plan düzeyinde bakıldığında daha net anlaşılmaktadır. Devasa Çin Pavyonu yüksekliğiyle, çatı parapet yüksekliğinin 20 metreyi aşmaması şart koşulan, alandaki diğer bütün pavyonlara yukarıdan bakmaktadır.



Şekil 3.118 2010 Şangay Dünya Fuarı Fuar Alanında Pavyonların Dağılımı

Fuarın master planı, uygun yürüme uzaklıkları ve ziyaretçilerin algısı gibi konular düşünülerek; park, sınırlandırılmış alan, bölgeler, gruplar ve kümeler olarak beş düzeyli bir strüktür halinde tasarlanmıştır. A,B,C,D,E olarak adlandırılan 5 ayrı işlevsel bölgenin her biri yaklaşık 60 hektardan oluşmaktadır. Alanda her biri

ortalama 15 hektar büyüklüğünde 12 pavyon grubu ve her biri 2-3 hektar büyüklüğünde 26 adet pavyon kümesi vardır. Her pavyon kümesinde küçük kantinler, dükkânlar, telefonlar, tuvaletler, sağlık birimleri ve kamusal hizmetler bulunmaktadır. Ait oldukları ülkenin bulunduğu kıtaya göre gruplanan pavyonlar 3 tipten oluşmaktadır: Birinci tip, resmi katılımcıların kendilerinin tasarlayıp inşa ettiği pavyonlar; ikinci tip, evsahibi ülke tarafından inşa edilip katılımcı ülkelere kiralanmış pavyonlar; üçüncü tip, ev sahibi ülke tarafından inşa edilen ve gelişmekte olan ülkelere ücretsiz sunulan ortak pavyonlardır [92].

Çevre açısından yenilikçi biçimde tasarlanan, yağmur suyu toplayıcıları ve güneş panelleri içeren, düşük karbonlu fuar alanı konseptinin temelinde sürdürülebilirlik yaklaşımı ve kentsel yaşam için geliştirilen çözümler yer almaktadır. Kentleşmiş ya da kentleşmekte olan tüm katılımcı ülkelerden fuar temasını yaratıcı ve pratik bir yolla geliştirmeleri istenmiştir. Bu kapsamda planlanan “En İyi Kentsel Uygulamalar Alanı” şehirlerin problemleri için kendi çözümlerini sergiledikleri fuarın yenilikçi bir özelliğidir. “Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam” teması, fuar süresince bir dizi forumda tartışılmış; katılımcılar tarafından imzalanan Şangay Deklarasyonu ile sonuçlanmıştır. Gerçek sorunların incelenmesi ile hazırlanan ve 21. yüzyılda sürdürülebilir kentsel gelişim için bir rehber olan Şangay El Kitabı; Birleşmiş Milletler, Çin Toplu Konut ve Kentsel-Kırsal Kalkınma Bakanlığı, Şanghay Belediyesi ve BIE tarafından derlenmiştir. Fuarın entelektüel mirası olan bu kitap şehir yöneticileri için bir rehber niteliğindedir.

Fuar, Şangay’ın altyapısı için büyük yatırımlar yapılmasını sağlamıştır. Havaalanında yeni bir pist ve terminal inşası, hızlı tren bağlantısı, dünyanın en uzun metro sisteminin kurulması ve kentin sahil şeridinin yeniden geliştirilmesi fuarın kentsel mirasıdır. Expo 2010 projesi, Şanghay kentine, şehir merkezindeki ve nehir kıyısındaki geniş bir alanı yeniden geliştirmek için eşsiz bir fırsat sağlamıştır. Çin Sanat Müzesi’ne ek olarak, eski fuar alanı, Mayıs 2017’de açılan, Dünya Fuarları tarihine adanmış uluslararası bir müze olarak yeni inşa edilen “Dünya Expo Müzesi”ne ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca, fuar alanının bir bölümü Fransa, Rusya, Lüksemburg ve İtalya tarafından inşa edilen pavyonları birleştiren ve bir Opera binasını içeren “Expo Kültür Parkı”na dönüştürülmektedir [91].

3.6.1 Ülkeler Bölümü

Önceki Dünya Fuarları'ndan farklı olarak Şangay'da asıl vurgu bir ülkenin niteliklerinin öne çıkarılmasından çok, o ülkenin Çin için ne kadar çekici bir iş ortağı olduğunun ispatlanmasıdır. Bayraklarında kırmızı renk taşıyan ülkeler bunu ortak bir karakter olarak değerlendirirken, diğerleri “doğaya olan ortak aşk ya da tarihteki kesişim noktaları” gibi temaları ifade etmeyi seçmiştir. Önceki fuarlarda yapı kabuğu ile mekânsal kompozisyonun birlikte kurgulandığı pavyonlardan farklı olarak, Şangay'da pek çok ülke pavyonların kabuk ve iç mekân tasarımlarını ayrı gruplara vermiştir. Böylece ziyaretçilerin ilgisini çekmeye çalışan mimari dile sahip kabuklar içerisinde etkileyici, iz bırakan, bilgilendiren, şaşırtan, farklı duyulara seslenen iç kurgulara sahip pavyonlar tasarlanmıştır. Bu duyguyu dokunmatik yüzeyler, bilgisayar destekli kurgular ya da çok boyutlu görüntülerle destekleyen tasarımlar olduğu gibi; tematik yaklaşımlarıyla örtüşen mimari ifadeye sahip pavyonlar fuarda başarılı uygulamalar olarak öne çıkmıştır [92].

3.6.2 Ulusal Pavyonlar

ABD Ulusal Pavyonu



Şekil 3.119 2010 Şangay Dünya Fuarı ABD Ulusal Pavyonu

Kanadalı mimar Clive Groat tarafından tasarlanan pavyon, kanatlarını açmış bir kartalı anımsatmayı amaçlayan, gri renkli, çelik ve camdan oluşan bir yapıdır. Pavyon, dört temel kavramı ileten bir hikâye anlatmaktadır: sürdürülebilirlik, takım çalışması, sağlık ve başarı için mücadele. Bu konseptte uygun olarak planlanan yapıda ziyaretçiler dört bölümden geçerek ilerlemektedir: karşılama salonu, ön gösteri salonu, ana gösteri salonu ve sergi alanı. İlk salonda ziyaretçiler,

ABD’de yaşayan Çinliler’i ülkenin çok kültürlü sakinleri olarak tanıtan bir anlatım ile karşılanmaktadır. İkinci salon, işbirliğini teşvik eden ve fırsatı, çeşitliliği, özgürlüğü ve yeniliği kutlayan "Amerikan Ruhunu" sunmaktadır. Üçüncü salon, "Bahçe" isimli 4 boyutlu bir filmin gösterim mekânıdır. Dördüncü salonda ise sponsorlar, teknolojilerini ve ürünlerini sergilemektedir.

Sergiler Amerikan inovasyonu ve topluluk oluşturma ruhunu yüksek teknoloji ile anlatmakta ve ABD’yi insanların daha iyi bir toplum kurmak için bir araya geldikleri bir fırsat ve çeşitlilik yeri olarak tanıtmaktadır. Ancak pavyon mimari çevrelerde yaratıcı olmadığı ve sıradan bir ofis binasına benzediği yönünde eleştiriler almıştır. ABD Hükümeti’nin Expo’larda ulusal pavyonların tasarım ve inşasını desteklemeyi bırakmasından sonra tasarımların felsefesinin mimari gösteriden dijital eğlenceye kaydığı bilinen bir gerçektir. Bu anlamda 2010 pavyonu da sadece büyük bir sinema yapısı olarak nitelendirilmiştir [93].

Almanya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.120 2010 Şangay Dünya Fuarı Almanya Ulusal Pavyonu

Pavyonun temel fikri Almanya’yı çok yönlü, yenilikçi ve yüzü geleceğe dönük, bununla birlikte köklerini ve mirasını korumaya özen gösteren bir ülke olarak tanıtmaktır. ‘Tekdüzelığe karşı çeşitlilik’ ve ‘denge’ kavramlarının etkileşimi geleceğin kentlerinde yeni bir yaşam kalitesini temsil edecektir. Bu çeşitliliği teknoloji ve yeniliği göz ardı etmeden korumak gerekmektedir. Almanya bu yaklaşım doğrultusunda fuara denge (balance) ve kent (city) kavramlarının birleşiminden oluşan "dengekent" (balancity) kavramı ile kalıcı bir katkı yapmayı amaçlamaktadır. Dengekent, yenileme ve koruma, yenilik ve gelenek, kent ve doğa, toplum ve birey, çalışma ve dinlenme, küreselleşme ve ulusal kimlik arasında

denge kurmuş bir kenti tanımlar. Birçok tarihi katman, mekân, işlev ve çevreden oluşan, yoğunluk ve çeşitlilik arasında denge kurmuş kent fikri mimariye net biçimde yansıtılmıştır. Amaç, dinamik bir kentsel organizma veya ülkedeki kentsel yaşamın çeşitliliğini yansıtan üç-boyutlu erişilebilir bir heykel inşa etmektir.

Pavyon peyzaj ve strüktür olarak iki ana ögenin birleşiminden oluşmaktadır. Peyzaj, teraslar halinde yükselirken, üzerinde gümüş renkli dört adet sergi strüktürü bulunur. Sergi strüktürleri, bazen birbirlerine yaslanıp bazen de destek işlevi görerek taşıma ve taşınmayı simgelerken bu biçim, Dengekent'in mimari yorumunu temsil eder. Ortaya çıkan tasarımda iç ve dış mekân, ışık ve gölge, yapı ve doğa, kentsel ve kırsal peyzaj heyecan verici bir etkileşim halindedir. Sergide dolaşım bir gezi yolu gibi tasarlanmıştır. Güzergâhın sonunda konuklar, pavyonun "enerji kaynağını" oluşturan anfitiyatro benzeri odaya ulaşmaktadır. 600 ziyaretçi aynı anda odaya girebilmekte, doğru an yakalandığında, ses deneyimi, tiyatronun çarpıcı etkisi ile birleşmektedir. Gösteriden sonra, ziyaretçiler spiral merdivenlerden pavyonun etkinlik alanına ulaşmaktadır. Üzerinde özel bir tür çimin yetiştiği peyzaj alanı, dünyanın jeolojik bir kesitini anımsatır. Cepheleri, saydam bir membran ile kaplı olan sergi strüktürleri bulutları anımsatan biçimde peyzaj alanının üzerinde durmaktadır. Saydam membran nedeniyle pavyonun görünümü gün ve gece boyunca ışığa ve hava koşullarına göre değişmektedir [94].

Çin Ulusal Pavyonu



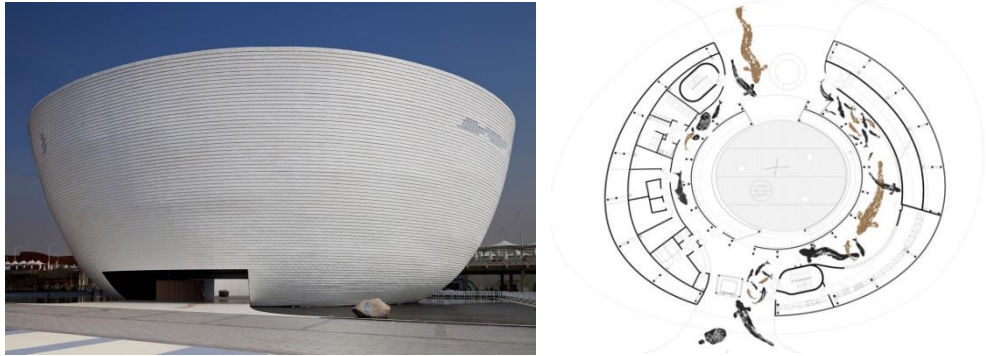
Şekil 3.121 2010 Şangay Dünya Fuarı Çin Ulusal Pavyonu

Konsepti “Doğu’nun Tacı” olan ve geleneksel bir taç biçiminde tasarlanan pavyon, Çin kültürünün unsurlarını içermekte ve Çin bilgeliğini anlatmayı amaçlamaktadır.

Yapının strüktürü yukarı doğru genişleyen 6 katı taşıyan 4 ana taşıyıcıdan meydana gelmektedir. Çatı, Çin’de yer alan 56 etnik grubu temsil eden 56 adet geleneksel ahşap braketten yapılmıştır. Ayrıca Çin’in bölgelerinin kısaltması olan 9 adet geleneksel yazı yapının yüzeye kazınmıştır. Güney Çin Teknoloji Üniversitesi Mimarlık Akademisi direktörü He Jingtang tarafından tasarlanan pavyon, ekolojik ses teknolojileri ve enerji tasarrufuna yönelik pek çok teknoloji barındırmaktadır. Yapının dış kabuğu, iç mekân için doğal iklimlendirme sağlayacak bir tampon alanı oluşturmaktadır. Pavyonun içe dönük biçimi ise tüm binaya ve altındaki avluya gölge sağlamaktadır. Yapının çatısında da ekolojik peyzaj ve yağmur suyu toplama özellikleri yer almaktadır. Fuar alanında kalıcı bir simge olarak inşa edilen 5 binadan birisi pavyon, fuarın sona ermesinin ardından müzeye dönüştürülmüştür.

Pavyonun teması 15.000 metrekarelik bir alanı kaplayan farklı katlardaki 3 sergi alanında sunulmaktadır. Ziyaretçiler bu sergilerde ülkenin tarihi ve gelecekteki kentsel gelişimi hakkında bilgi edinmekte, insan ve doğa ilişkisini, kentsel-kırsal kalkınmaya yönelik umutları görmektedir. Sergide yer alan tiyatrodaki gösterilen video ülkenin son 30 yıl içerisinde gerçekleştirdiği reformları anlatmaktadır. Diğer bir sergide en son multimedya teknolojisi kullanılarak 1500’den fazla 3D karakter 5 metre uzunluğunda ünlü ve klasik bir Çin resmi üzerinde hareket etmektedir [8].

Finlandiya Ulusal Pavyonu

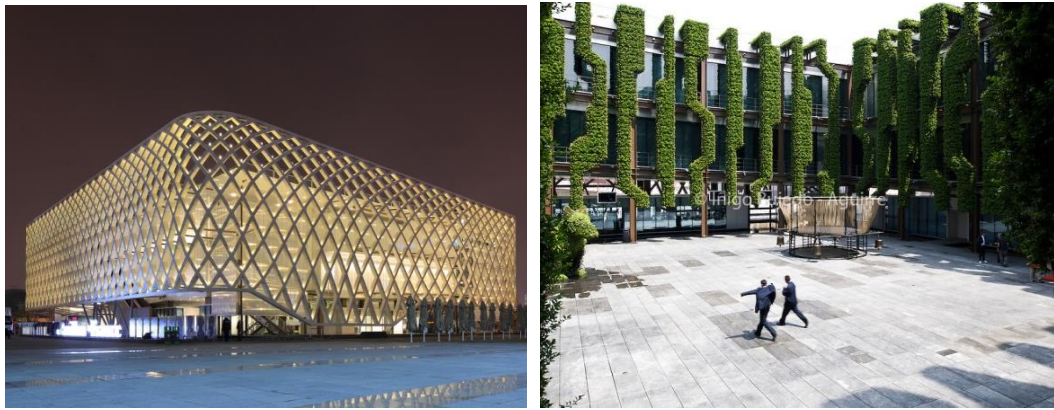


Şekil 3.122 2010 Şangay Dünya Fuarı Finlandiya Ulusal Pavyonu

‘Kirnu’ (Dev Kazanı) adını taşıyan pavyon JKMM mimarlık ofisi tarafından tasarlanmıştır. Ulusal bir yarışma birincisi olan tasarım ülkeyi dünyaya küçük bir evren içerisinde sunmayı amaçlamaktadır. Ülkenin öyküsü Buzul Çağı’nda başlamıştır ve bu dönemde buzun kayaları aşındırarak oluşturduğu coğrafi

oluşumlara 'Dev Kazanı' adı verilmektedir. Pavyonun ortasında da bunlara benzer bir boşluk bulunmaktadır. İç mekân sergileri ülkeye ilişkin tanıtımlar içeren pavyon, Finler tarafından sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda inşa edilmiş minyatür bir kent olarak düşünülmüştür. Yaratıcılığı, yüksek teknolojiyi ve kültürü daha iyi bir yaşam için bir araya getiren pavyonun mimarisi özgürlük ve yenilikçilik gibi temaları işlemektedir. Suyun üzerindeki bir adayı anımsatan pavyona bir köprü ile ulaşılmaktadır. Yapının kalbindeki 'Dev Kazanı'nda ise etkinlik merkezi ve forum yer almaktadır. Pavyonun amacı iyi bir yaşam vizyonu sunmaktır. İyi bir yaşamın altı ayağı olan; özgürlük, yaratıcılık, yenilik, topluluk ruhu, sağlık ve doğa yapının mimarisine mekan ve işlev bağlamında yansıtılmıştır. Heykelsi biçim, özgürlük ve yaratıcılığı yansıtırken sürdürülebilir kentlerin inşası için Fin yöntemlerini sergilemektedir. Ana strüktürün tüm çelik parçaları sökümü kolaylaştıracak şekilde cıvatarla birleştirilmiştir. Mekanik havalandırma gereksinimini azaltmak için doğal havalandırmadan yararlanılırken, doğal bir baca biçimi oluşturan kalın avlu duvarları, seçilen malzemeler ve inşaat yöntemleri ile CO2 salınımı en aza indirilmiştir. Malzemelerin geri dönüşüm ve yeniden kullanım özellikleri en üst seviyededir. Cephede kullanılan pul kaplama, geri kazanılmış kağıt ve plastik karışımından üretilmiştir [95].

Fransa Ulusal Pavyonu



Şekil 3.123 2010 Şangay Dünya Fuarı Fransa Ulusal Pavyonu

Ülkenin tanınmış mimarlık ofislerinden Jacques Ferrier Mimarlık tasarımı, ulusal bir yarışmanın birincisi olan pavyonun teması "Duyusal Kent" olarak belirlenmiştir. Duyusal Kent, günümüzde kent planlamasının nasıl olması gerektiği

sorusunun cevabını vermektedir. Pavyon bir yandan kenti pozitif bir biçimde betimlerken bir yandan da kent ile insan arasındaki ilişkiye odaklanmakta; insan eliyle üretilen yapılar ile doğal çevrenin iç içe geçmesi gerektiği üzerinde durmaktadır.

Dikey bir bahçeyi çevreleyen hafifçe eğimli bir rampa olarak düzenlenen pavyon, en yüksek kotta başlayan ve yer seviyesine inen bir sergi turu (300 metre uzunluğunda) oluşturmaktadır. Akan bir nehir gibi düzenlenen sergi alanının, ‘ana akım’ ve ‘durgun su’ koyları olarak adlandırılan bölümleri vardır. Ana akımın genişliği, rota boyunca değişmeden kalır ve “Duyusal Kent”in ana temalarından geçerek duygusal bir yolculuk sunar. Pavyonu çevreleyen ağ örgüsü ise, Fransa’nın mühendislik bilgisinin bir göstergesidir. Lifli betonla giydirilmiş çelik bir strüktürden oluşan bu ızgara yansıtıcı bir havuzun üzerinde yükselmekte, desenli tasarımı gücü ve zarafeti ifade etmektedir [96].

Hollanda Ulusal Pavyonu



Şekil 3.124 2010 Şangay Dünya Fuarı Hollanda Ulusal Pavyonu

Mimar John Körmeling imzalı, ulusal bir yarışmanın birincisi olan proje “mutlu sokak” temasını taşımaktadır. Mimarın kentsel planlama ve mimarlık hakkındaki görüşleri tasarımın temelini oluşturmaktadır. Buna göre daha iyi bir şehir, iyi bir sokakla başlar; iyi bir sokak ise insanların buluşabileceği, yaşayabileceği, çalışabileceği, yiyebileceği, oynayabileceği, alışveriş yapabileceği hayat dolu bir yerdir. Artık insanların sadece geceleri uyuduğu kapalı siteler, gündüz kullanılan iş merkezleri ya da geceleri boş kalan alışveriş merkezleri inşa edilmemelidir. Mutlu sokak bütün bu fonksiyonları bir araya toplayan binalar sunmalıdır. Bu bakış açısıyla pavyonda Hollanda’daki mimari stillerin örnekleri farklı fonksiyonlara

sahip binalarda bir araya getirilmiştir. Farklı tiplerde evler, ofisler, sinema, atölyeler, futbol sahası, çiftlik, depolar, su deposu, sera, banka ve kırsal temsil eden su kanalları ile otlaklar hayvanlarla birlikte pavyonu oluşturmaktadır [8].

İngiltere Ulusal Pavyonu



Şekil 3.125 2010 Şangay Dünya Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu

Ulusal bir yarışmanın birincisi olan pavyonun tasarımcısı Heatherwick Studio'dur. Tasarım stratejisi, pavyonun fuardaki en popüler beş pavyon arasına girmesini isteyen hükümetin beklentileri doğrultusunda üç temel amaca dayanmaktadır. Bunlar; mimarinin tam olarak neyin sergilendiğini dışa vurması, büyük bir açık kamusal alan yaratarak pavyonun dışarıdan da deneyimlenebilmesi ve yapının diğer pavyonlar arasında özgün bir yere sahip olmasıdır. Tasarımda fuar teması ile anlamlı bir ilişki kurmak amaçlanarak ekranlar ve hoparlörler gibi görsel işitsel araçlarla donatılmış teknolojik pavyon kavramının dışında duran bir yaklaşım izlenmiştir. Kapsamlı bir proje ekibi ile birlikte doğa ve kent ilişkisini keşfetme fikri temel alınmıştır. Ülkenin geleneksel bir tanıtımından çok bu tür bir fikrin benimsenmesinin altında, fuarın temasına gerçek bir katkıda bulunma amacı yatmaktadır. Bu doğrultuda, Londra'nın dünyanın en yeşil büyük kenti olması, dünyanın ilk kamusal parkının burada kurulmuş olması ile dünyanın en tanınmış botanik kurumu olan Kraliyet Botanik Bahçeleri ön plana çıkarılmıştır. Proje, 2020 yılına kadar dünyadaki bitkilerin % 25'ini toplamayı amaçlayan Milenyum Tohum Bankası projesi ortaklığını kapsamaktadır. Tasarım sürecinde proje, iki temel deneysel öge halinde ortaya çıkmıştır. Bunlardan biri mimari açıdan simgesel bir tohum katedrali, ikincisi ise 6.000m²'lik alanı kaplayan çok katmanlı bir peyzajdır.

20 metre yüksekliğindeki Tohum Katedrali pavyonun ortasında bulunmaktadır. Katedralin üzerindeki 60.000 tane saydam fiber optik çubuğun her birinin ucunda tohumlar vardır. Gün boyunca, çubuklar ışığı ileterek iç mekânı aydınlatır. Geceleri ise içeriden gelen ışık strüktürün ışıldamasını sağlar. Rüzgâr estikçe, yapı, optik "saçları" ile yumuşak bir dinamik etki oluşturmaktadır. Katedralin karanlık iç mekânında fiber optik filamanların uçları, havada süzülen bir galaksi meydana getirmektedir. Fiber optik filamanlar dışarıdaki ışığa duyarlı olduklarından bulutlar bile aydınlatmada bir değişim yaratabilmektedir. Tasarımda, sessiz bir mekânda kişisel bir içe dönüş deneyimi yaratmak amaçlanmıştır. Çelik ve ahşap kompozit bir yapıdan oluşan Tohum Katedrali içindeki mekânı, içinden filamanların geçtiği 1 metre kalınlığındaki ahşap diyafram strüktür oluşturmaktadır. Ahşap strüktür, fiber optik filamanların içinden geçeceği alüminyum kablo borularının kusursuz biçimde yerleştirilebilmesi için 3 boyutlu modelleme yazılımı ile çalışan bir makine kullanılarak hassas bir geometri ile delinmiştir. Katedralin çevresi, fuarın geniş sert yüzeyleri arasında, yapının dokusunun bir devamı olarak tasarlanmış; ziyaretçilere, dinlendirici, sakın, çekici bir kamusal alan sunmak amaçlanmıştır. Peyzajın altında pavyon giriş ve çıkış bölümü yer almaktadır. Dolaşım alanının altında ise kültürel ve ticari etkinlikler için kullanılabilen ve fuar boyunca kiralanabilecek mekânlar bulunmaktadır [97].

İrlanda Ulusal Pavyonu



Şekil 3.126 2010 Şangay Dünya Fuarı İrlanda Ulusal Pavyonu

OPW - Architectural Services tarafından tasarlanan pavyon, 13 galeri, bir sergi merkezi, bir performans meydanı (avlu) ile ticari ve tanıtım amaçlı bir konaklama alanını içermektedir. Çimle kaplı bir kaide üzerinde asılı duruyor izlenimi veren,

yarı saydam hacimlerden oluşan pavyon; kentsel ve kırsal, insan yapımı ve doğal, bina ve peyzaj arasındaki ilişkiyi kurmayı amaçlamaktadır. Pavyonda sirkülasyon hafif eğimli rampalarla çözülmüştür. Rampa, zemin kotundan birinci kattaki ana girişe doğru yeşil peyzaj üzerinde yükselerek, performans ve dinlenme alanı olarak planlanan avluyu çevrelemektedir. Konsol gövdeleri de dâhil olmak üzere tüm hacimler, iç mekânda filtrelenmiş bir ışık yaratan çok sayıda cam katmanı ve yarı saydam polikarbonattan oluşan bir malzeme ile kaplanmıştır. Yarı saydam cepheler güneş ışığının yönüne bağlı olarak sürekli değişmekte ve pavyonun içindeki ziyaretçilerin hareketini dışarıya yansıtmaktadır. Geceleri kullanılan led aydınlatma ise sınırlı bir renk aralığında yavaşça değişmektedir. Yeşil tepelerden oluşan peyzaj içerisinde avlu ve çatılar fuarın yoğun ortamında ziyaretçilerin rahatlaması için uygun bir ortam yaratmaktadır. Ülkeyi küçük ancak güzel bir ada olarak sunan sergiler ise, eski çağlardan başlayarak İrlandalıların yaratıcılığını anlatmaktadır [8].

İspanya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.127 2010 Şangay Dünya Fuarı İspanya Ulusal Pavyonu

Ülkenin tanınmış mimarlarından Benedetta Tagliabue imzalı, hareket halinde bir sürüngenin zoomorfik hatlarını hatırlatan organik formu bu proje için özel olarak geliştirilen bir bilgisayar yazılımı sayesinde tasarlanmış ve inşa edilmiş olan pavyon çelik bir strüktürü kaplayan hasır örtüden oluşmaktadır. Hasır, su geçirmez özel bir malzeme ile kaplanmış ve iç mekânın konforlu bir sıcaklıkta kalması sağlanmıştır. Pavyonda kültürel performanslar için açık, sergiler ve kafeterya için kapalı alanlar vardır. Pavyon, İspanyol iklimi üzerinde düşünmeyi

sağlamanın yanı sıra, geleneksel hasır sanatını yeniden canlandırmayı ve bir inşaat tekniği olarak yeniden icat etmeyi amaçlamaktadır. Böylece hasır işçiliğinin potansiyeli gösterilirken, sürdürülebilir ve uygulanabilir bir malzeme olarak hasırın tanıtımı yapılmaktadır. Hemen hemen her kültür tarafından paylaşılan küresel bir gelenek olan hasır dokuma teknikleri bölgeden bölgeye değişmekle birlikte, ortak özelliklere sahiptir. Bu anlamda, pavyon için yapılan malzeme seçimi İspanya ve Çin arasında bir köprü kurmayı amaçlamaktadır. Tasarım aynı zamanda Çin kaligrafisini de yapıya adapte etmektedir. Örnek olarak cephedeki siyah paneller güneş ve ay anlamındaki Çince karakterleri oluşturmaktadır. Ana sergilerin düzenlendiği mekânların yanı sıra, pavyon, bir oditoryum, konferans salonu, basın odası ve servis hacimlerini içermektedir. İspanyol şehirlerinin gelişiminin anlatıldığı üç adet sergi salonunda yapılan gösterimler ülkenin tanınmış film yönetmenleri tarafından hazırlanmıştır [8].

İsviçre Ulusal Pavyonu



Şekil 3.128 2010 Şangay Dünya Fuarı İsviçre Ulusal Pavyonu

Buchner Bründler Architects ve Element firmaları tarafından tasarlanan pavyon “şehir” ve “kır” arasındaki ortak yaşamı temsil etmektedir. Birçok çelişkili unsurun karışımı olan tasarım konseptinde Çin Felsefesi "Yin" ve "Yang", yüksek teknoloji ve doğanın bir kombinasyonunu elde etmek için mimariye yansıtılmıştır. Pavyonu saran etkileşimli ve akıllı cephe, ziyaretçilerin binanın zemin katındaki kentsel alana erişmek için altından geçtiği, alüminyum elemanlardan oluşan bir perdedir. Bu perde güneş enerjisini kullanarak geceleri cepheyi aydınlatmaktadır. Pavyonun en belirgin özelliği bir telesiyej yolculuğudur. Ziyaretçileri zemin kotundan pavyonun tepesindeki çatı bahçesine çıkaran yolculuk 10 dakika sürmektedir.

Telesiyej, ziyaretçileri, İsviçre kentsel medeniyetine odaklanan zemin katından, doğaya yakın ve kalabalığın çok uzağında sakin bir alan olan çatıya yükseltir. Yolculuk boyunca, kurulan 50 istasyon, ziyaretçilere klasik İsviçre manzaralarının yanısıra ülkenin yenilikçi ve sürdürülebilir başarıları hakkında bir sergi sunmaktadır. Sergi alanının üst kısmında, atriyumda 10 metre yüksekliğinde bir projeksiyon perdesinde İsviçre dağ manzarasının sergilendiği "Alpler" filmi gösterilmektedir. Mükemmellik, yenilikçilik ve yüksek kaliteli yaşamın yanı sıra geleceğe dönük, ileriye dönük ve sürdürülebilir kalkınma kavramlarını irdeleyen pavyon; modern İsviçre'nin özelliklerini göstermeyi amaçlamaktadır [8].

İtalya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.129 2010 Şangay Dünya Fuarı İtalya Ulusal Pavyonu

İtalyan mimar Giampaolo Imbrighi imzalı tasarım; geleneksel bir Çin oyunu ile İtalyan kent morfolojisinin tipik bir örneğini bütünleştirmektedir. Buna göre yapının iç mekânı farklı boyutlarda düzensiz bölümlere ayrılmış, bu bölümler galerilerinin görülebildiği çelik bir köprü ile birbirine bağlanmıştır. Yapı sökülüp tekrar kurulabilecek şekilde planlanmıştır. Aniden geniş bir meydana açılan çok sayıda dar sokaktan esinlenen yapının formu ve plan şeması, İtalyan şehirlerinin topografik karmaşıklığını vurgulamaktadır. Bu Çin kent merkezlerinde de görülen ortak bir özelliktir. Binanın ortasında su ve doğal ışığın kullanıldığı iç bahçe ile rahatlama duygusu yaratılmıştır. Pavyon aynı zamanda enerji tasarrufu amaçlı bir "biyo-iklimlendirme makinesi" olarak tasarlanmıştır. Cam cepheye entegre edilen fotovoltaik elementler radyasyondan korunma, aydınlatma teknolojisi ise enerji tasarrufu sağlamaktadır. Cephelerde kullanılan film kaplama yapıya doğal bir parlaklık vermektedir. Şehirdeki yapılar arasındaki dar sokakları anımsatan cephe

yarıkları bu parlaklığı vurgulamaktadır. Kullanılan şeffaf çimento içerdeki canlılığı cepheye yansıtırken, gün ışığının aydınlık etkisini de iç mekâna taşımaktadır. Kendini temizleyen cam cephe sayesinde pavyon şeffaflığını korumaktadır [8].

Japonya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.130 2010 Şangay Dünya Fuarı Japonya Ulusal Pavyonu

“Mor İpekböceği Adası” olarak adlandırılan pavyonun tasarımında “eko-solunum mimarisi” olarak tanımlanan, yapının canlı bir organizma gibi nefes alması prensibi benimsenmiştir. Pavyon geçmiş, şimdiki zaman ve gelecek olmak üzere üç bölüme ayrılmıştır. Bu bölümler Japonya ve Çin arasındaki ilişki ve alışverişi, insanlığın karşılaştığı sorunları çözmeye yönelik teknolojileri ve insanın gelecekte çevreyle uyum içerisinde yaşadığı bir dünyaya yönelik fikirleri sunmaktadır. Bazı Çince karakterler ve geleneksel Çin mimari stillerinin kullanıldığı sergide Çin’i ziyaret eden Japon elçilerinin tarihçesi de yer almaktadır. Yapı hafif, mor renkli, çift katlı bir membranla kaplanmış, güneş ışığını filtreleyen bu kaplamaya elektrik üretmek için güneş pilleri entegre edilmiştir. Pavyon enerji ve su tasarrufu sağlayan teknolojilere sahiptir. Ana sahnede ise insansı robotların performansları sergilenmektedir. Mekanı soğutmak için birçok sürdürülebilir yapı stratejisi içeren projede doğal havalandırma sağlayan ve gün ışığını iç mekâna taşıyan “Eko-Tüp” adı verilen yenilikçi bir sistem tasarlanmıştır. Bu sistemde dış mekândaki hava yağmur suyunun toplandığı kanallardan geçirilerek soğutulmakta ve berrak tüplerden geçirilerek sergi salonlarına çekilmektedir. Ayrıca soğutma sağlamak için yapının dışına su püskürtülmektedir. Doğal kaynakları verimli bir şekilde kullanan pavyon ekolojik teknolojilerin insanların gelecekte rahat bir yaşam sürmelerinde oynayacağı rolü vurgulamaktadır [8].

Kanada Ulusal Pavyonu



Şekil 3.131 2010 Şangay Dünya Fuarı Kanada Ulusal Pavyonu

Saia Barbarese Topouzanov Architects imzalı pavyon, geleceğe yönelik bir toplumsal projenin en önemli ögesi olan; kapsayıcı, yaratıcı ve aynı zamanda sürdürülebilir kentler yaratma arayışında Kanada'nın rolünü göstermeyi amaçlamaktadır. Pavyonun kavramsal arka planı ve sunacağı deneyimin odak noktası olması gerektiği düşünülen, bu büyük ölçekli proje, aynı zamanda Kanada kültürünün temel öğelerini ve kimliğini yansıtmaktadır. Pavyonun mimari katmanları, farklı ölçeklerde birbirine geçmiş bir dizi metaforu bir arada sunmaktadır. Bunlardan birincisi ülkeyi temsil etmekte ve kenti temsil eden ikincisine evsahipliği yapmaktadır, kent ise ortasında kent meydanını barındırmaktadır. Mimaride, birbiri ile ilişkili iki öge belirgindir: düğüm atılmış bir kurdele biçimindeki yapı ve sınırları belirli bir kamusal alan olarak iç avlu. Kentlerin mekânsal eğilimlerini taklit ederek yapıyı oluşturan kurdele esnek biçimde kıvrılmakta, böylece en değerli varlığı olan halkını kucaklayan bir ülke imajını yansıtmaktadır. Yapı, bazen yerde uzanarak, bazen de yükselerek ziyaretçileri merkezdeki avluya yönlendiren geçitler meydana getirmektedir. Bu giriş noktaları, pavyonu geçirgen hale getirirken, çevredekilerin de pavyonun atmosferinden etkilenmesini sağlamaktadır. Pavyonun ortasında yer alan meydan kentsel yaşamın olduğu yerdir. Meydanı sınırlayan duvarlar aynı zamanda onun doğasını da tanımlamaktadır. Yer yer yeşil bitkiler, yer yer yansıtıcı malzeme ile kaplanan dikey yüzeyler; bir taraftan koruyucu duygu verirken, gökyüzüne açılmaktadır. Avluyu çevreleyen duvarlar dikkati kendi oluşturdukları "sinir sistemi merkezi"nde toplamaktadır. Bu yer kent yaşamını yansıtırken, buluşmayı,

değişimi ve alış verişi, etkileşim ve katılımı teşvik etmektedir. Yaratıcılık, eğlence ve sanatın bulunduğu bir etkinlikle açığa çıkmaktadır. Kanada’da sıklıkla tercih edilen doğal ve yenilenebilir bir malzeme olarak cepheleri oluşturan ahşap, günün farklı saatlerine ve ışığa göre sonsuz çeşitlilikte efektler sunmaktadır [98] .

Norveç Ulusal Pavyonu



Şekil 3.132 2010 Şangay Dünya Fuarı Norveç Ulusal Pavyonu

Helen&Hard mimarlık ofisi imzalı pavyonun “Doğa ile Güçlü” olarak belirlenen teması sürdürülebilirliğin birçok yönüne vurgu yapmayı amaçlamaktadır. Sürdürülebilir bir geleceğin sadece malzemeleri yeniden kullanarak değil, uzun vadeli döngüleri kavrayarak mümkün olacağını savunan pavyon, 15 adet ağacın strüktür olarak kullanılması ile inşa edilmiştir. Fuardan sonra ağaçların her biri kolayca sökülüp tekrar yerleştirilebilir. Parklarda gölgelik, oyun alanı veya sosyal buluşma yeri olarak kullanılabilecek bu ağaçların yeniden kullanımı için yerel otoriteler fikir sunmaya davet edilmiştir. Her ağaç aynı anda bir yapı, kabuk, altyapı, mobilya, sergi, oyun alanı ve bilgi ekranı fonksiyonlarına sahiptir. Çevre üzerindeki etkiyi azaltmak için inşaat malzemesi olarak ahşap seçilmiştir. Her ağacın membran bir çatısı, 4 dalı, bir gövdesi ve kökleri vardır. İkincil destek elemanları, sergiler ve yüzeyler içinse Çin’de üretilen tutkal ve lamine bambudan oluşan yeni bir malzeme tercih edilmiştir. Düşük enerji konseptine sahip pavyonda güneş panelleri, su toplama ve havalandırma kanalları mimariye adapte edilerek serginin parçası haline getirilmiştir. Su arıtma teknolojisinde lider olan ülkenin bu yönünü vurgulamak için pavyonun çatısında yağmur suyunu arıtan sistemler kullanılmıştır. Bu teknolojiyi anlaşılır hale getirmek için ziyaretçilere arıtılmış soğuk su ikram edilmektedir. Halandırma sistemi ise doğal rüzgarla çalışmaktadır.

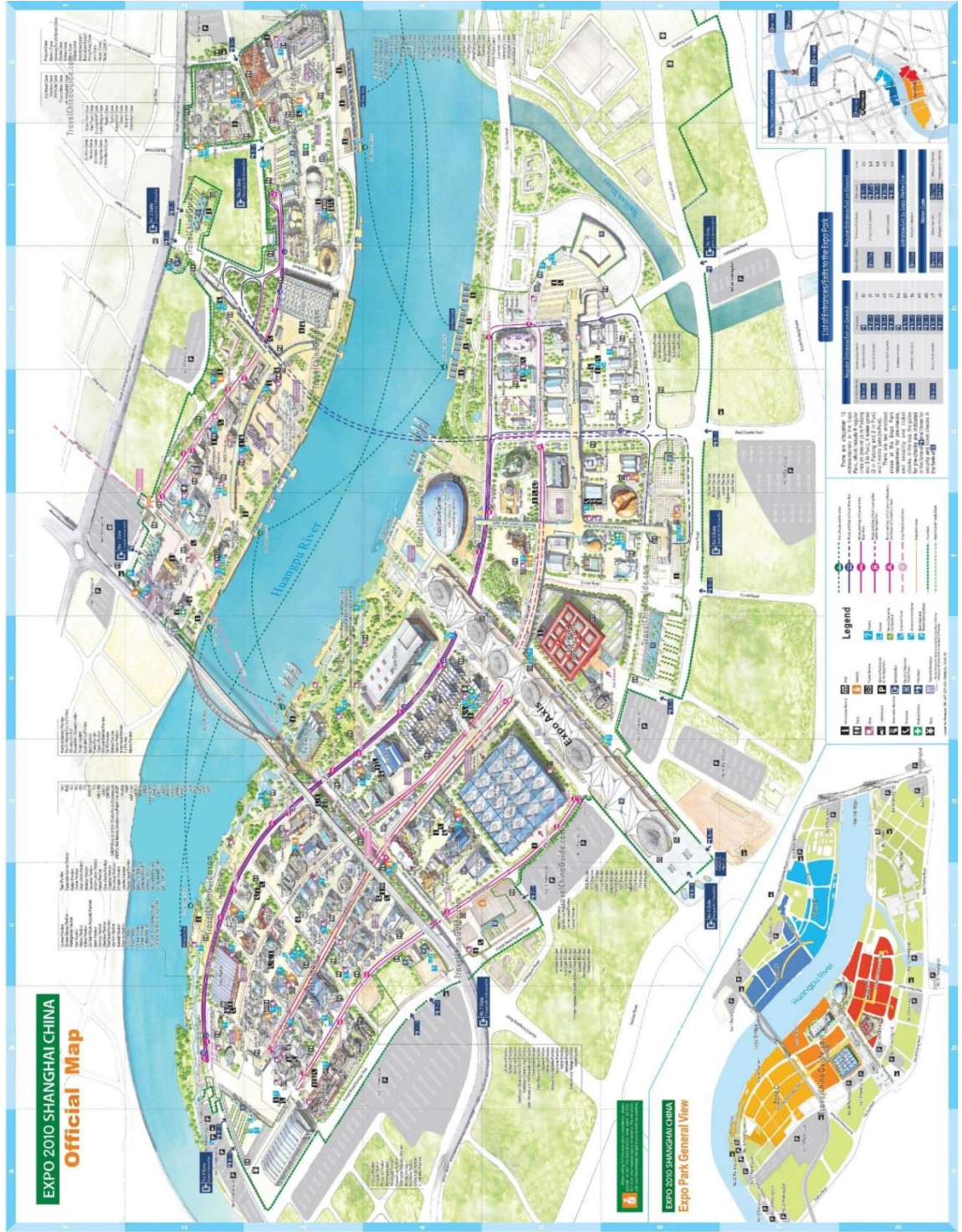
Ağaçların kökleri sahil, orman, fiyort, ve kutup olmak üzere dört karakteristik Norveç manzarasına eşlik etmek üzere biçimlendirilmiştir. Bu manzaraların mekânsal özellikleri pavyonun iç tasarımının temelini oluşturmaktadır. Pavyon, senografik mekânsal diziler oluşturmak için görsel, dokunsal, işitsel ve fiziksel uyaranların bir birleşimini kullanan güçlü bir duyuşsal deneyimdir [8].

Rusya Federasyonu Ulusal Pavyonu



Şekil 3.133 2010 Şangay Dünya Fuarı Rusya Ulusal Pavyonu

Totement/Paper Architects tasarımı pavyon “Yeni Rusya: Şehir ve Vatandaş” temasını taşımaktadır. Pavyon 12 adet beyaz ve altın renkli kule ile kuleleri birbirine bağlayan ortadaki bir küpten oluşmaktadır. Kulelerin tasarımında geleneksel Rus kadın kıyafetlerinden esinlenilirken, bir masal dünyası gibi düzenlenen iç mekan çocukların gözünden rahat bir şehrin nasıl olacağını göstermeyi amaçlamaktadır. Yakından bakıldığında kulelerin bir Rus dansındaki gibi bir çember oluşturduğu görülmektedir. Kulelerin çatıları, ülkedeki çeşitli etnik grupların entegrasyonunu simgeleyen, geleneksel Rus giysilerinde yaygın olarak kullanılan renk ve desenlerle süslenmiştir. İç mekan sergileri; “Çiçekler Şehri”, “Güneş Şehri” ve “Ay Şehri” olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. “Çiçekler Şehri”, çocuklar için peri masalı tarzı görüntüler sunmaktadır. “Güneş Şehri”, güneşin sürekli parladığı yapay bir alandır ve burada ziyaretçiler Rus gençliğinin teknolojik buluşlarını görebilirler. “Ay Şehri” ise, ülkenin uzay araştırmalarına ve havacılık konusundaki ilerlemelerine odaklanmaktadır [8].



Şekil 3.134 2010 Şangay Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı

3.7 2015 Milano Dünya Fuarı

Tarih: 01/05/2015 - 31/10/2015

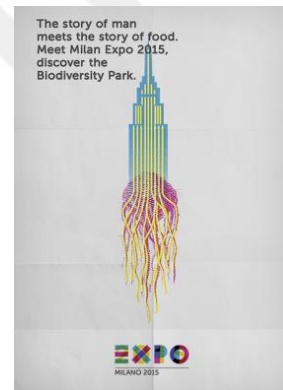
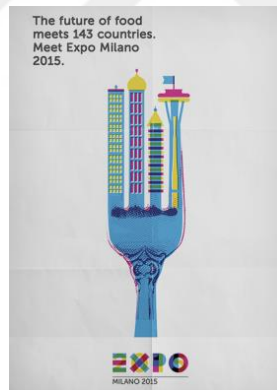
Tema: Feeding the Planet, Energy for Life (Gezegeni Beslemek, Yaşam için Enerji)

Alan: 110 (ha)

Ziyaretçi Sayısı: 21,500,000

Katılımcı Ülke Sayısı: 145

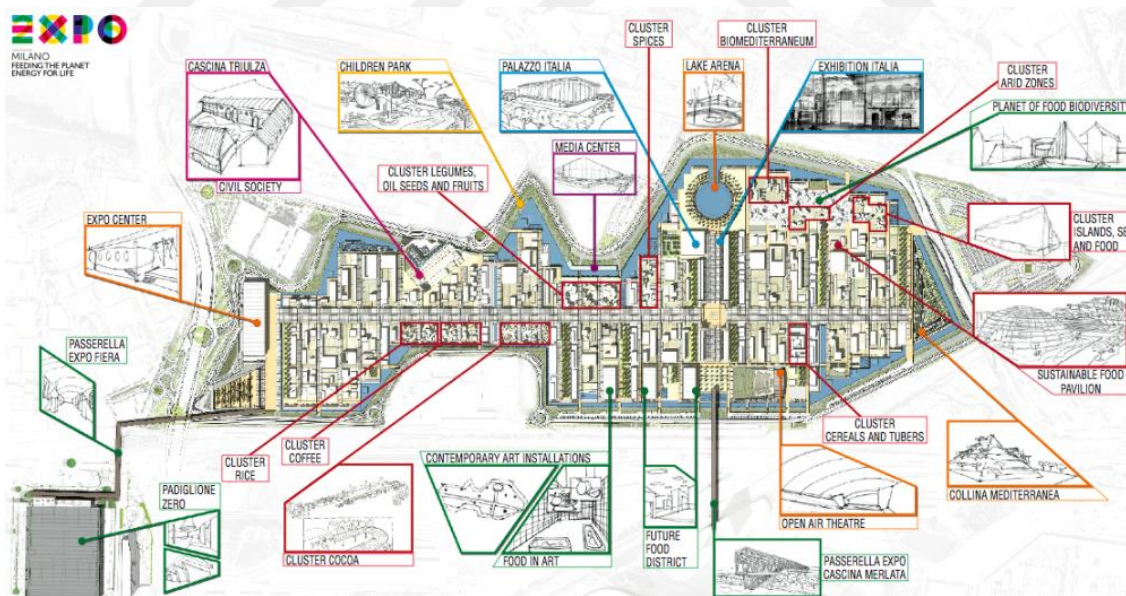
İtalya'nın 2015 Dünya Fuarı için, 2006 yılında aday ülke olarak başlayan çalışmaları, BIE'nin 2008 yılında Milano şehrini fuar yeri olarak seçmesi ile hız kazanmıştır. İtalya'nın bu süreçteki temel amacı; beslenme, gıda tüketimi ve üretimi konularında dünyadaki problemleri irdeleyen küresel bir etkinlik ortaya koymaktır. "Gezegeni Beslemek, Yaşam İçin Enerji" olarak belirlenen tema; Birleşmiş Milletler'in 'Milenyum Kalkınma Hedefleri'ne uygun olarak, İtalyan kültürü ve ekonomisi için de önemli olan bir konuda, önceliği ele almak için tüm dünya ülkelerine yapılan bir davettir.



Şekil 3.135 2015 Milano Dünya Fuarı Logosu ve Fuar Afişleri

Gıda ve beslenme üstüne organize edilmiş en büyük etkinlik olan fuar, 145 katılımcı ülkeye, birçok uluslararası organizasyona ve sivil toplum kuruluşuna evsahipliği yapmıştır. Teması gereği disiplinlerarası alanlardan pek çok bilim insanını, araştırmacı ve sanatçı, insanlığın, dünyanın ve ekosistemin geleceği adına ortak çözümler, önlemler ve öneriler için biraraya gelmiştir. Fuarda, insanlığın ve gıdanın tarihine, geleceğin beslenme biçimlerine, sürdürülebilir gıda konularına, gıdanın üretim, tüketim ve yeniden dönüşüm konularına değinen farklı alt

Ülkelerin farklı modellere göre yorumlayabilecekleri esnek bir fuar formatı içerisinde İtalya; Milano yakınlarında öğrenme, uluslararası tartışma ve eğlence odaklı bir fuar alanı tasarlamıştır. 2015 Fuarı, tasarım, planlama ve tanıtım aşamalarının yanı sıra İtalya ve yabancı kurumlar arası diyaloglar yoluyla yaklaşık on yıllık süreçte alınan kararların sonucudur. Etkinliğin en önemli özelliği ise fuar alanının düzenlenme biçimi ve ülkelerin pavyon tasarımları için belirlenen kriterlerdir. Küçük veya daha az kaynağa sahip ülkelerin coğrafi konumlarına göre bir araya getirildiği önceki Dünya Fuarları'ndan farklı biçimde, 2015 Fuarında, ülkelerin çeşitli sorunları ele almalarını sağlayan ve coğrafi konuma bağlı olmayan gıda temalı ülke kümeleri yaratmıştır.



Milano şehir merkezinin 15 km. kuzey-batısındaki fuar alanı, kullanılmayan bir sanayi ve depo bölgesidir. Yerleşim planı, biri sergileri diğeri farklı hizmet ve tesis alanlarını barındıran ve birbirini dik kesen iki ana akstan oluşur. Antik Roma

kentsel morfolojisinden ilham alan bu akslara Cardo ve Decumano adı verilmiştir. Kuzey-güney yönünde uzanan 350 m. uzunluğundaki Cardo, yerel gastronomik kültür ve geleneklerin değerlendirilmesine odaklanan İtalya'nın konuyla ilgili önerilerini içerir. Doğu-Batı yönünde uzanan 1.500 m. uzunluğundaki Decumano ise; katılımcı ülkelerin kendi inşa ettiği pavyonları barındırır. Ülkeler yerleşimde coğrafi konumlarına göre değil belirli temalara göre gruplandırılmıştır.



Şekil 3.137 2015 Milano Dünya Fuarı Cardo, Hayat Ağacı & Decumano

Bu eksenlerin kesişme noktasında bulunan ve İtalya'nın dünya ile buluştuğu yeri sembolik olarak temsil eden kamusal alan 'İtalya Meydanı' çevresinde, fuarın önemli yapıları yer almaktadır. Alanın batısında, üç bloktan oluşan 'Expo Merkezi' bulunur. Bu yapı konferanslara, atölye çalışmalarına ve konserlere ev sahipliği yapacak olan oditoryum, etkinlikler ve performanslar için bir toplanma yeri ve ziyaretçiler için dinlenme alanı olan açık meydan ve ek konferans salonlarına ev sahipliği yapan toplantı alanını içerir. Güneyde, 11.000 kişilik açık hava etkinliklerinin yapıldığı bir mekan olan Açık Hava Tiyatrosu vardır. Yapının çatısı performansların gerektirdiği enerjiyi sağlayacak güneş panelleriyle donatılmıştır. Doğuda, Akdeniz ekosisteminin tipik bitkilerinin bulunduğu 12 metre yüksekliğindeki 'Akdeniz Tepesi' yer almaktadır. Ayrıca fuar sonrası kullanım düşünülerek restore edilen, içerisinde sergi alanları, laboratuvarlar, pazar yeri vb. alanlar barındıran tarihi yapı da bu bölgededir.

Fuarın sergi alanlarını bu ortogonal eksenli yol sistemi çevresinde konumlandıran yerleşim planı, konsept aşamasında, Stefano Boeri, Richard Burdett, Jacques Herzog, Joan Busquets ve William McDonough'dan oluşan mimari bir komite tarafından tasarlanmıştır. Biyoiklimsel sera sistemi, 'küresel pazar' fikrine atıfta

bulunan büyük tenteler, bir göl ve çevresinde gezilebilir bir su yolu konseptin özellikleridir. Projede, daha sonra, katılımcı ülkeler için farklı büyüklükte arsaların düzenlenmesi, tentelerin Cardo ve Decumano akslarında sınırlandırılması, seraların 'Biyçeşitlilik Parkı' adı verilen tek bir yerde toplanması ve 'Expo Merkezi'nin eklenmesi gibi bazı düzenlemeler yapılmıştır [109].

Fuarda, açık ve kapalı mekânlarda, ortak kamusal alanlarda ve servis alanlarında oldukça işlevsel ve duyarlı bir peyzajın sürekliliği dikkat çekmektedir. Doğal ve yapay peyzaj tüm fuar alanını örgütlerken, pavyonların dış mekânda önerdikleri etkinlik alanlarıyla da uyum içinde bütünleştii görölmektedir [110].

Modern çağın en büyük problemlerinden birini ele alan fuar temasının amacı; gıda üretimi, sağlıklı beslenme, nüfus artışı, israftan kaçınma ve doğal kaynakların verimli kullanımı konularında sorular sormak ve yanıtlar aramaktır. Ana tema bu nedenle 'gıda güvenliği ve kalitesi için bilim', 'tarımsal gıda tedarik zincirinde inovasyon', 'tarım ve biyçeşitlilik için teknoloji', 'beslenme eğitimi', 'gıdada dayanışma ve işbirliği', 'daha iyi yaşam tarzları için yiyecek', 'dünya kültürlerinde ve etnik gruplarda yemek' adı verilen yedi alt temaya ayrılmıştır.

Tematik başlangıç noktası olarak, çatısında yetişen bir ağaç ile karakterize edilen ve insanoğlunun gıda ile ilişkisinin tarihini anlatan Michele De Lucchi tasarımı 'Sıfır Pavyonu' ziyaretçileri temaya dahil etmektedir. 'Geleceğin Gıda Bölgesi', etkileşimli bir süpermarket ve şeflerin yemek hazırlamanın yeni yollarını denediği bir mutfak ile ziyaretçilerin geleceğe göz atmasına izin vermektedir. Ayrıca, 1851 tarihli ilk Dünya Fuarı'ndan bu yana sanat ve yemek arasındaki ilişki, fuar kapsamında Milano Triennale'nin 'Sanat ve Yemek' sergisinde vurgulanmıştır.



Şekil 3.138 2015 Milano Fuarı Michele De Lucchi tasarımı 'Sıfır Pavyonu'

Önemli tema pavyonlarından diğeri, Herzog & de Meuron imzalı ‘Yavaş Yemek Pavyonu’ ziyaretçilerin tarımsal ve gıda biyolojik çeşitliliğinin önemini keşfetmelerini ve yeni tüketim alışkanlıklarının benimsenmesi gerekliliğinin farkına varmalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Bir pazar yerini tanımlayan ahşap yapılardan oluşan pavyon tipik Lombardiya çiftlik evlerini anımsatmaktadır [111].

Dikkat çeken şirket pavyonlarından, Daniel Libeskind tasarımı Vanke Pavyonu’nun konsepti ise, Çin kültüründeki yemekle ilgili üç fikirden oluşur: geleneksel yemek mekanı ‘shi-tang’; yaşamın temel ögesi ‘manzara’; ve metaforik olarak tarımla ilgili olan ‘ejderha’. Libeskind’in tasarladığı seramik paneller ejderha derisini andıran bir desen oluştururken, sürdürülebilir kendi kendini temizleme ve hava temizleme özelliklerine de sahiptirler. Bambu konstrüksiyona monte edilmiş ekranlardan oluşan sergide; şehirdeki yaşamın hızı içerisinde yemeğin hazırlanma ve tüketilme süreci yavaş çekimşe sunularak, kaos ve sükunet kavramları üzerinden toplumu yemek yoluyla yeniden kurma olasılığı anlatılmaktadır [112].



Şekil 3.139 2015 Milano Fuarı ‘Yavaş Yemek Pavyonu’ ve ‘Vanke Pavyonu’

Fuar, tema çerçevesinde beslenme, sürdürülebilirlik ve evrensel beslenme hakkı ile ilgili ilke ve hedefleri belirleyen Milano Tüzüğü’nün oluşturulmasına da öncülük etmiştir. Ayrıca, Milano Kentsel Gıda Politikası Paketi, dünyadaki 100'den fazla şehrin belediye başkanı tarafından imzalanmıştır. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından desteklenen Pakt, şehirleri biyolojik çeşitliliği teşvik etmek ve israfı azaltmak için sürdürülebilir ve sağlıklı gıda sistemleri geliştirmeye çağırmaktadır. 2024 yılında faaliyete geçecek olan bilim ve teknolojiye adanmış yenilikçi bir parka ev sahipliği yapmak üzere, fuarın kapanmasından itibaren alanda başlayan geliştirme çalışmaları sürmektedir. Bölge

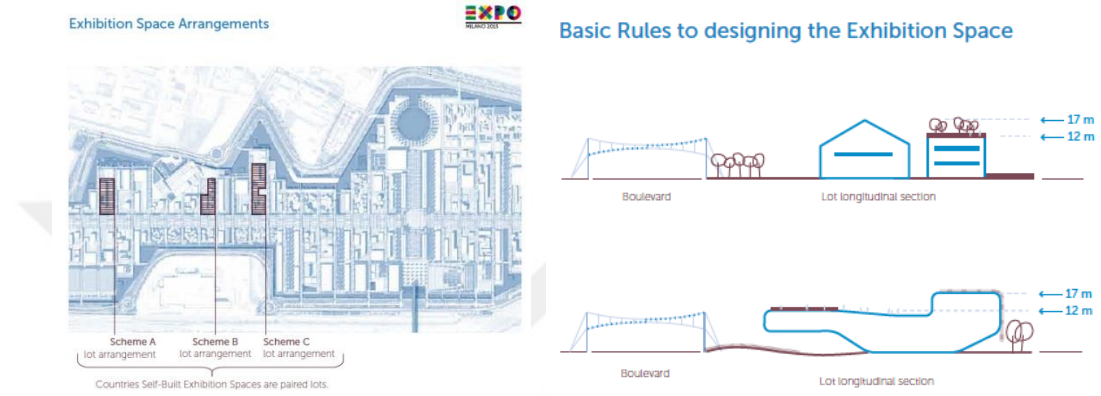
Milano Üniversitesi Fen Fakültesi'ne, İtalya'nın sürücüsüz araçlar için ayrılan ilk yoluna, ofislere ve kültürel mekanlara ev sahipliği yapacaktır [113].

3.7.1 Ülkeler Bölümü

2015 Fuarı'nda ülke pavyonlarının bireysel bir şekilde adeta bir propaganda gibi kendi söylemlerini ortaya koyduğu geleneksel Expo fuar tipolojisinden, içeriğin ve bağlamın öne çıktığı, bütüncül ve uyumlu bir fuar alanı tasarımına gidildiği görülmektedir. 145 uluslararası katılımcı, pavyonlarının tasarımı ve içeriği sayesinde, Expo'nun sürdürülebilir gıda temasını farklı biçimlerde yorumlamaktadır. Bazı ülkeler, tarımsal uzmanlık veya iklim türüne dayanan, belirli bir alandaki spesifik zorlukları ve yenilikçi çözümleri sunan 'Kümeler' halinde fuara katılmıştır. Bu kümelerin altı tanesi tarımsal uzmanlığa bağlıdır; Pirinç, Kakao ve Çikolata, Kahve, Meyve ve Baklagiller, Baharatlar, Tahıllar ve Kökler. Diğer üç küme iklim türüne bağlıdır; Kurak Alanlar, Biyo-Akdeniz ve Adalar, Deniz ve Gıda. Geri kalan 54 ülke ise 'kendileri inşa ettikleri' pavyonlarla, Expo'nun temasını farklı ve yenilikçi yollarla ele almaktadır [113].

Katılımcı ülkelerin pavyon tasarımında uymaları gereken kurallar organizasyon komitesi tarafından önceden belirlenerek "kendi kendine inşa kriterleri" olarak adlandırılmıştır. Bunlar, pavyonların boyutsal, morfolojik, teknolojik ve yapısal özellikleri ile ilgili olup; tasarımlarda sürdürülebilir ve geri dönüştürülebilir malzemeler kullanılması, kullanım sonunda sökülmesi kolay binalar yapılması, enerji tüketiminin azaltılması ve bina ile peyzaj alanları arasındaki ilişkiye dikkat edilmesi amacını taşımaktadır. Her biri Decumano'ya bakan farklı büyüklüklerdeki parseller için belirlenen pavyon alanları katılım sözleşmesinde belirtilmektedir. Buna göre parsel alanının en fazla %70'i kadar inşaat yapılabilir. Olası hacimsel konfigürasyonlar ise sınırlandırılmıştır. Ülkeler; geleneksel bir düzen kullanarak içinde tek bir sergi alanı olan bir pavyon inşa etme ya da daha esnek bir yerleşim düzeni ile birden fazla bina ve açık alanlar yaratma hakkına sahiptir. Ana caddeden 10 metre, yan parsel sınırından 3 metre geri çekilme mesafeleri belirlenmiştir. Parsellerde izin verilen yapı alanı dışında açık hava sergileri düzenlenebilir; bunların üstünü kapatmak için yapılacak tente, çadır, sundurma, sera vb. elemanların yüksekliği ise 6 metreden fazla olamaz. Pavyonlar birden fazla kata

sahip olabilir ancak yapı yüksekliği 12 metreyi geçemez. Güneş kırıcılar, tabelalar, çatı strüktürleri gibi elemanlar içinse azami yükseklik 17 metredir. Yüzeyin % 50'sini yeşil alan yapmak kaydıyla çatı terasları oluşturmak mümkündür. Pis su ve içme suyu, yangın söndürme sistemleri, telekomünikasyon ve TV bağlantıları, elektrik vb. tüm hizmetler için sınırlar belirlenmiştir. Ülkeler bunları aşmak isterse ekolojik ve sürdürülebilir cihazlar kullanmalıdır. Yaya sirkülasyonu, ziyaretçi giriş çıkışları, lojistik yönleri vb. tüm konular kriterlere bağlanmıştır [109].



Şekil 3.140 2015 Milano Fuarı Ulusal Pavyonlar için tasarım kuralları

2015 fuarı, kavramsal bir ana plan bağlamında, prestijli anıtsal binalardan vazgeçerek ve kendisini bir “sürdürülebilir tarımsal gıda parkı” olarak sunarak Expo tarihinde açık bir paradigma kayması ortaya koymaktadır. Böylece, binaların geliştirilmesinde daha fazla kontrol sağlamak ve sürdürülebilirlik bilincini teşvik etmek, deneysel mekanlar ortaya koymayı engellemeden mümkün olmuştur.

3.7.2 Ulusal Pavyonlar

Amerika Birleşik Devletleri Ulusal Pavyonu



Şekil 3.141 2015 Milano Dünya Fuarı ABD Ulusal Pavyonu

Biber Architects tarafından tasarlanan pavyon, ülkenin 'gıdanın geleceği' konusundaki bakış açısını sergilemekte ve dünyada 2050 yılında 9 milyar insanın beslenmesinin zorluğu konusunda bir tartışma açmaktadır. Pavyonun "Amerikan Gıdası 2.0: Gezegeni Beslemek için Birleş" olarak belirlenen sloganı; gıda güvenliği ve politikası, uluslararası ilişkiler, bilim ve teknoloji, beslenme ve sağlık ve mutfak kültürü gibi konular aracılığıyla Amerika'nın gıda hikayesini anlatmaktadır. Fuardaki diyaloga yeni fikirler için bir platform görevi görerek katılması amaçlanan pavyon; "analog & dijital, doğal & teknolojik, yenilikçi & geri dönüştürülmüş" kavramları etrafında biçimlenmektedir. Uzun ve dar bir parselde yer alan yapı, asansörler, yürüyen merdivenler, merdivenler, mekanik şaftlar, vb. servisleri içeren bir analog duvarla sınırlandırılmıştır. Hava koşullarına göre anında opaklığa geçebilen bir tür camın kullanıldığı dijital çatı, cepheyi oluşturan hidroponik (toprak kullanmadan su ile yapılan tarım) 'Dikey Çiftlik' ve eski bir rıhtımdan sökülmüş ahşapların kullanıldığı gezinti yolu yapının diğer özellikleridir. Mimarın ifadesine göre açıklık, şeffaflık ve erişilebilirlik ile karakterize edilen pavyonun tasarımı; sürdürülebilir tasarım unsurları ve Amerikan kültürüne ait referanslara dayanmaktadır. Endüstriyel tarım mimarisi ve ileri teknolojiyi birleştiren yapı fuardan sonra tekrar kullanılacaktır [114].

Almanya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.142 2015 Milano Dünya Fuarı Almanya Ulusal Pavyonu

Schmidhuber Architects imzalı pavyon "Fikir Tarlaları" sloganı altında ülkeyi; gelecekte insanın beslenmesi ile ilgili yenilikçi fikirlerle dolu canlı, bereketli bir peyzaj alanı olarak sunmaktadır. Pavyon, gıda temininin devamlılığı için doğayla mücadele ederken ona saygılı davranmanın önemini vurgular. Fikir Tarlaları'nı

keşfetmek üzere iki farklı rota oluşturulmuştur: ziyaretçiler pavyonun rahatlamaya, eğlenmeye davet eden üst kotunda bir açık hava parkındaymış gibi gezebilir veya pavyonun içinde fuar temasına odaklanan sergiye katılabilirler. Sergi temaya ilişkin altı bölüm sunar. Toprak, Su, İklim ve Türlerin Çeşitliliği adlı ilk dört bölüm, ziyaretçileri beslenmenin önemli kaynağı olarak doğa güçleri konusunda duyarlı kılmaktadır. Gıda ve Fikir Bahçeleri adlı diğer iki bölüm, tüketim ve üretim dünyasını konu etmektedir. Sergi ziyaretinin bitiminde ziyaretçiler multimedya gösterimi ile Almanya üzerinde bal arıları ile birlikte uçarak ülkeyi onların gözlerinden görmektedir. Çelik yapının ana tasarım unsuru “Fikir Fideleri” adı verilen, membran kaplı strüktürlerdir. Bu stilize edilmiş bitkiler, mimarlık ve sergiyi birleştiren elemanlar olarak iç ve dış mekânları birbirine bağlarken aynı zamanda gölge sağlamaktadır. Fikir fideleri organik fotovoltaiik teknolojinin entegrasyonu ile enerji üreten “Güneş Ağaçları” haline gelir. Güneş panelleri gündüz gün ışığının alınmasını sağlarken, gece de depolanan güneş enerjisiyle kanopileri aydınlatır. Böylece hem estetik bir görsellik, hem de işlevsel ve teknolojik bir özellik ortaya çıkar. Güvenilir, sürdürülebilir ve ekonomik olan güneş enerjisi, mimari tasarımla birlikte estetik ve mekânsal bir imgeye dönüşmektedir. Pavyon, bu yeni teknolojik ürünleri kullanan ilk büyük uluslararası projedir. Mimarlar yapıda son teknolojiyi kullanmaktan daha fazlasını yaparak; OPV membran modüllerini pavyonun tasarımına entegre etmeyi başarmıştır. Fuar temasının yüksek teknolojiyle yorumlandığı fütürist pavyonda açık hava etkinliklerinin izlenebileceği bir restoran da yer almaktadır [115].

Çin Ulusal Pavyonu



Şekil 3.143 2015 Milano Dünya Fuarı Çin Ulusal Pavyonu

Amerika’da faaliyet gösteren Studio Link-Arc (Yichen Lu) ve Tsinghua Üniversitesi ortak tasarımı, teması "Umutlar Ülkesi" olan pavyon; ülkenin üstünde gezinen bir bulutu temsil etmektedir. Bulut fikri yapının dalgalı çatısı ile sembolize edilmiştir. Yapının kuzey cephesindeki kent silüeti kesiti ile güneyindeki peyzaj alanını dalgalı çatı formu ile birleştiren tasarım; ancak kent ve doğa uyum içinde olduğunda umudun gerçekleşebileceği fikrini sembolize etmektedir.

Uzun açıklıklı çatı, teknolojiyi kullanırken geleneksel mimariye de göndermelerde bulunmaktadır. Ülkenin geleneksel terracota çatılarından esinlenerek tasarlanan strüktür, ağırlığı azaltmak ve estetik düzeyi yükseltmek için bambu panellerin kaplama olarak kullanımı ile gelenekseli yeniden yorumlamaktadır. Bu paneller, pavyonun çatısına doku ve derinlik katarken iç mekânda ışık efektleri yaratmaktadır. İkonik bir görüntü oluşturan çatının altında, pavyonun merkezinde “umut alanı” olarak adlandırılan bir multimedya enstalasyonu yer almaktadır. LED “saplar”dan oluşan ve bir buğday tarlası manzarasını betimleyen enstalasyon Çin’in tarım geçmişini sembolize etmektedir. Pavyondaki sergi bir mekânlar dizisinden oluşmaktadır. Sırasıyla, peyzaj içerisinde bekleme alanı, ülkenin farklı bölgelerinin kültürel özelliklerini interaktif yöntemlerle tanıtan temalı sergi alanı, multimedya enstalasyonunun yukardan izlendiği platform, Çin Bahar Festivali ile ilgili kısa film gösteriminin yapıldığı multimedya mekanı ve Expo alanının izlendiği bambu çatı üzerindeki platform bu diziyi oluşturmaktadır [116].

Fransa Ulusal Pavyonu



Şekil 3.144 2015 Milano Dünya Fuarı Fransa Ulusal Pavyonu

X-TU mimarlık ofisi imzalı, ulusal yarışma birincisi pavyon, gıdanın geleceği için yeni ve sürdürülebilir bir bakış açısı önermektedir: aynı yerde hem üretime hem

de tüketime izin veren ‘verimli bir pazar’. Ahşabın verdiği hafiflik duygusuyla bir kapalı çarşıya girmiş hissi uyandırmayı amaçlayan pavyonda; zemin kotu sergilere, çatıdaki teras tüketime, cepheler, duvarlar, bahçe ve çatı ise üretime ayrılmıştır. İç duvarlarını tüketime hazır bitki ve otların kapladığı pavyon; Fransa’nın tarım, gastronomi, teknoloji ve yemek kültürü hakkında multimedya gösterileri ile ülkenin “zengin genetik mirasını” ve geleceğini anlatan etkileşimli sergilere ev sahipliği yapmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin kendi kendilerine yeterliliğinin iyileştirilmesi ve yeni gıda modelleri ile açlığa uzun vadeli çözümler getirmek Fransa'nın odağındaki diğer konulardır. Canlı sergi alanından geçen ziyaretçiler pavyonda yetişen ürünlerle hizmet veren çatıdaki teraslı restorana ulaşmaktadır. Strüktür ülkenin jeolojik yapısını sembolize ederken tüm taşıyıcılar, döşemeler ve cepheler ahşaptan yapılmıştır. Görünmez montaj ve dijital kesim ile elde edilen karmaşık geometri binanın hacimlerini tanımlamaktadır [117].

Hollanda Ulusal Pavyonu



Şekil 3.145 2015 Milano Dünya Fuarı Hollanda Ulusal Pavyonu

Pavyon ülkeden Milano'ya gönderilen; dokuz farklı gıda kamyonu, restoran olarak kullanılan bir sera ve bir dönme dolaptan oluşmaktadır. Tamamen farklı bir anlayışla; klasik bir fuar pavyonunun karşısı olarak tasarlanan, lunapark temalı konsept için en uygun tanımlama ‘açık festival alanı’dır. Farklı ticari firmaların işbirliği ile ortaya çıkan Hollanda pavyonu klasik bir girişe sahip değildir; dikkat çekici tabelası sayesinde alana her yönden erişilebilmektedir. Tasarımın en önemli bileşeni; Hollandalı girişimcilere ait, ‘yuvarlanan mutfaklar’ adı verilen, kendilerine has ürün ve hikayeleri olan gıda kamyonlarıdır. Bunların her biri farklı deneyimler

sunarak pavyonun genel hikayesine katkıda bulunmaktadır. Pavyondaki kalıcı sergi Hollanda ile yemek arasındaki ilişkinin tarihine adanmıştır. Sergiler ise nanoteknoloji, biyo-teknoloji, mutfakta baharatların önemi ve şifalı gıdalar gibi bir dizi konuyu araştırmaktadır [118].

İngiltere Ulusal Pavyonu



Şekil 3.146 2015 Milano Dünya Fuarı İngiltere Ulusal Pavyonu

Sanatçı Wolfgang Buttress imzalı, “İngiliz Mahsülü: Küresel Paylaşım” temalı pavyonun tasarımında, ekosistemin temel taşı olan arılar referans alınmıştır. Işık ve ses efektleriyle desteklenen kovan biçimli pavyon, arıların polenleri yayması gibi, ülkenin de fikir ve bilgiyi yaydığı düşüncesini savunmaktadır. İngiliz Hükümeti pavyon sayesinde, ülkenin yatırım yapmak ve ziyaret etmek için mükemmel bir yer olduğuna dair küresel algıyı arttırmayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede pavyon, İngiltere’nin güçlü yönleri ve iş fırsatlarının; teknoloji, yaşam bilimleri ve yaratıcı endüstriler gibi birçok sektörde bir arada bulunduğunu anlatır. Tasarımcıya göre; mütevazı bal arısı, ekosistemde eşsiz bir göreve sahiptir ve bu görev üzerinden bir arı kovanındaki kültür ve etkileşimler ile insan toplumlarındaki paralelleri üzerinden güçlü bir bağlantı kurulabilir. Sergiler, arı kovanı kavramı ve bal arısının görevi konsepti üzerinden, araştırma ve teknolojinin biyo çeşitlilik ve gıda güvenliğine katkılarını irdelemektedir. Etkileyici bir tasarıma ve karmaşık bir strüktüre sahip pavyon, “Bostan”, “Kır”, “Teras” gibi bölümlerden oluşmaktadır. Sürükleyici sergide ziyaretçiler bir manzara dizisi boyunca balarısının besin zinciri ve ekosistemdeki serüvenini takip etmektedir.

Deneyim, bir meyve bahçesindeki yolculukla başlar, ardından çiçek tarlaları üzerinden pavyonun merkezine ulaşır. ‘Arı Kovanı’ adı verilen strüktür, gerçek bir kovanın aktivitesini simüle etmek için ışık ve sesin kullanıldığı heykelsi bir küptür. Kovanın merkezi ise, ziyaretçilerin arıların etkinliğinin duysal temsilini deneyimlemesine olanak sağlayan, küresel biçimli boşluktur. Alüminyum düğüm bileşenlerine gömülü LED ışıklar, 1000 km. uzaklıkta Nottingham'daki gerçek bir arı kovanı içindeki bir ivmeölçer yoluyla kaydedilen etkinliği canlandırır. 169.300 adet farklı alüminyum parçadan üretilmiş olan strüktür, kirişler, çubuklar ve düğümler olmak üzere üç ana bileşenden oluşur [119].

İrlanda Ulusal Pavyonu



Şekil 3.147 2015 Milano Dünya Fuarı İrlanda Ulusal Pavyonu

Ülkenin Bayındırlık Bürosu tarafından tasarlanan “Başlangıç Noktası Yeşil: Doğa ile Çalışmak” temalı pavyon; gezegeni sürdürülebilir bir şekilde beslemek ve gelecek nesiller için toprağın bütünlüğünü ve üretkenliğini korumak için İrlanda’nın temiz suları ve verimli toprakları ile mükemmel bir konuma sahip olduğunu vurgulamaktadır. Ziyaretçileri ülkenin doğal kaynakları, manzarası ve kültürü ile tanıştırmak için üç kata yayılan serginin amacı; sürdürülebilir ve sorumlu gıda üretiminde dünya lideri ülke imajı oluşturmaktır. Sergilerde İrlanda manzarasını daha da sürükleyici kılmak için özel 4D gözlükler kullanılmaktadır. Tamamen ahşap bir strüktüre sahip olan pavyonda, sürdürülebilirlik teması doğrultusunda, ülkenin tarımsal kökenine dair bir metafor olarak, cepheyi oluşturan örgü ahşap çıtaların ekmek sepeti etkisi yaratması amaçlanmıştır. Sürdürülebilirlik kriterlerini sağlamak üzere pavyonun çatı terası ve çevresinde yer alan ağaçlar binanın atık

suyu ile sulanır. Ayrıca yapıda kullanılan kereste, karbon ayakizini azaltmak için Kuzey İtalya'dan temin edilmiştir [120].

İspanya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.148 2015 Milano Dünya Fuarı İspanya Ulusal Pavyonu

B720 Fermín Vazquez Arquitectos tarafından tasarlanan pavyon geleneksel mutfak ile yenilikçi gastronomi arasındaki kaynaşmayı anlatmaktadır. Portakal ağaçlarının gölgelediği alan İspanyol mimarisindeki avluyu temsil ederken ahşap strüktür sera tasarımından ilham alır. Pavyonun içeriği üç farklı temaya dayanmaktadır. Bunlar; İspanya'nın gastronomik başarısının açıklanması; geleneksel Akdeniz yemeklerini korumak için yaratıcılık ile yenilik arasındaki dengenin sağlanması; İspanya'nın peyzajı ile kültürel mirasının korunması için sürdürülebilir tarım ve hayvancılık yöntemlerinin kullanılmasıdır. Şişe mantarları, fıçılar ve hasırlar gibi objelerin sergilendiği dış mekan, ülkenin geleneksel gastronomisini ifade ederken paslanmaz çelikle kaplanmış alan ise, ülkenin gastronomik gelişmesini temsil etmektedir. Pavyonda oditoryum, çok amaçlı salon, sergi alanı, restaurant, iki adet bar, mağaza ve atölyeler bulunmaktadır [121].

İsviçre Ulusal Pavyonu



Şekil 3.149 2015 Milano Dünya Fuarı İsviçre Ulusal Pavyonu

Netwerch Architects tasarımı, uluslararası bir yarışmanın birincisi olan pavyon iki temel bileşenden oluşmaktadır; cam ve metalden yapılmış dört kuleden oluşan bir yapı ve “İsviçre Evi” adlı İsviçre bayrağı olarak düzenlenmiş çatıya sahip beyaz cepheli bir bina. Keresteden yapılan uzun bir rampa, bu yapı grubunun alanlarını birbirine bağlar. Mimaride somutlaştırılan tema, gıda ve su kaynaklarının tüketimi ile ilgili ilginç bir yoruma dayanmaktadır. ‘Kaynak kuleleri’ adı verilen dört şeffaf kule belirli miktarda ürünler içerir: kahve, tuz, kurutulmuş elma ve su. Ziyaretçiler, istedikleri tüm ürünleri ücretsiz olarak alma hakkına sahiptir; ancak bunu yaparken, her bir kuledeki stoğun azalmasına neden olurlar, böylece gıda ve su kaynaklarının sınırsız olmadığı ve tüketimlerinin farkındalık gerektirdiğini ifade ederler. Bu yönüyle ‘dünyanın en adil süpermarketi’ olarak lanse edilen, bir yandan ülkenin tarım ve mutfağını tanıtmayı amaçlayan pavyonun % 75'i tamamen geri dönüştürülebilir malzemelerden yapılmıştır. “İsviçre'nin Evi”nde ise, İsviçre spesiyalleri sunan restoran, oditoryum, eğitim sergisi, İsviçre kantonlarının su döngüsüne ilişkin tematik sergi ve tarımla ilgili bilgi standı yer almaktadır. Fuarın sonunda, kuleler sökülerek sera olarak birleştirilecektir [122].

İtalya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.150 2015 Milano Dünya Fuarı İtalya Ulusal Pavyonu

Uluslararası bir yarışma ile elde edilen ve Palazzo Italia olarak adlandırılan yapı Nemesis & Partners tarafından tasarlanmıştır. ‘İtalya’nın Yuvası’ temalı, “dallanmış” bir dış kabuğa sahip pavyon “kentsel orman” fikri üzerinden, hem ilkel hem de teknolojik imgeler canlandıracak bir görsellikle tasarlanmıştır. Çizgilerin örgüsü ışık, gölge, doluluk ve boşluk arasında oyunlar yaratarak land-art (arazi sanatı) hareketine göndermeler taşıyan heykelimsi bir bina oluşturmaktadır. Dallar biçiminde yapıyı saran beton paneller doğa metaforu olarak hem farklı bir imgeye, hem de teknolojik bir özelliğe sahiptir. Işıkla buluştuğunda aktive olan bir teknolojiyle bu paneller havadaki kirliliği de azaltmaktadır.

Pavyon teknolojik vurgusunun yanı sıra zengin iç mekân kalitesiyle de etkileyicidir. Yapının iç avlusuna geçildiği zaman, hantal dış görünümüne karşın hareketli, dinamik ve akışkan bir iç mekâna sahip olduğu görülmektedir. İç avluda, farklı kotlarda yer alan etkinlikleri izlemek mümkündür. Yapıda sergi alanları, oditoryum, delegasyon alanları, ofisler, etkinlik alanları, toplantı alanları ve restoran yer almaktadır. Mimara göre, pavyonun tasarımındaki karmaşıklık ve inovasyon, kullanılan malzeme ve teknolojiler mimari ve yapısal açıdan bir meydan okuma olarak nitelendirilebilir. Çatıda kullanılan fotovoltaik cam ve cephedeki dallarda kullanılan yeni bir tür betonun fotokatalitik özellikleri sayesinde yapı sürdürülebilir bir şekilde tasarlanmıştır. Alandaki tek kalıcı yapı olma özelliği taşıyan Palazzo Italia fuar sona erdiğinde, Milano’ya teknolojik inovasyon merkezi olarak bırakılacaktır [123].

Japonya Ulusal Pavyonu



Şekil 3.151 2015 Milano Dünya Fuarı Japonya Ulusal Pavyonu

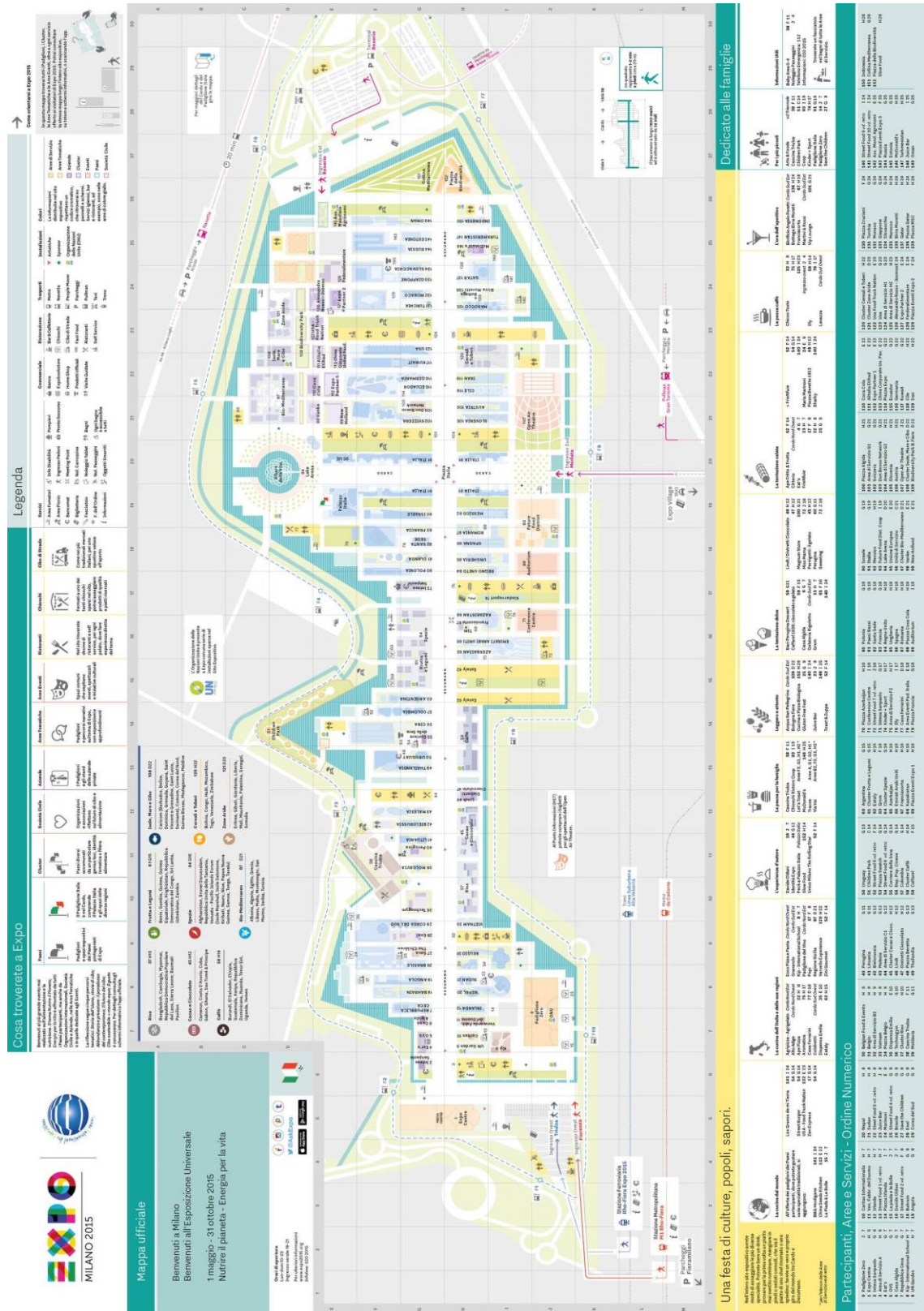
‘Ahenkli Çeşitlilik’ temalı pavyon mimar ve akademisyen Atsushi Kitagawara tarafından, geleneksel Japon kültürünün ilkelerini taşıyacak biçimde tasarlanmıştır. Pavyonun dışındaki “basınçlı sıkıştırma tekniği” ile tasarlanan “üç boyutlu ahşap ızgara” depremlere karşı dayanıklı bir strüktürdür. Mafsalları, metal kuplörüz, sadece oymalı ahşaptan oluşan ızgara, modüler elemanları ve bağlanma biçimleri ile geleneksel kültürü teknoloji ile birleştiren yenilikçi bir mimari örneğidir. Ahşap ızgara aynı zamanda, ülkenin bir ‘çeşitlilik kabı’ olarak tanımladığı mevsimsel değişimi de sembolize etmektedir. Strüktür, geceleri bu mevsimsel değişimi ifade eden renklerle aydınlatılır. Restorana giden yol ise bir Japon caddesinin tipik atmosferini canlandırır. Pavyonun geleneksel bir Kyoto evinin plan şemasını anımsatan kapalı mekanı iki katlıdır. Giriş katta sergi alanı, birinci katta restoranlar ve etkinlik alanı yer alır. Mimaride geleneksellik ve moderniteyi harmanlamak isteyen ülke; interaktif sergilerde, tarım, ormancılık, balıkçılık ve gıda sektörlerindeki bilgisinin tüm insanlığa yararlı olabileceğini vurgular. Ülkenin yemek kültürü, ‘dijital bilgi şelalesi’ üzerinden sağlıklı, sürdürülebilir ve dengeli bir beslenme türü olarak sunulmaktadır [124].

Rusya Federasyonu Ulusal Pavyonu



Şekil 3.152 2015 Milano Dünya Fuarı Rusya Ulusal Pavyonu

SPEECH (Sergei Tchoban) mimarlık ofisi tarafından tasarlanan pavyon bulunduğu arsanın biçimine uygun olarak planlanmış dar ve uzun bir kütledir. Giriş cephelerini vurgulayan 30 metrelik dinamik ve cesur konsol, fuar alanının her yerinden görülebilmektedir. Alt yüzeyi cilalı paslanmaz çelik ile kaplanmış konsol ziyaretçileri sadece yağmur ve güneşten korumakla kalmayıp, geceleri yansıttığı ışıkla ve insanların kendilerini ya da çevrelerini fotoğraflayabilecekleri dev bir ayna olarak fuarda bir “cazibe noktası” haline dönüşmüştür. Mimarın ifadesine göre projenin ana fikirlerinden biri, Sovyetler Birliği ve Rusya’nın Dünya Fuarları’ndaki 100 yılı aşkın mimari geleneğinin devamlılığını göstermektir. 1920’lerde Konstrüktivizm, 1930’larda Art Deco ve savaş sonrasında Uluslararası Üslup ülkenin pavyonlarını etkileyen mimari akımlardır. Ancak tüm pavyonların ortak özelliği; ana girişin vurgulandığı, dinamik, basit ve hatırlanması kolay bir forma sahip olmalarıdır. 2015 pavyonu da çağdaş mimarlık dili ile aynı düşüncüyü somutlaştırır. Ayrıca, fuardaki tüm pavyonlar birbirine çok yakın olduğu için ayrı ayrı algılanmaları zordur. Rus Pavyonu konsol fikri ile bu konuda bir fark yaratmaktadır. Rus mimarisinde geleneksel malzeme ve çevre dostu olduğu için yapıda ahşap kullanılmıştır. Pavyonun çatısı ahşap panellerle kaplanırken, alt bölümünde şeffaf ve opak cam kullanılmıştır. Expo alanı ile sergi arasında sınırı oluşturan giriş cephesinde şeffaf cam tercih edilmiştir. Sergilerde ise ülkede tarımı geliştirmek için çalışan Rus bilim adamlarının başarıları sunulmakta ve gıda güvenliği konusunda ülkenin lider pozisyonuna vurgu yapılmaktadır [125].



Şekil 3.153 2015 Milano Dünya Fuarı Genel Yerleşim Planı

Dünya Fuarlarında Ulusal Pavyonların Tasarımını Etkileyen Yaklaşımlar

Üçüncü bölümde incelenen Dünya Fuarları'nda, ulusal pavyonların belirli etkiler altında biçimlenmiş oldukları, bu etkilerin fuarların düzenlendikleri dönemler ve ülkelere göre farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Yöntem bölümünde açıklandığı gibi ülkelerin fuar katılımlarını nesnel bir yöntemle değerlendirebilmek için, ulusal pavyonlar üzerinde etkili olduğu saptanan tüm unsurlar 'tasarım yaklaşımları' olarak adlandırılmış ve sınıflandırılmıştır. Buna göre, ulusal pavyonların mimari tasarımını etkileyen yaklaşımlar aşağıdaki ana başlıklar altında toplanmaktadır.

- 1- Fuar Temasına Uyum Sorunu
- 2- Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu
- 3- Deneysellik Arayışları
- 4- Mimari Kaygılar
- 5- Teknoloji & İnovasyon Sorunu
- 6- Turistik Tanıtım Amacı
- 7- Politik & İdeolojik Kaygılar
- 8- Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları
- 9- Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu

Bu bölümde ise tezin kavramsal çerçevesini oluşturan tasarım yaklaşımlarının tanımlanması ve hangi dönemlerde hangi ülkelerin ulusal pavyonları üzerinde ne şekilde etkili olduklarının ortaya konulması amaçlanmaktadır.

4.1 Fuar Temasına Uyum Sorunu

Bütün sanat dallarının ortak terimlerinden biri olan tema; bir sanat eserine hâkim olan ve eserde işlenen, geliştirilen ana düşünce ya da görüştür. Bir başka deyişle sanatçının, konuyu oluşturan öğeleri kullanarak izleyiciye aktarmaya çalıştığı temel duygu, düşünce, anlam veya hikâyedir. Tema farklı sanat dallarında olduğu

gibi mimari tasarımda da soyut, kişiden kişiye değişen özel bir olgudur. Kullanıcının bir mekân hakkında hissettiği etki ve izlenim, o mekânın teması olarak adlandırılabilir. Mimarlıkta tema, her zaman aranan bir olgu değildir. Mimarların tasarladıkları yapılarda tematik yaklaşımlar kullanmaları bir seçimdir. Bir mekâna tematik unsurlar katmak düşünsel derinliğini arttırıp, mekânın kullanıcı ile etkileşim kurmasını ve akılda kalmasını sağlayabilir [126].

Bu tezin inceleme konusu olan Dünya Fuarları ve kapsamında inşa edilen şirket pavyonları, tema pavyonları ve ulusal pavyonların tasarımında da tematik yaklaşımların kullanımı oldukça yaygındır. Dünya Fuarları'nın ana amaçları, insanlığın eriştiği kültürel, teknolojik ve sanatsal seviyeden bir kesit olarak geleceğe, insanlığın beklentilerine, umutlarına, ütopalarına ışık tutmak olarak özetlenebilir. Bu amaçlarla diğer ülkeler, saptanan ana temaya bağlı ve oluşturacakları alt temalara uygun olarak, dünyaya vardıkları uygarlık düzeyini göstermek, yaptıkları ve yapacaklarını sergilemek için adeta bir yarışa girerler. Bu yarışta genellikle ev sahibi ülke daha fazla öne çıkmak ister, yarışın en belirgin ve kalıcı aracı ise temayı yansıtan mimarlıktır [127].

Fuar temaları düzenlendikleri yılların gündemine uygun, çoğu zaman da dünyaya hâkim olan bir anlayışın öncüsü olarak belirlenmektedir. İnsanları farklı konulara yönlendiren, düşünmeye sevk eden ve dünyanın bakış açısını etkileyen temalar her dönemde önemli olmuştur. Bu bağlamda temanın evrensel bir konu olması, katılımcıların yeni ve yaratıcı fikirler geliştirebilmelerine olanak tanınması ve bu bağlamda güncel ve en önemlisi fuarın düzenlendiği kentin özelliklerine uygun olması gerekmektedir. Expo temaları farklı dönemlere göre sınıflandırıldığında;

- Başlangıç döneminde tarım ve buluşlar,
- Gelişme döneminde sanat, spor, kültür, eğitim ve
- Son dönemlerde ise çevre, enerji, su, yaşanabilirlik, teknoloji ve doğa

ağırlıklı temaların seçildiği görülmektedir [128].

Expo'lar temelde ticari odaklı olsalar ve ulusal kimlik kurgulanması ihtiyacını karşılamaya yönelseler de, her dönemde dünya konjonktürüne bağlı olarak o dönemin ruhunu ve duyarlılıklarını yansıtan temaların seçildiği görülmektedir.

Tarihsel süreç içerisinde; 1851 Londra Dünya Fuarı ve ardından gelen ilk dönem fuarlarda halkın geçimini tarımla sağlaması, Sanayi Devrimi'nin hızıyla makinelerin günlük hayatta artan yeri nedeniyle sanayi, tarım ve teknoloji odaklı temaların seçildiği görülmektedir. 1867 Paris Dünya Fuarı'ndan sonra tema kavramı daha fazla öne çıkmış, zamanla Sanayi Devrimi'nin getirdiği olumsuz etkilerin farkına varılması ve insan odaklı yaşam felsefesinin gelişmesiyle sanat, spor, eğitim gibi temalar yoğunluk kazanmıştır.

19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başındaki fuarlarda ortaya konan yeni buluşlar, insanlığın çizgisel olarak ilerlediği inancını pekiştirmiştir. Bu buluşlar geleceğe ilişkin umut ve güven aşılama yöneltir. Sergilerin temalarına bakıldığında da gelecek vurgusu ve umut ön plana çıkmaktadır. 1933 Chicago Dünya Fuarı'ndan başlayarak, tüm insanlığı ilgilendiren geleceğe dönük temalar çok net şekilde ortaya konmuştur. 1933 Chicago Fuarı "İlerleme Yüzyılı" 1939-40 New York Fuarı ise "Geleceğin Dünyası" temalarını taşımaktadır. Bu temalarla aşılana umut, geleceğe karşı duyulan tedirginliği ortadan kaldırmayı hedeflemektedir.

20. yüzyıldaki savaşların ardından Expo temaları hümanist bir bakış açısıyla insana ve insanlığın durumuna yönelmiş, yaşam kalitesinin artırılması fikri temaları belirleyen en önemli etmen olmuştur. Bu dönemde Expo'lar, özellikle geleceğin dünyasına yönelik verdikleri ideolojik mesajlarla dünya gündemini yönlendiren anlayışların öncüleri olmuşturlar. Savaşın ardından düzenlenen ilk dünya fuarı olan 1958 Brüksel Fuarı'nda belirlenen "Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm" teması ile savaşta kullanılan atom bombasının ve giderek kutuplaşan dünyada Soğuk Savaş'ın getirdiği huzursuzluğun giderilmesi amaçlanmıştır.

1970'lere kadar teknoloji ve ilerleme ana tema iken, 20. yüzyılın sonuna doğru insanın çevreye verdiği zararlar gündeme gelmiş, sürdürülebilirlik, enerji tasarrufu gibi başlıklar çerçevesinde doğayı, doğa-insan ilişkisini konu alan ekolojik ve küresel barışa yönelik çevreci duyarlılık içeren temalar ön plana çıkmıştır [129].

Dünya Fuarları günümüzde ürünler yerine fikirlerin, kültürlerin ve dünyanın geleceğine yönelik projelerin sergilendiği ortamlardır. Bu bağlamda ticari fuarlar olmaktan öte eğitim amaçlı tema ve kültür etkinlikleri olarak toplumun bilgilendirildiği forumlar haline dönüşmüşlerdir. Bu tema ve kültür etkinlikleri;

evrensel konuları hedef alarak tüm dünya ülkelerinin kültürel mirasları ile geleceğe yönelik beklentilerini bütünleştirmeyi hedeflemektedir. Bu doğrultuda fuar teması ile örtüşen pavyon temasının, bir metafor üzerinden mekânsal bir imgeye dönüşerek mimari tasarıma yansıdığı pavyonlar temaya uyum açısından başarılı kabul edilmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti'nin katıldığı tüm Dünya Fuarları ve temaları Tablo 2.1'de görülmektedir (Türkiye'nin katıldığı fuarlar tabloda gri renkle belirtilmiştir).

Aslında fuar temaları ile hem dünyada bu konulara olan duyarlılığın arttırılması, hem de sorunun ve çözüm yollarının yaygın biçimde duyurulması amaçlanmaktadır. Ancak seçilen temaların tüm katılımcı ülkeleri aynı ölçüde yönlendirdiğini söylemek mümkün değildir. Ülkelerin bir bölümü fuarın ana teması ile ilişkili olarak bu konuda yaptıkları, araştırmaları ve yatırımları ulusal pavyon mimarisi aracılığıyla dünyaya sunarken bazıları temayla ilişkili bir politikasının olmadığını belli ederek ülkenin tarihi veya turistik değerlerini tanıtmaya gitmektedir.

Özellikle gelişmiş ülkeler dışındaki katılımcı ülkelerin pavyonlarında tema ikinci planda olup, temel hedef ülke tanıtımı ve propagandası ile turizm gelirlerinin arttırılmasıdır. Bu tür ülkelerin fuarlardaki temsiliyetinde ön planda olan geleneksellik çoğunlukla mimariyi de doğrudan yönlendirmektedir [102].

Dünya Fuarlarında tema, fuar alanının düzenlemesini olduğu kadar inşa edilen tüm yapıların mimarilerini ve sergilerin söylemini yönlendiren önemli bir öğedir. Örneğin 1967 Fuarı'nda Moshie Safdie tasarımı olan toplu konut bloğu Habitat 67, kent içinde bahçeli konut birimlerinden oluşmasına rağmen özel mülkiyet, temiz hava, gün ışığı ve kent dışı mekânın bulunduğu bir yaşantı sunmakta ve fuarın "daha iyi bir dünya yaratabiliriz" temasıyla uyum sağlamaktadır.

Dünya Fuarları'nda ana temanın belirlenmesi aşamasından sonra fuara katılacak ülkeler kendilerine özgü pavyonlar inşa ederek bu yapılarda ülkelerini tanıtıcı faktörleri ön plana çıkarmaktadır. Günümüzde ulusal pavyonların da genellikle fuarın ana temasından yola çıkarak belirlenmiş olan kendi temaları vardır. Seçilen tema çerçevesinde pavyonlar belirli bir standart aranmaksızın özgürce

tasarlanabilir. Önemli olan pavyonun tema ile uyumlu bir şekilde hedeflenen mesajı iletebilmesidir.

Türkiye'nin katıldığı Dünya Fuarları'nda yer alan diğer ülkelere ait ulusal pavyonların mimari tasarımında, 'fuar temasına uyum sorunu'nun etkileri incelendiğinde;

1939-1940 New York Dünya Fuarı'nın teması "Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek" olarak belirlenmiştir. Gelecek vurgusu ile öne çıkan fuarda, temanın amacı geleceği kuracak üretim sistemine ve bu sistemin üzerine oturduğu bilimsel/teknolojik ilerleme fikrine ilişkin dünyaya umut aşılamaktır. Ancak fuar bölümlerinin tema ile uyumlu fütürist eğilimlerine karşılık ulusal pavyonların karakterini tarihselci eğilimler belirlemiştir. Bu nedenle ulusal pavyonların büyük bir bölümü temayla ilişki kurmaktan veya katkıda bulunmaktan uzaktır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan sadece **Finlandiya, Fransa, İrlanda, ve Norveç** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'fuar temasına uyum sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

1958 Brüksel Dünya Fuarı'nın teması "Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm" olarak belirlenmiştir. "Barış için Atomlar", "Avrupa'da Savaş Sonrası Entegrasyon" ve "Daha İnsancıl Bir Dünya İçin Dünya'nın Değerlendirilmesi" alt temalardır. Temanın amacı bilime ve teknolojik ilerlemeye duyulan iyimser inancı sorgulayarak dünyadaki gelişmeleri yansıtmaktır. Temaya uygun olarak büyük bölümü modern ve yenilikçi görünüme sahip olan ulusal pavyonlar "yerçekiminin üstesinden gelmek" ve "cam kutu" temaları etrafında biçimlenmiştir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, B. Almanya, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İspanya, Kanada, Norveç, ve SSCB** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'fuar temasına uyum sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

1970 Osaka Dünya Fuarı'nın teması "İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum" olarak belirlenmiştir. Temanın amacı ilerleme ideolojisinin çevresel etkilerini eleştirel bir bakış açısı ile irdelemektir. Katılımcı ülkelerin insanlık için barışçıl bir gelecek konusundaki tartışma konularına katkıda bulunmaları istenmiştir. Bu konulardaki tartışmalar ve yorumlar ulusal pavyonlarda daha çok sergi konularında hissedilmekte, mimari tasarımların genel karakterini ise o dönemde ilerlemenin

göstergesi olan uzay çağı imgeleri belirlemektedir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Almanya, Fransa, Hollanda, İsviçre, İtalya, Japonya, Kanada** ve **SSCB** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'fuar temasına uyum sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

1992 Sevilla Dünya Fuarı'nın teması "Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu" olarak belirlenmiştir. Temanın amacı 15. yüzyıldan geleceğe, keşiflerin etkisiyle ülkelerin ve kültürlerin gelişmesini özetleyerek kültür ve teknoloji arasındaki ilişkiyi vurgulamaktır. Aynı zamanda insan etkinlikleri sonucu doğal dengelerin bozulması karşısında çevreci duyarlılığın ön plana çıktığı fuarda, Sevilla'nın iklim koşullarına bağlı olarak sürdürülebilirlik, ekolojik tasarım, enerji tasarrufu, doğaya uyum kavramları ve doğal iklimlendirme yöntemleri ulusal pavyonların genel mimari karakterini belirlemektedir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere, Kanada, Norveç** ve **Rusya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'fuar temasına uyum sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

2000 Hannover Dünya Fuarı'nın teması "İnsan, Doğa ve Teknoloji" olarak belirlenmiştir. Çevreci yaklaşımları en etkili biçimde Dünya gündemine taşıyan Expo olan etkinlikte doğanın korunması, geri dönüşüm ve sürdürülebilirlik kavramları pekiştirilmiştir. İnsan ve doğa ilişkisini vurgularken, ileri teknolojinin doğanın korunmasında üstlenebileceği role dikkat çeken ulusal pavyonlar fuarın karakterini belirlemektedir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Almanya, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İrlanda, İspanya, İsviçre, Japonya** ve **Norveç** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'fuar temasına uyum sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

2010 Şangay Dünya Fuarı'nın teması "Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam" olarak belirlenmiştir. Çin'in hızlı ve önlenemez büyümesiyle karşı karşıya kaldığı aşırı şehirleşme sorununa gönderme yapan fuar mimari, sosyal, kentsel, siyasi, ticari ve ekonomik ilişkiler ağı üzerine düşünmeyi amaçlamaktadır. Hızlı kentleşmenin doğurduğu sorunların farkına vararak bunlara odaklanmayı hedefleyen tema beraberinde geleceğe yönelik bir umut da taşımaktadır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Almanya, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İspanya,**

İtalya, Japonya ve Kanada Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'fuar temasına uyum sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

2015 Milano Dünya Fuarı'nın teması "Gezegeni Beslemek, Yaşam için Enerji" olarak belirlenmiştir. Ülke pavyonları belirledikleri tema çerçevesinde kendi kültür ve geleneklerini, özgün üretimlerini ve tüketim felsefelerini yansıtmaktadırlar. Pasif iklimlendirme, enerji verimliliği ve sürdürülebilir/geri dönüştürülmüş malzeme kullanımı, fuar teması eksenince de ulusal pavyonların mimarilerinde sıklıkla irdelenen konulardır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Almanya, Çin, Fransa, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İspanya, İsviçre, İtalya ve Japonya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'fuar temasına uyum sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

Özetle, 19. yüzyılda düzenlenen ilk dönem fuarlarda fuar temasına uyum, sadece ev sahibi ülkenin inşa ettiği fuar yapılarında ve ülkelerin sergilediği ürünlerde dikkate alınan bir meseledir. Ulusal pavyon kavramının ilk ortaya çıktığı 1867 Paris Fuarı'ndan başlayarak 20. yüzyılın ortasına kadar, ulusal pavyonlar fuar temasına uyumdan çok ulusal kimlik temsili ve geleneksel mimari referanslar çerçevesinde biçimlenmiştir. Bu tezin inceleme konusu olan 1939-40 Fuarı'nda da, ABD'nin kendi ideolojik ve ticari amaçları çerçevesinde kurguladığı temaya uyum, katılımcı ülkelerin çoğu tarafından dikkate alınmamıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrası düzenlenen ilk fuar olan 1958 Fuarı'nda tüm dünyayı ilgilendiren bir tema seçilmesi ve fuar komitesinin ulusal pavyonlarda temaya uyumu özellikle gelişmiş ülkeler için zorunlu tutması sonucu, yapılan yenilikçi mimari denemeler ile ulusal pavyonların büyük bölümü temaya uyum sağlamış görünmektedir. Bu fuardan itibaren ulusal pavyonların da kendilerine ait temalar çerçevesinde tasarlandığı görülmektedir. 1970 Fuarı'nda dönemin uzay yarışı ve teknoloji vurgusu ulusal pavyonların büyük bölümünün mimarisine yansımış ve özellikle Batılı ülkelerin pavyonlarında temaya uyum arayışı yaygınlaşmıştır. 1992 ve 2000 Fuarları'nda ön plana çıkan çevreci temaların, incelenen ulusal pavyonların büyük bölümünde karşılık bulduğu görülmektedir. 2010 ve 2015 Fuarları ile birlikte Batılı ülkelerin pavyonlarında fuar temasına uyumun ötesinde temaya katkıda bulunacak bir tasarım, fikir veya proje sunma amacı ön plana çıkmaktadır. Ancak 21. yüzyılda da

genellikle ilk dönem fuarlardaki anlayışlara benzer biçimde ulusal kimlik temsili ve turistik tanıtım amaçları çerçevesinde biçimlenen Üçüncü Dünya ülkeleri ve Uzakdoğu ülkelerinin ulusal pavyonlarında ‘fuar temasına uyum sorunu’ dikkate alınan bir yaklaşım değildir.

‘Fuar temasına uyum sorunu’nun tez kapsamında incelenen ulusal pavyonların mimari tasarımlarına etkileri, ülkeler ve fuarlar bazında Tablo 6.1 - 6.15 üzerinde görülmektedir.

4.2 Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu

“Çağın ruhu” kavramının kökeni Batı sanat tarihinin kurucularından sayılan Georg Wilhelm Friedrich Hegel’in felsefe ile ilgili yazılarında yer alan Almanca “zeitgeist” sözcüğüne dayanmaktadır. Zeitgeist terimi kabaca “çağın zihniyeti” anlamına gelir. Bununla birlikte, kelimenin anlamı tam olarak tanımlanamadığı için, genellikle birçok dilde orijinal Almanca haliyle kullanılmaktadır. Orijinal dilinde Zeitgeist “zamanımızın” ya da “zamanın ruhunu” belirtir ve bir çağın ortak sanal, entelektüel ve kültürel çevresine işaret eder [130].

Bu kavramla genelde kastedilen, belirli bir zaman dilimini karakterize eden zihniyet, ruh hali, düşünce ve duygu tarzıdır. Hegel, 18. yüzyılın sonu ile 19. yüzyılın başlangıcını kapsayan zaman dilimini yeni bir geçiş dönemi olarak ele almış ve bu dönemin karakteristiğinin, aslında 1789 Fransız ihtilalinin başlattığı bir “zaman ruhu” olduğunu yazmıştır. Hegel’in belirttiği türden tarihsel kesitlerde zamanın ruhu, içinden geçilen toplumsal altüstlük döneminin ve geleceğe dair beklentilerin karmaşasından oluşan, eskiden yeniye uzanan bir bilinç halini anlatır.

Hegel’den sonra pek çok düşünür tarafından kullanılan çağın ruhu kavramı, genelde farklı dönemlerin düşünsel, siyasal, kültürel, etik, dinsel atmosferinin egemen özelliğine işaret eden bir anlam taşımaktadır. 2000’li yıllarla birlikte ise dünya bir karmaşa dönemine girmiş, bu bağlamda çağın ruhu kavramı yeniden önem kazanmış, çeşitli yazı ve tartışmaların konusu olmuştur. Günümüzde bu kavram, toplumsal yaşama egemen olan genel ruh hali, “toplumsal zihniyet” şeklinde özetleyebileceğimiz bir içerikle kullanılmaktadır.

Estetik alana ilişkin görüşleriyle kendinden sonraki düşünürler üzerinde etkili olan Baudelaire, “Her çağın kendi duruşu, bakışı ve gülümseyişi vardır” der. İnsanın, görünür gerçeklik içerisinde algılayamayacağı bu durum ancak onun yazdıkları, yarattıkları incelendiğinde açık bir anlam kazanabilir. İnsan, içinde yaşadığı çağdan ve onun sosyo-kültürel gerçekliğinden yola çıkar, bu gerçeklikten kavramlar, imgeler ödünç alır ve kendi düşün ve imgelem dünyasını bu biriktirme üzerinde kurar. Burada dile getirilecek olan her tümce, oluşturulacak olan her kavram, kendi döneminin ruhunu üzerinde taşır. Dolayısıyla, düşüncelerimiz, yazdıklarımız, en geniş anlamda yarattıklarımız içinde yaşadığımız çağın ürünüdürler [131], [132].

Özetle çağın ruhu, bir dönemin entelektüel, kültürel, etik, politik ve belki dini atmosferini tarif etmede kullanılır. Çağın ruhu, belirli bir dönemin düşünce ve duygu biçimidir; o çağın özelliklerini göstermekte, daha doğrusu bu özellikleri gözümüzde canlandırmayı denemektedir.

Bu çerçeve içinde, mimarlık ürünleri de doğal olarak kendi dönemlerinin ruhunu yansıtmaktadır. Dünya ve zaman değişirken değişen dünya, mimarlık alanında yansımaları bulmaktadır. İçinde yaşadığımız kültürü yaratan gelişmeler, tarihsel süreç içinde ortaya çıkan temel kırılma noktalarıyla birlikte ele alınarak bu kırılma noktalarının mimarlık alanındaki etkileri değerlendirilebilir.

Farklı ülkelerin farklı dönemlerde ürettiği mimari ürünleri değerlendirebilmek için öncelikle o çağın ruhunu kavramak gerekmektedir. Çağın ruhunun mimariye etkisini ve dönemin tasarım motivasyonlarını anlamak için bakılabilecek önemli alanlardan biri de Dünya Fuarlarıdır. Bu fuarlar ülkelerin ve içinde bulunulan dünya koşullarının, bir başka deyişle çağın yansıtıcısı olarak, politik, ekonomik, sosyal ve kültürel yapıları net biçimde sergilemektedir. Farklı dönemlerin tasarım anlayışları incelenirken, fuarlarda yer alan ulusal pavyonlar da dönemin “ruhunu” yansıtan önemli verilerdir.

Dünya Fuarları dönemlerinin sosyopolitik ve kültürel yapısını, buna paralel olarak şekillenen mimarlık disiplindeki dönüşümleri ve kimliğin mimari temsiliyetinin farklı görünümünü yansıtmaktadır. Fuarlardaki ulusal pavyonların bazıları zamanın ruhunu net olarak yansıtırken, hem yapı teknolojileri hem de mimarlık diline getirdikleri yeniliklerle çağımız mimarlığını büyük ölçüde etkilemişlerdir.

Dünya mimarlığındaki gelişim ve etkileşimi inceleyen mimarlık tarihçileri bu nedenle çok sık olarak Dünya Fuarları'na referans vermektedir [127].

1851 Londra'da Kristal Saray, 1929 Barselona'da Mies van der Rohe'nin Alman Pavyonu veya 1958 Brüksel'de Le Corbusier'in Philips Pavyonu gibi çağı açıkça yansıtan, mimarlık tarihinin sayısız kilometre taşı Dünya Fuarlarının gelişim süreci içerisinde tasarlanmış ve inşa edilmiştir. Fuarlar tarihinin geçici, mimarlık tarihinin ise kalıcı olan bu simgeleri, ait oldukları çağın ruhunun sonraki nesillere iletilmesini sağlayan, tasarım veya mühendisliğin yenilikçi örnekleridir.

Bu bağlamda Dünya Fuarları ilk düzenlendiği tarihten günümüze kadar farklı dönemlerin politik, ideolojik, kültürel özellikleri gözetilerek değerlendirilirse, erken dönem fuarlar bir tür ekonomik ve endüstriyel Olimpiyat Oyunları olarak tanımlanabilir. Londra (1851), New York (1853) ve Paris'teki (1855) ilk fuarlar, sanayileşme ve ekonomik gelişmeler üzerine 19. yüzyılın yükselen pozitivizmi paralelinde düzenlenmiştir. Bu fuarlar, ev sahibi ülke için bir vitrin ve katılımcı ülkelerin kendilerini birbirleri ile kıyaslamaları için ortam teşkil etmiştir. Fuarların aynı zamanda didaktik bir amacı da vardır; ülkeler teknolojik ilerlemenin bir zorunluluk olduğunu göstermek ve vatandaşlarının ne kadar dahi ve becerikli olduğunu, bunun maddi ve endüstriyel başarılarla nasıl dönüştüğünü vurgulamak istemiştir. Temel keşiflerin dünyaya sunulduğu fuarlar giderek popülerleşirken salonlar sergiler için yetersiz kalmış, bu nedenle 1867 Paris Fuarında ülke pavyonu konsepti ilk olarak denenmiş ve bu format günümüze kadar gelişerek gelmiştir.

20. yüzyılın başlarında ise Dünya Fuarları dünyada yükselen milliyetçiliğin yansıtıcısı olmuştur. Günümüzde artık daha çok temalı özel fuarlarda sunulan icatlar ilk olarak bu tarihlerde Dünya Fuarlarının kapsamı dışına itilmiş ve ülkeler onların yerine başrolü alarak kendilerini sergilemeye başlamıştır [133].

Bu dönemdeki Dünya Fuarları tüm anakronizmi ve irrasyonel taşkınlıkları ile belirli bir zamanın ruhunu belirginleştirerek tarihin mimari ve jeopolitik bir görüntüsünü sunmaktadır. 1937 Paris Fuarında yüz yüze bakan anıtsal Alman ve Sovyet Pavyonları arasında totaliter ideolojilerin çatışması, yaklaşmakta olan savaşın açık bir habercisi olarak Expo tarihinde çağın ruhunu en iyi yansıtan örneklerdendir [134].



Şekil 4.1 1937 Paris Dünya Fuarı, Üçüncü Reich ve SSCB Ulusal Pavyonları

Dünyada hakim olan mimari eğilimlere paralel olarak 1958 Brüksel Fuarı'nda modernist yaklaşımın şekillendirdiği pavyonların yerini, 1970 yılında Osaka'da yapı teknolojisinin o günkü imkanlarının zorlandığı pavyonlar almıştır. 1964 New York, 1967 Montreal ve 1970 Osaka fuarları için tasarlanan ülke pavyonlarında yapı teknolojilerinin sunduğu olanakların kullanıldığı, yeni tasarlama metodlarının geliştirildiği görülmektedir. Dönemin mimari gündemini belirleyen Megastrüktür hareketinin etkilerini görmek bakımından önemli olan 1970 Osaka Fuarı, politik açıdan ise soğuk savaş döneminde teknoloji üzerinden kurulan güç gösterisinin bir yansıması olarak da değerlendirilmektedir [135].

Günümüzde ise Dünya Fuarları kamuoyuna çarpıcı biçimde sunulan küresel öneme sahip temalar üzerine kurulmaktadır. Fuarları var eden; akademisyenler, uzmanlar, profesyoneller ve vatandaşlar gibi farklı katılımcıları bir araya getiren tema meselesidir. Toplumlarda teknolojik ilerlemeye duyulan inanç azalırken didaktik amaçlar da ortadan kalkmış ve Dünya Fuarları, şehir altyapısının yenilenmesi gibi politik hedeflere yönelik tanıtım yapılması ve sponsor bulunması gibi amaçlara hizmet edecek şekilde halkla ilişkiler odaklı hale gelmiştir.

İletişim çağında ilerleme ve yenilikler çok daha hızlı olduğu için Dünya Fuarları “küresel bir köy”e dönüşen dünyada artık yeni ürünlerin tanıtım sahnesi olarak kullanılmamaktadır. Dünya Fuarları artık daha çok ulusların, deneyimlerini sunma yarışında ortaya koydukları yaratıcı çıktılar üzerinden birbirleri ile rekabet ettikleri bir mecraya dönüşmüştür. Öte yandan 90'lı yılların ruhu olarak kabul

edilen 'Küreselleşme Çağı' da sona erdiği için küreselleşme fikri artık zamanın ruhunu yakalamaktan uzaktır. Bu kapsamda sürdürülebilirlik ve ekoloji gibi kavramlar içinde bulunduğumuz dönemin ruhu olarak ele alınabilir. Yakın dönem fuarlarda bu kavramların öne çıkması, çağın ruhunu yakalamakla kastedilen şeyi de somutlaştırmaktadır. Aslında mimarlık, gündemde olan konulara, sosyal ve kamusal ihtiyaçlara bağlı olan yapı üretim sürecinin sadece bir parçasıdır [136].

Türkiye'nin katıldığı Dünya Fuarları'nda yer alan diğer ülkelere ait ulusal pavyonların mimari tasarımında, 'çağın ruhunu yakalama sorunu'nun etkileri incelendiğinde;

1939-1940 New York Dünya Fuarı'nın düzenlendiği dönemde; tüketim toplumunun ortaya çıkışı, ABD'de başlayıp kısa sürede tüm dünyayı etkisi altına alan Büyük Buhran, buna bağlı olarak birçok alanda gelişmenin yavaşlaması, Avrupa'da yükselen milliyetçi eğilimler, Nazi Yönetimi'nin Almanya'da iktidarı ele geçirmesi ve 1939'da Polonya'yı işgali ile başlayan İkinci Dünya Savaşı çağın ruhunu belirleyen politik, ekonomik ve toplumsal olaylardır.

Bir ütopya dönemi olan 1920'lerin ardından bilim, sanat ve felsefedeki yeni akımlar mimarlığa da yansımış; çağın konuları, malzemesi, teknolojisi farklılaşmıştır. Geleneksel motifleri makine çağı malzeme ve imgelerine uyarlayan 'Art Deco', 'Art Deco'nun farklı bir türü olan aerodinamik hatlara sahip 'Streamline Modern' sanat ve mimarlık alanında çağın ruhunu yansıtan stillerdir. Diğer yandan II. Dünya Savaşı öncesi yükselen milliyetçiliğe bağlı olarak 'Totaliter Mimarlık' adı altında; Nazi Mimarlığı, Faşist Mimarlık, Stalinist Mimarlık gibi çağın ruhunu yakalamaktan uzak, geriye dönük, klasist eğilimli akımlar da gündemdedir.

Genel tasarımı, Modernizm, Art Deco ve Streamline kavramları etrafında biçimlenen, ancak II. Dünya Savaşı'ndan sonra baskın tarz olarak Art Deco'nun yerini alacak yeni Uluslararası Stil'in örneklerini de içeren 1939 Fuarı'nda; şirket ve tema pavyonları modernist ve fütürist eğilimleri ile çağın ruhunu yakalayan tasarımlardır. Ancak büyük bölümü herhangi bir gelecek vizyonuna sahip olmayan ulusal pavyonlar için aynı şey söylenemez. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan sadece **Finlandiya, Fransa, İrlanda ve Norveç** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'çağın ruhunu yakalama sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

1958 Brüksel Dünya Fuarı'nın düzenlendiği dönemde; II. Dünya Savaşı'nın izlerini silme çabaları, Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun kurulması, tüketim toplumunun gelişmesi, teknolojik ilerlemenin hızlanması, Batı dünyası ve Doğu Bloğu arasında süren Soğuk Savaş, Kore Savaşı, ABD ile SSCB arasındaki uzay yarışı, nükleer enerjinin barışçıl kullanımına yönelik projeler ve geleceğe yönelik iyimser bakış çağın ruhunu belirleyen politik, ekonomik ve toplumsal olaylardır.

Mühendislik Çağı olarak da adlandırılan bu dönemde mimarlıkta rasyonel dilin giderek evrenselleşmesi ve Uluslararası Üslup adı ile tüm dünyada yaygınlaşması ayrıca sanat-mimarlık birlikteliği çağın ruhunu yansıtan gelişmelerdir. Fuarın gündeminde ise bu ruha uygun olarak bir ütopya modeli üzerinden yeni teknolojik gelişmeleri sunma çabası vardır. Şirket ve tema pavyonlarında olağandışı biçimler ve fütüristik tasarımlar dikkat çekmektedir. Öte yandan, bazı iddialı strüktürel denemeler olsa da ulusal pavyonların büyük bölümü Modernizm ve Uluslararası Üslup etkisi altındadır. Geleceğe yönelik meseleleri barındıran bir gündem ve kültür&sanat ağırlıklı sergiler ulusal pavyonların ortak özellikleridir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, B. Almanya, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İspanya, İsviçre, Kanada, Norveç** ve **SSCB** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'çağın ruhunu yakalama sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

1970 Osaka Dünya Fuarı'nın düzenlendiği dönemde; Amerikan ve Sovyet jeopolitik rekabeti ile dünyanın giderek kutuplaşması, iki ülkenin uzay yarışına Çin'in de katılması, Küba Krizi, Vietnam Savaşı, biyolojik bilimlerde ilerleme, endüstriyel etkinliklere bağlı çevre tahribatının endişe verici boyuta gelmesi ve sivil haklara yönelik toplumsal değişimler çağın ruhunu belirleyen politik, ekonomik ve toplumsal olaylardır. Hazırlıkları 1965'te başlayan fuar 1970'te açıldığında Malcolm X ve Martin Luther King öldürülmüş, Vietnam Savaşı başlamış, Neil Armstrong Ay'da yürümüş ve 1968 olayları patlamıştır. Tarihsel, politik ve sosyal olarak karmaşık olan bu zaman dilimi, yenilikçilik ve denemelerde artış yaşayan mimari ile eşleşmiştir. Fuar, zamanın yapılı çevresini ve mimarlığın sağlayabileceği olası gelecekleri bildiren birçok teknolojik ve sosyal devrimi sergilemiştir.

Mimarlık alanında tekdüzeliği nedeniyle Uluslararası Üslup'a karşı gelişen tepkiler, Modernizm'in sınırlayıcılığını aşmak için çeşitlilik arayışları ve bunlara bağlı

ortaya çıkan akımlar 1970'lerin gündemini oluşturmaktadır. Fuarın gündeminde ise teknolojinin insanlığa hizmetlerini temel alan bir kurgu içerisinde robot ve uzay teknolojileri gibi 21. yüzyıl ütopyalarına yaklaşan sergilemeler vardır. Ulusal pavyonların mimari tasarımlarına uzay yolculuğu teması, yeni malzeme ve teknikler, strüktürel denemeler, sergilere ise fütüristik yaklaşımlar hakimdir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, B. Almanya, Fransa, Hollanda, İsviçre, İtalya, Japonya, Kanada ve SSCB** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'çağın ruhunu yakalama sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

1992 Sevilla Dünya Fuarı'nın düzenlendiği dönemde; Soğuk Savaş'ın sona ermesi, Berlin Duvarı'nın yıkılması, Körfez Savaşı, Avrupa Birliği'nin kurulması, bilgisayar kullanımı ve internetin yaygınlaşması, yazılım endüstrisindeki gelişmeler, CAD/CAM tekniklerinin üretimde devrim yaratması, klonlama ve kök hücre araştırmaları çağın ruhunu belirleyen politik, ekonomik ve toplumsal olaylardır.

Dünya mimarlık ortamında genel olarak Postmodernizm ve Dekonstrüktivizm akımlarının etkileri sürmektedir. Ancak fuarda, temaya bağlı olarak ulusal pavyonların çoğunda kültür ve teknolojinin birlikteliğini gösterme, içinde bulunan çağı tanımlayan gelişmeleri sunma ve geleceğe yönelik bir projeksiyon ortaya koyma amacı yaygındır. 'High-Tech' Mimari olarak isimlendirilen akım çerçevesinde değerlendirilebilecek; ileri teknoloji sergileyen ya da teknoloji ve hayal gücünü birlikte kullanarak bunu mimariye yansıtan pavyonlar fuarda çağın ruhunu yakalayan tasarımlardır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere ve Rusya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'çağın ruhunu yakalama sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

2000 Hannover Dünya Fuarı'nın düzenlendiği dönem; yeni binyılın başlangıcı olmasının yanında, bilgi teknolojisine dayalı küresel ekonomi ve dijital endüstriye geçiş dönemidir. Kökeni 1980'lere giden ve Üçüncü Endüstri Devrimi olarak adlandırılan bu dönemde; bilgisayar, mikroelektronik, fiber optik, lazer gibi teknolojilerin, telekomünikasyon, nükleer, biyotarım ve biyogenetik gibi bilimlerin gelişimi, üretim biçimini tamamen değiştirmiştir. İletişim ve ulaşımındaki gelişmelerle, ticaret ve endüstri hızla küreselleşmiştir. Bu süreçte yaşanan önemli gelişmelerden biri, dünya kaynakları hızla tükenirken sürdürülebilirlik kavramının

gündeme gelmesidir. Yenilenemez kaynaklardaki sıkıntılar ve çevresel kaygılarla, güneş ve rüzgâr gibi yenilenebilir enerji kaynaklarının önem kazanması çağın ruhunu belirleyen gelişmelerdir.

Fuarın sürdürülebilirlik ilişkisini görselleştirme ve iletişime dönüştürme çabası, ulusal pavyonların tasarımında, malzeme kullanımında ve sergileme mantığında yoğunlaşmaktadır. Çevre dostu inşaat malzemeleri ile canlı bitkilerin mimari ya da sergilerin bir parçası olarak konumlanması ve çağa uygun iletişim teknolojilerinin yoğun olarak kullanımı fuardaki ulusal pavyonların genel karakterini belirlemektedir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Almanya, Finlandiya, Hollanda, İrlanda, İspanya, İsviçre** ve **Japonya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'çağın ruhunu yakalama sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

2010 Şangay Dünya Fuarı'nın düzenlendiği dönemde; "Büyük Durgunluk" olarak adlandırılan ve 2008'de kapitalizmin metropollerinde patlak vererek bütün küresel ekonomiyi etkisi altına alan kriz, 2010 yılında Arap Dünyasında yaşanan halk hareketleri, Avrupa Nükleer Araştırmalar Merkezi (CERN)'de gerçekleştirilen "Büyük Hadron Çarpıştırıcısı" deneyleri çağın ruhunu belirleyen politik, ekonomik ve toplumsal olaylardır. 1990'lardan günümüze kadar olan zaman dilimini tanımlamak üzere kullanılan, Bilgi Çağı (Bilgisayar Çağı, Dijital Çağ veya Yeni Medya Çağı) olarak adlandırılan bu süreçte dijital endüstri; yüksek teknoloji ürünü bir küresel ekonomi ile çevrili, bilgi temelli bir toplumu şekillendirmektedir.

Mimari üretimde ise eleştirmenler tarafından 21. yüzyılın ilk on yılı aşırılığın dönemi olarak değerlendirilmektedir. Ölçeğin birer zaferi olarak dünyanın en yükseği veya en büyüğü olma iddiası taşıyan cesur yapılar 2000'li yılların mimarlık eğilimlerine şekil vermiştir. 1990'lardaki yeni fantastik binalar dalgasını takiben; yapım teknolojisindeki, malzemelerdeki ve bilgisayar yazılımındaki avantajlar ile bilimkurgu yapılarına benzer görünüme sahip yapılar 2000'lerin genel atmosferini oluşturmuştur. 'Yıldız Mimar' etkinliğinin artış gösterdiği bu dönemde mimarlık ortamı bağlamdan çok kavrama yönelmiştir. Dijital ortam, çizim programları aracılığıyla sadece tasarımın ifade edildiği bir araç değil, gelişen bilişim teknolojileri sayesinde tasarım sürecinin de üreticisi halini almıştır. Dijital üretim teknolojileri, artık yapım süreçlerini de yoğun biçimde etkilemektedir. Mimarın

bitmiş formu değil, formu ortaya çıkaran ögeler arasındaki ilişkileri tasarladığı bir tasarım metodu söz konusudur.

Bu konjonktür içerisinde fuarda çağın ruhunu yakalayan ulusal pavyonların tasarımında ve inşasında teknolojik vurgu ön plandadır. Metaforik yaklaşımlarla merak uyandıran ve ziyaretçilerin ilgisini çekmeye çalışan bir mimari dilin kullanıldığı ikonik kabukların içerisinde farklı, etkileyici, iz bırakan ya da bilgilendiren, şaşırtan sergilere sahip ulusal pavyonlar fuarın genel karakterini belirlemektedir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Almanya, Fransa, İngiltere, İspanya** ve **Kanada** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'çağın ruhunu yakalama sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

2015 Milano Dünya Fuarı'nın düzenlendiği tarihten günümüze; teknolojik gelişmelerle iletişim alanında devam eden köklü değişim, robot teknolojilerindeki gelişmeler, endüstriyel robot üretiminin artışı, yapay zeka tartışmaları, nanoteknoloji çalışmaları, öte yandan artan çevre kirliliği, iklim değişikliği, faşizm, plütokrasi (zenginerki) gibi sorunlar ve bunlarla ilgili toplumsal bilinç artışı çağın ruhunu belirleyen toplumsal, politik, kültürel ve ekonomik gerçekliklerdir.

Günümüzde “tekno-kapitalizm” olarak adlandırılan, yeni teknolojilerin icadı ve gelişimiyle temellenen yeni tür bir piyasa kapitalizmi dönemine girilmiştir. Tekno-kapitalizm, toplumun yeniden üretiminde sermayenin yerini bilginin aldığı toplumları ifade etmektedir. Piyasa kapitalizmine dayalı toplumlarda emek ve sermaye maddi kaynaklarken, tekno-kapitalizm döneminde bunların yerini bilgi ve yaratıcılık gibi soyut kavramlar almaktadır. Diğer yandan ilk kez 2011'de Almanya'da dile getirilen “Endüstri 4.0” terimi ile içinde bulunduğumuz dönem Dördüncü Endüstri Devrimi olarak tanımlanmaktadır. Endüstri 4.0, birbirine bağlı süreçlerin iletişim halinde olduğu, internet üzerinden iletişim kuran nesnelerin veri toplayıp üretim sürecini tamamen değiştirdiği, makinaların insanlarla etkileşimini öne çıkaran bir dönemi ifade etmektedir.

Mimarlık ortamında ise günümüzde, dijital tasarım araçlarının mimarlığa radikal biçimde etki etmesi ile farklı bir tasarım bilgisi ve sürecine geçiş yaşanmaktadır. Bu geçiş sürecini karmaşık hale getiren; mimarlığın araçlarının değişmesinden öte; düşünsel kurgunun da değişmesidir. İlk olarak 2008 yılında Venedik

Bienali'nde sunulan "Parametrisizm" manifestosu ile parametrik tasarım araçlarının, günümüzde hâlâ etkisini sürdürmeye çalışan modern mimarlığa ilişkin kabulleri yıkmaya başladığı söylenmektedir. Bu durum, mimarlıkta yeni bir dönemin başladığını ve parametrik tasarımların tartışılması açısından modern mimarlık ve sonrasında geliştirilen argümanların yetersiz kaldığını göstermektedir. Bu bağlamda, parametrisizmin yeni bir çağır açma potansiyeli taşıdığı, ancak bir stil olarak tanımlanabilmesi için henüz erken olduğu ve bir stilden çok tasarım yöntemi olduğu söylenebilir. Diğer taraftan artan çevresel sorunlar karşısında sürdürülebilir tasarım ve bina uygulamaları mimarlık ortamının gündemini belirlemeye devam etmektedir.

Sürdürülebilir bir tarımsal gıda parkı formatında düzenlenen 2015 Milano Fuarı'nda temaya bağlı olarak ülkelerin çoğunlukla prestijli anıtsal binalardan vazgeçtiği, farklı ve yeni söylemlerle deneysel ve ideolojik birer nesne olarak kendilerini temsil edecek pavyon tasarımlarına yöneldikleri görülmektedir. Hem tasarım hem de sergileme sürecinde teknolojiyi etkin kullanarak mimarının, sanatın ve teknolojinin ortak ürünü haline gelen ulusal pavyonlar fuarın genel karakterini belirlemektedir. Sergilenen nesnelerin değil sergilenme ve deneyimlenme biçiminin önem kazandığı fuarda 'Çağın Ruhu'nu yakalayan ulusal pavyonlar; gıdanın ve beslenme biçimlerinin küresel üretim ve tüketim süreçlerinin dışında özgün bir söylemle temsil edildiği, farklı bir deneyim ve düşünme süreci sunan, bu alandaki entelektüel birikimlerini paylaşan, kısaca farkındalık yaratmayı başaran tasarımlardır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Almanya, Çin, Fransa, İngiltere, İspanya ve İtalya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'çağın ruhunu yakalama sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

Özetle, 1939-40 Fuarı'nda ulusal pavyonların büyük bölümü geriye dönük tarihselci eğilimlerle tasarlanmış olduğu için 'çağın ruhunu yakalama sorunu' genel olarak dikkate alınmamıştır. Yeni bir çağın başlangıcı kabul edilen 1958 Fuarı'nda ev sahibi Belçika'nın ilerici bir fuar düzenleme isteğine bağlı olarak özellikle Batılı ülkelere ait ulusal pavyonların büyük bölümünde çağın ruhunu yakalama endişesi görülmektedir. Bu fuarda inceleme kapsamı dışındaki Batı-dışı ülkelerin de bir bölümünde fuarın genel havasına uygun olarak çağın ruhunu yakalama çabası da

dikkat çekmektedir. 1970 Fuarı'nda dönemin uzay yarışı ve teknolojik gelişmelerin etkisi ile biçimlenen çağın ruhunu yakalama arayışı yoğun olarak devam etmektedir. 1992 Fuarı'nda kültür ve teknolojinin birlikteliğini gösteren, çoğunlukla 'High-Tech' mimari örnekleri olan gelişmiş Avrupa ülkelerine ait ulusal pavyonlar çağın ruhunu yakalayan tasarımlar haline gelmiştir. 21. yüzyıla gelindiğinde; 2000 Fuarı'nda sürdürülebilirlik yaklaşımları, 2010 Fuarı'nda metaforik yaklaşımlar ve teknolojik vurgu ile öne çıkan ulusal pavyonlar çağın ruhunu yakalayan tasarımlar olmuştur. 2015 Fuarı'nda ise dönemin koşullarına bağlı olarak anıtsallıktan uzaklaşan, deneysel ve ideolojik yaklaşımları sürdürülebilir teknoloji ile birleştiren ulusal pavyonlar çağın ruhunu yansıtmaktadır. Bu süreçte çoğunlukla gelişmiş ülkelerin pavyonlarında önemsenen 'çağın ruhunu yakalama sorunu', son dönem fuarlarda yıldız mimarların rolü ile gelişmekte olan bazı Arap ülkeleri için de önem kazanmıştır. Üçüncü Dünya ülkeleri ve Uzakdoğu ülkelerinin ulusal pavyon tasarımları ise çağın ruhunu yakalama endişelerinden halen uzaktadır.

'Çağın ruhunu yakalama sorunu'nun tez kapsamında incelenen ulusal pavyonların mimari tasarımlarına etkileri, ülkeler ve fuarlar bazında Tablo 6.1 - 6.15 üzerinde görülmektedir.

4.3 Deneysellik Arayışları

Mimarlık tarih boyunca mevcut olandan farklı yeni açılımlar aramış, kendi var oluş zeminini ve sınırlarını sorgulamıştır. Mimarlıktaki her türlü arayış, öncesinde var olanı eleştiren alternatif birer deneme olarak ortaya çıkmış ve mimarlığın geleceğini etkileyen deneysel çalışmalar haline gelmiştir. Mimarlığın kendine belirlediği bu zemin, mimarlık ve deneyin ara kesitinde tanımlanan "deneysel mimarlık" kavramı ile görünür hale gelmektedir.

Mimarlıkta deneme yapma halinin öncelik kazanması durumunda, mimarlık yapma biçimlerinde tanımlanmış alanlardan bağımsızlaşmaya eğilimli ve her türlü olasılığa açık bir deneysellik tavrı gündeme gelir. Mimari üretimin düşünce ve söylem üreten bir eylem biçimi olmasının savunulması durumunda ise, fiziksel inşa etmenin ötesinde; yeni bir deney, düşünce ya da denemenin inşası artık mimarlığın

var oluş alanını tanımlamaktadır. Alışılmış olanın, tekrarlananın ötesinde bir mimarlık yapma biçimi, deneysellik ile birlikte zihinde yer edinen kalıplaşmış olan ve geçerli kabul edilenin yıkımı ile mümkün olmaktadır [137].

Mimarlıkta deneyselliğin kökleri, mimarlığın varoluşuna kadar dayanmaktadır. Mimarlığın gelişim süreci boyunca, pek çok deneysel etkinliğe rastlamak mümkündür. Ancak bu tür etkinliklerin artarak ayrı bir çalışma alanı oluşturması ve “Deneysel Mimarlık” adı altında nitelendirilmesi 20. yüzyılda gerçekleşmiştir. Bu yüzyılda yaşanan bilimsel ve teknolojik gelişmelerle birlikte, ekonomik, sosyolojik, politik, kültürel vb. koşullardaki hızlı değişimler, söz konusu etkinlikleri tetiklemiştir. Değişen yaşam koşulları, mimari gereksinimleri de değiştirmiş ve mimarlık disiplini sürekli bir değişim/dönüşüm sürecinin içine itmiştir.

Mimarlıkta pratik ortamdaki deneysel etkinlikler, 20. yüzyıldaki avangard hareketlerle birlikte daha çok hız kazanmıştır. Özellikle 1. Dünya Savaşı sonrası 1920’li yıllar ile 2. Dünya Savaşı sonrası savaş karşıtı protestolar, öğrenci hareketleri ve başkaldırıların olduğu 1960’lı yıllar ve onu takip eden ekonomik gerilemenin olduğu 1970’li yıllarda bu tür çalışmaların yoğunluğu dikkat çekicidir.

Daha sonra, 1990’lı yıllarda bilim ve teknolojideki ilerlemelerle birlikte dijital araçların kullanılmaya başlaması ve sağladığı olanaklar, deneysel etkinlikleri tekrar arttırmıştır. Dijital ortamın sağladığı olanaklarla birlikte çok farklı tasarım ve yapım yöntemleri geliştirilmiştir. Dijital öncesi dönemde teknik kısıtlar nedeniyle gerçekleştirilemeyen deneylerin gerçekleştirilmesi ya da o dönemde uygulanan deneylere referansla teknik kısıtlardan ötürü daha önce düşünülememiş yeni deneylerin uygulamaya geçirilmesi bugün mümkündür [138]. Bilgi Çağı ile birlikte daha da hareketlenen süreçte, mimarlıkta var olan yapı ve içerikler çözülmeye başlamış ve belirsizliğin hâkim olduğu bir ortam oluşmuştur. Mimarlıkta yürütülen deneysel etkinlikler, günümüzde de alternatif olanın arayışını sürdürmektedir [139].

1999-2008 yılları arasında, Fransa’nın Orléans kentinde düzenlenen, çağdaş mimarlık üzerine sergi ve konferans dizileri Archilab olarak adlandırılır. 2004-2005 Archilab sergisinde ise, 1950-2005 yılları arasındaki deneysel mimarlık etkinlikleri dört grup altında toplanmıştır. İlk grup, “Titreşimli Kent: Laboratuvar

olarak Beden” başlığı altında, esnek biçimler ve eğrisel yüzeylerin ön plana çıktığı 1950 ve 60'ların organik mimarlığındaki ütopyik stilleri kapsar. Örneklerde, Coop Himmelblau ve Archigram ön plana çıkar. İkinci grupta, “Sonu Olmayan Kent: Genişleyen Çevre” başlığı altında, kent üzerine deneysel çalışmalarda bulunan Yona Friedman, Kenzo Tange, Arata Isozaki, Japon Metabolistleri Kisho Kurokawa, Kiyonari Kikutake ve Fumihiko Maki ile Claude Parent ve Paul Virilio'nun çalışmaları örneklenir. Üçüncü grupta, “Yapıbozuma Uğramış Kent: Yeni Bir Sözdizimi Yaratımı” başlığı kapsamında, Superstudio'nun çalışmalarıyla başlayarak, 1970 ve 80'lerin kavramsal mimarlığı ele alınır. Bernard Tschumi, Rem Koolhaas, Zaha Hadid, Daniel Libeskind gibi mimarların çalışmalarına yer verilir. Dördüncü grupta ise, “Bağlam İçine Yerleştirilmiş Kent: Bilgisayar Donanımlı Ortak Yaşam” başlığı çerçevesinde, 1980'lerden itibaren gerçekleştirilen interaktif mimarlık çalışmalarına odaklanılır. ONL, Diller+Scodifio, NOX, Asymptote, KOL/MAC Studio, R&Sie gibi mimarların çalışmaları örneklenir [140].

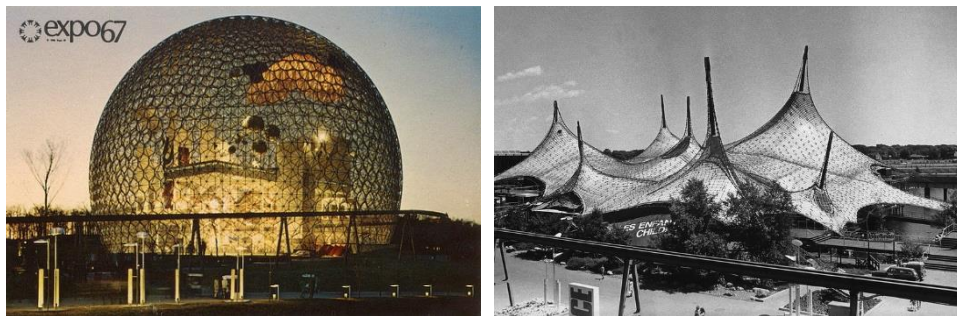
Deneysel Mimarlık, çağın değişen koşullarına uyum sağlamak ve bu değişim içinde ayakta kalmak amacıyla, mimarlığa dair çeşitli arayışların sürdürüldüğü ve alternatif düşünme ve üretme biçimlerinin geliştirildiği bir araştırma alanıdır. Yapılan deneysel çalışmalar bilinmeyen ve keşfedilmemiş olanın ortaya çıkarılması, var olan olanak ve potansiyellerin farkına varılması esasına dayanır. Deneysel Mimarlık, mimarlığı deneyimleme durumunu ve kullanıcının mekânla kurduğu ilişkiyi de sorgulamaya yol açmaktadır [141].

Geleceğe ilişkin öngörüler doğrultusunda yeni bir dünya kurgusu sunan Dünya Fuarları ise birer dönüm noktası ve yenilikçi çalışmaların gelişimi için katalizör olarak görüldükleri için deneysel çalışmalara sıkça yer verilen ortamlardır. Fuarlar geçici olmaları sebebiyle mimarlık alanında ve strüktürel anlamda serbest ve tehlikesiz bir deneme alanı yarattıklarından, teorileri deneyebilmek ve pratiğe uygulayabilmek için büyük bir fırsat olmuşlardır. Böylece ütopyik strüktürler ve sıra dışı mimari örnekler uygulanabilir hale dönüştürülmüş ve tasarlanan birçok yapı dönemleri içerisindeki mimari akımların öncüsü olmuşlardır. Ulusal pavyonlar geçici olmalarına rağmen, mimari tasarımları ve iç mekan düzenlemeleri ile mimarlık tarihinde önemli izler bırakmışlardır [129].

Mimarlara mümkün olanın sınırlarını genişletmeleri için olağanüstü fırsatlar sağlayan Dünya Fuarları kapsamında geçici olarak inşa edilerek mimarlık, tasarım ve inşaat düşüncesini yeniden tanımlayan birçok yapı, deneysel mimarlık örnekleri olarak sonraki kuşakları etkilemeye devam etmektedir. Dünyadaki gelişmeler ve mimarlık ortamındaki arayışlara paralel olarak bazı Dünya Fuarları'nda, deneysellik arayışları fuar alanının genel tasarımında ve ülkeler bölümünde mimari tasarıma yön veren en baskın unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. 20. yüzyıl içerisinde 1964 New York, 1967 Montreal ve 1970 Osaka bu tür deneysel çalışmaların en yoğun görüldüğü fuarlardır. 1964-65 New York Dünya Fuarında Philip Johnson imzalı New York Eyalet Pavyonu ile 1967 Montreal Dünya Fuarında Moshe Safdie imzalı Habitat 67, Buckminster Fuller imzalı ABD Ulusal Pavyonu ve Frei Otto imzalı Batı Almanya Ulusal Pavyonu bu konuda ilk akla gelen örneklerdir.



Şekil 4.2 1964-65 New York-Eyalet Pavyonu & 1967 Montreal-Habitat 67



Şekil 4.3 1967 Montreal ABD Pavyonu & Batı Almanya Pavyonu

1967 ve 1970 fuarları Megastrüktür Hareketi'nin teorilerini benimseyerek fuarların kültürel misyonunu Avangard mimarlıkla birleştirmiştir. Megastrüktür Hareketi 1960'ların optimistik düşünme biçimi içerisinde; insan etkileşiminin yeni

biçimlerini teşvik ederek, mekanın teknik organizasyonu ve sosyal kontrol ile bir kentin fonksiyonlarını kapsayan esnek bir çerçeve hayal etmektedir. Büyük halk kitlelerinin içinde veya altında yaşamasına izin verebilecek geniş açıklıklı strüktürlerin yenilikçi teknolojisi bu amaçlar için en uygun çözümler olarak görülmüştür. Fuarlarda geç-modern hayat tarzının paradigmatik mimarlığı olarak sunulan ve moderniteyi deneysel mimarlık aracılığıyla ifade eden bu strüktürler, 1960'lar boyunca ortaya çıkan tartışmaları somutlaştıran yapılardır [142].



Şekil 4.4 1967 Montreal Dünya Fuarı & 1970 Osaka Dünya Fuarı

Türkiye'nin katıldığı Dünya Fuarları'nda yer alan diğer ülkelere ait ulusal pavyonların mimari tasarımında, 'deneysellik arayışları'nın etkileri incelendiğinde; 1939-1940 New York Dünya Fuarı'nda fuar alanının genel tasarımında, şirket ve tema pavyonlarında deneysellik arayışları ön plandadır. Ancak tarihselci etkiler altındaki ulusal pavyonların büyük bölümünde böyle bir yaklaşım mevcut değildir. Bu çerçevede fuarda inelenen pavyonlardan sadece **Finladiya** Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımında 'deneysellik arayışları'nın etkileri hissedilmektedir.

1958 Brüksel Dünya Fuarı'nda şirket ve tema pavyonlarında deneysel yaklaşımlar daha yoğun hissedilmekle birlikte, büyük bölümü Uluslararası Üslup etkisinde tasarlanmış olan ulusal pavyonlarda da benzer arayışların arttığı görülmektedir. Bu pavyonlarda deneysellik; daha çok strüktürel denemeler, farklı geometrik biçimler, yeni yapım teknikleri ve malzemelerin kullanımı ile karşılık bulmaktadır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İngiltere** ve **İspanya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'deneysellik arayışları'nın etkileri hissedilmektedir.

1970 Osaka Dünya Fuarı 'deneysellik arayışları'nın en yoğun görüldüğü Dünya Fuarları'ndan bir tanesidir. 1960'lar ve 1970'lerin, mimarlık pratiğinde deneysel etkinliklerin yoğunlaştığı bir dönem olması fuara da yansımış, bu arayışlar ulusal pavyonların mimari tasarımında baskın unsur haline gelmiştir. Metabolizm ve uzay yolculuğu gibi temaları içeren fikirlerin birçoğu ilk defa fuar kapsamı içinde inşa edilerek somutlaşmıştır. Deneyselliğin daha çok strüktürel yenilikler ve fütüristik sergileme teknikleri ile ortaya konduğu fuarda; gerilimli membran, asma-germe sistem, şişme sistem, uzay kafes, jeodezik kubbe gibi o dönem için çok sıradışı olan mimari biçimlerin içinde insanları şaşırtarak geleceğin dünyası hakkında fikirler sunan mekan düzenlemeleri yaygındır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İsviçre, İtalya, Japonya, Kanada** ve **SSCB** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'deneysellik arayışları'nın etkileri hissedilmektedir.

1992 Sevilla Dünya Fuarı'nda bölgenin iklim koşullarına bağlı olarak sürdürülebilirlik, ekolojik tasarım, enerji tasarrufu ve doğaya uyum kavramları içerisinde değerlendirilebilecek teknolojiler içeren mimari denemeler yaygındır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İsviçre, Norveç** ve **Rusya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'deneysellik arayışları'nın etkileri hissedilmektedir.

2000 Hannover Dünya Fuarı'nda, 1990'ların başlıca sloganlarından olan sürdürülebilirliği görselleştirmeyi ve etkileşime dönüştürmeyi amaçlayan deneysel yaklaşımlar ön plandadır. Çevre dostu, geri dönüşümlü doğal malzemelerin strüktürel olarak kullanıldığı bu tasarımlarda mekan üzerinden yaşanan deneyim ortaya çıkartılarak pavyonun kendisi sergi nesnesi haline dönüşmeye başlamıştır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Almanya, Hollanda, İsviçre** ve **Japonya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'deneysellik arayışları'nın etkileri hissedilmektedir.

2010 Şangay Dünya Fuarı'nda sundukları sıradışı cephe yaklaşımları ve mekansal kurgularla gelişmiş ülkelere ait ulusal pavyonların büyük bölümünün deneysellik arayışı içinde olduğu söylenebilir. Çevre duyarlılığını ön plana çıkaran ve biçimsel olarak son derece etkileyici olan bu pavyonların ortak özelliği; gelişmiş bilgisayar

yazılımları kullanılarak tasarlanmış olmalardır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Almanya, İngiltere, İspanya, Japonya, Kanada ve Norveç** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'deneysellik arayışları'nın etkileri yoğun olarak hissedilmektedir.

2015 Milano Dünya Fuarı'nda, deneysel yaklaşımların daha çok ütopyik strüktürler veya sıra dışı mimari biçimlerle ifade edildiği önceki Dünya Fuarları'ndan farklı olarak; gelişmiş ülkelere ait ulusal pavyonların temaya ilişkin yeni söylemler üzerinden, deneysel ve ideolojik semboller haline gelerek ülkeleri temsil ettikleri görülmektedir. Sergiden çok sergiyi deneyimleme biçiminin önemli olduğu bu yapılarda ziyaretçilere farklı bir süreç, farklı bir deneyim ve etkileşim sunulmaktadır. Mimarlık farklı bilgi alanlarını buluşturarak deneyimleme sürecini inşa ederken, ziyaretçilerde merak uyandıran interaktif sergiler pavyon tasarımlarını biçimlendirmektedir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Almanya, Çin, İngiltere ve Norveç** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'deneysellik arayışları'nın etkileri hissedilmektedir.

Özetle, tez kapsamında incelenen fuarlardan; 1939-40 Fuarı'nda ulusal pavyonların büyük bölümü geriye dönük tarihselci eğilimlerle tasarlanmış olduğu için deneysellik arayışları yok denecek kadar azdır. Dünya mimarlık ortamındaki gelişmelerin fuarın genel tasarım prensipleri ile birleşmesi sonucu 1958 Fuarı, deneysellik arayışlarının ülkeler bölümünde etkili olduğu ilk Dünya Fuarı olmuştur. Bu fuarda deneysellik strüktürel denemeler ve yeni tekniklerin kullanımı ile somutlaşmaktadır. 20. yüzyıl mimarlık ortamında deneysel etkinliklerin artış gösterdiği dönemlerden biri içerisinde düzenlenen 1970 Fuarı deneysellik arayışlarının en yoğun görüldüğü fuarlardan bir tanesidir. Bu fuarda deneysellik, Metabolizm hareketleri ve Uzay Çağı teması çerçevesinde biçimlenmektedir. 1992 Fuarı'nda sürdürülebilirlik ve ekolojik tasarım odaklı teknolojilerle biçimlenen deneysel yaklaşımlar ön plandadır. Geri dönüşümlü doğal malzemelerin strüktürel olarak kullanımının denendiği 2000 Fuarı'nda sürdürülebilirlik teması görselleştirilmesi ile bazı ulusal pavyonlar deneysel sergi öğeleri haline dönüşmeye başlamıştır. Deneysellik arayışlarının ikonik bir görüntü yakaladığı 2010 Fuarı'nda gelişmiş ülkelere ait ulusal pavyonların çoğu, bilgisayar yazılımları

sayesinde tasarlanıp inşa edilebilen sıradışı formlara ve mekansal kurgulara sahiptir. 2015 Fuarı'nda ise, deneysellik arayışları anıtsal biçimler yaratma eğiliminden uzaklaşarak, temayla ilgili bir söylem üzerinden farklı deneyimler ve etkileşimler sunma çabası içerisine girmiştir.

'Deneysellik Arayışları'nın tez kapsamında incelenen ulusal pavyonların mimari tasarımlarına etkileri, ülkeler ve fuarlar bazında Tablo 6.1 - 6.15 üzerinde görülmektedir.

4.4 Mimari Kaygılar

Mimarlık; insanların barınma, eğlenme, dinlenme, çalışma gibi eylemlerini sürdürebilmeleri için gerekli olan mekânları estetik, işlevsel gereksinimlerle yaratmayı amaç edinmiş, yaşamlarını kolaylaştıran bir sanattır. Toplum yapısına, toplumun gereksinimlerine, ekonomik verilere, teknolojik gelişmelere bağlı olarak gelişen mimarlık; çevre ile insan arasında özgürce ve cesaretle uyum sağlamak, diğer bir deyişle, nesneler dünyasının doğrudan doğruya insan ruhunu yansıtmayı sağlamak çabası olarak da anlaşılabilir [143].

Louis Kahn'a göre "Mimarlık doğanın yapamadığıdır." İnsanoğlunun mimarlıkla ilişkisi yerleşik hayata geçmesiyle başlamıştır ve mimarlık tarih öncesi ve sonrası dönemlerde, teknik ilerleyişin ana dinamiklerinden biri olmuştur. Coğrafya, iklim gibi doğal faktörlerin yanında, sosyo-ekonomik yapı ve faaliyetlerin de belirleyici olduğu bina üretimine, yaşanan ortamı güzelleştirme isteği yani kısaca estetik kaygılar olarak adlandırabileceğimiz unsurların da eklenmesiyle mimarlık sanat olma özelliğine sahip olmuştur. Bu durum günümüzde bile tartışılan "mimarlık bilim mi yoksa sanat mı?" sorusunu ortaya çıkarmıştır.

Tarihsel süreç içerisinde Eski Yunan'dan günümüze, fonksiyon, strüktür ve estetik ile ilgili kaygıların mimari tasarımların çerçevesini belirlediği ve değiştirdiği gözlemlenmektedir. Bu tür bir sınıflandırmanın kayıt altına alınan ilk örneği, Vitruvius tarafından yapılmıştır. Mimarlık pratiğini "yapma sanatı" ve "teknoloji" olarak iki temel unsura ayıran mimar, bir yapının sağlam, estetik ve işlevsel bileşenleriyle bir bütün olduğunu belirtmiştir. Sir Henry Wotton ise 1624 tarihli The Elements of Architecture adlı kitabında, "Tüm diğer işlemsel sanatlarda olduğu

gibi mimarlıkta da, amaç işlemi yönlendirmelidir. Amaç iyi yapmaktır. İyi yapmanın üç koşulu vardır: Kullanışlılık, Sağlamlık ve Güzellik.” sözleri ile mimarlığın temel kaygılarını dile getirmiştir [144].

Kullanışlılık, sağlamlık ve güzellik gibi temel mimari kaygılar zaman içerisinde dönemin ve toplumların koşullarına göre farklılaşarak ve değişerek tasarım düşüncesini oluşturmaya devam etmektedir. Buna göre; Modernizm öncesinde; ekonomi, politika ya da inşa edilebilirlik ile ilgili kaygılar veya bir düşünce ya da mesajın iletilme kaygısının mimariye hakim olduğu görülmektedir. Modernizm’in ortaya çıkışı ile; mimari biçimin işlevine uygun olması, hızlı ve ekonomik üretime elverişlilik gibi kaygılar, yere özgü sorunları çözme ve kültüre özgü bir mimarlık ortaya koyma gibi Modernizm’in yarattığı sorunlara bağlı ortaya çıkan kaygılar, işlevselcilik, kullanışlılık ve yararlılık gibi kaygılardan uzak durarak stilistik biçimler yaratmaya yönelik kaygılar, özgünlük ve orijinallik kaygısı ön plana çıkmıştır. Günümüzde ise; yeni malzeme ve teknolojik olanakları kullanarak ilgi çekmenin ön planda olduğu biçimsel kaygılar, sürdürülebilirlik, enerji kullanımı gibi çevresel endişeler ve kaynakların etkin kullanımı ile ilgili kaygılar, arka planda bir söylem taşıma, yer ve bağlamla ilişki kurma gibi kaygılar mimari tasarımların genel karakterini belirlemektedir.

Yukarda bahsedilen mimari kaygılar içerisinde tasarlanmış çevreler ve yapılardan oluşan Dünya Fuarları da ilk düzenlenmeye başladıkları tarihten günümüze; mimarlık ve tasarımın ulaştığı düzeyi, atılımı, yenilikçiliği ve yarışı simgeleyen özel alanlar olmayı sürdürmektedir. Strüktürel denemeler ve teknolojik yeniliklerin yanı sıra high-tech mimarlık, ekolojik mimari gibi birçok mimari akım ilk olarak bu fuarlarda tanınmıştır. Mimarlık tarihçileri 19. yüzyıl fuarlarının, o zamana kadar denenmemiş yükseklik ve genişlikteki yapılarında kullanılan prefabrik inşa sistemleri ve demir, cam gibi yeni inşaat malzemeleri ile mimariye olan katkılarına işaret etmektedir. Erken 20. yüzyıl fuarlarındaki ulusal pavyonlar incelendiğinde modern mimarinin gelişmesinde çok önemli bir rol oynadıkları görülmektedir.

Günümüzde Dünya Fuarları’nda ülkelerin markalaşma stratejilerinden biri haline gelen ulusal pavyonların; bünyesinde ziyaretçiyi etkilemek, dikkat çekmek ve iyi bir imaj yaratmak gibi kaygıları da barındırdığı görülmektedir. Bu anlamda,

deneyssel ve yorumsal birer mimari üretim olarak tanımlanabilecek ulusal pavyonlar sadece fuar temasının yorumlanış biçiminin ve temsil edilen ülkenin dünyaya vermek istediği mesajın birer aktarımı olarak kalmamış aynı zamanda ilgi odağı olmak için tasarlanmış simgeler haline gelmişlerdir.

Dünya Fuarları'nda yer alan ulusal pavyonlar kendilerini ortaya çıkaran mimari kaygıları ortaya koyan yapılardır. Mimari kaygıların, tez kapsamında belirlenen diğer tasarım yaklaşımları ile farklı dönemlerde farklı biçimlerde bir araya gelerek ulusal pavyonların tasarımına yön verdiği görülmektedir.

Türkiye'nin katıldığı Dünya Fuarları'nda yer alan diğer ülkelere ait ulusal pavyonların mimari tasarımında, 'mimari kaygılar'ın etkileri incelendiğinde;

1939 New York Fuarı'ndaki ulusal pavyonların çoğu 19. yüzyıl sonu milliyetçiliği etkisi altında, dünyada hakim güçler arasındaki politik çekişmenin mimarlık ve diğer kültürel pratikler ile bir araya gelmesi ile biçimlenmiştir. Fuarın genel tasarımındaki modernist eğilimlere karşılık, tarihselci eğilimler ulusal pavyonların karakterini belirlemektedir. Öte yandan iki savaş arasındaki bu dönemde dünya mimarlığı, teknolojik gelişmeleri karşılayabilmek için ortak tasarım unsurlarını paylaşan birçok yenilikçi mimari stilin doğuşuna şahit olmuştur. Çağın mimari kaygıları, işlevine göre biçimlenmiş, bezemeden arındırılmış, yalın ve sade bir anlatıma sahip tasarımlar üretmekle ilgilidir.

Fuarda ülkeler bölümünün genel karakteri dışında, çağın ruhuna uygun mimari kaygılarla tasarlanmış ulusal pavyonlar da yer almaktadır. Fuardaki klasist anıtsal pavyonlardan, yalın modernist dilleri ve yenilikçi tasarım anlayışları ile ayrılan **Finlandiya, Fransa, İrlanda, İsviçre ve Norveç** pavyonlarının tasarımında dönemin beklentilerini karşılayan 'mimari kaygılar'ın etkileri hissedilmektedir.

1958 Brüksel Dünya Fuarı Uluslararası Stil'in tüm dünyada hakim olduğu 1950'li yılların sonunda düzenlenmiştir. Buna bağlı olarak hafiflik, şeffaflık, yeni yapım tekniklerinin kullanılması, strüktürün okutulması gibi kaygılarla tasarlanan ulusal pavyonlarda; asma-germe membran çatılar, asma konstrüksiyonlar, strüktürel kabuklar, geometrik formlar, beton, çelik ve cam malzemelerin kullanımı, parçalı kütleler, hareketli yüzeyler ön plandadır. Dünya Savaşları sonrası dünyadaki süper

güçler arasındaki politik iddialaşmanın yerini teknolojik gelişmeler üzerinden bir yarışa bıraktığı bu dönemde, ulusal pavyonlarda mimari kalite ve modern sanatların birlikteliği göze çarpmaktadır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Almanya, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İspanya, İsviçre, Japonya, Kanada, Norveç** ve **SSCB** Ulusal Pavyonları'nın tasarımında 'mimari kaygılar'ın etkileri hissedilmektedir.

Fuarda mimari kaygılarla öne çıkan bu ulusal pavyonlar savaş sonrası dünya mimarlığının bir özeti olarak analiz edilebilir. Genel anlamda, modern ve yenilikçi bir görünüme sahip olan yapıların bir bölümü yerçekimine adeta meydan okuyan cam kutulardır. Fuardaki en büyük pavyonların sahibi olan ABD, Fransa ve SSCB mimariyi teknolojik gelişmelerle nasıl bütünleştirdiklerini ve mühendislik konusunda ne kadar iyi olduklarını göstermeye çalışmıştır. Almanya, İspanya gibi daha küçük ölçekli pavyonlar ise devrim niteliğindeki strüktürlere ve yeni malzemelere odaklanmayıp, mimarilerinde yüksek bir entelektüel seviye olduğunu ifade etmeye çalışmıştır.

1970 Osaka Dünya Fuarı mimari açıdan içerdiği çeşitlilik ve yeniliklerle 1960'larda ortaya çıkan mimari arayışların somutlaştığı bir ortam olmuştur. Yapı teknolojisinin o günkü imkanlarının zorlandığı şirket ve tema pavyonları; dönemin Metabolizm hareketinin önemli örneklerinden, 'kitsh' olarak nitelendirilebilecek mimari denemelere kadar çeşitlilik göstermektedir. Bu mimari form araştırmaları dünya mimarlık ortamının gelişmesine ve zenginleşmesine katkıda bulunmuş, Uzak Yolculuğu gibi temaları içeren fikirlerin birçoğu ilk defa fuar kapsamında inşa edilmiştir. Ancak bu ortamda, ulusal pavyon tasarımlarında strüktürel denemeler, mimari estetik kaygıların önüne geçmiş ve teknoloji vurgusu mimarlığı genellikle geri planda bırakmıştır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Hollanda, İskandinavya, İrlanda, İsviçre, İtalya** ve **Kanada** Ulusal Pavyonları'nın tasarımında 'mimari kaygılar'ın etkileri hissedilmektedir.

1992 Sevilla Dünya Fuarı'nda ulusal pavyonların genel karakterini "High-Tech" mimari akımının etkileri ve ekolojik mimarlık kriterlerinin kullanımı belirlemektedir. Pavyonları biçimlendiren baskın mimari kaygılar; iklim koşulları nedeniyle sürdürülebilir teknolojileri kullanarak serin mekanlar yaratmak ve bunu

yaparken yeni malzemelerin kullanımı ile geleceğe dönük yenilikçi bir estetik ortaya koymaktır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Almanya, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İngiltere** ve **İrlanda** Ulusal Pavyonları'nın tasarımında bu tür 'mimari kaygılar'ın etkileri hissedilmektedir.

Öte yandan fuara hakim olan bu çizginin dışında, o dönemde gündemde olan Post-modern düşünce etkisinde mimari kaygılarla tasarlanmış ulusal pavyonlar da dikkat çekmektedir. **İspanya, İtalya, Kanada** ve **Japonya** Ulusal Pavyonları bu kapsamda değerlendirilebilecek örneklerdir.

2000 Hannover Dünya Fuarı'nda yeni milenyumun ilk Expo'su olma iddiasına bağlı olarak ulusal pavyonlar; 21. yüzyıl için daha sürdürülebilir, akılcı, insancıl çözümler önerme kaygısı taşımaktadır. Doğa ve enerji kaynaklarının korunması, doğa & teknoloji birlikteliği, geri dönüşüm gibi yaklaşımlar ulusal pavyonların mimari tasarımını biçimlendirmektedir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Finlandiya, Hollanda, İrlanda, İspanya, İsviçre, Japonya** ve **Norveç** Ulusal Pavyonları'nın tasarımında 'mimari kaygılar'ın etkileri hissedilmektedir.

2010 Şangay Dünya Fuarı'nda mimari açıdan simgesellik taşıyan, sergilediği fikri dışa vuran, büyük açık kamusal alanlar yaratarak yapıyı içerden ve dışardan deneyimlemeye imkan veren ulusal pavyonların öne çıktığı görülmektedir. Ayrıca ulusal pavyonlarda mimariyi biçimlendiren bir unsur olarak fuarın temasına gerçek bir katkı sağlama çabası vardır. Ulusal pavyonların birçoğu ülkeye ait gelenekleri veya referansları soyutlayarak metaforlar üzerinden ulusal imajı geliştiren heykelsi mekanlara dönüşmüştür. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Almanya, Finlandiya, İngiltere, İrlanda, İspanya, İtalya, Japonya** ve **Kanada** Ulusal Pavyonları'nın tasarımında 'mimari kaygılar'ın etkileri hissedilmektedir.

2015 Milano Dünya Fuarı'nda ulusal pavyon tasarımlarını etkileyen 'mimari kaygılar'ın önceki fuarlara göre değişerek ve mimarlık ortamındaki gelişmelere uyum sağlayarak, farklı amaçlara hizmet ettiği görülmektedir. Buna göre; tasarım sürecini kavramsal bir arka plan üzerine kurma, mimari söylem ve teknolojiyi yaratıcı bir şekilde kullanma, temaya katkıda bulunma amacı içinde mimarlığı, sanat, teknoloji ve mühendislikle birlikte kurgulayarak simgesel, dinamik,

metaforik yapılar ortaya koyma, markalaşma stratejisi içerisinde ziyaretçiyi etkileme, dikkat çekme ve iyi bir imaj yaratma gibi kaygılar ön plana çıkmıştır.

Fuarda mimari stillerden daha çok ziyaretçiyle karşılıklı etkileşim ortamı yaratma kaygısı taşıyan; çeşitli bilgi üretim sistemlerinden yararlanarak kullanıcıyı mekanın bir parçası olmaya davet eden ulusal pavyonlar dikkat çekmektedir. Bunun yanında, mimari imgenin baskın olduğu ve en yeni teknolojiyi tasarıma eklemeyi başarmış pavyonların birer gösteri unsuruna dönüştüğü görülmektedir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Almanya, Çin, Finlandiya, Fransa, İngiltere, İrlanda, İspanya, İtalya** ve **Rusya** Ulusal Pavyonları'nın tasarımında 'mimari kaygılar'ın etkileri hissedilmektedir.

Özetle, tez kapsamında incelenen fuarlardan; 1939-40 Fuarı'nda ülkeler bölümünde geriye dönük tarihselci yaklaşımlar baskın olduğu için çağın ruhuna uygun mimari kaygılarla tasarlanmış ulusal pavyon sayısı oldukça azdır. 1958 Fuarı'nda ulusal pavyonların tasarımında dünya mimarlık ortamına hakim olan Modernizm ve Uluslararası Üslup yaklaşımları çerçevesinde mimari kaygılar ön plana çıkmış fuarın genelini etkileyen bir mimari tercih haline dönüşmüştür. 1970 Fuarı'nda inşaat teknolojisindeki gelişmenin vurgulanması ve strüktürel denemeler mimari kaygıların önüne geçmiştir. 1992 Fuarı'nda sürdürülebilirlik teması ve high-tech mimari çerçevesindeki mimari kaygılar, gelişmiş ülkelere ait ulusal pavyonların genel karakterini belirlemektedir. Fuarda ayrıca Post-modernist yaklaşım çerçevesinde değerlendirilebilecek mimari kaygılar taşıyan ulusal pavyonlar da görülmektedir. 2000 Fuarı'nda doğa-teknoloji birlikteliği ve geri-dönüşüm kavramlarına uygun mimari kaygılarla tasarlanmış ulusal pavyonlar fuarın genel karakterini oluşturmaktadır. 2010 ve 2015 fuarlarında mimari stillerden uzaklaşarak farklı yaklaşımlar çerçevesinde biçimlenen mimari kaygıların artışı söz konusudur. Buna göre 2010 Fuarı'nda ileri teknoloji vurgusu, ikonik formlar, metaforik yaklaşımlar ulusal pavyonları biçimlendiren mimari kaygılardır. 2015 Fuarı'nda ise teknolojinin yaratıcı biçimde kullanılması, tasarımın kavramsal bir arka plana dayandırılması, etkileşime dayalı mekanlar yaratılması gibi kaygılar ön plana çıkmıştır.

'Mimari Kaygılar'ın tez kapsamında incelenen ulusal pavyonların mimari tasarımlarına etkileri, ülkeler ve fuarlar bazında Tablo 6.1 - 6.15 üzerinde görülmektedir.

4.5 Teknoloji & İnovasyon Sorunu

İnsanoğlunun içinde yaşadığı evreni anlama ve onu kontrol etme çabalarının ürünü olarak ortaya çıkan teknoloji ve inovasyon; tarihsel süreçte sürekli olarak gelişim ve değişim gösteren faaliyetlerdir. Türk Dil Kurumu'na göre teknoloji, "Bir sanayi dalı ile ilgili yapım yöntemlerini, kullanılan araç, gereç ve aletleri, bunların kullanım biçimlerini kapsayan uygulama bilgisi, uygulayım bilimi" olarak tanımlanmıştır. Yine Türk Dil Kurumu'na göre inovasyon (yenileşim), "Değişen koşullara uyabilmek için toplumsal, kültürel ve yönetsel ortamlarda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması, yenilik" olarak tanımlanmıştır [152].

Mimarlık ise, dünyada binlerce yıldır yaşanan değişim karşısında insanın doğa ile kurduğu ilişkinin fiziksel bir temsili ve kültürel dünyasının bir kaydı olmuştur. Tarih boyunca değişen fiziksel çevre ve kültürel dinamikler, farklı problemleri ortaya çıkarmış ve mimarlık olgusunu da etkilemiştir. Değişim bazen, mimarlığın kendisinde gözlenmiş, topluma yayılarak onu değiştirmiş, bazen de toplumda ve doğada yaşanan değişimler mimarlığı etkilemiştir. Bu süreçte mimarlıktaki değişiminin en görünür kısmını teknoloji ve inovasyonla ilgili konular oluşturmaktadır. Mimarlık tarihinin uzun süreli değişiminde teknolojik gelişmeler net olarak görülebilir durumdadır [145].

Teknolojinin insan yaşamına nasıl dâhil olduğu sorusunu Childe evrimsel bir bakış açısıyla cevaplamaktadır. Teknolojiyi, insanın doğal çevre ile kurduğu uyumun bir göstergesi olarak kabul eden bu yaklaşımda; insanın organik yapısının uyum göstermediği çevrelere beden dışı organlar; yani, aletler, giysiler, binalar ve benzeri donatılarla uyum sağladığı ifade edilmektedir [146].

Bu yaklaşıma göre insanın temel gereksinimlerinden birini karşılamak için inşa ettiği ilkel barınakların bile teknolojik faaliyetlerin bir sonucu olduğu düşünülebilir. Mimari evrim düşüncesi, çoğu kez teknoloji ile birlikte

değerlendirilmiş; evrimin doğa, insan ve teknoloji arasında yaşanan gelişmelere paralel olarak ilerlediği görüşü hâkim olmuştur.

Teknoloji, uygarlık öyküsünün başlamasıyla birlikte mimarlık pratiğine bağlı bir şekilde gelişmiştir. Bu süreçte doğal çevrelerin yerini teknolojik ilerleme sayesinde inşa edilen yapay çevreler almaya başlamıştır. Teknolojik ve bilimsel ilerlemeler, mühendislik bilgisinin ve yapım tekniklerinin geliştirilmesini sağlamış, bina formları, kompozisyon kuralları, malzemeler, strüktürler, yapı elemanları, detaylar, dekorasyon gibi birçok mimari unsur değişime uğramıştır. Gereksinimleri karşılayan başarılı sonuçlar geliştirilerek geleceğe aktarılmış, başarısız olanlar zamanla elenmiştir. Böylelikle ilkel barınaklardan, günümüzün akıllı binalarına gelinceye kadar denenen, üretilen, geliştirilen her şey mimarlık kültürüne eklenmiştir. Bu süreçte, teknoloji ve inovasyon her zaman mimari evrimin kilit unsuru olarak kabul edilmiştir [145].

Teknolojik, ekonomik, siyasal, sosyal, kültürel alanlarda, toplumsal yaşamda yaşanan hızlı değişimler, kültürel üretim ve kimliğin en kalıcı taşıyıcılarından biri olan mimarlık disiplini etkilemeye bugün de devam etmektedir. Toplumsal dönüşüm tek başına teknolojik değişimlerin bir sonucu olamayacağı gibi, toplumsal dönüşümün somut ifadelerinden biri olarak gösterilebilecek mimarlık pratiğini; ekonomik, politik, kültürel, bilimsel, ideolojik süreçlerdeki ve gündelik yaşamdaki dönüşümlerden bağımsız olarak ele almak ve sadece teknolojik gelişimlerden etkilendiğini iddia etmek mümkün değildir. Ancak teknolojinin temel bir parametre olarak gündelik hayatımızı çeşitli bağlamlarda derinden etkilediği ve mimarideki 'gelecek' ve 'yeni' arayışlarının itici gücünü oluşturduğu söylenebilir.

20. yüzyıl insanlık tarihi boyunca yaşanan en hızlı dönüşüme tanıklık etmiştir. Teknoloji alanında meydana gelen hızlı ve yoğun gelişmeler, bilgi çağı olarak da adlandırılan üçüncü teknoloji devriminin doğmasıyla sonuçlanmıştır. Üçüncü teknoloji devriminin ardındaki bilgisayar ve iletişim teknolojileri, modern toplumlarda radikal değişikliklere yol açmıştır. Bilişim teknolojileri yaşam, çalışma ve eğlence alışkanlıklarına ek olarak, üretim biçimlerini de temelden değiştirmiş, ürün çeşitliliği ve esnekliği konusunda büyük avantajlar sağlamıştır.

Bilişim teknolojilerinin gelişmesi, mimarlık teorilerini de etkileyerek yeni tartışma alanları açmıştır. Bu durum mimari tasarım süreci ve uygulama yöntemlerini değiştirerek “alışıldık ve konvansiyonel” olanla “deneysel ve yenilikçi” olan arasında bir gerilim yaratmıştır. Bilgisayar destekli tasarım ve üretim teknolojilerinin tasarım ve üretim sürecine girmesi, “lineer tasarlama” süreçlerinin evrilerek bütünleşik tek bir süreç haline dönüşmesini sağlamıştır. Günümüzde tasarım ve üretim süreçlerine hâkim olan dijital tasarım ve üretim teknikleri sayesinde gelişen kitlesel bireyselleştirmeye dayalı üretim, geçmişte olandan farklı yeni bir mimariyi öne çıkarmıştır [147].

Mimarlığın bu teknolojik gelişmelerle olan ilişkisi değerlendirildiğinde akımlara ya da gruplara ayıramayacak kadar birbirinin içine geçen, pek çok farklı eğilim olduğu görülebilir. Bu ortamda, yapım sistemlerinde etkili olan, taşıyıcı sistemden malzemeye, donanımdan tesisat malzemelerine kadar yapı bileşenlerinin dönüşümü ve sunduğu alternatif olanaklarla şekillenen ileri teknoloji ürünü binaların yanı sıra farklı alanlardaki teknolojilerin bilgisayar ortamıyla bir arada geliştirdiği sistemlerden destek alarak, geleceğin mimarisine yönelik iddialı söylemler ortaya çıkmaktadır.

Dünya mimarlık gündemine bakıldığında bilgisayara dayalı programlama, kompleks algoritma bilgisi, çevre mühendisliği, genetik mühendisliği, yapay zeka, mikroelektronik, enformasyon teknolojileri, robotik ve nanoteknoloji alanlarındaki araştırmaların mimarlıkla disiplinlerarası ilişkileri üzerinde en çok konuşulan konulardır. Bu ilişkiler sayesinde özgür biçimler uygulama olanağı bulmakta, geçmişin ütöpik olarak nitelendirilen yapıları gerçeğe dönüşmekte, yeni malzemeler ve teknolojilerle bina adeta yaşayan bir organizma olarak tasarlanabilmekte, hatta artan nüfus ile düşey şehirler, megastrüktürler, denizler gibi farklı yaşam alanı arayışlarına, üzerinde yaşadığımız gezegenin sınırlarını zorlayarak başka gezegenlerde koloniler kurmanın hayallerine ulaşılmaktadır.

Günümüzde konvansiyonel binalardan taşıdıkları farklı niteliklerle ayrılan, farklılığın görselleştirilmesi üzerine kurgulanan, şaşırtıcı özellikler taşıyan ve mimarlık medyası tarafından ‘sıra dışı’ olarak tanımlanan mimari eğilimler üzerinde sıkça konuşulmaktadır. Gösteri kültürünün zirvede olduğu çağımızda

popüler olmak önem kazanmış ve popülerliğin yolu gittikçe aynılaşılan çevre içinde farklılaşarak ön plana çıkmak yani sıra-dışı olmakta aranmaya başlanmıştır. Bu arayışlarda diğer disiplinlerle ilişki kurarak bilimsel ve teknolojik gelişmelerden faydalanmak en çok tercih edilen yöntemdir [148].

Kısacası teknoloji, dünyanın gerçekliğini yaratıcı biçimlerde kavramaya olanak tanırken yaşam biçimlerini ve fiziksel çevreleri büyük bir hızla dönüştürmektedir. Son iki yüzyıl içerisindeki bu hızlı dönüşümün gözlemlenebildiği fiziksel çevrelerden bir tanesi de Dünya Fuarları ve bünyelerinde geçiçi olarak inşa edilen ulusal pavyonlardır.

18. yüzyılda başlayan devrimlere bağlı olarak toplumun sosyal, politik, ekonomik alanlarındaki köklü değişiminin bir dışavurumu olan Dünya Fuarları; İngiltere merkezli başlayan sanayi devriminin ve teknolojik ilerlemelerin getirilerinin, geniş kitlelere tanıtılması amacı ile başlamış organizasyonlardır. Dünya Fuarları zamanla küreselleşen bir üretim anlayışının ivmesiyle, zanaatten sanayiye geçiş döneminin çok paylaşımlı ortamlara taşınmasının simgesi olmuşlar, dünya ülkelerini bir araya getirerek ülkelerin kültürden, üretimden ve teknolojiden kaynaklanan politik güçlerini sergiledikleri bir etkinliğe dönüşmüşlerdir. Yeni kavramlar ve söylemler ilk kez fuarlarda tanıtılmış, ortaya konan inovatif fikirler dünyaya hâkim olan yeni bir bakış açısının yayılmasına sebep olmuştur. Her alanda yeni teknikler denenmiş, yeni mimari stiller ve yapım sistemleri hakkında geliştirilen teoriler pratiğe uygulanmış, sergilemelerde geleceğin teknolojisine, mimarisine, sanatına ilişkin ütopya hakkında görsellikler sunulmuştur. Böylece Dünya Fuarları düzenlendikleri dönemi yansıtmakla kalmayıp geleceğin dünyasını yaratan ve ona ait görsel şovlar sunan mekânsal organizasyonlar olmuşlardır [129].

Bu süreçte gelişen teknoloji ve inovasyona dayalı birçok yeni fikir ve buluş dünyaya ilk kez Dünya Fuarları'nda tanıtılmıştır. Geleceğin bilim ve teknolojisi hakkında fikir veren bu sergiler; yeni buluşları teşvik etmiş ve yeni malzemelerin dünyaya yayılmasını sağlamıştır. Örneğin 1851 Londra fuarında Paxton'un "Crystal Palace"ı, yıllarca camın mimarideki kullanımında öncülüğünü sürdürmüştür. 1958 Brüksel Expo'daki Atomium, 1967 Montreal Expo'da Buckminster Fuller'in jeodezik kubbesi, Osaka Expo 70'te Kenzo Tange'nin çelik borularla

gerçekleştirilen festival meydanı, aynı fuarda Davis-Chermayef'in pnömatik membranlı ve olağanüstü açıklıklı Amerika pavyonu, 2000 Hannover Expo'daki Japon Pavyonu gibi pek çok örnek çağımız mimarlığını yapı teknolojisine getirdikleri yenilikler bakımından etkilemişlerdir [127].

Günümüzde Dünya Fuarları; teknoloji, inovasyon ve doğaya uyum gibi evrensel konuları hedef alarak çığır açıcı teknolojiler üzerinden yeni fikirlerin doğmasını sağlarken ülkeleri temsil eden ulusal pavyonlar ise gelişen teknolojiyi insanın dünyaya bakışını değiştirmek için kullanmaktadır. Bu konuda başarılı pavyonlarda teknolojinin mimari tasarımla birlikte estetik bir imgeye dönüştüğü görülmektedir.

Türkiye'nin katıldığı Dünya Fuarları'nda yer alan diğer ülkelere ait ulusal pavyonların mimari tasarımında, 'teknoloji ve inovasyon sorunu'nun etkileri incelendiğinde;

1939 New York Fuarı'nda daha önce belirtildiği gibi 'Geleceğin Dünyasını Kurmak' temasına uygun olarak dönemin en son teknolojisini göstermek üzere fütürist bir bakış açısıyla tasarlanan fuar alanı ve yapılarının aksine, ulusal pavyonların büyük bir bölümü klasist mimari üsluplar etkisindedir. Teknolojik açıdan en gelişmiş güçler olan SSCB ve ABD pavyonlarında bile, iç mekân sergilerinde ülkelerin teknolojik gelişmelerine yer verilirken pavyonların mimari tasarımı teknoloji ve inovasyon konularından uzakta, totaliter ve tarihselci etkiler altındadır.



Şekil 4.5 1939-40 New York Fuarı SSCB Pavyonunda Teknoloji Sergileri

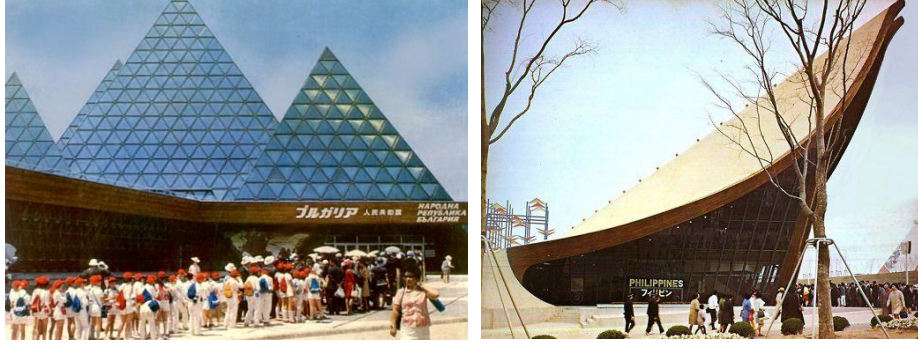
Bu çerçevede fuardaki klasist eğilimli anıtsal pavyonlardan, Modernizm etkisinde çağın yapı teknolojisini ve yenilikçi bakış açılarını kullanması ile ayrılan **Fransa** Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımında 'teknoloji ve inovasyon sorunu'nun etkileri hissedilmektedir. Pavyon geniş açıklıklı cam cepheler ve konsollar ile yapı

teknolojisinin o dönemki imkânlarını daha fazla zorlamıştır. Ancak bu yapıda da teknoloji ve inovasyon konularındaki gelişmelerin değil, ülke tanıtımına yönelik ürünler ve sanat eserlerinin sergilendiği görülmektedir.

1958 Brüksel Dünya Fuarı'nda modernleşme teması bir ütopya modeli üzerinden önceden planlanmış; çağın bilim ve teknoloji açısından büyüleyiciliği, yeni keşifler ve teknolojik ilerlemeye ev sahipliği yapan ulusal pavyonlar aracılığıyla gösterilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla katılımcı ülkelerin çoğu fütüristik meseleleri içinde barındıracak bir gündem sunmaya çalışmıştır. Örnek olarak ABD Pavyonu, Amerikan yaşam tarzını temsil eden yeni teknoloji etkinliklerine ev sahipliği yaparken Sovyetler uzay araçlarının sergilenmesi gibi etkinliklerle fuarı bilimsel ilerlemelerde üstünlüğünü gösterme fırsatı olarak kullanmıştır. İki süper gücün pavyonları Soğuk Savaş döneminin uzay teknolojisi rekabetini ortaya koymaktadır.

Teknolojik ilerlemeye duyulan iyimser heyecan içerisinde, fuarda yer alan ulusal pavyonların mimarisi ağırlıklı olarak modernizm etkisi altındayken katılımcı ülkeler teknolojik gelişmelerini de önceki fuarlara göre daha büyük bir istekle sergilemeye çalışmıştır. Pavyonlar, günlük hayattaki yerini göstermek için teknolojiyi küçültmelerden, önemini anlatmak için bir şova dönüştürmelere kadar çeşitlilik göstermektedir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere, Norveç** ve **SSCB** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'teknoloji ve inovasyon sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

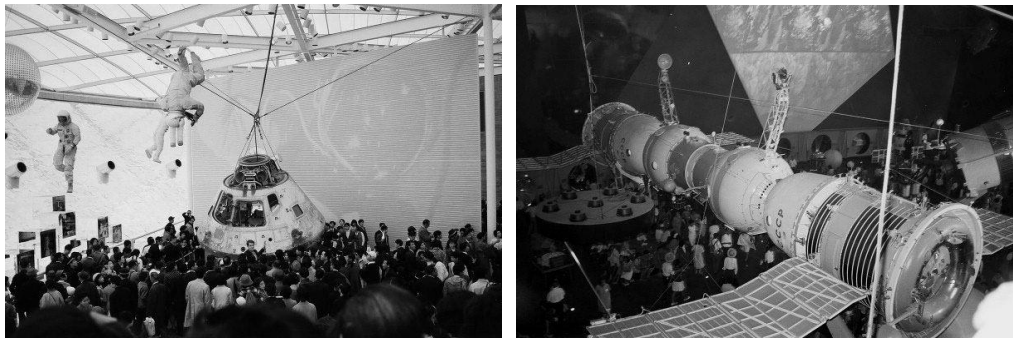
1970 Osaka Dünya Fuarı'nda bilim, teknoloji ve sanat alanlarındaki sinerjilerin modern kent yaşamını nasıl insanileştirebileceğini göstermek amacıyla fuar alanı 'geleceğin şehri' teması ile tasarlanmış, dönemi için çok farklı ve yenilikçi olan strüktürler ilk defa bu fuarda kullanım olanağı bulmuştur. Bu ortamda ulusal pavyonların genel mimari karakterini de gelişen yapı teknolojisi ile bağlantılı olarak yeni strüktürel denemeler oluşturmaktadır. İç mekân sergilemelerinde ise robot ve bilgisayar teknolojisinin desteğiyle yaratılan ortamlar teknolojik gelişmelere vurgu yapmaktadır. 1970 Fuarı bu açıdan, 'teknoloji ve inovasyon sorunu'nun ulusal pavyon tasarımlarını en fazla etkilediği fuardır. Daha önceki ve sonraki fuarlarda geleneksel referanslarla temsil edilen ülkeler bile teknolojik vurgunun öne çıktığı bu fuar atmosferine uyum sağlamaya çalışmıştır.



Şekil 4.6 1970 Osaka Dünya Fuarı Bulgaristan-Filipinler Ulusal Pavyonları

Yapı teknolojisinin o günkü imkânlarının zorlandığı strüktürler dünya mimarlığının gelişmesine ve zenginleşmesine katkıda bulunmuştur. Fuar, Soğuk Savaş döneminde teknoloji üzerinden kurulan güç gösterisinin bir göstergesi olarak da değerlendirilmektedir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Batı Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İsviçre, İtalya, Japonya, Kanada ve SSCB** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'teknoloji ve inovasyon sorunu'nun etkileri yoğun olarak hissedilmektedir.

1970 Fuarı ileri teknoloji entegrasyonu, sürükleyici multimedya ortamları ve dikkat çekici mimarisi sayesinde fuar alanının geleceğin toplumu için bir simülasyon alanı olarak yansıtmaktadır. Ulusal pavyonların birçoğu, mimaride ve sergileme seçimlerinde ütopyacı gelecek düşüncesi içerisinde geleceğin toplumunun ortaya çıkması konusuna büyük önem vermiştir. Bir uzay kolonisini anımsatan Amerikan Pavyonu ile uzaya fırlatılmış bir roketi sembolize eden Sovyet Pavyonu; içerdikleri uzay teknolojisi ve ay seyahati temalı sergilerde, gerçek boyutlu uzay aracı modelleri kullanarak uzayın keşfini ve gelecekte beklenen gelişmeleri haber vermektedir.



Şekil 4.7 1970 Osaka Fuarı ABD Ulusal Pavyonu & SSCB Ulusal Pavyonu

1992 Sevilla Dünya Fuarı'nda modern mimarlık ve High-Tech (yapı kabuğu ve biçimi ile kendi enerjisini oluşturan, kaynak korunumu sağlayan, az bakım onarım gerektiren yapı malzemeleri kullanan, ileri teknoloji içeren yapılar) olarak tanımlanan mimari anlayış ulusal pavyonların bir bölümüne genel karakterini vermektedir. Kültür ve teknolojinin bir arada yorumlandığı pavyonlarda ülkeler keşif ve buluşları ile gelecekte beklenenleri yoğun bir multimedya kullanımı ile sergilemeye çalışmıştır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere, Kanada** ve **SSCB** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'teknoloji ve inovasyon sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

Fuarda gelişmiş Batılı ülkelere ait pavyon cephelerinde su perdeleri, hareketli güneş kırıcılar ile doğal iklimlendirme ve güneş panelleri ile enerji üretimi gibi sürdürülebilir teknolojilerin kullanımı dikkat çekmektedir. Bu enerji etkin yapı örnekleri ile geleneksel olarak teknoloji-işlevsellik-estetik ve ekonomi olarak tanımlanan mimari tasarım ölçütleri, doğa-çevre-enerji ve konfor konularını da kapsayacak biçimde genişlemektedir. Teknoloji, mimari tasarım sürecinde etkin rol oynayarak; çevre verilerine uygun, alternatif enerji kaynaklarını kullanan, az enerji harcayan veya yapı kabuğu, biçimi ve konumu ile kullanacağı enerjiyi üreten, kaynak korunumu sağlayan binalar ortaya koymaktadır.

2000 Hannover Dünya Fuarı'nda ulusal pavyonların tasarımında hâkim olan anlayış doğa ve teknoloji birlikteliğidir. Bu bağlamda bazı pavyonlar 21. yüzyıl için enerji kaynaklarının ve doğal dengenin korunması gibi sürdürülebilir yaklaşımları, mimariye hem kavramsal boyutta hem de uygulamada entegre ederek sunmaktadır. Teknoloji kullanımı daha çok doğaya uyumu vurgulayacak biçimde yapılmıştır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Almanya, Hollanda, İrlanda** ve **Japonya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'teknoloji ve inovasyon sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

2010 Şangay Dünya Fuarı'nda ulusal pavyon tasarımlarının önemli bir bölümü, inovasyon ve teknolojiyi kullanarak insanlık ve doğa arasındaki bağı sembolize etme amacını taşımaktadır. Bilgisayar destekli tasarım ve üretim teknolojilerinin avantajlarını kullanan gelişmiş ülkelere ait ulusal pavyonlar sıradışı formları ve yenilikçi malzeme seçimleri ile geleceği simgelemektedir. Çevre dostu, geri

dönüşümlü malzemelerin ve sürdürülebilir teknolojilerin kullanıldığı pavyonlarda ise sürdürülebilir ve yaratıcı bir gelecek için doğa ve teknolojinin birlikteliği vurgulanmaktadır. Akıllı aydınlatma ve yeni görsel-işitsel sistemlerin kullanıldığı sergilerde iletişim teknolojisinin olanakları ile farklı alanlardaki inovasyon ve teknik atılımlar anlatılmaktadır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Almanya, Fransa, İngiltere, İrlanda, İspanya, İsviçre ve Japonya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'teknoloji ve inovasyon sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

2015 Milano Dünya Fuarı'nda pasif iklimlendirme, enerji verimliliğine yönelik teknolojiler ve sürdürülebilir/geri dönüştürülmüş malzeme kullanımı, tema eksenince pavyonların mimarilerinde yoğun olarak irdelenen konulardır. Ülkelerin bir bölümü temayla ilgili yeni teknolojilerini, araştırmalarını ve gıda politikalarını paylaşmak, dünyanın beslenme konusundaki problemlerine bir değer üreterek katkı sağlamak amacıyla mimarlığın disiplinlerarası, eleştirel ve özgün kuramsal yapısını farklı bir mimari söylem ve farklı bir teknolojik estetikle ortaya koymaya çalışmıştır. Sergileme ve deneyimleme biçiminin önem kazandığı bu pavyonlarda mimarinin çeşitli bilgi alanlarını nasıl buluşturduğu, deneyimleme sürecini nasıl inşa ettiği ve düşünceyi nasıl temsil ettiği önemlidir. Temsil edilen düşüncenin inşası yalnızca mimarinin değil, teknolojinin de ürünüdür. Bu bağlamda teknoloji hem tasarım sürecinde hem de sergileme sürecinde başarılı pavyonları özgün kılan önemli ve etkin bir araç olmuştur. Temsil gücü, mimari söylemi ve yaratıcı teknolojileriyle öne çıkan pavyonlarda ziyaretçiyi ilgi çekici bir yolculuğa davet eden interaktif sergilerin sunulduğu görülmektedir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Almanya, Çin, İngiltere ve İtalya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'teknoloji ve inovasyon sorunu'nun etkileri hissedilmektedir.

Özetle, tez kapsamında incelenen fuarlardan; 1939-40 Fuarı'nda dönemin politik koşullarına bağlı yaklaşımların baskınlığı nedeniyle ulusal pavyonların mimari tasarımında 'teknoloji ve inovasyon sorunu'nun etkisinin yok denecek kadar az olduğu görülmektedir. 1958 Fuarı'nda savaş sonrası teknolojiye iyimser bakış ve yapı teknolojisindeki gelişmelere bağlı olarak pavyon tasarımlarında teknoloji ve inovatif fikirlerin etkisi artmıştır. Strüktürel denemeler ve yeni malzemelerin kullanımı ile biçimlenen ulusal pavyonlarda iç mekân sergileri de teknolojik

başarıları vurgulama amacı taşımaktadır. 1970 Fuarı dönemin teknolojik gelişmeleri ve egemen güçler arasındaki uzay yarışı paralelinde ulusal pavyonların mimari tasarımında teknolojik vurgunun en çok hissedildiği fuar olmuştur. Megastrüktür hareketi ve uzay yolculuğu temasına bağlı tekno-ütopyalar ulusal pavyonların önemli bir bölümünün genel karakterini ve sergilerini biçimlendirmektedir. 1992 Fuarı'nda dönemin High-Tech mimari akımının etkileri ve fuarın kurulduğu şehrin iklim koşullarına bağlı olarak sürdürülebilir teknolojiler ulusal pavyonlara genel karakterini vermektedir. İç mekân sergilerinde de multimedya teknolojisinin yoğun kullanımı söz konusudur. 2000 Fuarı'nda doğa ve teknoloji birlikteliği konsepti çerçevesinde ulusal pavyonlar, sürdürülebilir teknolojilerin sadece mimaride kullanımı ile değil tasarıma kavramsal boyutta entegrasyonu ile biçimlenmektedir. 2010 Fuarı'nda gelişen dijital tasarım ve üretim teknolojileri sayesinde ortaya konan fütüristik biçimler ulusal pavyonların tasarımında yüksek teknoloji vurgusunu ön plana çıkartmaktadır. 2015 Fuarı'nda ise enerji verimliliğine yönelik teknolojilerin bir söylem çerçevesinde ve yaratıcı bir şekilde kullanımı ile tasarlanmış ulusal pavyonlar dikkat çekmektedir. Teknoloji, anıtsal fütüristik biçimler ortaya koymak yerine daha çok temaya yönelik bir katkı sunmak için kullanılmaktadır.

'Teknoloji ve inovasyon sorunu'nun tez kapsamında incelenen ulusal pavyonların mimari tasarımlarına etkileri, ülkeler ve fuarlar bazında Tablo 6.1 - 6.15 üzerinde görülmektedir.

4.6 Turistik Tanıtım Amacı

Turizm, dinlenmek, eğlenmek, görmek ve tanımak gibi amaçlarla yapılan geziler ve bir ülkeye veya bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümüdür. Turistik gezi, insanların sadece bir yerden bir yere gitmesi değil kültürel, ekonomik ve toplumsal olarak da iletişim içinde olmalarıdır. Turizmin tanımlanmasında, sıradan, tanıdık, rutin olanın dışındaki deneyimler her zaman öne çıkarılır.

Mimari mekanın üretimi üzerine, Fransız sosyolog ve felsefeci Henri Lefebvre, kişinin gerçek düzeninden koparak, yeni bir kimlik geliştirmesinin önce hayal ve

fantazilerden daha sonra da toplumsal gerçekliklerin dayatmalarından meydana geldiğini, ifade eder. Buna göre bireylerin, turist olgusuna bağlı 'yabancı olma' durumunu kabul ederek, bireysel atmosferlerinden ayrılması, 'turist' mekanlarının üretimine sebep olmaktadır [149].

Küreselleşme ile birlikte turizm dünyadaki en önemli sektörlerden biri haline gelmiştir. Ekonomiye olumlu etkisi, milli gelire olan katkısı, istihdam sağlaması ve büyük bir tanıtım aracı olmasından dolayı, turizmin artan potansiyeli ülkeler tarafından değerlendirilmek istenmektedir. Bu süreçte bazı kentler, dünyada gündeme gelmek ve turizmden daha büyük pay alabilmek için kültürel, akademik, spor etkinlikleri gibi faaliyetleri çekici hale getirerek, bunların sağladığı tanıtım, pazarlama ve yatırım avantajlarından faydalanmaktadır. Mimarlık ise, kentsel gelişim stratejilerinin bir parçası olarak kentlerin turizme yönelik pazarlanmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Mimarlık ve turizm günümüzde oldukça kapsamlı bir ilişki içindedir. Turizme hizmet eden yapılar önemli bir üretim ve tasarım alanını oluşturur. Ancak mimarlık ve turizm ilişkisinin bir yönü daha vardır. "Mimarlık turizmi" olarak adlandırılabilir bu ikinci boyut, dünyadaki turizm hareketi içinde önemli bir yer tutar. Pek çok gelişmiş ülkenin turizm potansiyelinin büyük bir bölümü mimarlık ürünlerine yöneliktir. Bu nedenle mimarlık, kentlerin turizm programlarının önemli ve değişmez bir alanıdır. Sunulan ürünler, çekim yaratan tarihi eserler kadar, güncel ve çağdaş yapılardan da oluşur. Mimarlık turizminin bir diğer önemli ayağını da mimarlıkla ilgili etkinlikler oluşturmaktadır [150].

Günümüzde turizmde pay sahibi olmak isteyen ülke ve kentlerin bünyelerinde düzenlemek için yarıştıkları etkinliklerden bir tanesi Dünya Fuarları'dır. Bu etkinlikler ilk düzenlendikleri dönemde, farklı ülke ve kültürlerle ait mimari öğeleri toplayıp onları zaman ve mekândan kopararak yeni bir turizm türünü ortaya çıkarmıştır. Fuarlardaki mimari sergiler açık hava müzelerinin ve kentsel tasarımın geniş ölçekteki ilk örneklerini oluşturmuştur.

Dünya Fuarları'nda sergilenen ülkeler, ziyaretçilerin fuar boyunca "seyahat ettikleri" yerlerdir. Ziyaretçi deneyiminin önemli bir kısmı, ulus-devletlerin tüm coğrafyalarını tek bir yapıya sıkıştırma biçimiyle ilgilidir. Jules Verne'in 80 Günde

Devri Alem kitabı gibi, fuarlar bir günde, bir anda, anlık bir görüntüyle tüketilebilecek bir deneyim yaratmaktadır. Bu nedenle, Dünya Fuarları'nın ardındaki tasarım ve planlama dinamikleri, hiçbir yere gitmeden seyahat etme hissi ve aynı anda pek çok yere gitmenin deneyimini kapsamaktadır [151].

Dünyada turizm olgusunun ortaya çıkışına paralel olarak, erken dönem Dünya Fuarları'nda farklı ülkelerdeki hayatı birebir fuara taşıyarak imgelerini yaratmak yaygın bir yaklaşım haline gelmiştir. Özellikle 20. yüzyıl başlarına kadar; Batı-dışı ülkelerin ve kolonilerin, egzotik Doğu'nun mimarisini, yaşam tarzını sergi alanlarına taşımak, her sergide farklı kültürlerin yer aldığı bir mikorevren yaratmak, minyatür yapılar ve replikalara yer vermek Dünya Fuarları'nın hedeflerindendir. Bu anlamda 1893 Columbia Fuarı'nda Mısır'dan gelen özgün yapı malzemesi ile süslenen cephelerin, dükkanlarda Mısırlı zanaatkarların, eşekler üzerinde gezdirilen turistlerin ve dansözlerin yer aldığı Kahire Sokağı; 1929 Barcelona Fuarı'nda kurulan İspanyol Köyü; 1904 St.Louis Fuarı'nda içinde Eskimo Köyü, Mısır Çarşısı, Elhamra Sarayı, İrlanda şatoları gibi dünyanın değişik köşelerinden manzaralar sunan "The Pike" adlı eğlence parkı turizm mimarisinin erken dönem fuarlardaki önemli örnekleridir [129].



Şekil 4.8 1893 Columbia Kahire Sokağı & 1929 Barcelona İspanyol Köyü



Şekil 4.9 1904 St. Louis Dünya Fuarı "The Pike"

Dünya Fuarları'nın düzenlendikleri kente en büyük katkıları da turizm açısından olmaktadır. Fuarın düzenlendiği şehir bir turizm merkezi haline gelmekte, ülke büyük bir turizm gelirine kavuşurken dünya çapında tanıtım yapma fırsatı bulmaktadır. Ev sahibi ülkenin de uluslararası arenada tanıtımı gerçekleştirilmiş olduğu için; potansiyel yatırımcılar ve turistlerin ülkeyi ziyareti ve tanınması ilerleyen dönemlerde de ülke ekonomisine büyük katkılar sağlamaktadır. Uzun vadeli kredilerle inşa edilen fuar alanları fuar sonrasında da değerlendirilmekte; fuar yapıları müze, hastane, eğitim vb. amaçlı yapılar olarak, fuar alanları ise park, teknopark vb. amaçlarla uzun süre kullanılabilir. Dünya Fuarları'nın tarihinde bu organizasyon nedeniyle önemli kazançlar sağlayan, çağdaş bir görünüme kavuşan, yenilenen birçok kent bulunmaktadır. Fuarlara ev sahipliği yapan bölgeler kültürel bir merkez olmakla kalmamış, sosyoekonomik, kültürel ve turistik açıdan kalkınmıştır. Ayrıca fuar için inşa edilen Paris'te Eyfel Kulesi, Brüksel'de Atomium, Montreal'de Habitat vb. dikkat çekici sembol yapılar uzun yıllar boyunca o kente sürekli turist çekilmesini sağlamaktadır.

Dünya Fuarları'nda ülkeler tarafından yaratılan ve fuar süresince maddi olarak desteklenen ulusal pavyonlar ise, ülkelerin kendilerini sunmak istediği pozisyona ilişkin güçlü bir algı oluşturma amacını taşımaktadır. 19. yüzyıl Dünya Fuarlarında ülkelerin kültürel tanıtımına yönelik yapılan etkinlik ve sergiler 20. yüzyılda turizmin gelişen bir sektör haline gelmesi ile giderek turistik tanıtıma dönüşmüştür. Fuarların turizm kazançları açısından potansiyeli oldukça yüksek olduğu için ülkeler, ulusal pavyonlarının tasarımında ve bünyesindeki sergilerde turistik tanıtım amacını bir tasarım yaklaşımı olarak çoğunlukla kullanırlar. Ülkenin yeme-içme kültürünü tanıtan tematik restoranlar, hediyeelik eşya dükkanları, bilgilendirme ve seyahat satışı yapılan turizm büroları, ülkeyi anlatan sergiler, film gösterimleri ve tanıtım kitapçıkları hemen hemen tüm ulusal pavyonlarda kullanılan turistik tanıtım araçlarıdır. Bu açıdan ulusal pavyon konseptinde turistik tanıtımın en önemli amaçlardan biri olduğu söylenebilir.

Günümüzde Dünya Fuarlarında ulusal pavyon tasarımlarında kullanılan interaktif deneyimler gibi turizm stratejileri, karmaşık bir imgeler sistemi aracılığıyla sunulan "ulus markası"nı ziyaretçilerin aklına adeta kazımaktadır. Ulusal

pavyonların fuarlardaki rekabetçi konumu, ulusal kültürün bir parçası haline gelerek, tasarımcılar ve planlamacılar tarafından turist deneyimi algısı altında bir markaya dönüştürülmektedir. Ulusal markalaşma ve turizm birlikte, Dünya Fuarlarının düzenlenme bağlamının doğru şekilde kullanılmasını sağlamaktadır.

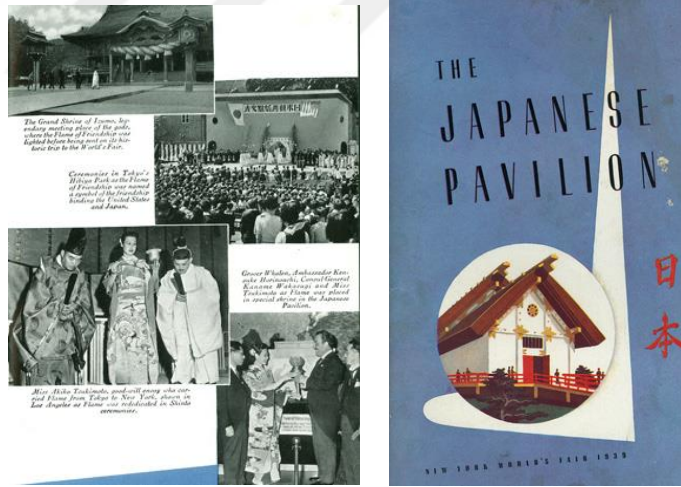
Ancak doğrudan yapılan turistik pazarlamaya yönelik etkinlikler ve sergilemeler bazı örneklerde fuarın amacından ve temasından uzaklaşarak bir turizm fuarına indirgenmesine ve pavyonun bir turistik tanıtım standına dönüşmesine neden olmaktadır. Özellikle yakın dönem Dünya Fuarlarında mimari açıdan başarılı kabul edilen ve fuar temasına katkı sağlayabilen ulusal pavyonlar ise ait oldukları ülkenin seçilen değerlerini metaforik yaklaşımlar içerisinde kullanarak, dolaylı yoldan bir turistik tanıtım yapmayı amaçlamaktadır. Bu örneklerde sergilenen nesnelerin azaldığı ya da tamamen ortadan kalktığı, pavyonlarda turistik satış ve yeme-içme etkinliklerinin yer almadığı görülmektedir.

Türkiye'nin katıldığı Dünya Fuarlarında yer alan diğer ülkelere ait ulusal pavyonların mimari tasarımında, 'turistik tanıtım amacı'nın etkileri incelendiğinde; 1939 New York Dünya Fuarı'nda, büyük bölümü dönemin totaliter rejimlerinin etkisi altında tarihselci ve gelenekselci eğilimlerle biçimlenmiş olan ulusal pavyonlarda kültür ve gelenek tanıtımına yönelik sergi, dans, müzik ve beslenme gibi etkinliklere geniş yer verilmiştir. Örnek olarak, fuar resmi kılavuzundaki tanıtım metinlerine göre turistik tanıtıma en fazla önem veren ülkelerden Fransa Pavyonu'nun bir katı tamamen ülkenin doğal güzelliklerini anlatmaya adanmıştır. SSCB Pavyonu'nda Kızıl Ordu Topluluğu'nun performansları için özel bir yer ayrılmıştır. Norveç ise kış sporlarını tanıtmak için özel sergi düzenlemiş ve ülke tanıtım kitapçığında ülkenin diğer turistik yerleri ile birlikte kış sporlarının tanıtımına geniş yer vermiştir. Pavyonların bünyesinde ülkelerin yeme-içme kültürünü tanıtmaya yönelik temalı restoranlar zaten yaygındır. İtalya bunu bir adım öteye taşıyarak pavyonuna bir gece kulübü yerleştirmiştir. Ancak tüm bu etkinlikler üzerinden yapılan turistik tanıtım pavyonların mimari tasarımını doğrudan biçimlendiren bir yaklaşım değildir. Bu çerçevede fuarda incelenen pavyonlardan **Finlandiya, İsviçre ve Japonya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'turistik tanıtım amacı'nın etkileri daha fazla hissedilmektedir.



Şekil 4.10 1939 Norveç Pavyonu Kitapçığı & İtalya Pavyonu Kartpostali

Ülke tanıtımına yönelik fotoğraflar ve ürünlerin sergilendiği bir iç mekan düzenlemesi olan Finlandiya Pavyonu turistik tanıtım odaklı bir sergileme örneğidir. Kültürel etkinliklere geniş yer verilecek biçimde planlanmış olan Japonya Pavyonu ise geleneksel bir ev görünümü taşımaktadır. Pavyon tasarımındaki bu tavrın; turistik tanıtım amacı kadar ulusal kimliğin o dönemdeki mimari temsili ile de ilişkili olduğu düşünülmektedir.



Şekil 4.11 1939-40 New York Fuarı Japonya Pavyonu Tanıtım Kitapçığı

1958 Brüksel Dünya Fuarı'nda ulusal pavyonların büyük bölümü fuarın ilerleme ile ilgili teması, dünya mimarlık ortamında yaygın hale gelen 'Uluslararası Stil' ve savaş sonrası teknolojik ilerlemeye inanç ekseninde biçimlenmiştir. Bu nedenle turistik tanıtım amacı ulusal pavyonların mimari tasarımında baskın bir unsur değildir. Diğer yandan Üçüncü Dünya Ülkeleri ve Uzakdoğu Ülkeleri fuarın genel

karakterinin aksine geleneksel referanslarla kurgulanmış pavyonları tercih etmişlerdir. Bu tercihin de turistik tanıtım amacından ziyade ulusal kimlik temsili ile ilgili olduğu düşünülmektedir.

Fuar resmi kılavuzunda ulusal pavyonları betimleyen metinlerde pavyon içerisinde turistik tanıtımı ön plana çıkaran ülkeler ayırt edilebilmektedir. Pavyonların iç mekan kurgusunda ülkelerin tanıtımına yönelik anlayış ilk dönem Dünya Fuarları'ndan çok farklı değildir. Örnek olarak Alman pavyonunda bir bira fabrikası canlandırması ve pub görmek mümkündür. Hollanda pavyonunda deniz aşırı kolonilerin tanıtımı, küçük bir kasaba maketi, fenerler, simule edilmiş dalgalar, "Küçük Hollanda" gibi öğeler, İspanya pavyonunda fiesta ve boğa güreşleri gibi ülkeye has etkinlikleri tanıtan sergiler, Finlandiya pavyonunda sauna ile su ve buz ülkesi olarak tanımlanan ülkenin doğal güzelliklerin tanıtımı, Kanada pavyonunda ülkenin farklı eyaletlerini temsil eden gençlerin geleneksel kıyafetler içinde tanıtım yapması turistik tanıtım etkinlikleridir. Fransa ise turizme verdiği önemi ulusal pavyonu dışında Paris için bağımsız bir pavyon inşa ederek göstermiştir. Ancak tüm bu etkinlikler pavyonların mimari tasarımını biçimlendiren unsurlar değildir. Bu çerçevede fuarda incelenen pavyonlardan **İsviçre, İtalya ve Japonya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'turistik tanıtım amacı'nın etkileri daha fazla hissedilmektedir.

Ülkedeki bir dağ kasabasını sembolize eden pavyonunda İtalya kendini turizm açısından "mükemmellik ülkesi" olarak sunarak geleneklerini ve ülkenin renkli atmosferini ortaya koymak istemiştir. Ülkenin göllerini sembolize eden bir havuzun etrafındaki kütlelerden oluşan İsviçre Pavyonu ise ülkeyi bir turizm ve tatil merkezi olarak tanımlayarak turistik tesislerini tanıtmaktadır. Japonya Pavyonu ise soyut tarihsel referanslarla geleneksel kimliği ortaya koyarak mimaride kültürel tanıtımı ön plana çıkarmıştır.

1970 Osaka Dünya Fuarı'nda ulusal pavyonların genel mimari karakterini strüktürel denemeler ve dönemin "uzay çağı" kavramı etkisindeki fütüristik biçimler oluşturmaktadır. Gelişmiş ülkeler dönemin gelecek ütopyları eşliğinde teknolojik başarılarını sunma yarışındadır. Bu ortamda turistik tanıtım amacı ulusal pavyonların mimari tasarımında baskın bir unsur değildir. Bu genel

atmosferin dışında Üçüncü Dünya Ülkeleri ve Uzakdoğu Ülkeleri'ne ait ulusal pavyonlar yine geleneksel referanslar taşımaktadır. Ancak bu tutumun turistik tanıtımdan çok kimlik temsili ve zamanın ruhunu yakalayamamakla ilgili olduğu düşünülmektedir. Gelişmiş ülkelerin pavyonlarında ise gelişen görüntü ve ses teknolojisinin kullanımına bağlı olarak turistik tanıtımın önceki fuarlardan farklı şekilde, maketler ve büyük resimler yerine üç boyutlu ve sesli film gösterimleri üzerinden yapıldığı görülmektedir.



Şekil 4.12 1970 Osaka Fuarı ABD Ulusal Pavyonu & SSCB Ulusal Pavyonu

İç mekanda turistik tanıtım amacıyla yapılan uygulamalarla öne çıkan ülkelere İtalya Pavyonu'na gelen ziyaretçiler, şehrin üzerinde helikopterle uçuş izlenimi veren bir film tekniği sayesinde ülkeyi tanımaktadır. Hollanda Pavyonu'nda aynı anda birkaç filmi gösteren yeni bir "çok ekranlı" teknik kullanılmış ve ziyaretçilere ülkede yaşıyor olma izlenimi verilmiştir. Ekranlarda gösterilen belgeseller ve ülke müziğine ek olarak "bilgi birimleri" adlı cihazlar, ziyaretçilerin kendi kullandığı tanıtım araçlarıdır. İngiliz Pavyonu'nda ülkenin doğal güzelliklerinin tanıtıldığı bir galeri yer almaktadır. Sovyet Pavyonu'nda halk şarkıları, müzik ve dansların sunulduğu bir konser salonu vardır. Pavyonun restoranında ise birliği oluşturan farklı halklara ait yerel yemekler servis edilmektedir. Almanya Pavyonu'nda projeksiyon tekniği ile ülkenin tüm bölgelerini keşfetmek, eski ve yeni mimariyi tanımak mümkündür. Fransa Pavyonu'nda ise Paris şehri turistik tanıtım amaçlı özel bir bölümde temsil edilmiştir. Ancak turistik tanıtıma yönelik bu iç mekan düzenlemeleri pavyonların genel mimari karakterine etki eden unsurlar değildir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan sadece **Çin** ve **İrlanda** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'turistik tanıtım amacı'nın etkileri hissedilmektedir.

1992 Sevilla Dünya Fuarı'nda high tech ve ekolojik mimarlık kriterlerine uygun inşa edilmiş ulusal pavyonlar ön plandadır. Ayrıca fuarın genel mimari karakterinden uzak, geleneksel-tarihsel referanslarla tasarlanmış ulusal pavyonların da oldukça fazla olduğu görülmektedir. Ancak önceki fuarlardan farklı olarak bunlar yerel mimari örnekleri veya tarihi görünümlü yapılar değil; çağdaş yapı malzemeleri (cam, alüminyum giydirme cephe vb.) ile inşa edilmiş kütlelere tarihsel elemanların yapıştırılması ile elde edilmiş 'kitsch' olarak tanımlanabilecek uygulamalardır. Bu açıdan kimlik temsilinden çok turistik tanıtım amacına hizmet etmek üzere tasarlandıkları düşünülmektedir.



Şekil 4.13 1992 Endonezya, Filipinler, Tayland, Singapur, Fas, Malezya Pavyonları

Resmi fuar kılavuzuna göre 1992 fuarında turistik tanıtıma önem veren ülkelerden Kanada özellikle Britanya Kolumbiyası eyaletinin turistik tanıtımını ön plana çıkarmış ve bu konudaki sergileri görsel-işitsel araçlar ve optik illüzyonlarla desteklemiştir. İspanya, küresel projeksiyon sistemine dayanan ve görüntülerle senkronize edilmiş hareketli koltuklara sahip sinema salonunda üç boyutlu gözlüklerle ülke atmosferini canlandırmıştır. Fransa çağdaş moda tasarımcılarının ürünlerinin satıldığı bir butik ve Fransız moda günü etkinlikleri ile tanıtımını desteklemiştir. Japonya Pavyonunun çok sayıda tarihi obje içeren sergi salonlarında bir 16. yüzyıl kalesi dekoru oluşturulmuştur. Norveç Pavyonunda ise

Viking gemileri sergilenmiş ve yerel danslar sunulmuştur. Ancak turistik tanıtıma yönelik bu iç mekan düzenlemeleri ve etkinlikler pavyonların genel mimari karakterine etki eden unsurlar değildir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan sadece **ABD** ve **Çin** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'turistik tanıtım amacı'nın etkileri hissedilmektedir.

Önceki fuarlarda teknoloji vurgusu içeren pavyonlarla yer alan ABD, bu kez mimaride turistik tanıtımı ön plana çıkaran bir yapıyla fuara katılmıştır. Yapının merkezinde eğlence ve spor gösterileri için ayrılmış bir sahne ve spor alanı vardır. Yeni malzemeler kullanılarak inşa edilen bir yapının önüne yerleştirilmiş geleneksel referanslı bir girişe sahip Çin Pavyonu'nda ise el sanatlarının canlı gösterimi ve "cyclorama" filmle ülke tanıtımı yapılmaktadır.

2000 Hannover Dünya Fuarı'nda doğa-teknoloji birlikteliği çerçevesinde, geri-dönüşümlü malzeme kullanımı gibi ekolojik yaklaşımlar gelişmiş ülkelere ait ulusal pavyonların önemli bir bölümünün mimari karakterini belirlemektedir. Ancak 2000 Fuarı, turistik tanıtım amacının ulusal pavyonların mimari tasarımını en fazla etkilediği (inceleme kapsamındaki) fuardır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Çin, Fransa, İngiltere, İtalya, Kanada** ve **Rusya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'turistik tanıtım amacı'nın etkileri hissedilmektedir.

Çin ve Kanada, pavyonlarını doğrudan bir turistik tanıtım nesnesi olarak kullanan ülkelere örnektir. Kanada pavyon cephesine ülkenin doğal güzelliklerini simgeleyen dev bir akçaağaç yaprağı yerleştirmiş, Çin ise yapının cephesini bir Çin Seddi fotoğrafı ile kaplayarak tanıtım amaçlı bir tabela olarak değerlendirmiştir. Üzümlerini tanıtmak için bahçesinde gerçek bir bağ yetiştirilen Fransa Pavyonu, geleneksel bir İtalyan meydanını örten bir kubbe biçiminde tasarlanan İtalya Pavyonu ve ülke bayrağına ait renklerin cephesinde kullanıldığı İngiltere Pavyonu turistik tanıtım amacının etkilerinin hissedildiği diğer pavyonlardır. Fuarda ulusal pavyonların iç mekan sergilerinde de görüntü ve ses teknolojilerinden faydalanılarak yapılan turistik tanıtım ön plandadır. Örnek olarak Almanya, Fransa, İngiltere pavyonları dokunmatik bilgi ekranları aracılığıyla yapılan multimedya gösterimine uygun kurgulanmış iç mekan düzenlemeleri ile dikkat çekmektedir.

Öte yandan bu fuarda da geleneksel referanslarla tasarlanmış, ulusal kültür ve gelenek tanıtımına yönelik sergi, dans, müzik ve beslenme etkinliklerinin turistik tanıtım amacı içerisinde sunulduğu ulusal pavyonlar da oldukça fazladır. Örnek olarak çölde bir kale olarak inşa edilen BAE Pavyonu'nun içinde zanaatkarların geleneksel ürünlerini sundukları bir pazar yeri vardır. Ürdün pavyonunda ise ülkeye ait birçok tarihi ve geleneksel referanslı objenin yer ve zaman bağlamından kopuk olarak bir turistik pazar yeri biçiminde sergilendiği görülmektedir.



Şekil 4.14 2000 Hannover Dünya Fuarı BAE-Ürdün Ulusal Pavyonları

2010 Şangay Dünya Fuarı dünyada bugüne kadar düzenlenmiş en büyük Dünya Fuarı'dır. İkonik formlara sahip, teknoloji vurgusu yüksek ulusal pavyonların öne çıktığı fuarda ülkelerin en büyük amacı artan alım gücüne sahip Çinli tüketiciye ulaşmak ve sayıları milyonları bulan Çinli turistleri çekmektir. Bu amaçla ülkelerin çoğu tarihi ve kültürel değerlerini ön plana çıkarma yolunu seçmiştir. Turistik tanıtım amacı iç mekan sergilerinde etkili biçimde hissedilmekte ancak çoğunlukla mimari tasarımı etkileyen bir unsura dönüşmemektedir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Çin, Hollanda, İsviçre** ve **Rusya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'turistik tanıtım amacı'nın etkileri hissedilmektedir.

Sergilemede turistik tanıtıma önem veren ancak bunu mimari tasarıma taşımayan ülkelerden, İtalyan pavyonunun modern şeffaf cephesinin ardında ziyaretçileri bir Roma dönemi cephe replikası karşılamaktadır. Ayrıca fuar süresince pavyonda sergilenen prestij markalarının tasarım otomobillerinin satışı da yapılmıştır. Teknoloji ile öne çıkan ulusal pavyonlarda turistik tanıtımsa gelişmiş multimedya teknikleriyle yapılmaktadır. Almanya Pavyonu'ndaki interaktif bilgi ekranları ve ABD Pavyonu'ndaki 4D soylar bu açıdan öne çıkan örneklerdir.

Turistik tanıtım amacının mimariyi doğrudan etkilediği pavyonlara örnek olarak; ziyaretçilerin telesiyej benzeri bir sistemle çatıya çıkartıldığı İsviçre Pavyonu'nda bu yolculuk için 50 adet durak oluşturularak, her durakta ülkenin farklı bir özelliği tanıtılmıştır. Ayrıca iç mekanda dev ekranlar kullanılarak ülkenin turistik yerlerini tanıtan filmler gösterilmiştir. Önceki fuarlara mimari kaygılarla tasarlanmış ve deneysellik arayışları olan pavyonlarla katılan Hollanda bu kez turistik tanıtım amacının ön planda olduğu, ülkeye ait birçok mimari sembolü bir arada kullanan, eğlence parkı temalı bir pavyonla temsil edilmiştir.



Şekil 4.15 2010 İsviçre & Hollanda Ulusal Pavyonları

Fuarda ülkeye ait bazı tarihi, coğrafi veya kültürel değerlerin metaforik olarak, doğrudan mimari tasarımı belirleyen bir konsept oluşturmak amacıyla kullanılması da sık rastlanan bir tutumdur. Burada pavyonun kendisi bir imaj tasarımı şeklinde, ülkenin tanıtımını yapan bir obje haline dönüşmektedir. Ancak bu yaklaşımda dolaylı yoldan bir turistik tanıtım olduğu için turizmin mimariyi biçimlendirdiği söylenemez. Örnek olarak ülkeye özgü bir coğrafi biçimin sembolize edildiği Finlandiya pavyonunda turistik tanıtıma yönelik semboller de unutulmamıştır. Noel Baba postanesi ile ziyaretçiler, bir Noel kartı veya Noel Baba tarafından imzalanan bir mektup gönderebilmektedir.

2015 Milano Dünya Fuarı'nda birçok ülkenin pavyonlarını tema paralelinde entelektüel bakış açılarını ve geleceğe yönelik önerilerini sergileyebilecekleri bir ortam olarak değerlendirme yöntemini seçtikleri görülmektedir. Bu anlamda bazı pavyonlar ziyaretçileri temaya ilişkin düşünmeye sevk ederken, bu alandaki çalışmalarını paylaşmayı yani konuyla ilgili farkındalık yaratmayı başarmaktadır.

Böylece sadece diğer kültürleri tanımak ve eğlenmek için gelen ziyaretçilere de farklı bir deneyim ve düşünme süreci sunulmaktadır. Bu süreçte turistik tanıtım 20. yüzyıl fuarlarına göre farklı biçimde yapılmakta; pavyonlar ülkeye ait belirli motifleri veya öğeleri sergileme yönteminden tamamen uzaklaşmaktadır. Hiçbir yerel ya da tarihi referans taşımayan pavyonlar turizm odaklı sergi yapıları olmaktan çıkıp bir anlamda gelecek için temsil edilen düşüncenin inşası haline dönüşmektedir. Ancak bu bakış açılarının yanında ulusal pavyonlarına cephe kurgusundan iç mekan düzenlemesine kadar turistik bir görünüm kazandıran ülkeler de vardır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Hollanda, İsviçre ve Japonya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'turistik tanıtım amacı'nın etkileri hissedilmektedir.



Şekil 4.16 2015 İsviçre & Japonya Ulusal Pavyonları

Mimarisi endüstriyel çiftlik binalarından ilham alan ABD pavyonu Amerikan yemek kültürünü anlatmayı hedeflemektedir. Ülkenin yaz festivallerinden eğlenceli atmosferi yaratmayı deneyen Hollanda pavyonu farklı yiyecekler sunan kamyonlardan oluşmaktadır. Bu pavyonlar diğerleri ile kıyaslandığında PR unsuru olarak kalan, turizm ve yemek dışında temaya ilişkin sözü olmayan yapılardır. Dünyanın en adil süpermarketi olarak lanse edilen, ülkenin tarım politikaları ve mutfağını tanıtmayı amaçlayan silo biçimli İsviçre Pavyonu'nun mimari konsepti ve ülkenin şehirlerine özel turizm standları yapının odağında turistik tanıtım olduğunun göstergeleridir. Görüntü ve ses teknolojilerinin tanıtıcı sergi alanları oluşturmak için kullanıldığı Japonya pavyonunda ise ülkenin doğal güzellikleri ve geleneksel mimarisinin yanında Japon yemek kültürüne vurgu yapılmaktadır.

Özetle, tez kapsamında incelenen fuarlardan; 1939-40 Fuarı'nda ulusal pavyonlarda turistik etkinlikler geniş yer tutsa da ideolojik yaklaşımların hakimiyeti nedeniyle turistik tanıtım amacı mimari tasarımları biçimlendiren baskın unsur değildir. 1958 ve 1970 Fuarı'nda ağırlıklı olarak mimari kaygılar, strüktürel denemeler ve teknoloji vurgusu ile biçimlenen ulusal pavyonların mimari tasarımında turistik tanıtım amacı fazla hissedilmemektedir. 1992 Fuarı'nda gelişmiş ülkelerin pavyonlarında High-Tech Mimari ve Ekolojik Mimarlık kriterleri yaygın olduğu için turistik tanıtım amacı az sayıda pavyonu etkilemektedir. Geri-dönüşümlü malzeme kullanımı ve ekolojik yaklaşımlarla biçimlenen ulusal pavyonların dikkat çektiği 2000 Fuarı, turistik tanıtım amacının ulusal pavyonların mimarisini en fazla etkilediği fuardır. ABD, Rusya, İngiltere, Fransa, İtalya, Kanada gibi güçlü devletler için ulusal pavyon mimarisi üzerinden siyasi ve teknolojik iddialaşmanın önemini yitirdiği 21. yüzyılın bu ilk fuarında, pavyonlar turistik tanıtımın ön plana çıktığı mimari açıdan özelliksiz fuar yapılarına dönüşmüştür. 2010 Fuarı'nda teknoloji vurgusu ve ikonik formlar genel mimari karakteri belirlerken iç mekanda turistik tanıtıma verilen önem artmıştır. Ancak bu ulusal pavyonların mimari tasarımına genel olarak etki eden bir durum değildir. 2015 Fuarı'nda teknolojinin yaratıcı kullanımı ve kavramsal arka plana dayalı tasarımlar ön plana çıkarken turistik tanıtım amacı ulusal pavyonların mimarisini etkileyen baskın yaklaşım değildir.

'Turistik tanıtım amacı'nın tez kapsamında incelenen ulusal pavyonların mimari tasarımlarına etkileri, ülkeler ve fuarlar bazında Tablo 6.1 - 6.15 üzerinde görülmektedir.

4.7 Politik & İdeolojik Kaygılar

Türk Dil Kurumu politika kelimesini "Devletin etkinliklerini amaç, yöntem ve içerik olarak düzenleme ve gerçekleştirme esaslarının bütünü, siyaset, siyasa" olarak tanımlamaktadır [152].

Mimarlık tarihi yazımında politika ile mimarlık stillerinin ilişkisi çoğu kez sorgulanmıştır. Mimarlık tarihçileri, belirli bir ülkede, belirli bir stilin uygulanmasını açıklayabilmek için, politika ve onunla ilgili ideoloji alanlarıyla

karşılıklı etkilenmeler olup olmadığı konusu üzerinde çok sık durmuşlardır. Politika ve mimarlık ilişkisini araştırdıklarında, özellikle diktatörlük rejimlerinde, diktatörlerin gösterişli binalar yaparak, belirli bir mimarlık stilinde yapılan binaların patronajını yüklenerek, siyasal desteklerini güçlendirmeye çalıştıklarını bulmuşlardır. Siyasi rejimlerin kendi iktidarlarını sürdürmek için mimarlıktan araçsal olarak yararlandıkları açıktır. Öte yandan bina formlarıyla ya da stilleriyle ideolojiler arasında birebir bir ilişki kurulamayacağı, benzer stillerin farklı siyasal ideolojiler tarafından benimsenebildiği de hemen farkedilmektedir [153].

Gerçekte estetik içeren, yani duyumlara hitap ederek anlam üretmeyi amaçlayan her ifade, bir başka deyişle kültürel olgu, kent, yapı, sanat vb. 'paylaşıldığı ve ortak bir angajman yarattığı' için politiktir. Politik olmakla da bir sav ve etki amaçlar; her zaman bir 'mesaj'ı vardır. Sanatsal çalışmaların politika ile ilişkisi birkaç şekilde ortaya çıkmaktadır: Egemen güce hizmet ederek, karşı gelerek, eleştirerek, ya da ilgisiz kalarak. Politik duruma ilgisiz kalmak da politik bir tavidir. Mimarlık pratiğinin ekonomik desteğe gereksinimi nedeniyle mimarlık uygulamalarında güce hizmet etmek en genel tutumdur.



Şekil 4.17 Hitler ve Speer Berlin Olimpiyat Stadyumu Maketini İncelerken

Bireylerin ya da kamusal ortaklıkların ürettiği yapılar, nadiren politik gücün uyguladığı yapılar kadar ezicidir. Devlet eliyle uygulanan yapılar ise tarihte genellikle ezici olma niteliği taşımaktadır. Özellikle kent uygulamalarında bu ezici niteliği yok etmek ve kamuya gerçekten hizmet edebilmek için kullanıcıyı tasarım sürecine dahil etmek demokratik kültürlerde bir uygulama yöntemi haline gelmiştir. Tarihsel süreç içerisinde politik ideolojinin en belirgin ifadesi kentsel biçimlendirmede görülmektedir. Örnek olarak Hitler'in Berlin'i Germania ismiyle dünyanın başkenti yapma projesi, tasarımları Albert Speer'e ait büyük yapılar ile

gerçekleşecekti. Bu amaç için Speer'in birçok konutu yıkmasına o günlerde hâlâ geçerli olan Alman kanunları engel olmuştur. Speer yalnızca Nazi ideolojisini ifade eden yapıları ile değil, Yahudilerin yakıldığı gaz odalarını da tasarlayarak politik ideolojinin en çarpıcı tasarım örneğini oluşturmuştur [154].

Kısacası ideoloji, siyaset, güç ve erk gibi kavramlar mimarlık bağlamında sıkça gündeme getirilen ve tartışılan konulardır. Bu kavramların farklı tarihsel dönemlerde mimarlık alanında somutlaşmasının izlenebileceği örneklerden biri de Dünya Fuarları'dır. Dünya Fuarları dönemlerinin sosyopolitik, ideolojik arkaplanının farklı mimari üsluplarla temsil edildiği mecralardır.

Tarihsel olarak incelendiğinde Dünya Fuarları'nın, ilk ortaya çıktıkları dönemden itibaren kendilerinden bağımsız pek çok etkene bağlı olarak sürekli değişime uğradıkları görülmektedir. Fuarlardaki bu değişimlere neden olan etkenler arasında özellikle politik alandaki kırılmalar ön plandadır. Kırılma noktaları Endüstri Devrimi, 1. ve 2. Dünya Savaşları gibi dünyayı değişime zorlayan olaylar çerçevesinde ortaya çıkmış ve fuarların niteliğini büyük ölçüde değiştirmiştir. Dünya Fuarları'nın tarihteki önemli olayların yansımaları olmaları, dönemlerinin ideolojik ve siyasi çerçevesi içerisinde değerlendirilebileceklerini göstermektedir.

Fuarlarda ülkelerin kendini nasıl tanımladığı ve devletlerin mimarlıkla kurduğu ilişki devlet kontrolünde inşa edilen ulusal pavyonlar üzerinden açık bir şekilde görülmektedir. Mimarlık vasıtasıyla bir ulusun imajını çarpıcı biçimde değiştirebilen ulusal pavyonlar, mimarlığın politik bir sembol olarak kullanılmasının da sıra dışı örnekleridir. Dünya Fuarları ülkeler arasındaki gerçek politik ilişkilerden tamamen bağımsız olarak organize edilmektedir. Organizasyonda hiçbir arabulucu güç rol almadığı halde; gerçek dünyada çatışan taraflar arasında bile ateşkes oluşmaktadır. Fuar ortamı bu yönüyle, ülkeler arası siyasi çekişmenin mimari tasarım üzerinden ifade edildiği bir barış ortamı olarak düşünülebilir [155].

Dünya Fuarları ilk düzenlendikleri dönemden 20. yüzyılın ortasına kadar ev sahibi ülkelerin ekonomik durumlarını dünyaya sunarak bir tür politik güç gösterisi yapmalarına ortam teşkil etmişlerdir. Literatürde erken dönem fuarlar ülkelerin mal ve fikir alışverişlerinin sağlandığı organizasyonlar olarak tanımlanır. Fakat

burada asıl düşünce, organizasyonu düzenleyen ülkenin diğer ülkelere kendi ekonomik gücünü gösterme çabaları ve siyasi temelli bir iktidar düşüncesini oluşturmak istemesidir. Toplum bilinci oluşturmak, toplumun bilgilendirilmesi ve eğitilmesi ana tema olmasına rağmen, ulusal pavyonlar ülkeler tarafından çoğunlukla siyasi bir araç olarak kullanılmıştır.

İkinci Dünya Savaşı öncesinde düzenlenen 1937 Paris Dünya Fuarı, Politik ve İdeolojik Kaygıların ulusal pavyon tasarımlarını nasıl etkilediğini gösteren somut bir örnektir. Burada karşılıklı konumlanan Alman ve Sovyet Pavyonlarının görünüşleri ve niyetleri, fuarın uluslararası barış ortamında bir arada yaşamanın ve işbirliğinin teşvik edilmesi amacına doğrudan karşı çıkmaktadır. Tasarımlar soğuk, kavgacı ve rahatsız edicidir.



Şekil 4.18 Alman ve Sovyet Ulusal Pavyonları & Speer ve Hitler

Hitler'in mimarı Albert Speer tarafından tasarlanan devasa Alman Pavyonu, ulusal kartal ve gamalı haç sembolleri ile doludur. Alman istihbaratı Sovyet Pavyon tasarımını fuardan önce ele geçirerek Speer'e bir rapor ile sunmuş; raporda pavyonun tepesindeki orak-çekiç figürü, "Almanya'nın Sovyetler tarafından işgali"ni sembolize eden bir sembol olarak yorumlanmıştır. Speer, Almanya'nın "savunma" yanıtını "masif sütunlarla şekillenen kübik bir kütle" tasarlayarak ortaya koymuştur. Monolitik Alman pavyonu iç mekanda Üçüncü Reich'in büyük ölçekli inşaat projelerini dünyaya sunmaktadır. Plana bakıldığında ise klasik bir Avrupa katedrali şeması kolayca okunmaktadır. Bu geleneksel dinlerin yerini "Devlet Dini" ile değiştirerek onları ortadan kaldırmaya çalışan Nasyonal Sosyalizm'in bakış açısıdır. Nazi devleti kendisini pavyonu üzerinden; Bolşevik saldırısına karşı galibiyet kazanmış bir iktidar kalesi olarak temsil etmektedir.

Üzerinde “işçi ve çiftçi kadın” adlı bir bronz heykel bulunan Sovyet pavyonun taş kaplı kütlesi içindeyse, “devrimin kahramanca başarıları”, “İşçi Cenneti”nde sosyalizmin ilerlemelerini tasvir eden büyük ölçekli panoramalarda temsil edilmektedir. Ziyaretçiler, kıymetli taşlardan oluşan büyük bir Rusya haritası ile etki altına alınmaya çalışılmaktadır. İki pavyon temelde zıt ideolojilerin ifadeleri olsa da, Hitler ve Stalin'in bireysel savaşı içinde ideolojilerin çatışmasını yansıtan benzerlikler oldukça nettir. Her iki pavyon da “anıtsallık” tutumu içerisinde bir iktidar ve kalıcılık havası sunmak için yaratılmıştır. Almanya'nın gamalı haçı ve Sovyet Rusya'nın orak-çekicine ek olarak her iki yapıda da kullanılan bronz yüzey kaplaması; imajlar ya da ideolojik “logolar” üzerinden siyasi bir güç gösterisidir. Her iki bina tasarımı da içeri ışık girmesi mümkün olmayacak biçimde penceresizdir. Ziyaretçiler içerde onları bekleyen sesler ve görüntülere odaklanmak zorundadır. Her iki yapı biçim ve atmosfer bakımından birer anıt mezar gibi görünmektedir [156].

Ulusal pavyon tasarımlarında siyasi rejimlerin yönlendirici bir unsur olması, Dünya Fuarları'nın ülkeler arası rekabetin ve siyasi görüşlerin meşruiyet zemini olmasına bağlıdır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında ise inşaat alanındaki teknolojik gelişmelerin mimari tasarımda esneklik oluşturması, yeni malzemelerin kullanımının yaygınlaşması ve dünyada oluşan barış ortamına bağlı olarak bu döneme kadar siyasi ve ekonomik göstergeler çerçevesinde düzenlenen fuarlarda mimarlık daha fazla öne çıkmaya başlamıştır. Ancak ideolojik çatışmalar bitmemiş, Soğuk Savaş Dönemi'nden başlayarak 21. yüzyıla kadar teknoloji vurgulu bir mimari anlayış içerisinde devam etmiştir.

Görüldüğü gibi politik güç mimarlık alanında birçok farklı biçimde karşımıza çıkmakta, siyasi rejimler fiziksel çevreyi bilinçli olarak sembolik biçimde kullanmaktadır. Mimarlık ve kentsel tasarım politikanın hizmetinde yönlendirilerek devletin sembolleri olarak kullanılmaktadır. Neticede bütün yapılar sosyal ve kültürel ideolojilerin ürünü olduğu için mimarlığın politikanın bir biçimi olduğu düşünülebilir. Genel olarak sanat/mimarlık ve politika arasındaki ilişki hem eski hem yeni, hem net hem karmaşıktır. Mimarların dünyanın tüm ihtiyaçları ile ilgilenmek zorunda oldukları ve mimari ifadenin gücünü kullanarak

politik ilişkileri değiştirecekleri düşüncesinden etkilenmemek zordur. Ancak böyle bir idealizme tamamen inanmak da güçtür. Dünya Fuarları ise mimarlığı politik ve ideolojik kaygılarla kullanmanın çarpıcı sonuçlarını gösteren mecralardır [157].

Türkiye'nin katıldığı Dünya Fuarları'nda yer alan diğer ülkelere ait ulusal pavyonların mimari tasarımında, 'Politik ve İdeolojik Kaygılar'ın etkileri incelendiğinde;

1939 New York Dünya Fuarı'nda daha önce belirtildiği gibi 19. yüzyıl sonu milliyetçiliğinin mimarlık ve diğer kültürel pratikler ile cisimleşmesi ülkeler bölümünün genel karakterini belirlemektedir. Dünyadaki gergin politik ortamın etkisiyle, güçlü Batılı devletlerin pavyonlarında anıtsal mimari aracılığıyla siyasi iddialaşma ön plandadır. Bu nedenle 1939 Fuarı, inceleme alanı içerisinde ulusal pavyonların tasarımında 'Politik ve İdeolojik Kaygılar'ın etkisinin en fazla hissedildiği fuardır.

Fuarın resmi programında sözü edilen uyum, barış, ilerleme temaları ve geleceğin dünyasına yönelik beklentinin aksine dünyadaki konjonktür ve fuarın arka planı gerçekte çok farklıdır. Fuarın düzenlendiği dönemde dünya çapında büyük bir ekonomik kriz, faşist İtalya ve Nazi Almanya'sının yükselişi, Stalin yönetimi altında tasfiyelerle Rus toplumunun yeniden şekillendirilmesi, İspanya İç Savaşı, Çin'in Japonya tarafından ve Etiyopya'nın İtalya tarafından işgali dünyanın gündemidir. Aynı yıllarda, Einstein Relativite Teorisini ortaya çıkarmış, Ganhdi Hindistan'da İngiliz yönetimine karşı pasif direnişe liderlik etmiş ve Aldous Huxley, Cesur Yeni Dünya adlı romanını yayınlamıştır. 1939 fuarı teknoloji alanındaki yenilikleri ile "Cesur Yeni Dünya"yı anımsatırken diğer yandan kitabın güçlü devletlerin diktatörleri tarafından kontrol edilen toplumlarla ilgili öngörülerini de yansıtmaktadır. İkinci Dünya Savaşı, fuarın kapılarının açılmasından birkaç ay sonra başlamıştır. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Hollanda, İngiltere, İtalya, Kanada** ve **SSCB** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'Politik ve İdeolojik Kaygılar'ın etkileri fazlasıyla hissedilmektedir. Özellikle İtalya ve SSCB pavyonlarını totaliter simgeler ve klasist mimari tarzlar aracılığıyla birer görsel gösteri ve propaganda aracı olarak kullanmıştır.

1958 Brüksel Dünya Fuarı'nda daha önce belirtildiği gibi pavyonların modern çizgide ve Soğuk Savaş siyasetine bağlı olarak görkemsiz ve yalın olmaları istendiği için önceki fuarlarda görülen totaliter ve anıtsal mimari yaklaşımlar terk edilmiştir. Fuar, İkinci Dünya Savaşı'nın dehşetinin ardından Soğuk Savaş politikasının endişeli ortamını unutturarak insanlığı gelecek için teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Ancak başta ABD ve SSCB olmak üzere güçlü devletler sanat, teknoloji ve mimariyi kullanarak kendi rakip siyasi dünya görüşlerinin propagandasını yapmak için bu endişeleri beslemiştir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Almanya, Fransa** ve **SSCB** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'Politik ve İdeolojik Kaygılar'ın etkileri hissedilmektedir.

İdeolojik açıdan rakip ülkeler olan ABD ve SSCB'nin pavyonları fuarda yanyana konumlanmıştır. Fuarın en büyük ulusal pavyonu olan, anıtsal kaide üzerine yerleştirilmiş SSCB Pavyonu'na anıtsal merdivenlerle ulaşılmaktadır. Fuarın ikinci büyük ulusal pavyonu olan ABD Pavyonu ise bir Roma Kolezyumu'nu andırmaktadır. Siyasi gücün mimari üzerinden gösterildiği bu yapılarda her iki ülke sanat, mimari, endüstriyel tasarım ve teknoloji sunumları ile modernite vizyonlarının propagandası üzerinden birbirleriyle rekabet etmişlerdir. Yapıların stilize edişlerinde ve içeriklerindeki dolaylı yönlendirmelere rağmen, güçlü muhalif duruşları kolayca deşifre edilebilmektedir. Her iki pavyon da Soğuk Savaş politikasının kaygılarını pekiştiren bir varlık gösterme amacına hizmet etmektedir. Fuarın üçüncü büyük yapısı ve denge sorununun özgün bir çözümü olarak ayakta durması bile kendi başına bir güç gösterisi olan Fransa Pavyonu da benzer bir yaklaşım ve içerikle bu iki süper gücün yanında yerini almıştır. Ülkeyi sosyalist Doğu Almanya ve utanç verici Üçüncü Reich'in antitezi olarak tasvir eden ideolojik amacı ile Almanya Pavyonu ise soğuk savaş döneminde daha 'yumuşak politik güç' kullanımı olarak değerlendirilmiştir.

1970 Osaka Dünya Fuarı II. Dünya Savaşı sonrasında yeniden ayağa kalkan Japonya'nın dünya ile etkileşime geçerek, ulaştığı gelişmişlik düzeyini sergilediği ilk uluslararası platformdur. Bu nedenle Japonya ulusal sembollerle donattığı pavyonunu politik ve ideolojik mesajlar iletmek için kullanmıştır. Soğuk savaş sürecinde ABD ve SSCB arasındaki uzay yarışı ve siyasi gerginlik de fuarın ülkeler

bölümüne yansımış; gelişen tekniklere bağlı strüktürel denemeler ve teknoloji vurgusu ulusal pavyonların genel karakterini belirlemiştir. Fuarda, ülkelerin ulaştığı uygarlık seviyesini sembolize eden uzay seyahatlerine yönelik teknolojinin sunumu siyasi iddialaşmanın yeni göstergesi haline gelmiştir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, İngiltere, Japonya** ve **SSCB** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'Politik ve İdeolojik Kaygılar'ın etkileri hissedilmektedir.

Fuarda bir uzay kolonisini anımsatan olağanüstü açıklı ABD Pavyonu bilim kurgu filmlerinden çıkmış imgesinin arkasında politik bir güç gösterisi olarak nitelendirilebilir. Fuarın en yüksek yapısı olarak aynı anda bayrak, kilise ve ülkenin ilk uzay seyahatinin sembolü olarak okunan Sovyet Pavyonu ise politik mesajları daha açık bir biçimde ileten saldırgan tavırlı bir yapıdır. Dört adet çelik kuleye asılarak uçuyormuş algısı yaratan ve ülke bayrağının baskın imge olduğu İngiltere Pavyonu, fuarın en büyük yapısı olan ve beş kıtanın birlikteliğini kendini merkeze yerleştirerek sembolize eden Japonya Pavyonu siyasi varlık gösterme amacına hizmet eden dev strüktürlerdir.

1992 Sevilla Dünya Fuarı'nda sürdürülebilirlik yaklaşımları ve high-tech mimari gelişmiş ülkelerin ulusal pavyonlarının mimari tasarımının genel karakterini belirlemektedir. Önceki fuarlarda ABD, Rusya gibi kutuplar arasında mimari üzerinden süren politik çekişmenin bu fuarda daha küçük ülkelere kaydığı dikkat çekmektedir. Fuarda ideolojik yaklaşımların daha çok post-modernist bir tavır içerisinde tarihsel referansların yeniden yorumlanması ile somutlaştığı görülmektedir. Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **İrlanda, İspanya, İsviçre** ve **İtalya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'Politik ve İdeolojik Kaygılar'ın etkileri hissedilmektedir.

Fuar alanının merkezinde, en büyük yapı olan ve ülkenin özerk bölgelerine ait pavyonların da çevresinde dizildiği İspanya Pavyonu; kubbe formu ile askeri rejim sonrası İspanyol halkının demokratik bir toplum olduğunu dünyaya gösterme amacı taşımaktadır. Fuardaki en büyük ulusal pavyonlardan biri olan ve ilk dönem fuarlardaki büyük sergi yapılarının mimarisini çağrıştırmayı hedefleyen İtalya Pavyonu'nun kalın ve masif cephesi İtalyan şehirlerinin yüksek ve güçlü duvarlarını sembolize etmektedir. Ayrıca Sevilla Arap geleneğine göndermeler

içeren yapının özellikle kule bölümü ile Endülüs Arap Mimarisi'nin bir yansıması olarak düşünülmüştür. Rotondanın güçlü geleneksel biçimi kullanılarak, İrlanda Pavyonu'nun fuardaki High-tech tasarımlar arasında ülkenin tarihsel geçmişi ve ileriye dönük uluslararası politikaları için uygun bir metafor yaratması amaçlanmıştır. İsviçre ise kağıt ve ahşaptan oluşan yalın bir kule ve "İsviçre Yok" sloganı ile spekülative bir tartışma yaratmayı amaçlamış; İsviçreliliğin ne olduğunu sorgulayarak güç gösterimine dayanmayan farklı bir politik duruş sergilemiştir.

2000 Hannover Dünya Fuarı'nda geri dönüşümlü malzemelerin kullanımı ve ekolojik yaklaşımlar ulusal pavyonların genel mimari karakterini belirlerken politika ve ideoloji konularının önemini kaybettiği görülmektedir. Fuarın politik açıdan en dikkat çekici özelliği ABD'nin vergi yasalarına bağlı olarak kongrenin bu tür etkinlikler için vergi mükelleflerinin parasının kullanımını yasaklaması ve fuar organizatörlerinin finansman sağlayamaması neticesinde ülkenin fuara katılmamasıdır. Küresel çağda bir Dünya Fuarı'nda ülkeyi temsil etme çabası birçok Amerikan firması tarafından gereksiz görülmüştür. Zaten küresel oyuncu olan bir ülkenin fuarda pavyonu olmasa da markalarının fuar alanındaki düzinelerce satış standı ülkeyi temsil etmektedir. Dünyadaki en "bağlı" ekonominin Expo'yu görmezden gelmeye karar vermiş olması Dünya Fuarları'nın geçmişte kaldığına dair güçlü bir mesaj vermiştir. Dijital devrim, bu tür vitrin eğlencelerini gereksiz hale getirmektedir. Zaten, sürekli devam eden bir dünya sergisi olduğu için çoğu kişi, evde kalıp internette sörf yaparak daha fazlasını görecektir. Alman hükümeti 1980'lerin sonlarında fuara ev sahipliği yapmak için başvurduğunda, on yıl sonraki İnternet'in gücünü ve erişimini öngöremediği için Almanya bu yeni olguyu deneyimleyen ilk ev sahibi ülke olmuştur [158].

Dünya Fuarları'na bakıştaki bu değişim, geçmiş fuarlarda mimarlık ve teknoloji üzerinden politik ve ideolojik rekabet sürdüren diğer güçlü devletlerin ulusal pavyonlarla ilgili hevesini de azaltmıştır. Bir zamanlar politik güç gösteriminin sembolü olarak öne çıkan İngiltere, Fransa, İtalya, Kanada, Rusya gibi ülkelerin pavyonları bile iddiasız, sıradan fuar yapılarına dönüşmüştür. Bu çerçevede 2000 Fuarı'nda incelenen pavyonların mimari tasarımında 'Politik ve İdeolojik Kaygılar'ın etkisi görülmemiştir.

2010 Şangay Dünya Fuarı'nda teknoloji vurgusu, ikonik formlar ve metaforik yaklaşımlar ulusal pavyonların genel mimari karakterini belirlemektedir. Mimari açıdan simgesellik içeren pavyonlarda temaya katkıda bulunma amacı ön plandadır. Dijital tasarım ve üretim tekniklerinin avantajlarının kullanıldığı gelişmiş ülkelere ait pavyonlarda politik göstergeler tamamen ortadan kalkmıştır.

Bu çerçevede incelenen pavyonlardan sadece **Çin** Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımında 'politik ve ideolojik kaygılar'ın etkileri hissedilmektedir. Fuar alanının merkezinde konumlanan, fuarın en büyük ve en yüksek yapısı olan Çin Pavyonu Expo tarihinde düzenlenmiş en büyük sergidir. Ülkenin birliğini ve gücünü simgelemesi amaçlanan yapının en önemli özelliği geleneksel Çin mitolojisinde imparatorların Tanrı'lara adak sunmak için kullandıkları kutsal kabı sembolize etmesidir. Birçok sembolik öğenin politik ve ideolojik güç gösterimi için bir arada kullanıldığı yapı anıtsallığı ile 20. yüzyıl başında totaliter rejimlerin mimariyi kullanım biçimini hatırlatmaktadır.

2015 Milano Dünya Fuarı'nda teknolojiyi yaratıcı biçimde kullanan, tasarımında kavramsal bir arka plan bulunan, ziyaretçilerle etkileşim ortamı oluşturmayı amaçlayan yaklaşımlar ulusal pavyonların genel mimari karakterini belirlemektedir. Mimari kaygıların ön plana çıktığı fuarda siyasi iddialaşma önemini tamamen yitirmiştir.

Bu çerçevede incelenen pavyonlardan sadece masif bir kütle ve strüktürü zorlayan iddialı bir saçağa sahip **Rusya** Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımında 'politik ve ideolojik kaygılar'ın etkileri hissedilmektedir. Ülkenin 20. yüzyıl pavyonlarının ortak özelliği olan; dikkat çekici bir form ve ölçeği kullanarak politik ve teknolojik gücü gösterme çabası bu yapıda da hissedilmektedir.

Özetle, tez kapsamında incelenen fuarlardan; 1939-40 Fuarı'nda İkinci Dünya Savaşı öncesi gergin ortama bağlı olarak ulusal pavyonlarda totaliter ve anıtsal mimari üzerinden siyasi iddialaşma ön plandadır. Bu nedenle fuar, ulusal pavyonların tasarımında politik ve ideolojik etkinin en fazla hissedildiği fuardır. Uluslararası Üslup'un hakim olduğu 1958 Fuarı'nda totaliter mimari yaklaşımlar terk edilmiş ancak güçlü devletler sanat, teknoloji ve mimarideki gelişmeleri kullanarak politik güç gösterimi yapmaya devam etmiştir. 1970 Fuarı'nda

sürmekte olan Soğuk Savaş'ın etkisinde güçlü devletler strüktürel denemeler ve teknoloji vurgusunu kullanarak politik ve ideolojik propagandaya devam etmektedir. 1992 Fuarı'nda Politik ve İdeolojik Kaygılar açısından bir eksen kayması yaşandığı, dünyadaki güç kutupları arasında teknoloji ve mimari üzerinden süren politik çekişmenin son bularak bu etkilerin farklı ülkelere kaydığı dikkat çekmektedir. Fuarda ideolojik yaklaşımlar daha çok post-modernist bir tavır içerisinde tarihsel referansların yeniden yorumlanması ile cisimleşmektedir. 2000 Fuarı'nda küresel güçler için politik ve ideolojik propagandanın tamamen önemini yitirdiği ve mimari tasarımları etkilemediği görülmektedir. 2010 Fuarı'nda yüksek teknoloji vurgusu ve metaforik yaklaşımlar ön plana çıkarken Batılı ülkeler için mimariyi kullanarak siyasi propaganda yapma amacı tamamen ortadan kalkmıştır. Sadece ev sahibi Çin'in ulusal pavyon tasarımında 20. yüzyılın ilk yarısındaki totaliter ve anıtsal eğilimlere benzer bir tavır hissedilmektedir. 2015 Fuarı'nda dönemin koşullarına bağlı olarak kavramsal arka planlar ve teknolojiyi yaratıcı biçimde kullanma kaygısının öne çıktığı görülmektedir. Anıtsal boyutlarda ikonik formların yer almadığı fuarda istisnai olarak Rusya mimari üzerinden güç gösterimi yapma yolunu seçmiştir.

'Politik ve İdeolojik Kaygılar'ın tez kapsamında incelenen ulusal pavyonların mimari tasarımlarına etkileri, ülkeler ve fuarlar bazında Tablo 6.1 - 6.15 üzerinde görülmektedir.

4.8 Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları

Sözlük tanımı ile ulus ya da millet, çoğunlukla aynı topraklar üzerinde yaşayan, aralarında dil, tarih, ülkü, duygu, gelenek ve görenek birliği olan insanların oluşturduğu topluluktur. Ulusallık ise yalnızca bir ulusa özgü sanat üsluplarının, akımlarının, anlayışlarının ya da biçim öğelerinin genel niteliğidir [159].

Ulusal kimlik düşüncesi birçok modern düşünce gibi Fransız devrimi sırasında ve sonrasında oluşmuştur. Fransız devrimi sürecinde, belirli bir toprakta sınırları kendinden evvel belirlenmiş ve tarihsel süreçte birleşmiş topraklar üzerinde yaşayan 'halk' yani 'ulus' kavramına varılmıştır. Ulus-devletlerin ortaya çıkışı ile birlikte, ulusal sınırlar içinde yaşayan vatandaşların ulusal kimlikleri en önemli

kimlik odağını oluşturmaya başlamış ve o zamana kadar önemini koruyan dini ve etnik kimlikler eski işlevini yitirmişlerdir. Devletler, vatandaşlarını tek bir kimlik altında toplamaya yönelik politikalara yönelmiştir. İnsanların ortak bir ulusal kimlik altında toplanma aracı ise, ulusal dil ve kültür olmuştur.

Ulusal kimlik, bireyle ulusu ve devleti birleştiren ortak bir algılayış, duyuş ve duruş yaratma potansiyelini taşır. Bu tanımlamalardan anlaşılacağı üzere ulusal kimlik ulusun ve ulus devletin çakışmasının bir ürünü olup, temelinde daha çok, ulusa ait dil ve kültürün olduğu bir tanınma, farklılık ve aidiyet zeminidir. Ulusal kimlik diğer kimlik kategorilerini büyük oranda bastıran ve modern dünyada yalnızlaşan bireye sığınacak liman işlevi gören bir olgudur [160].

Bu ideolojide uluslar birer bütün olarak görülür. Her ulusun kendine özgü bir kimlik sahibi olduğu düşünülür. Ulusların kendilerini dünyaya sunacakları kendilerine özgü deneyimleri, karakterleri olduğu varsayılır. Tarihî bir ulus olabilmek bu şekilde kendine özgü olabilmeye ve ayırıcı bir karakter ortaya koyabilmeye bağlıdır. Bu niteliğe sahip olmayan uluslar da, tarihin karanlıklarına gömülmeye mahkûmdurlar [161].

Ulus fikrinin ortaya çıkışıyla mimarlıkta üslup tartışmaları başlamış ve ulusal kimlik sorununu gündeme getirmiştir. Uluslaşma sürecine yeni giren bir halkın ulusal bütünlüğünü simgeleyip pekiştirecek bir kimlik aramaya yönelmesi doğaldır. Bu arayış mevcut karşıtlıkların şu ya da bu kanadını en iyi temsil edecek imajların seçimiyle devam etmiştir. 20. yüzyıl başında Modernizm bu karşıtlıkları eritip yeni bir senteze varmak istemiştir. Modern mimarlığın Batı'ya, kendi özgül koşullarından doğan yeni bir kimlik sağlaması, evrensellik konusunda ise bir endişesi olmaması nedenleriyle kimlik arayışı, modernizmi ithal eden ülkelerde olduğu kadar gündemi işgal etmemiştir. Modern mimarlık düşüncesinin sarsılmaya başladığı 1960'lı yıllardan bu yana süren kimlik tartışması ise, çevrenin algılanışı ve anlam kazanışına dair konuların işlendiği kapsamlı bir içerik sergilemektedir. Geleneklerin çarpıcı biçimde kesintiye uğradığı, ve modernizmin başarısız örneklerinin egemen olduğu ülkeler olarak Üçüncü Dünya ve İslam Ülkeleri, bu tartışmanın daha yoğun olduğu bir kesimdir [162].

Uluslar, sadece politik formasyonlar değil, söylemsel olarak sürekli yeniden üretilen ulusal kimlik yoluyla var olan kültürel temsil sistemleridir. Bu nedenle ulus devletler için kültürel ürünler üzerinde söz sahibi olmak toplumsal iktidarın korunması açısından önemlidir. Ulus devlet ve onunla birlikte oluşan modern iktidar; çeşitli söylem, imge ve anlatıları kullanarak ulusal kimliği belirlemeye çalışır. İktidar “kimiz?” ve “nasıl olmalıyız” sorularının cevaplarını icraat ve söylemleriyle oluşturur [163].

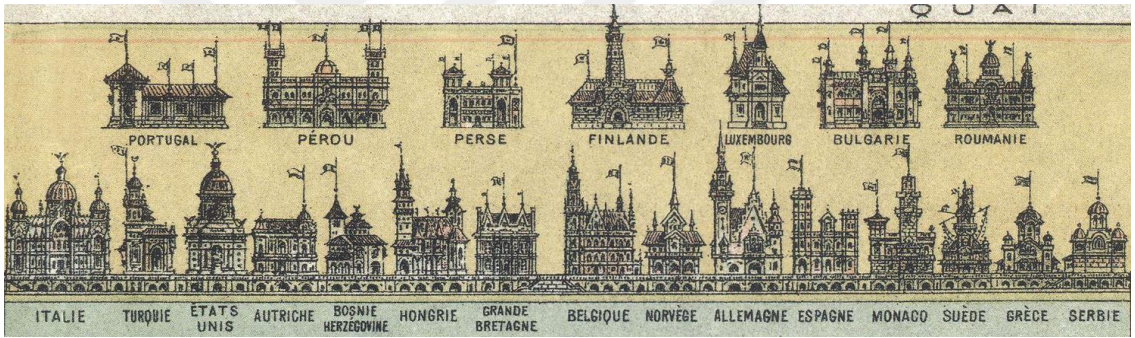
Ulusal kimliğe ilişkin, üretilen mimari ürünlerde bu kimliğin ifadesinin aranması her zaman bir takım çelişki ve gerilimleri barındırmıştır. Bu ürünlerden biri de Dünya Fuarları’nda doğrudan ya da dolaylı biçimde devlet kontrolünde inşa edilen ulusal pavyonlardır. Ulusal pavyonlar, bir ulusun özlemleri ve kimliğinin sembolleridir. Bunlar, ülkenin diğer ulusların onu nasıl algılamasını istediğine ilişkin yapılar olmalarının yanı sıra, ülkenin dünyadaki statüsüne dair belirli kavramların yoğunlaşması ve fiziksel tezahürleridir. Yapılı çevre ile kültürel kimlik politikaları arasındaki karmaşık ilişkilere ışık tutan ulusal pavyonlar, yalnızca uluslarının sembolleri olarak kalmayıp, aynı zamanda benlik ve millet kavramlarının sürekliliğinin ve dönüşümünün de birer kaydı haline gelmişlerdir.

Ulusal pavyonlar ve sergilerinin, tasarlandıkları siyasi ve kültürel ortam içerisinden okunması, kimlik temsillerinin belirli hedeflere ulaşmak için nasıl kullanıldığını net bir şekilde göstermektedir. Dünya Fuarları’nda ulusal pavyonların inşası iktidarların gösterisi ve meşruluk arayışının bir ürünüdür. Ulus devletlerin sembolize edilmesi ve farklı amaçlarına hizmet etmesi için inşa edilen ulusal pavyonlar devletin söylemsel inşasının fiziksel yanını oluştururlar. Batı-dışı toplumlarda ise ulusal pavyonlar gelişmekte olan ülkelerin Batı ile eşit olma kapasitelerini; Batı’nın terimleriyle teşhir etme, kültürel özerklik ve uluslararası modernleşme arasında denge bulma çabalarıdır.

Ulusal kimliğin nasıl temsil edilebileceğini görmek için en önemli küresel etkinlik olan Dünya Fuarları, 19. yüzyıl ortasında milliyetçiliğin baskın olduğu bir dönemde ortaya çıkmıştır. O dönemde Dünya Fuarları, ülkeler ve toplumların kitle odaklı temsillerini yöneten modernite gösterisinin bir parçasını oluşturmuşlardır.

1851’de Londra’da düzenlenen ilk fuarda Kristal Saray içerisinde tüm katılımcı ülkelerin insanlığın gelişimine katkılarını göstermek için kendilerine ait bir bölümleri vardır. Ancak birbirine oldukça benzeyen makineler, icatlar ve sanat çalışmaları ile diğer ülkeler arasında ayırt edilmek çok zor olmuştur. Bu nedenle 1867 Paris Fuarı’nda katılımcılardan karakteristik ulusal tarzda kendi otantik kültürlerini sergilemek üzere birer pavyon inşa etmeleri istenmiştir. Bu ulusal pavyonlar takip eden fuarların ayrılmaz bir parçası olmuş ve Expo’lar ülkelerin ayırt edici özelliklerini sergilemesi için uluslararası bir platform haline gelmiştir.

O dönemde fuarları düzenleyen emperyalist Batılı ülkeler, katılımcı ülkelere temsil biçimlerini empoze etmiştir. Fuarlarda hanedan devletler, heterojen imparatorluklar, gelişmekte olan ulus devletler, Avrupa’ya bağlı sömürgeler veya yeni ulus devletler olarak ortaya çıkan eski sömürgeler 20. yüzyıl ortasına kadar belirli kalıplar içerisindeki ulusal kimlik temsillerini kullanmıştır [164].



Şekil 4.19 19. yy Sonu ve 20. yy Başı Dünya Fuarlarında Ulusal Kimlik Temsili

Bu süreçte Dünya Fuarları ulusal kimlikleri temsil eden ana küresel platform olmuştur. Katılımcı ülkelerin ulusal kimliği ve kültürü tasarım, mimari, el sanatları, geleneksel kostümler, müzik, dans, yemekler ve içecekler üzerinden sergilenmiştir.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında siyasi ideolojilerin önemini yitirmesi ve ülkeler arası siyasi iddialaşmanın azalmasıyla Dünya Fuarları’nın işlevi de değişmeye başlamıştır. Ulusal pavyonların ulusun karakter ve ideallerini görsel olarak iletme kapasiteleri önem kazanırken temsil işlevleri kültürel ve ideolojik anlamlarının önüne geçmiştir. Ülkelerin fuarlarda bir yarış ve imaj arayışı içerisinde olmaları ayırt edilebilir, tanınabilir ve çekici pavyonlar inşa etmeleri için güçlü bir teşvik

sunarken, kendilerine özgü karakterlerini ve kimliklerini vurgulayacak unsurların belirlenmesi için yapılan araştırmaları yoğunlaştırmıştır.

Türkiye'nin katıldığı Dünya Fuarları'nda yer alan diğer ölkelere ait ulusal pavyonların mimari tasarımında 'ulusal kimlik temsili ve imaj arayışları'nın etkileri incelendiğinde;

1939-1940 New York Dünya Fuarı'nda ulusal pavyonların büyük bir bölümünün mimari karakteri; ulusal költür ve gelenek tanıtımına yönelik sergi, dans, müzik ve beslenme etkinlikleri etrafında biçimlenmektedir. Genel mimari tarzları tarihselci ve klasisist eğilimlerle belirlenen bu pavyonlarda ulusal kimlik, 19. yüzyıl sonu milliyetçiliğinin mimarlık ve diğer költürel pratikler ile birleşmesi aracılığıyla temsil edilmektedir. Ancak fuarda ölkö imajını modern bir mimari dil kullanarak sunmayı tercih eden ölkeler de vardır. Örneğin uluslararası bir fuarda bağımsız bir ölkö olarak ilk kez yer alacak İrlanda'nın modern ve tanınabilir karaktere sahip bir ulusal pavyon ile temsil edilmesi amaçlanmıştır.

Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Hollanda, İngiltere, İtalya, Kanada, SSCB, Japonya** ve **İrlanda** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'ulusal kimlik ve imaj arayışları'nın etkileri hissedilmektedir. ABD, Hollanda, İngiltere, İtalya, Kanada, SSCB ve Japonya gibi emperyalist ve hanedan devletlerin pavyonlarında ulusal kimlik temsilinin gelenekselci ve tarihselci bir dil kullanılarak yapıldığı görölmektedir. İrlanda gibi bağımsızlığını daha geç elde etmiş yeni ulus devletlerin pavyonlarında ise ulusal kimliğin temsili ve imaj arayışının modern mimarlık aracılığıyla yapıldığı dikkat çekmektedir.

1958 Brüksel Dünya Fuarı'nda ulusal pavyonların büyük bir bölümünün mimari karakteri; fuar komitesinin talebine ve dönemin koşullarına bağlı olarak Uluslararası Üslup ve Modernizm etkisi altındadır. Ancak bu ortama tamamen zıt biçimde, inceleme kapsamında yer almayan, birçok yirminci yüzyıl sömürgecilik-sonrası ulus-devletin pavyonlarında ulusal kimlik temsilinin 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başındaki Dünya Fuarları ile aynı anlayışta, geleneksel ve tarihsel referanslarla yapıldığı görölmektedir.

Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Almanya, Finlandiya, Hollanda, İtalya, Japonya** ve **SSCB** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'ulusal kimlik ve imaj arayışları'nın etkileri hissedilmektedir. İtalya ve Japonya gibi ülkeler modernizm ve gelenek arasındaki ilişkiyi sentezlemeye çalışırken, ulusal kimliğin geleneksel temsili yerine ülke imajını modern mimari aracılığıyla geliştirmeye yönelik arayışlarla öne çıkan ulusal pavyonlar fuarda çoğunlukta. Almanya ve SSCB pavyonları bu arayışın en somut örnekleri olmuştur.

1970 Osaka Dünya Fuarı'nda ulusal pavyonların büyük bir bölümünün mimari karakteri; fuar temasına uygun olarak, teknolojik gelişmeleri eleştirel bir bakış açısı ile sunma amacı içerisinde yeni malzemeler ve inşaat tekniklerinin kullanımı ile yaratılan uzay çağı imgelerinden oluşmaktadır. Bu bakış açısıyla ulusal kimliğin temsilinin mimari tasarımda etkisini yitirmeye başladığı, Batılı ülkelerin pavyonlarında ise ulusal kimlik temsiline yönelik geleneksel ve tarihsel referansların kullanımından tamamen vazgeçildiği görülmektedir. Bu ülkeler istedikleri imajı yaratmak için çağa uygun semboller üzerinden mesajlarını iletmeyi tercih etmektedir. Ancak bu genel atmosferden farklı olarak, Üçüncü Dünya ülkeleri ve Uzakdoğu ülkelerinin pavyonlarında geleneksel referansların kullanımı oldukça yaygındır. Yine de bu pavyonlarda bile geleneksel imgelerin brüt beton gibi çağa uygun yeni malzemeler, tekniklerle ve formlarla elde edildiği gözden kaçmamaktadır.



Şekil 4.20 1970 Osaka Fuarı, Hindistan-Abu Dhabi Ulusal Pavyonları

Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Çin, İngiltere** ve **SSCB** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'ulusal kimlik ve imaj arayışları'nın etkileri daha fazla hissedilmektedir. İngiltere ve SSCB Pavyonları'nda ülke bayrağının doğrudan

mimari tasarımı belirleyen bir imge olarak kullanımı ile ulusal kimlik temsiline farklı bir yaklaşım getirilmiştir.

1992 Sevilla Dünya Fuarı'nda ulusal pavyonların bir bölümünün mimari karakteri; 'High-Tech' Mimarlık anlayışı çerçevesinde belirlenmiştir. Şehrin iklim koşulları nedeniyle pavyon tasarımlarında sürdürülebilirlik, ekolojik tasarım, enerji tasarrufu, doğaya uyum konuları yoğun olarak irdelenmiştir. Uzakdoğu ülkeleri ve üçüncü dünya ülkelerinin pavyonlarında ise ulusal kimlik temsiline yönelik gelenekselci ve tarihselci yaklaşımlar yine yaygındır. Ancak bu temsilin geleneksel malzeme ve tekniklerle değil, yeni malzemelerle inşa edilen cepheler üzerinde tarihsel görünümlü elemanların kullanımı ile post-modernist yaklaşımlar içerisinde yapıldığı görülmektedir. Kimlik temsiline yönelik bu tür "kitsch" olarak nitelendirilebilecek uygulamalara Macaristan örneğinde olduğu gibi bazı Avrupa ülkelerine ait ulusal pavyonlarda da rastlanmaktadır.



Şekil 4.21 1992 Tayland, Malezya, Macaristan Ulusal Pavyonları

Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Çin, Finlandiya, Japonya** ve **Rusya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'ulusal kimlik ve imaj arayışları'nın etkileri hissedilmektedir. Güncel malzemeler ile inşa edilmiş sıradan bir yapıya geleneksel etkiler taşıyan bir girişin monte edilmesinden ibaret olan Çin Pavyonu "kitsch" bir yaklaşım içerisinde ulusal kimlik temsiline sahiptir. Ülkenin geleneksel yapıım yöntemlerinin çağdaş bir yorumu olan Japonya Pavyonu ise modern mimarlık ilkeleri ile geleneksel kültürü birleştirmektedir. Ulusal kimliğin sembolize edilerek kullanıldığı farklı bir yorumla, geleneksel ahşap mimarideki Sukiya (Japon Çay Evi) Tarzı'nın daha güçlü ve çağdaş bir temsilini yaratmak amaçlanmıştır. Ülkenin kimliği ve imajını semboller üzerinden sunan Finlandiya Ulusal Pavyonu ile

çatısında Rus Bayrağı, 'Rusya' kelimesi gibi mesajları iletecek elemanlar bulunan Rusya Ulusal Pavyonu 'ulusal kimlik temsili ve imaj arayışları'nın mimari tasarıma diğer farklı etkilerini göstermektedir.

2000 Hannover Dünya Fuarı'nda ulusal pavyonlardaki sergiler genel olarak temaya uygun biçimde; doğa ve teknoloji birlikteliği, geri dönüşüm, sürdürülebilirlik gibi yaklaşımları irdelemektedir. Ancak bu yaklaşımların az sayıda pavyonun mimari tasarımını etkilediği ve daha çok iç mekan sergileri kapsamında kaldığı görülmektedir. Pavyonların büyük bir bölümünün mimari açıdan iddiasız ve fonksiyonel fuar yapıları olduğu ve geleneksel ulusal kimlik temsili mimari üzerindeki etkisinin giderek azaldığı görülmektedir. Ancak bu fuarda da inceleme kapsamında yer almayan Arap ülkeleri ve Uzakdoğu ülkelerinin pavyonlarında geleneksel ulusal kimlik temsili mimariyi biçimlendirmektedir.



Şekil 4.22 2000 Hannover Dünya Fuarı Tayland Ulusal Pavyonu

Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Çin, Finlandiya, İngiltere, İtalya, Japonya** ve **Norveç** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'ulusal kimlik ve imaj arayışları'nın etkileri hissedilmektedir. Cephelerinde Çin Seddi fotoğrafları ve ülkeye ait kültürel imgeler kullanılan Çin Pavyonu, İngiliz bayrağının renkleri ile dikkat çekmeyi amaçlayan İngiltere Pavyonu ve İtalyan mimarisinin temel öğelerinden biri olarak kubbe formunu kullanan İtalya Pavyonu mimari tasarımları ulusal kimlik temsilinden doğrudan etkilenmiş yapılardır.

Ülkeyi temsil edecek bir imaj sunmak üzere, ülke coğrafyasına özel tipik bir ormanın pavyonun ortasında canlandırıldığı Finlandiya Pavyonu, cephesinde ülkenin en ünlü şelalesinin canlandırıldığı Norveç Pavyonu, geri dönüştürülebilir

kağıt malzeme kullanılarak geleneksel Japon mimarisinin çağdaş bir yorumunun yapıldığı Japonya Pavyonu ise ulusal kimlik temsilinin sembolik yaklaşımlar üzerinden mimari tasarımı şekillendirdiği yapılardır.

2010 Şangay Dünya Fuarı'nda ulusal pavyonların büyük bir bölümünün mimari karakteri; daha iyi bir yaşam için daha iyi bir şehir manifestosuna uygun, modern yaşam ve sürdürülebilir kentsel gelişmenin simgesi olarak, geleceğin şehrini temsil etme amacı çerçevesinde şekillenmektedir. Bu fuarda özellikle Batılı ülke pavyonlarında geleneksel kimlik temsilinin yerini tamamen semboller üzerinden dolaylı bir anlatıma bıraktığı görülmektedir. Bu pavyonların mimari tasarımı, ülkeyi temsil etmek üzere seçilen metaforları kavramsal arka planlar dahilinde sunmaktadır. Ancak yine fuarın genel atmosferi dışında, ulusal kimlik temsilinin geleneksel referanslarla mimari tasarımı belirlediği pavyonlar da vardır.



Şekil 4.23 2010 Şangay Dünya Fuarı, Pakistan-Katar Ulusal Pavyonları

Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **Çin, Finlandiya, Hollanda, Kanada ve Rusya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'ulusal kimlik ve imaj arayışları'nın etkileri hissedilmektedir. Geleneksel mimariye göndermeler içeren Çin Pavyonu, ülkedeki çeşitli etnik grupların entegrasyonunu simgelemek üzere geleneksel kıyafetlerde kullanılan renk ve desenlerle süslenmiş Rusya Pavyonu ve geleneksel Hollanda evlerinin eğlenceli bir biçimde biraraya getirilmesinden oluşan Hollanda Pavyonu ulusal kimlik temsilinin mimari tasarımı biçimlendirdiği yapılardır. Ülke coğrafyasındaki doğal oluşumları ülkeyi temsil etmek üzere tasarımda metafor olarak kullananan Finlandiya Pavyonu ile ülkenin doğasını ve kimliğini yansıtmak üzere bir dizi metaforu bir arada sunan Kanada Pavyonu ulusal kimlik temsili ve imaj arayışının metaforik anlatımlar aracılığıyla yapıldığı pavyonlardır.

2015 Milano Dünya Fuarı'nda ulusal pavyonların büyük bir bölümünün mimari karakterini; tema kapsamında mimarlığı, sanat, teknoloji ve mühendislikle birlikte yeniden kurgulamaya yönelik simgesel, dinamik, metaforik yaklaşımlar oluşturmaktadır. Katılımcı ülkelerin bir bölümü için, fuarlar artık yalnızca ulusal kimliği sunmanın bir yolunu bulmak, ticari ya da turistik tanıtımı gerçekleştirmek veya teknolojik ilerlemeyi göstermekten ibaret değildir. Ulusal kimliğin ve ülke imajının mimari sunumu için; ileri teknolojiyi kullanan yapılara ulusal kültürü anımsatan metaforik unsurlar eklenerek ülkeler temsil edilmektedir. Fuarda Üçüncü Dünya, Arap ve Uzakdoğu ülkelerine ait ulusal pavyonlar ise çoğunlukla ulusal kimliğin geleneksel mimari aracılığıyla sunulmaya devam edildiği yapılardır.



Şekil 4.24 2015 Milano Dünya Fuarı, Fas-Katar Ulusal Pavyonları

Bu çerçevede incelenen pavyonlardan **ABD, Çin, İsviçre** ve **Japonya** Ulusal Pavyonları'nın mimari tasarımında 'ulusal kimlik ve imaj arayışları'nın etkileri hissedilmektedir. Çatı kaplaması ülke bayrağını oluşturan İsviçre Pavyonu, tasarımı Amerikan tarım kültürüne ait referansları baz alan ABD Pavyonu ve geleneksel yapı kültürünü günümüze uyarlamayı deneyen Japonya Pavyonu ulusal kimlik temsili ile öne çıkan tasarımlardır. Ülkenin geleneksel çatı mimarisinin çağdaş bir anlayışla alternatif malzemeler kullanılarak yorumlandığı Çin Pavyonu ise ulusal kimliği ifade eden referansların metaforik ve modern bir anlayış içerisinde kullanımı ile ülke imajının geliştirilmesini amaçlayan bir tasarımdır.

Özetle, tez kapsamında incelenen fuarlardan; 1939-40 Fuarı'nda mimari tasarımları yoğun biçimde etkileyen ulusal kimlik temsili, ağırlıklı olarak 19. yüzyıl sonu milliyetçiliğinin mimarlık ve diğer kültürel pratikler ile birleşmesi aracılığıyla gerçekleşmektedir. Öte yandan sayıları az olmakla birlikte fuarda, çağdaş imaj

arayışlarını modern mimariyi kullanarak gösteren ülkeler de vardır. 1958 Fuarı'nda çoğunlukla Batılı ülkeler geleneksel ve tarihsel referanslar üzerinden ulusal kimlik temsilini terk etmiştir. Fuarda ülke imajının modern mimari aracılığıyla geliştirilmesine yönelik arayışlarla öne çıkan ulusal pavyonlar çoğunlukta. 1970 Fuarı'nda özellikle Batılı devletler için mimari tasarımda ulusal kimliğin geleneksel temsilinin etkisini tamamen yitirdiği görülmektedir. 1992 Fuarı'nda post-modernist akım etkisinde modern mimarlık ile geleneksel kültürü birleştirmeyi deneyen ve ulusal kimliğin sembolize edilerek kullanıldığı yaklaşımlar dikkat çekmektedir. 2000 Fuarı'nda ulusal kimlik temsilinin mimari üzerindeki etkisinin tekrar azaldığı görülmektedir. Ülkeyi temsil edecek bir imaj yaratmak üzere, kimlik temsilinin sembolik yaklaşımlar üzerinden mimari tasarımı şekillendirdiği pavyonlar yaygındır. 2010 Fuarı'nda Batılı ülkelerin pavyonlarında geleneksel kimlik temsili yerini tamamen semboller üzerinden dolaylı bir anlatıma bırakmıştır. 2015 Fuarı'nda ulusal kimliğin ve ülke imajının sunumu için; ileri teknoloji kullanan yapılara ulusal kültürü anımsatan metaforik unsurların eklendiği görülmektedir.

'Ulusal Kimlik ve İmaj Arayışları'nın tez kapsamında incelenen ulusal pavyonların mimari tasarımlarına etkileri, ülkeler ve fuarlar bazında Tablo 6.1 - 6.15 üzerinde görülmektedir.

4.9 Tanınmış/Yıldız Mimarlar Sorunu

Mekân fiziksel sınırlamalar olmadığı sürece algılanması zor ve soyut bir kavramdır. İşlevi bu noktada başlayan mimarlık soyut mekânı elle tutulur hale getirir. Mimarın görevi ise bütün farklı gereksinmelere cevap verebilecek somut mekânlar yaratmaktır. Moderniteye kadarki süreçte mimar bu görevini, egemen sınıfların, toplumun ve mutlak patronları olan hükümdarlar veya dinin himayesi altında, ayrıcalıklı bir konuma sahip olarak yerine getirmiştir. Daha sonra Modernite, ulus-devletleri ortaya çıkarmış; mimarlık, ulus-devlet için ulusal bir kimlik ve bilinç oluşturma en önemli araçlarından biri olmuştur. Yaşam biçiminin taşıyıcısı ve toplumsal dönüşümün aktörlerinden olan mimar, ulusal mimarlık yaratma sürecinde devlet ideolojisinin aktarıcısı haline gelmiştir [171].

Mekân üretimi; aktörler, yasalar, teknolojiler, karar alma mekanizmaları gibi farklı etkenlerin fiziksel ve sosyal temsilidir. Günümüz dünyasında ise mimarlık pratiğini küreselleşme, küresel kapitalizm, ikonik mimarlık, metalaşma, kentsel rekabet ve yıldız mimarlar gibi dinamikler biçimlendirmektedir.

1970'lerden itibaren "küreselleşme" olarak tanımlanmaya başlanan döneme gelindiğinde yeni bir ekonomi tipi ve bu ekonomiye paralel olarak yeni bir sosyal yapı ile ideolojik bağlam ortaya çıkmıştır. "Neoliberalizm" olarak adlandırılan bu yeni ekonomik sistem faaliyetlerini, endüstriyel üretimden, spekülatif gelir için daha verimli olan kentsel yatırımlara kaydırmıştır.

Çekim noktaları, büyük altyapı projeleri, gelişim yatırımları, mimarlık ve mühendislik eserleri, küresel sistem içinde aktif rol oynamak isteyen tüm kentler için büyük önem kazanırken, 1980'lerden başlayarak, küresel kentler arasında artan rekabette daha özel yöntemlerin kullanılmaya başladığı görülmektedir. Bu rekabet, imajların, bilginin, iş gücünün akışı içinde sermayeyi, turizmi ve ulus-ötesi şirket yatırımlarını çekme yarışıdır. Küreselleşmenin yeni mekânlarının üretilmesinde tasarım ve mimarlık, çekim imajları yaratmak için sıklıkla kullanılmaktadır. Girişimlerin büyük bölümü, turistlerin ve büyük etkinlik katılımcılarının ilgisini çekmek amacıyla kentsel mimari ikonlar yaratma ve bu ikonların imajlarını küresel dolaşıma sokma eğilimindedir. Küresel kentsel rekabetin pazarlama stratejileri de, yerel otoriteleri yeni proje ve yatırımlar için zorlamaktadır. Bu noktada, popüler mimarların sahip oldukları imaj, özel ve kamusal otoriteleri kapsayan karar verme mekanizmalarında ve kentlerin pazarlanmasında önemli bir araç haline gelmiştir [172].

Küreselleşme sürecinde kentsel imaj kavramının önem kazanması, popüler mimarların dünyanın birçok farklı noktasında proje üretmesini sağlamıştır. Bu mimarlar farklı yerlerde mimari ürün ortaya koydukça yıldızlaşmış, yıldızlaştıkça işverenler tarafından daha çok tercih edilir hale gelmişlerdir. "Yıldız Mimar", ünleri ve eleştirmenlerin değerlendirmeleri ile mimarlık dünyasının idollerine dönüşen ve halk arasında da bir dereceye kadar şöhret sahibi olan mimarları tanımlamak için kullanılan bir sıfattır. Ünlü olma durumu genellikle öncü yeniliklerle ilişkilendirilir. Yıldız mimarların tasarımlarının temel özelliği, genellikle "ikonik"

olmaları ve bağlam içinde görünür olmalarıdır. Bu yapıların kentler tarafından rekabet temelinde pazarlanması yıldız mimarlara artan bir talep yaratmıştır. Bu mimarların çalışmaları içerisinde tasarım tür ve stilleri ortaya çıkmakta ve yapılar daha henüz inşa edilmeden kentlerle özdeşleştirilebilmektedir.

Artık küresel ticari mimarlık alanı ile küresel ölçekte yıldız olan yeni kuşak mimarlar arasında simbiyotik bir ilişki olduğu söylenebilir. Kamuoyunda yeni yapıların sıradışı olmaları ve küresel mimarlar grubundan biri tarafından tasarlanmış olmaları beklentisi oluşmuştur. Küresel yıldız mimarlardan Rem Koolhaas, Frank Gehry, Santiago Calatrava, Jean Nouvel, Norman Foster, Renzo Piano ve Daniel Libeskind ilk akla gelenlerdir. Bu mimarların sürece dâhil olmalarına yönelik talep o kadar yüksektir ki, çalışmaları ihtiyaçtan ziyade, daha çok kavramsal olup, yerel dokuya veya kültüre yönelik herhangi bir referansa dayanmamaktadır. Zaten yapının ikonik bir küresel ürün olması hedeflendiği için, yerel özellikler genellikle talep edilen bir parametre değildir [173].

Sklair, popüler mimarları “ikonik yıldız mimarlar” olarak adlandırmakta ve küreselleşen kentsel gelişim pazarlama stratejilerinin temel ihtiyaçlarından biri olduklarını öne sürmektedir. Tanınırlık düzeyleri ve ürettikleri işlerin biçimsel olarak barındırdığı imza etkisi, yıldız mimarların bir pazarlama aracı olarak önemlerini belirlemektedir. “İkon” kelimesi sözlük anlamıyla, temsil edici bir sembol ya da hürmet değeri olan kişi ya da nesneler olarak tanımlanır. Mimarlıkta ikon kavramı kelime anlamının ötesine geçerek anlam ve güç mücadelelerinde bir kaynak olarak ortaya çıkmaktadır. İkonik mimarlığın imajları; insanların yapıları, yaşam biçimlerini ve bazen de temsil ettikleri mimarları satın almalarını teşvik etmektedir. Küresel ortamda mimarların ikonik olmaları durumu; yapıların, mekânların ve mimarların, tüketimin kültürel ideolojisine hizmet etme potansiyellerini temsil ettikleri ölçüde ikon olma halleridir [174].

Kültürel yatırım ve yıldız mimar/ikonik yapıyı bir araç olarak kullanarak küresel rekabette aktif rol oynama ve ekonomik çekim alanı haline gelme pratiğinde en bilinen örnek Bilbao kentinin Frank Gehry tarafından 1997 yılında tasarlanan Guggenheim Müzesi ile birlikte geçirdiği dönüşümdür. Bu kentsel canlandırma projesi, elde ettiği büyük ekonomik başarı ile pek çok benzer kente de ilham

vermiş ve elde edilen sonuçların literatürde “Bilbao etkisi” olarak tanımlanmasına sebep olmuştur. Bir teori olarak Bilbao etkisi, mimarlık pratiğinin kentsel marka yaratma ve ekonomik kalkınmada bir araç ve aracı olma pozisyonuna işaret etmektedir. Buradaki fikir, “yıldız mimarlar” tarafından tasarlanan ikonik mimariye yapılan yatırımların, şehirlerin ekonomik hayatını tepeden tırnağa değiştirebileceğidir. Mimarlık pratiğinin bu yeni anlamında, mimarın ismi ve kimliği, küresel yarışta her geçen gün biraz daha fazla önem kazanmıştır [172].

Yıldız mimar kavramı ve ikonik yapı ilişkisinin sonucunda meydana gelen tasarım anlayışına ise “starchitecture/ yıldız mimari” adı verilmektedir. Medya çağının sembolik mimarisi olduğu düşünülen ve adı 21. yüzyıl başında konan bu tarzın şablonu aslında 20. yüzyılın başında oluşmaya başlamıştır. Frank Lloyd Wright veya Le Corbusier'i dönemleri içinde yıldız mimar olarak tanımlamak mümkünken, daha geriye gidildiğinde Palladio ya da Michelangelo da aynı statüde değerlendirilebilir. Müşteriler tarihte her zaman yıldız sanatçılarla iş birliği yapmak istemişlerdir ve büyük bir mimara çarpıcı bir saray ya da dini yapı yaptırmak dikkat çekmenin en iyi yolu olmuştur. Mimarlık tarihi incelendiğinde, varlığını uzun süreler devam ettiren mimari stillerden oluştuğu görülür. İdeolojisi ve teorisi ile ortaya çıkan Modernizm'den sonra ise değişim hızlanmış; yakın geçmişte biçim içeriğe, mekan mesaja dönüşmüş ve yıldız mimari giderek ideolojinin yerini almıştır.

Öte yandan, genellikle halk tarafından bilinen az sayıda mimar olmasına rağmen, ‘yıldız mimarlar’a profesyonel meslektaşları ve mimarlık medyası tarafından yüksek saygı gösterilmektedir. Bu statü sadece prestijli komisyonlar tarafından değil aynı zamanda çeşitli ödüller ile de belirlenmektedir. Örneğin, 1979'dan beri verilen Pritzker Ödülü, bu konuda önemli bir prestij göstergesidir.

1979 yılında Mimarlık ve Yorum adlı kitabında Juan Pablo Bonta, binaların ve mimarların kanonik (otoritelerce doğrulanmış) statüye nasıl ulaştığı hakkında bir teori ortaya koymuştur. Buna göre; bir bina ve mimarı, eleştirmenlerin ve tarihçilerin hakkında uzun süre sorgulanmayacak bir yorum yapmalarının üzerinden belirli bir zaman geçtikten sonra ikonik veya kanonik statü kazanmaktadır. Yazılan metnin kendisi kanonik statü kazanırsa, mimarın statüsü

de onaylanmaktadır. Örneğin, Siegfried Giedion'un Mekan Zaman ve Mimarlık adlı kitabının (1949) ilk baskısında Finli mimar Alvar Aalto'dan hiç söz edilmemiştir. İkinci baskıda ise Aalto, o zamana kadar en önemli Modernist mimar olarak tanımlanan Le Corbusier de dahil olmak üzere diğer tüm mimarlardan daha fazla dikkat çekmiştir [175]. Ancak, kanonik durum ile "yıldız mimar" arasında belirgin bir fark vardır: terimin "wow dedirtme" özelliğine bağlı olarak "yıldız mimari" medya görünürlüğüne bağlıdır. Bu nedenle güncel "yıldız mimar"lara ek olarak bu statüyü kaybetmiş eski "yıldız mimarlar"ın da bir listesi çıkarılabilir.

Yıldız mimarların günümüzdeki mevcut durumu ise "medya-mimari kompleksi" olarak tanımlanmaktadır. Medya; söz konusu oyuncular, yazarlar, şarkıcılar veya sanatçılar olduğunda yıldızları, hikayeleri olan güçlü kişilikleri talep etmektedir. Kişilik her zaman hikayenin, ilgi çekmenin önemli bir parçasıdır. Geliştiriciler, kültürel kurumlar, teknoloji şirketleri ve kent yönetimleri de "world class/dünya sınıfı" olduklarını gösterme çabası içinde, dünyada tanınırlık hedefleyen her kentte olduğu gibi aynı yıldız mimarları görevlendirmektedir. Bu tutum küreselleşmenin kaçınılmaz bir sonucu olarak farklılaşmak için çabalayan şehirleri birbirine daha çok benzetmektedir. Yerel ticari mimarlar, küresel yıldız mimarlarla rekabet edebilmek için taklit yıldız mimarisi üretmeye başladıklarında ise daha büyük bir sorun ortaya çıkmaktadır. Markalı tasarımla birbirinden ayrılmaya çalışan şehirler, yıldız mimarinin etkisiyle bir tür homojenliğe yönelmektedir [176].

Bununla birlikte, Bilbao etkisi olarak tanımlanan teorinin ortaya çıkışından bugüne kadar geçen yaklaşık yirmi yıllık süreçte mimarlık dünyasındaki tartışmalarda; "yıldız mimari" döneminin de sonuna gelindiği sıkça dile getirilmektedir. Pek çok eleştirmen, ünlü mimarların bina verimliliği, çevresel performans ve yerel bağlam gibi daha değerli ölçütlerin üstünde sadece biçimlerle meşgul olmalarını sorgulamaktadır. Artık şehirleri iyileştirme planları içerisinde Bilbao etkisinin de kusurlu olduğu düşünülmektedir. Ekonomik krizler ve tasarruf tedbirlerinin "ikonik" mimarlık döneminin sonunu getireceğine inanılırken özellikle Batılı ülkelerde gösterişli binalar için kamuoyunun iştahı azalmaktadır. Ancak "tüketimci kapitalizm" devam ettiği sürece ikonik mimariyi inşa etme dürtüsü de sürecektir.

Yakın gelecekte yıldız mimarların işlevi bitmese de inşa ettikleri yapıları oluşturan yaklaşımlar gelişecektir. Günümüzdeki güçlü yaklaşımlar olan ekolojik mimari, akıllı şehir ve ileri teknoloji çözümleri, mimarlar ve firmalarının farklı profillerde uzmanlaşmasına neden olacak, mimarlar sadece estetik katkıları için değil uygulayabilecekleri yüksek teknoloji veya sürdürülebilir çözümler için de tercih edilir hale geleceklerdir.

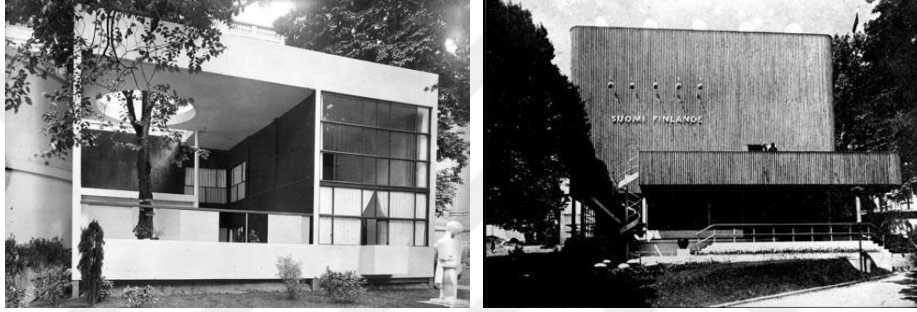
Dünya Fuarları ise ikonik mimarlık ve yıldız mimari örneklerinin sıklıkla görüldüğü etkinliklerdir. Son iki yüzyıldır dünyadaki en yenilikçi ve ikonik mimari eserlerin önemli bir bölümü fuarlar kapsamında üretilmektedir. Bunlardan bazıları fuarlara ev sahipliği yapan şehirlerde ikonik anıtlar olarak kalacak şekilde tasarlanmış yapılardır. Bazıları ise mimari söylem geliştirme açısından önemli, cesur denemeler olan tema, şirket ve ülke pavyonlarıdır. Tarih boyunca, her yeni Dünya Fuarı mimarlara radikal fikirler sunma ve fuar yapılarını tasarım ve yapı teknolojisindeki cesur yenilikleri test etmek için yaratıcı bir laboratuvar olarak kullanma fırsatı sunmuştur. Her ülke kendini mimari ile temsil etmek için en iyi imkanlarını ne pahasına olursa olsun öne çıkarmaya çalıştığı için Dünya Fuarları kaçınılmaz olarak rekabeti teşvik etmektedir. Bu tür sınırsız yetki ve açık kartlar, mimarların standart işlerdeki kısıtlamalarla uğraşmadan fikirlerini en saf haliyle ifade etmek üzere konsantre olmalarına izin vermektedir.

Dünya Fuarları'nda, mimarlık tarihinin pek çok kilometre taşı yalnızca bir fuar pavyonu bağlamında mümkün olabilecek kavramsal yaklaşımlarla üretilmiştir. Kışkırtıcı ve geleceğe dönük olmaları nedeniyle bir bölümü ilk kullanım amacını aşan bu pavyonlar; ülkelerinin ve dünyanın tanınmış mimarları ve sanatçıları tarafından tasarlanmış, spesifik bir zaman diliminin ütopyik ideallerini yansıtan sembollerdir. Erken 20. yüzyıl fuarlarında, dönemlerinde yıldız statüsünde değerlendirilebilecek mimarların tasarladıkları pavyonlar incelendiğinde bu yapıların Modern mimarinin gelişmesinde çok önemli bir rol oynadığı görülmektedir. 1925 Paris Dünya Fuarında Konstantin Melnikov imzalı SSCB Ulusal Pavyonu, 1929 Barselona Dünya Fuarında Mies van der Rohe imzalı Almanya Ulusal Pavyonu, 1925 Paris Dünya Fuarında Le Corbusier imzalı L'Esprit

Nouveau Pavyonu ve 1937 Paris Dünya Fuarında Aino ve Alvar Aalto imzalı Almanya Ulusal Pavyonu bu kapsamda ilk akla gelen örneklerdir.



Şekil 4.25 1925 SSCB Ulusal Pavyonu & 1929 Almanya Ulusal Pavyonu



Şekil 4.26 1925 L'Esprit Nouveau Pavyonu & 1937 Finlandiya Pavyonu

Dünyada Modernizm'in yaygınlaşmasından sonra da, ulusal pavyonların büyük bölümü ülkelerinin tanınmış mimarları tarafından tasarlanmıştır. Bu isimlerin önemli bir bölümü kendi ülkeleri dışında dünyanın farklı noktalarında yapı üreten mimarlar ve kurumsal mimarlık ofisleridir. Ulusal pavyon projeleri bazen hükümetler tarafından düzenlenen proje yarışmaları ile bazen de doğrudan ülkesinde tanınmış olan bir mimarın görevlendirilmesi ile elde edilmektedir.

Dünya Fuarları tarihinde ulusal pavyonlar dışında yıldız mimarlar tarafından tasarlanmış farklı yapılara örnek olarak ise; 1958 Brüksel Dünya Fuarı'nda Le Corbusier tasarımı Philips Pavyonu, 1962 Seattle Dünya Fuarı'nda Minoru Yamasaki tasarımı Pasifik Bilim Merkezi, 1964-65 New York Dünya Fuarı'nda Philip Johnson tasarımı New York Eyalet Pavyonu, 1967 Montreal Dünya Fuarı'nda Moshe Safdie tasarımı Habitat 67, 2008 Zaragoza Dünya Fuarı'nda Zaha Hadid tasarımı Köprü Pavyonu, 1992 Barselona Dünya Fuarı'nda Santiago Calatrava tasarımı Alamillo Köprüsü sayılabilir.

Günümüzde yıldız mimarlar ülke, şirket ve tema pavyonları dışında Dünya Fuarları'nın master plan tasarımında da rol almaktadır. Örnek olarak 2015 Milano Dünya Fuarı'nın master plan tasarım grubu içerisinde Herzog de Meuron yer almıştır. 2020 Dubai Dünya Fuarı'nın master planı ise HOK/Poulous tarafından hazırlanmaktadır [177].

Kapsamlarıyla küresel perspektif içinde kendi başlarına ikonik mega projeler olan Dünya Fuarları; giderek mimarlık, kentsel pazarlama ve yıldız mimarlar arasındaki işbirliğinin de çarpıcı örnekleri haline gelmektedir. Son yıllarda Arap ülkeleri başta olmak üzere kimi ülkeler ulusal pavyon tasarımları için dünyaca ünlü yıldız mimarları tercih etmeye başlamıştır. Bu durum küreselleşmeye bağlı olarak 'ikonik mimari' modasının fuarların en önemli meselesi olan ulusal kimlik temsili arka plana atmaya başladığını göstermektedir. Aslında 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başı Dünya Fuarları'nda Osmanlı İmparatorluğu gibi "Batı-dışı" ülkelerin ulusal pavyonlarının tanınmış Batılı mimarlar tarafından tasarlanması da olağan bir durumdur. Ancak bunlar ait oldukları toplumun geleneksel mimarisini sentezleyerek yerel temsile önem veren yapılarıdır. Birinci Dünya Savaşı sonrasında ise dünyadaki siyasi çekişmeye paralel olarak ulusal pavyonlar tüm ülkeler için milli bir mesele haline gelmiş, ülkeler proje yarışmaları veya doğrudan görevlendirme ile en iyi mimarlarını ülkenin temsili için fuarlarda seferber etmiştir. Küresel modernlik bile ülkelerin ulusal pavyon tasarımı için kendi mimarlarını tercih etme eğilimini değiştirmemiştir. Günümüzde ise yıldız mimarların başka ülkeler için tasarladığı ulusal pavyonlar geleneksel kimlik temsili içermeyen ve ülke imajını geliştirmeye öncelik veren tasarımlardır.

Türkiye'nin katıldığı Dünya Fuarları'nda yer alan diğer ülkelere ait ulusal pavyonların mimari tasarımında 'yıldız mimarlar'ın etkileri incelendiğinde;

1939-1940 New York Dünya Fuarı'nda **ABD, İngiltere, İtalya** ve **SSCB** Ulusal Pavyonları ülkelerinin tanınmış mimarları tarafından tasarlanmıştır. Finlandiya, İrlanda ve Kanada Ulusal Pavyonları da ülkelerinin tanınmış mimarlarına ait tasarımlardır ancak ulusal yarışma birincisi olarak inşa edilmişlerdir. Fuardaki pavyon tasarımcılarından dünya çapında üne sahip, bugünün bakış açısıyla yıldız mimar olarak tanımlanabilecek isimler ise Alvar Aalto (**Finlandiya**) ve inceleme

kapsamında yer almayan ülkelerden Oscar Niemeyer imzalı **Brezilya** ile Gordon Bunshaft-SOM imzalı **Venezuela** pavyonlardır.

Geleneksel kimlik temsilinin baskın olduğu fuardaki en geleceğe dönük ulusal pavyon tasarımı olan Finlandiya Pavyonu 20. yüzyıl mimarlığının modernist ikonlarından. Açık plan düzenlemesi ve hafif görüntüsü ile fuardaki ağır ve masif yapılar arasında fark yaratan Brezilya Pavyonu daha sonra uluslararası ortamda ‘Brezilya Modernizmi’ olarak adlandırılacak mimari tarzı dünyaya tanıtmıştır. Ülkenin modern ve ilerici bir imajını sunmak üzere SOM firmasından Gordon Bunshaft’a ısmarlanan Venezuela Pavyonu ise, günümüzde yaygın olan ülkelerin imaj geliştirme için yıldız mimar kullanma pratiğinin ilk örneklerindendir. Pavyon, Bunshaft’ın daha sonra yaygınlaşacak aerodinamik tasarım yaklaşımının da ilk örneğidir. Mimarlarının kendilerine özgü tasarım dillerini somutlaştıran bu yapılar, yıldız mimarların fuardaki önemini gösterir.



Şekil 4.27 1939-40 Brezilya Ulusal Pavyonu & Venezuela Ulusal Pavyonu

1958 Brüksel Dünya Fuarı’nda **ABD, Almanya, Fransa, İngiltere, İspanya, İsviçre Japonya, Kanada ve Norveç** Ulusal Pavyonları ülkelerinin tanınmış mimarları tarafından tasarlanmıştır. Bunlardan **ABD** Pavyonu’nun mimarı Edward Durell Stone, ülkenin popüler mimarlarından biri olarak uluslararası bir üne sahiptir ve dünyanın birçok farklı noktasında binalar tasarlamıştır. Bu açıdan fuardaki ulusal pavyon tasarımcıları arasında yıldız mimar statüsüne yakın olan tek isimdir. Modernist ve ikonik yapılarında dekoratif detaylar kullanması ile tanınan mimarın tasarım yaklaşımının ABD Pavyonu üzerinde oldukça etkili olduğu görülmektedir.

1970 Osaka Dünya Fuarı’nda **Hollanda, İngiltere, İrlanda ve SSCB** Ulusal Pavyonları ülkelerinin tanınmış mimarları tarafından tasarlanmıştır. ABD,

Almanya, İtalya, ve Kanada Ulusal Pavyonları da ülkelerinin tanınmış mimarlarına ait olmakla birlikte yarışma birincisi olarak inşa edilmişlerdir. Japonya Pavyonu'nun tasarımı ise ülkenin en eski kurumsal mimari planlama ve mühendislik şirketi olan ve dünyanın birçok farklı noktasında yapı üreten Nikken Sekkei firmasına aittir. Ancak fuarda, tasarımcısı yıldız mimar statüsünde olan bir ulusal pavyon yoktur.

1992 Sevilla Dünya Fuarı'nda **Almanya, İngiltere, İtalya ve Japonya** Ulusal Pavyonları ülkelerinin tanınmış mimarları tarafından tasarlanmıştır. Yine ülkelerinin tanınmış mimarları tarafından tasarlanan Fransa ve İspanya Pavyonları yarışma birincisidir. Bu pavyonların tasarımcılarından Nicholas Grimshaw (**İngiltere**), Tadao Ando (**Japonya**), Gae Aulenti (**İtalya**) küresel ölçekteki çalışmaları ve tanınırlıkları ile 'yıldız mimar' statüsünde değerlendirmiş mimarlardır. **Kuveyt** ise ulusal pavyon tasarımı için 'yıldız mimar' denildiğinde ilk akla gelen isimlerden İspanyol mimar Santiago Calatrava'yı görevlendirmiştir.

Yüksek teknolojiyi merkezine alan mimarlık pratiğiyle tanınan Grimshaw, kalıcı değerlere önem veren ve güçlü teorik altyapılara sahip projeler ile tanınan Aulenti, Japonya'nın ulusal geçmişiyle Modern mimarlık dilini uzlaştırmayı deneyen Ando ve en son mühendislik teknikleri ile yüksek çizgilerde bir sanat anlayışını birleştiren Calatrava'nın bakış açıları tasarladıkları ulusal pavyonlarda açık biçimde görülmektedir.



Şekil 4.28 1992 Kuveyt Ulusal Pavyonu

2000 Hannover Dünya Fuarı'nda **Almanya, Hollanda, İspanya, İsviçre ve Japonya** Ulusal Pavyonları ülkelerinin tanınmış mimarları tarafından tasarlanmıştır. Bu pavyonların tasarımcılarından Winy Maas - MVRDV (**Hollanda**),

Shigeru Ban (**Japonya**), Peter Zumthor (**İsviçre**) küresel ölçekteki çalışmaları ve tanınırlıkları ile 'yıldız mimar' statüsünde değerlendirilen mimarlardır. Dünya Fuarları'na katılımı genel olarak istikrar göstermeyen **Portekiz** ise bu fuarda ulusal pavyon tasarımı için ülkenin yıldız mimar statüsündeki ismi Alvaro Siza'yı tercih etmiştir.

Dekonstrüktivist bir bakış açısı ile dijital çağın avantajlarını mimarlık ile birleştiren MVRDV, insan odaklı tasarımları ve doğa ile mimariyi birleştiren organik yaklaşımları ile tanınan Ban, malzemeye ve durumla kendine has bir ilişki kuran ve duyuları uyarmak üzerine kurgulanmış tasarımları doğal çevreyi deneyime dönüştüren Zumthor ve modernizmin soyutlaştırıcı ve yabancılaştırıcı özelliklerini dışlasa da eserlerinde modernizmden izler gösterdiği için şiirsel modernist adıyla anılan Siza'nın imzalarını oluşturan bakış açıları tasarladıkları ulusal pavyonlarda net olarak görülmektedir.



Şekil 4.29 2000 Portekiz Ulusal Pavyonu

2010 Şangay Dünya Fuarı'nda **Almanya, İngiltere, İspanya, İsviçre** ve **İtalya** Ulusal Pavyonları ülkelerinin tanınmış mimarları tarafından tasarlanmıştır. Yine ülkesinin tanınmış bir mimarı tarafından tasarlanan Fransa Pavyonu yarışma birincisidir. Fuarda inceleme kapsamında yer almayan **Danimarka** ve **BAE** (Birleşik Arap Emirlikleri) ise ulusal pavyon tasarımları için 'yıldız mimar' statüsünde değerlendirilen isimleri tercih etmiştir. BAE Pavyonu için Norman Foster (Foster&Partners) ile çalışırken Danimarka Pavyonu ülkenin dünya çapında tanınmış ismi Bjarke Ingels (BIG) imzalıdır.

Malzeme ve teknolojik olanakları kullanmadaki yaratıcılığı ile tanınan, tasarımlarının kimliği biçimden çok yarattığı strüktürel zenginlik ile belirginleşen

Foster ve mimari yaklaşımını “pragmatik bir ütöpik mimari” olarak tanımlayarak geleneksel yaklaşımları sorgulayan Ingels’in anlayışları tasarladıkları ulusal pavyonlarda net bir şekilde okunmaktadır.



Şekil 4.30 2010 BAE Ulusal Pavyonu & Danimarka Ulusal Pavyonu

2015 Milano Dünya Fuarı’nda **Almanya, İngiltere, İspanya, Japonya ve Rusya** Ulusal Pavyonları ülkelerinin tanınmış mimarları tarafından tasarlanmıştır. Ülkesinde tanınan bir mimar tarafından tasarlanan İtalya Pavyonu yarışma birincisidir. **BAE** (Birleşik Arap Emirlikleri) ise ulusal pavyon tasarımı için yine Foster&Partners firmasını görevlendirmiştir. Fuardaki pavyonların tasarımcılarından sadece Norman Foster (BAE) ‘yıldız mimar’ statüsünde değerlendirilmektedir. Pavyon aynı zamanda, yine Foster&Partners tarafından tasarlanan Abu Dabi’deki sürdürülebilir Masdar Şehri master planının tasarım yaklaşımının protitipi olarak ülkeyi ve projeyi bir arada tanıtmaktadır.



Şekil 4.31 2015 BAE Ulusal Pavyonu

Daha önce belirtildiği gibi Dünya Fuarları’nda ulusal pavyonların temsil ettikleri ülkelerin tanınmış mimarları tarafından tasarlanması sık rastlanan bir durumdur.

Mimarlar bazen ulusal yarışmaların sonucuna göre bazen de hükümetlerin doğrudan görevlendirmesi ile belirlenmektedir. 1939,1958 ve 1970 fuarlarında her iki durumda da ulusal pavyon tasarımlarında tanınmış mimarların sayıca çokluğu dikkat çekicidir. İnşa edilen projelerin ulusal yarışmalar ile belirlenmesi alışkanlığının ise 1939-2015 yılları arasında giderek azaldığı görülmektedir. Öte yandan mimarlık ortamında yıldız mimar kavramının oluşması ve yaygınlaşmasına paralel olarak, 1992 ve 2000 fuarlarında bu statüdeki isimlerin varlığındaki artış dikkat çekmektedir. 2010 ve 2015 fuarlarında ise yıldız mimar etkinliği dünyadaki genel ekonomik koşullara bağlı olarak düşüş göstermiştir.

Tez kapsamında incelenen fuarlardan; 1939-40 Fuarı'nda ulusal pavyonların önemli bir bölümü ülkelerinin tanınmış mimarları tarafından tasarlanmıştır. Fuarda yıldız mimar statüsündeki isimler Alvar Aalto (Finlandiya), Oscar Niemeyer (Brezilya) ve Gordon Bunshaft - SOM (Venezuela) olmuştur. 1958 Fuarı'nda mimari kaygıların artışına bağlı olarak ülkelerinde tanınmış olan mimarların etkinliği daha da artmıştır. Fuarda yıldız mimar statüsünde değerlendirilebilecek tek isimse Edward Durell Stone (ABD) olmuştur. 1970 Fuarı'nda da tanınmış mimarların rolü azalmadan devam etmektedir ancak yıldız mimar statüsünde değerlendirilebilecek bir isim yoktur. 1992 Fuarı'nda tanınmış mimarların katılımında düşüş, yıldız mimar sayısında ise artış dikkat çekmektedir. Fuarda yıldız mimar statüsündeki isimler Nicholas Grimshaw (İngiltere), Tadao Ando (Japonya), Gae Aulenti (İtalya) ve Santiago Calatrava (Kuveyt) olmuştur. 2000 Fuarı'nda ülkelerinde tanınan mimarların katılımı oldukça azalırken yıldız mimarların etkinliği devam etmiştir. Bu statüdeki isimler Winy Maas - MVRDV (Hollanda), Shigeru Ban (Japonya), Peter Zumthor (İsviçre) ve Alvaro Siza (Portekiz) olmuştur. 2010 ve 2015 fuarlarında dijital tasarım teknolojilerini kullanan genç mimari ekiplerin etkinliğinin arttığı ve yıldız mimar etkinliğinin azaldığı görülmektedir. 2010 Fuarı'nda Norman Foster (BAE) ve Bjarke Ingels - BIG (Danimarka), 2015 Fuarı'nda Norman Foster (BAE) bu statüdeki isimlerdir.

'Yıldız Mimarlar Sorunu'nun tez kapsamında incelenen ulusal pavyonların mimari tasarımlarına etkileri, ülkeler ve fuarlar bazında Tablo 6.1 - 6.15 üzerinde görülmektedir.

Türkiye Ulusal Pavyonlarının Tasarım Yaklaşımları Çerçevesinde Değerlendirilmesi

5.1 1939-40 New York Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu

Uluslararası fuarlara Osmanlı döneminde gösterilen ilgi Cumhuriyet döneminde de devam etmiş; Cumhuriyet hükümetleri, ticareti geliştirmenin yanı sıra Türk ürünlerini sergilemek, politik ilişkileri güçlendirmek, ülkeyi uluslararası alanda tanıtmak gibi düşüncelerle bu tür organizasyonlara katılmaya gayret göstermiştir. 1939-40 New York Dünya Fuarı da İkinci Dünya Savaşı öncesinde dünyadaki yayılma politikalarına karşı kendi toprak bütünlüğünü koruma düşüncesi ve yeni ticari pazarlar arama isteği ile Türk hükümeti tarafından önemli görülmüştür. Fuarla ilgili haberler 1937 yılından itibaren Türk basınında yer almaya başlamış, yarının dünyasının nasıl şekilleneceğine dair heyecan kamuoyuna aktarılmıştır. Ülkenin tanıtılması ve ticari ilişkilerin geliştirilmesi amacıyla fuara katılma kararı alınması, konuya ilgiyi daha da arttırmıştır. 1929 ekonomik krizinden sonra Amerika'yla olan ticaretin azalması nedeniyle hükümet, fuarı ticari ilişkilerin yeniden kurulması için de fırsat olarak görmektedir.

1938 yılında fuar hazırlıklarına başlanarak öncelikle sergiler için Türk dekoratörler görevlendirilmiştir. Fuara katılacaklara yardımcı olmak için İstanbul'da bir büro açılırken, sergide yer alması düşünülen tarihi eserler, sanat eserleri, yiyecek ve Tekel ürünleri gibi ürünlerin belirlenmesi için çalışmalar başlatılmış, ticari firmalara sergiye katılmaları için çağrıda bulunulmuştur. 1937 Türk Tarih Kongresi'nde yer alan eserlerin kullanılması için Türk Tarih Kurumu'yla temasa geçilmiştir. Sergide geleneksel el sanatlarının teşhir edilmesine karar verilmiş, eski ve yeni Türk giysilerini tanıtmak için fuarda görev alacak kızlara Türk kültürüne ait kıyafetler giydirilmesi kararlaştırılarak Anadolu'dan toplanıp modernize edilen kıyafetler New York'a gönderilmiştir. Sergiyle ilgilenmek ve Türkiye'yi tanıtmak için Amerika'da yaşayan Türk yazarlardan

oluşan New York Sergisi Türk Komisyonu oluşturulmuştur. Ayrıca “Milli Türk Seyahat Acentalığı” adlı bir firma kurularak tur programları hazırlanmıştır [178].



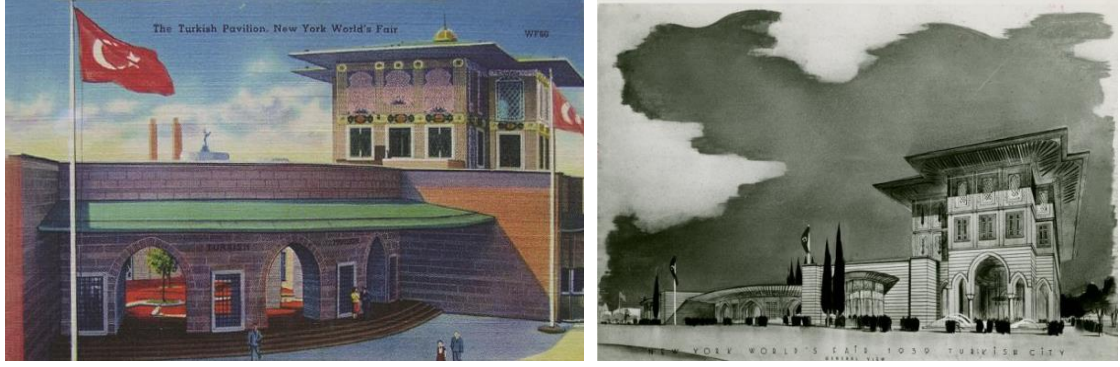
Şekil 5.1 1939-40 Türkiye Pavyonu Sergide Yer Alan Kıyafetler

Türkiye fuarda iki ayrı yapıyla temsil edilmiştir. Dönemin yayınlarında bu yapılardan bir tanesi “Devlet Pavyonu”, diğeri ise “Türk Sitesi” olarak adlandırılmaktadır. Devlet Pavyonu adı verilen yapı diğ birçok ülkenin yaptığı gibi Amerikan fuar komitesinden hazır olarak kiralanan; ülkedeki politik, sosyal ve ekonomik değişimlerin yansıtıldığı hükümet binasıdır [179].



Şekil 5.2 1939-40 “Hükümetler Bölgesi”ndeki Türkiye “Devlet Pavyonu”

“Türk Sitesi” olarak adlandırılan yapı ise bu tezin inceleme konusu olan Sedat Hakkı Eldem imzalı Türkiye Ulusal Pavyonu’dur. Dönemin hükümeti tarafından kurulan komisyon pavyonun tasarım işini doğrudan Eldem’e vermiştir. Basında “Türk Mimari Üslubu” temel alınarak tasarlandığı belirtilen pavyon ve karşısına inşa edilen Türk çeşmesi, Osmanlı mimarlığına göndermeler içeren yapılardır.



Şekil 5.3 1939-40 Türkiye Ulusal Pavyonu Kartpostalı & Perspektif Çizim

Pavyondaki sergilerde öne çıkarılan semboller ise Türk tarih tezinin bir yansımasıdır. Anadolu'nun Türklerin anavatanı olduğu sergilemede özellikle vurgulanmıştır. 1937 Türk Tarih Kongresi'nde yer alan eserlerin kullanılması da bu düşüncenin dışavurumudur. Türkiye sergiye geleneksel gıda ürünleri ve madenlerin yanı sıra Anadolu coğrafyası ve Türk tarihine ait eserler, yeni Türkiye'yi anlatan fotoğraflar, resimler ve grafiklerle katılmıştır. Koleksiyonlardan biri Türk coğrafyasındaki eski medeniyetlere, diğeri Selçuk ve Osmanlı medeniyetlerine aittir. Sergilerin artistik danışmanlığını Abidin Dino yapmıştır.

Türk Sergi Komiseri (bugünkü anlamda sergi küratörü) Vedat Nedim Tör, belirlenen temanın Türkiye için çok uygun olduğunu belirterek düşüncelerini; “Biz Atatürk Türkiye’si olarak yarının dünyasına çok şeyler katabilecek fikir malzemesine sahiptik. Devrimlerimizin gerçekleştirdiği bütün şiarlar, genel siyasetimizin barışçı ve yapıcı karakteri, bu anlamdaki bir sergi için çok kuvvetli kozlarımızdı. Ayrıca, Amerika’da savaşı, fanatik, otokratik, medeniyet düşmanı, haremli, acayip kıyafetli, hatta renginden bile şüphe edilen Türk toplumunu yeni rejimimizin ışığı altında göstermek için bu sergi büyük bir fırsattı” sözleriyle ifade eder. Tör, başbakana inşaatla ilgili bilgi verdiği mektupta; “klasik Türk mimarisine sadık kalınarak, modern ihtiyaçlara uygun olarak hazırlanan site binasının fuarda mimari olarak en beğenilen bina” olduğunu yazmıştır [180].

Fuarın açılışında ABD başkanı Roosevelt'in barışı öven konuşması Türkiye’de büyük dikkat çekmiş, Vedat Nedim Tör ise konuşmasında Türk pavyonunun Türk inkılâbının barış, demokrasi ve tolerans düşüncesini yansıttığına vurgu yapmıştır.

Pavyonun açılışında davetlilere hediye edilen zarfta Türkiye ve pavyon hakkında bilgi veren İngilizce bir tanıtım rehberi ile Türkiye kartpostalları yer almaktadır.



Şekil 5.4 1 Mayıs 1939 Cumhuriyet Gazetesi & Türkiye Tanıtım Rehberi



Şekil 5.5 1939-40 İngilizce Tanıtım Rehberinden Sayfalar

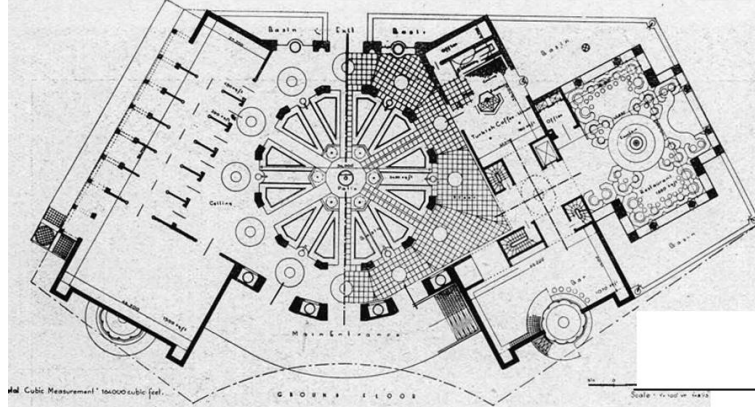
İngilizce tanıtım rehberi pavyonu “klasik Türk stilinde ancak modern imalar içeren” bir yapı olarak tarif etmektedir. Eldem'i üniversitede genç bir profesör olarak tanıtan rehber; mimarın tipik Türk mimarisindeki çeşme motifini aynen kullandığını, ayrıca binanın içindeki iki çeşmenin de İstanbul'un ünlü çeşmelerinin kopyaları olduğunu yazar. Pavyonun cephelerindeki süsleme ve elemanlar Türk sanatçıların yüzyıllardır kullandığı el sanatlarının örnekleridir. Dükkânları bir Türk 'kapalıçarşı'sı olarak tanımlayan rehber satılan ürünler ve düzenlenecek sergiler hakkında bilgi vererek Türkiye'ye seyahat etmek isteyenleri turizm bürosuna davet etmektedir. Ayrıca girişte Zühtü Müritoğlu'na ait Avrupa ve Asya'yı

birleştiren Türkiye temalı heykel ile “mili şef” Atatürk’ün büstü ve “Yurtta Sulh, Cihanda Sulh” sözü tanıtılmakta, Türk devriminin kadın özgürlüğü, barış, tolerans, insanlığın gelişimi konularına bakışı özetlenmektedir [179].

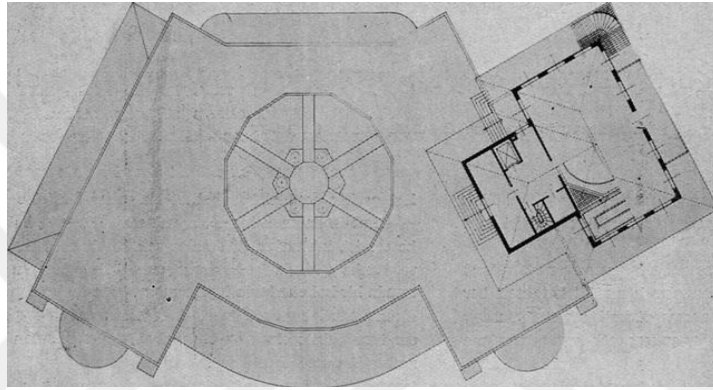


Şekil 5.6 1939-40 New York Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu

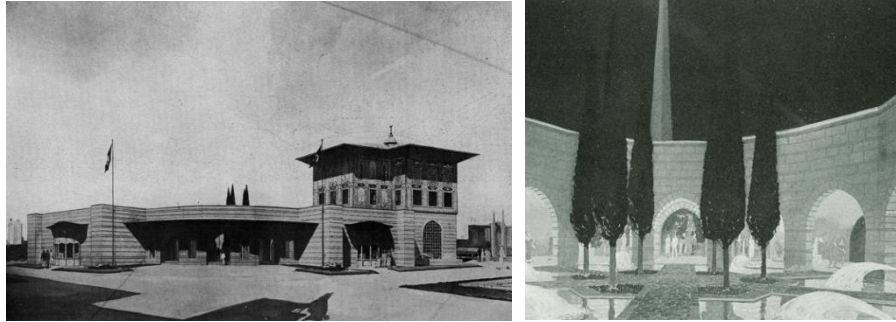
Geçici bir strüktür olarak inşa edilen 2043 metrekarelik pavyonda ahşap ve çelik çerçeveli alçı levhalar kullanılmış ve hafiflik amaçlanmıştır. Pavyonda; lokanta, kahve, banka, tekel mağazası, dükkânlar ve kütüphane bulunmaktadır. Girişin sağındaki kültürel sergilemelere ayrılan iki katlı kütle hünkâr köşklerinin mimarisini örnek almaktadır. Bu bölüm, geniş altın yaldızlı saçaklar, alçı pencereler ve renkli çinilerle bezenmiştir. Girişin solundaki tek katlı bölüm ise ticari sergilemeler için ayrılmıştır. Geniş bir saçağın çerçevelediği yarım daire giriş, içinde selvi ağaçlarının yer aldığı havuzlu bir orta avluya açılır. Sivri Osmanlı kemerlerin çevrelediği bu avluda, bir klasik Osmanlı çeşmesi ile bir Türk Kahvesi yer almaktadır. Binada eski Türk mimarisine referansla suya özel bir önem verilmiştir. Işık oyunları ile renklendirilen havuzlar ve sebiller binanın dekoratif unsurları arasındadır. Arkitekt dergisinde proje şu sözlerle tanıtılmaktadır; “Türk sitesi binası ve çeşme daha inşası esnasında şöhret bulmağa başlamış, binanın kendisine hâs milli karakteri her milletin pavyonundan fazla nazarı dikkati celbetmiştir.” [181]. Ancak, pavyondaki bütün süslemeler tarihi eserlerden kopya edilerek üretilirken kullanılan mimari detaylar, kimliğini övündüğü dinamizmi ve devrimleriyle oluşturan genç Cumhuriyet için fazlasıyla “Neo-Osmanlı” seçimler olmuştur [182]. Geleneksel avlulu Türk evi yerleşim şemasını baz alan tasarımda simetrik ve eksenel plan; orta sofa gibi plan öğeleri, çıkma, saçak, kafes gibi ayrıntıları ve oranları ile detaylandırılmıştır.



Şekil 5.7 1939-40 New York Fuarı Türkiye Pavyonu Zemin Kat Planı



Şekil 5.8 1939-40 New York Fuarı Türkiye Pavyonu Birinci Kat Planı



Şekil 5.9 1939-40 Türkiye Pavyonu Cephe ve Avluya ait Perspektif Çizim

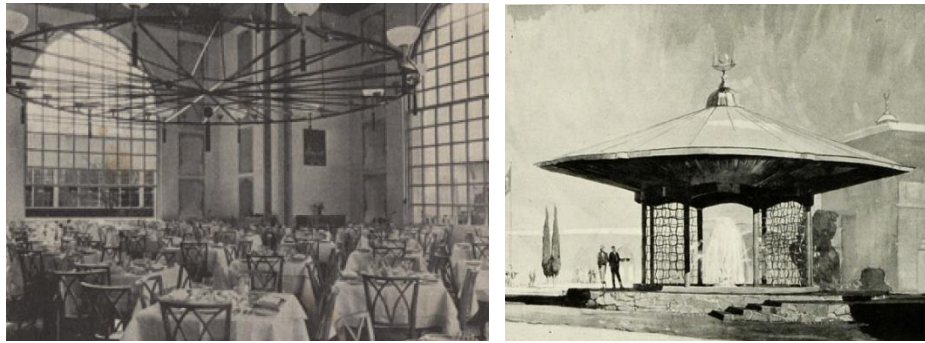
Pavyonun ticari kısmının Amerikalılara ve diğer milletlere, Türkiye'nin zengin coğrafyası hakkında fikir vereceği düşünülmüş, ikinci kat ise kültürel öğelerin teşhirine ayrılarak periyodik sergiler açılmıştır. Pavyonda sergilenen bazı tarihi eserlerin alçıdan yapılmış mulajlarının fuar bitiminde Amerikan müze ve üniversitelerine hediye edilmesi kararlaştırılmıştır. Ayrıca fuar temasına yönelik olarak; memleketin, siyasi, sosyal, mali, iktisadi, endüstriyel, zirai, kültürel her

türlü kalkınması rakamlar, grafikler, fotoğraflar, açıklamalar ile gösterilerek, ziyaretçilere o günün ve yarının Türkiye'si hakkında ayrıntılı bir fikir verecek 'Yarının Türkiye'si' isimli bir sergi düzenlenmiştir [178].



Şekil 5.10 1939-40 Türkiye Pavyonunda Sergilenen Türk El Sanatları

Pavyonun ilgi gören bölümlerinden biri olan Türk Kahvesi'nin duvarları, Fikret Mualla'nın resimleriyle süslenmiştir. Amerika'nın tek otantik Türk lokantası olarak tanıtılan "Star and Crescent / Ayyıldız" isimli restoranda ise Türk ve Amerikan damak tadına hitap edecek bir menüyle hizmet verilmiştir. Otantik kostümlü garson kızların hizmet verdiği lokantada, yaylı çalgılarla Anadolu ezgileri çalınmıştır. Cue ve New Yorker dergisi ile New York World Telegram gazetesi lokanta ve menüyü tanıtırken fiyat açısından fuarın en uygun seçeneği olduğunu belirtmektedir [183].



Şekil 5.11 1939-40 "Star and Crescent / Ayyıldız" Restoran & Türk Çeşmesi

Pavyonun karşısında Eldem tarafından tarihi Osmanlı çeşmeleri örnek alınarak tasarlanan çeşme ise, Dünya Fuarları'na Osmanlı dönemi katılımlarında da görülen bir elemandır. 1938 İzmir Uluslararası Fuarı'nda kullanılan, çinilerle süslü çeşmenin benzerinin Türklerin çinicilikteki üstünlüğünü göstermek için, pavyonda

yer alması gerektiği düşünölmüştür. Türkiye New York'ta kalıcı bir eser bırakmak istemiş ve çeşme, cumhuriyetin 16. yılı vesilesiyle şehre hediye edilmiştir [178].

1939 Türkiye Pavyonu Türkiye'de mimari yayın olarak sadece Arkitekt dergisinde yayınlanmıştır. Dergi aynı zamanda fuar hakkında genel bilgi ile bazı ulusal ve ticari pavyonlar hakkında kısa bilgiler de vermiştir. Bunun dışında Yedigün dergisi gibi popüler yayınlarda ve Akşam, Cumhuriyet gibi günlük gazetelerde Türkiye pavyonu ile ilgili yayınlanan haber ve yazılar çoğunlukla olumlu bir üsluptadır.

Bu bölümde Türk Ulusal Pavyonu'nu fuardaki diğer ulusal pavyonlar arasında konumlandırabilmek için Türkiye'de dönemin mimarlık ortamının genel bir çerçevesi çizilmeye çalışılacak, yapı bu çerçevede ele alınacaktır.

5.1.1 1930'larda Türkiye'de Mimarlık Ortamı

1923'ten itibaren Ankara, Cumhuriyet'in çağdaş karakterini yansıtacak şekilde yeniden kurulurken ülkedeki mimar sayısı kısıtlı olduğu için yabancı mimarlara başvurulmuştur. Bu esnada Avrupa'da baskıcı rejimler nedeniyle başlayan beyin göçü Türkiye'yi uzmanlar için çekici bir konuma getirmiştir. Eserleri ve eğitim görevleriyle Türk mimarlığının bir dönemine damga vuran yabancı mimarların çoğu Orta Avrupa mimari ekolünün temsilcileridir. Bu çizgide ürettikleri yapılar ise çağın mimarisini yansıtmaktan uzak kalarak devrimci Cumhuriyet'e uygun olamamıştır. Öte yandan yurtiçi ve yurtdışında yetişen Türk mimarlar 1930'lu yıllardan itibaren etkin olmaya başlamış ve yabancı mimar egemenliğine tepki göstermiştir. Türkiye'yi uygar ülkeler düzeyine yükseltecek devrimlerin gerçekleştirildiği 1930'larda Avrupa ve ABD'de yaygınlaşan Modern Mimarlık, cumhuriyet yönetimini de etkilemiştir. Çağdaşlaşma adımlarının atıldığı bu dönemde Türk mimarlar, Batı'da gelişen yeni akımlardan etkilenmişlerdir.

Ancak Türkiye'de, dünya mimarlığındaki gelişmelere ayak uyduran modernist dönemden (1927-1939) sonra 1940'larda yeni bir mimari akım başlamıştır. 1927'den beri süren yabancı mimar egemenliğine tepki olarak doğan öze dönme çabalarının yanısıra Avrupa'daki totaliter düşüncelerden de beslenen bu akım, yeni bir ulusalcı mimarlık yaratmak hedefine yönelerek 1939-50 yılları arasında Türk mimarlığını etki altına almıştır. Önceleri Milli Mimari, 1970'lerden sonra da İkinci

Ulusal Mimarlık adıyla anılan akım geçmişteki yerel, ulusal mimarlık öğelerinin kullanılmasına dayanan bir üslup araştırması niteliğindedir. Sedad H. Eldem'in 1936 yılında Güzel Sanatlar Akademisi içinde kurup yürüttüğü Milli Mimari Semineri adlı çalışmalarda özellikle geleneksel Türk sivil mimarlığı üzerinde yoğunlaşan araştırmalar akımın düşünce temelini oluşturur. Amaç, yerel mimari ve çağdaş teknolojiyen yararlanarak Türkiye'ye özgü bir mimarlık yaratılmasıdır. Bu arayışta Almanya, İtalya, SSCB gibi ülkelerdeki siyasi rejimlerde tutunmaya başlayan totaliter düşüncelere dayalı, tarihselci seçmecilik anlayışının da payı vardır. 1930'lu yıllardaki modernist anlayışa karşı gelişen eleştiriler paralelinde, İkinci Ulusal Mimarlık akımı Modernizm'in antitezi olarak ortaya konmuştur. Modern mimarlığın geleneksel tarihi çevreyle uyumsuzluk yarattığı, ayrıca ithal malzeme ve teknolojiye ihtiyaç doğuracağı öne sürülerek geriye dönük kalıplar içinde seçmeci bir mimarlık dönemi başlamıştır. İkinci Ulusal Mimarlık'taki seçmecilik, 1910-1930 döneminde etkin olan Birinci Ulusal Mimarlık'taki gibi dini yapılardan alınan öğelerle değil, tarihi sivil yapılardan alınan öğelerden yararlanılarak daha sade şekilde uygulanmıştır. Özü, biçim aktarmaya dayanırken, simetriye, aksel kitle ve plan düzenlemelerine önem veren, taş kaplama cepheler, saçaklar, bindirmelikler, kafesler gibi yapısal öğeler ve anıtsal bir anlatımla belirlenen bu deneme 1950'lerin başına dek sürmüş, dönemin teknolojisine ve gereksinmelerine ayak uyduramayarak sona ermiştir [184].

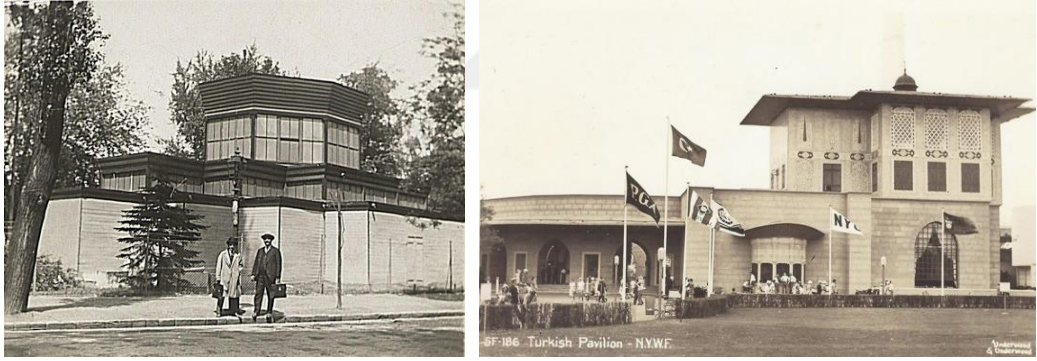
Türkiye'de 1940'lı yılların gündemini oluşturan İkinci Ulusal Mimarlık akımının kilit yapılarından biri kabul edilen 1939 Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarım yaklaşımına ilişkin dönemi içerisinde basında ve mimari yayınlarda herhangi bir mimari değerlendirmeye rastlanmamıştır. Ancak yakın dönem Türk mimarlık tarihi yazımında yapıyla ilgili kapsamlı değerlendirmeler bulunmaktadır.

Bunlardan Batur'un değerlendirmesine göre; Eldem'in temsilcisi olduğu anlayış tarihi biçimlerin doğrudan seçilip kullanılması yerine plan şemalarının ölçü, oran ve biçimlerinin analizi yoluyla tasarım ilkelerinin ve ölçütlerin elde edilmesini öngörmektedir. Ancak pavyonda Osmanlı mimarlığına yapılan göndermeler mimarın konutlarındaki soyutlamalara göre daha belirgindir. Bu açıdan pavyon geleneğin yeni bir yorumu değil, Osmanlı Revivali'nin yeni bir örneğidir [185].

Aslında 20. yüzyıl fuarlarında, sömürge olmayan İslam ülkelerine ait pavyonlar önceki yüzyıldan alınma birçok özelliğe sahiptir. Eldem'in Türkiye pavyonu ise bu durumu en iyi gösteren örnektir. Genç cumhuriyet, modernist ve neo-Osmanlı formları kaynaştıran bir kompleksle temsil edilerek modernleşme ile 'tarihsel' olarak tanımlanan kültürel imaj arasındaki gerilim sürdürülmüştür [11].

Devrimlerini yoğun bir biçimsel modernist kültürel ayıklama üzerine kuran ülkenin kendisini, biçimsel anlamda eğilimine denk bir ortamda, kurtulmak istediği göstergelerle temsil etmesi şaşırtıcıdır. Tanju'ya göre ülkenin geleceğe dair proje üretmeye yatkın olmayan kültürel geçmişi ve yetersiz maddi birikimi geleceğin dünyasını kurmak gibi bir projeye katkıda bulunmasını engellemiştir [186].

Yapı, Eldem'in 1931 yılında Peşte Fuarı için tasarladığı çağdaş anlayıştaki pavyonla kıyaslanamayacak kadar geriye dönük, tutucu bir mimari dile, ulusalcı bir tarza sahiptir. Sekiz yıl arayla anlayışta ve mimari dilde oluşan farkı, tarihselci, oryantalist eğilimlerle geriye dönüşü, genç Cumhuriyet'in atılımcı, çağdaş karakteriyle bağdaştırmak olanaksızdır [184].



Şekil 5.12 1931 Türkiye Pavyonu & 1939-40 Türkiye Pavyonu

Kısa sürede cumhuriyetin devrimler döneminin modernist mimari çizgileri, yerini tarihi, geleneksel simge ve referanslara bırakarak körelmiştir. Atatürk devrimleri süresince yaratılabilen özgün ve ilerici mimari dil, turistik bir tarihselcilik uğruna terkedilerek ulusal kimliğin teşhirinde tekrar 19. yüzyıl fuarlarındaki yaklaşımı hatırlatan Osmanlı formlarına dönülmüştür. Her iki pavyonun tasarımında söz sahibi olan Eldem ve Tör'ün, sekiz sene arayla yaptıkları seçimlerde, gelenekseli yeğlemelerinin sebebi sadece uluslararası dinamikler değil belki de Atatürk'ün ölümü ile ülkenin yeni bir döneme girdiğinin bilincinde olmalarıdır [182].

Ancak Eldem pavyon sayesinde Türkiye’de önemli bir itibar elde etmiştir. Türk basınındaki haberlerin neredeyse tamamında tasarımın Doğu ve Batı’yı kucaklayan, derin bir sanatsal başarı içeren, kendine özgü büyük bir iş olduğu belirtilmektedir. Kızılay gazetesinin yabancı uzmanların görüşlerini aktardığı yazı dizisinde pavyon bir şaheser olarak nitelendirilmiştir. Türk kimliğini yansıtan bina “bir taklit değil modern bir Türk binası”dır. Eldem ulusal kimlikten ödün vermeden nasıl modern olunabileceğini dünyaya göstermiş; ülkedeki tüm binaların sivil mimarlık referanslarıyla üretilmesinin önerileceği bir süreci başlatmıştır [187].

Türkiye’de “çağdaş uygarlık” hedef gösterilirken “Geleceğin Dünyası” temalı bir Dünya Fuarı’nda gelenekselin yaşatılmaya çalışılması, toplumda modernleşme olgusunun kavranışındaki çelişkileri ortaya koymaktadır. Toplum bir yandan batılılaşma ve modernleşme girişimleri içinde iken uluslararası platformda geçmişe sahip çıkıldığını da gösterme zorunluluğu hissedilmektedir. Sonuçta modernleşmeye yönelik imaj arayışı, geleneği koruma endişesi ile birleşerek ‘Batı’nın gözündeki değiştirilmek istenen oryantalist imgeyi yeniden inşa etmiştir.

5.1.2 1939-40 New York Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu’nun Tasarım Yaklaşımları Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Bu bölümde 1939-40 Türkiye Pavyonu, 4. Bölüm’de tanımlanan tasarım yaklaşımları çerçevesinde değerlendirilecektir (Bakınız Tablo 6.16).

Politik & İdeolojik Kaygılar

Fuarın genel tasarımı modernizm&füturizm kavramları etrafında biçimlenirken, ulusal pavyonların büyük bölümünün karakterini politika ve ideolojiye bağlı tarihselci eğilimler belirlemektedir. Savaş öncesi gergin politik durum nedeniyle, totaliter rejimler pavyonlarını totaliter simgeler ve radikal klasizm aracılığıyla birer görsel gösteri ve propaganda aracı olarak kullanmıştır. Dünyadaki siyasi iddialaşmadan bağımsız olarak, Türkiye’de yeni bir politik döneme girilmiş olması, dünyadaki totaliter düşüncelerin mimari ortamdaki etkileri ve ülkenin kendi iç dinamikleri nedeniyle mimarlıkta eskiye dönüş eğilimleri Türkiye Pavyonu üzerinde etkilidir. Bu doğrultuda ‘politik & ideolojik kaygılar’ Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları

Katılımcı ülkelerin mimarlığı, ulusal kimlik temsili ve imaj arayışları için etkin biçimde kullandıkları bir platform olan fuarda ABD ve SSCB gibi süper güçler mimaride değilse de sergilerde teknoloji üreticisi pozisyonunu üstlenirken Türkiye gibi ülkeler sadece kimlik üzerine vurgu yapan bir temsil biçimini tercih etmiştir. Türkiye, içinde bulunduğu modernleşme sürecinde gelenekseli koruma endişesi ile sunmak istediği kimliği mimaride tarihsel ve geleneksel referanslarla biçimlendirmektedir. Bu nedenle 'ulusal kimlik & imaj arayışları' Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Turistik Tanıtım Amacı

Turistik tanıtım, fuardaki ulusal pavyonların mimari tasarımını doğrudan etkileyen bir yaklaşım değildir. Ancak turizme yönelik etkinlikler tüm ulusal pavyonların programında önemli yer tutmaktadır. Türkiye Pavyonu da sergilenen objeler ve sergileme biçimi ile turistik tanıtıma hizmet etmektedir. Turistik seyahatler için satış yapılan turizm bürosu, Türk kahvesi, Türk lokantası, Türk bahçesi ve Kapalıçarşı temalı dükkânlar gibi mekânlar bulundurması nedeniyle turistik faaliyetlerin binanın planlamasında etkili olduğu söylenebilir. Bazı değerlendirmelere göre yapının mimari dili de "turistik bir tarihselcilik" taşımaktadır. Bu doğrultuda 'turistik tanıtım amacı' Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Tanınmış Mimarlar Sorunu

Pavyon için bir yarışma düzenlenmemiş; Eldem'in akademisyen kimliğinin yanında kamu ve özel sektörde önemli yapılara imza atmış olması ve Budapeşte Fuarı'ndaki deneyimi için kendisine verilmesinde etkili olmuştur. Fuarın ekonomik ve teknolojik açıdan gelişmiş geleceğin dünyasını kurma kurgusunu dikkate almayarak, Eldem'in o dönemdeki şahsi mimari yaklaşımını tasarıma yansıtması Türkiye Pavyonu'nun bir bireysellik yansıttığını düşündürmektedir. Eldem, fuar temasının aksine o günün dünyasını geçmişin bakış açısıyla üretmeyi tercih etmiştir. Bu açıdan 'tanınmış mimarlar sorunu' Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Diğer Yaklaşımlar

Genel tasarımı ‘Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek’ teması çerçevesinde biçimlenen fuarda ulusal pavyonlar, ülkelerin modernleşme ve sanayileşme düzeylerindeki farklılıklar nedeniyle tema ile uyumdan uzaktır. Türkiye Pavyonu’nda da fuar temasına uyum konusu farklı bir biçimde ele alınarak sadece tanıtım kitapçığında, ülkenin ‘yarının dünyası’na yapılan devrimler ile katılacağı belirtilmiş, ancak fuarın hedefindeki dünyayı kurmaya yönelik bir fikir veya proje ortaya konmamıştır. Temayla ilişki kurmak için düzenlenen “Yarının Türkiye’si” isimli sergi ise geleceğe dair öneri veya buluşları değil sadece ülkenin kalkınma verilerini içermektedir. Yapının mimari karakterini temadan uzak, tarihselci eğilimler belirlemektedir. Bu nedenle **‘fuar temasına uyum sorunu’**, Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuar kapsamında incelenen ulusal pavyonlardan, sadece mimaride modernist bir tavır benimseyenlerin fuarın bakış açısı ve çağın ruhu ile örtüştüğü düşünülmektedir. Türkiye Pavyonu fuarın ve çağın bakış açısından uzak biçimde, Osmanlı Mimarlığı’na yapılan göndermelerle, geriye dönük ulusalcı bir tarzda tasarlanmıştır. Bu nedenle **‘çağın ruhunu yakalama sorunu’** Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

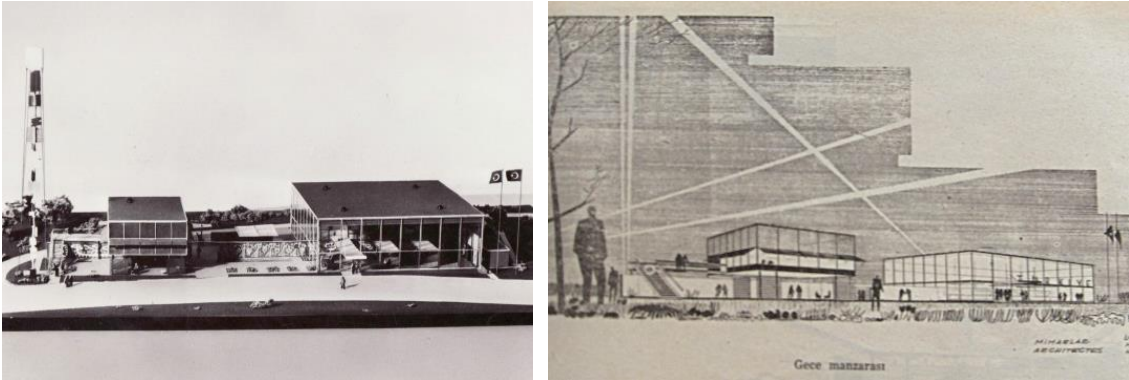
Fuarda şirket ve tema pavyonlarının büyük bölümü deneysel yaklaşımlar içerisinde tasarlanırken ulusal pavyonların büyük bölümünde böyle bir arayış görülmemektedir. Bu ortamda **‘deneysellik arayışları’** Türkiye Ulusal Pavyonu’nun da mimari tasarımını da etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarın mimari kaygılarla tasarlanmış genel çerçevesi; mimarlık, tasarım ve yapı teknolojisinin ulaştığı düzeyi ve bu konudaki yarışı simgelemektedir. Ülkeler bölümünde mimaride politik ve ideolojik etkiler hâkim olsa da çağdaş, yenilikçi, fonksiyonel özellikler taşıyan pavyonların fuarın bakış açısı ile uyumlu mimari kaygılara sahip olduğu düşünülmektedir. Türkiye Pavyonu ise ülkenin kendi dinamikleri içerisinde tasarımcısına ait mimari kaygılarla tasarlanmış olsa da; geriye dönük, tutucu mimari dili ve geleneksel plan düzenlemesi ile çağın gereksinimlerini karşılama endişesi taşımaz. Bu nedenle **‘mimari kaygılar’** Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarın temasına uygun olarak şirket ve tema pavyonları, düzenlenen sergiler dönemin en son teknolojisini göstermek ve geleceğe yönelik inovatif fikirleri sunmak üzere tasarlanmıştır. Ancak ulusal pavyonların mimarisinde genel olarak teknoloji ve inovasyon konuları etkili değildir. Yapı teknolojisine ilişkin yenilikleri, yeni malzemeleri ve tasarıma yönelik yenilikçi bakış açılarını içeren az sayıda ulusal pavyonda bu konuya önem verildiği düşünülmektedir. Türkiye Pavyonu ise sergiler, mimari tasarım ve yapı teknolojisi açısından hiçbir yenilik içermemektedir. 1939 yılının dinamikleri çerçevesinde ülke, dünyanın süper güçleri arasında teknolojik ve endüstriyel başarıların sunumundan çok kültürel tanınmayı hedeflemektedir. Bu nedenle '**teknoloji & inovasyon sorunu**' Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

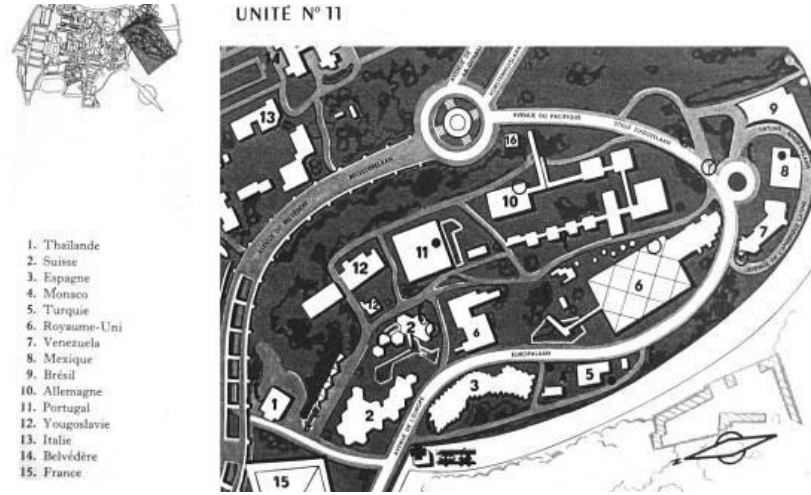
5.2 1958 Brüksel Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu

Mimari tasarımı Muhlis Türkmen, Utarit İzgi, Hamdi Şensoy ve İlhan Türegün'e ait olan 1958 Brüksel Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu, Türkiye'deki çağdaş mimarlık uygulamalarının 1950'li yıllardaki önemli örneklerinden bir tanesidir. Dönemin hükümeti fuara büyük önem verdiği için 1956 yılında Bakanlar Kurulu tarafından Dışişleri Bakanlığı'na bağlı 'Brüksel Sergisi Daimi Komisyonu' kurulmuş, bakanlık ülkeyi temsil edecek pavyonun belirlenmesi için mimari bir yarışma açmış ve birincilik ödülü kazanan proje uygulanmıştır [184].

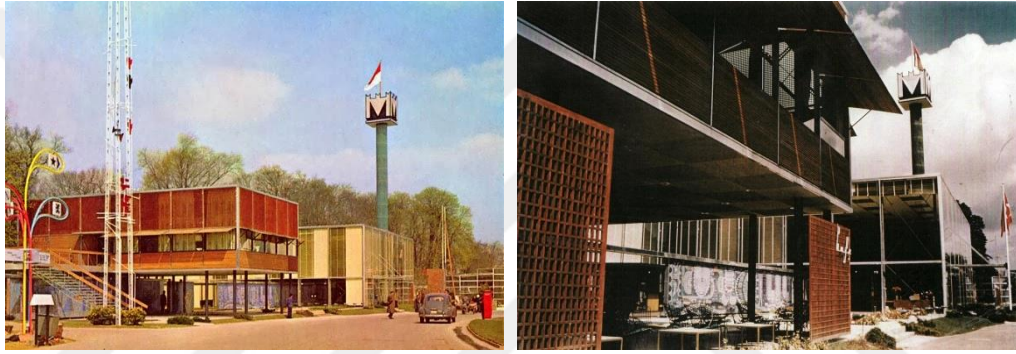


Şekil 5.13 1958 Brüksel Fuarı Türkiye Pavyonu Maketi ve Cephe Çizimi

Aşağıdaki vaziyet planında gösterilen konumda yer alan Türkiye Pavyonu (5), fuarın en büyük ulusal pavyonları olan SSCB, Fransa, ABD ve İngiltere ile karşılaştırıldığında boyutları açısından oldukça mütevazı bir yapıdır.



Şekil 5.14 1958 Brüksel Fuarı Türkiye Pavyonu (No:5) Yerleşim Planı

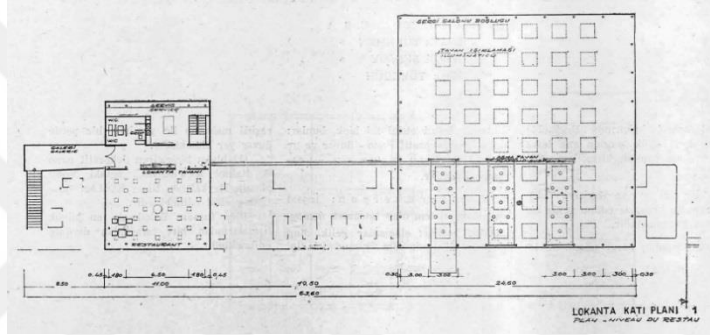
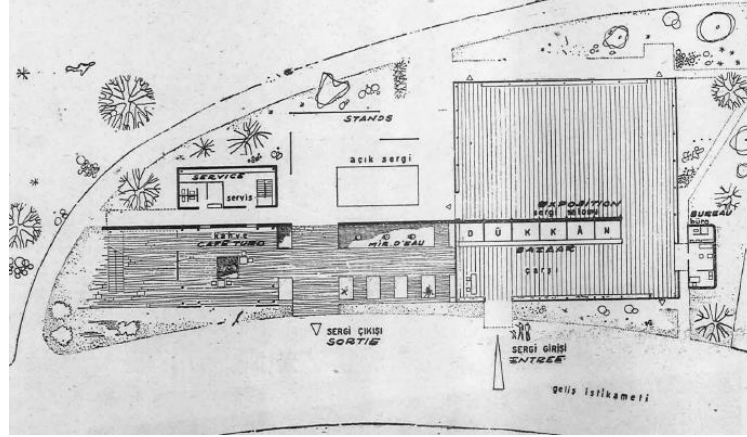


Şekil 5.15 1958 Brüksel Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu

Pavyon, bir tanesi sergi salonu ve dükkânları, diğeri Türk Kahvesi, servis alanları ve ‘Golden Horn’ isimli restoranı içeren iki kütle ve bunların arasındaki sergi amaçlı düzenlenmiş açık alanlardan oluşmaktadır. Ortada bir mozaik pano duvar iki kütle arasında uzanmakta, duvarın önünde de fiskiyeli bir havuz bulunmaktadır. 1957 yılında Arkitekt dergisinde yayınlanan tanıtım metnine göre; inşaat prefabrike sistem olup tamamen ‘demontabl’dır. Taşıyıcı elemanlar çelik olup cephede bunların etrafında cam ve sandviç tipi çeşitli malzeme ile yapılmış bir ‘perde duvar’ yer almaktadır. İnşaat Belçika’nın en büyük firmalarından biri tarafından üstlenilmiştir [188].

Temel geometrik ve kübik formlardan oluşan pavyonun plan şeması incelendiğinde, farklı işlevler için ayrılmış farklı ölçülere sahip dörtgenlerin asimetric olarak bir araya getirildiği görülmektedir. “Açık plan” veya “total mekan” terimleri ile tanımlanan rasyonalist anlayışın bir örneği olan yapıda esneklik,

birbiri içine akan mekanlar, iç ve dış mekan sınırlarının yer yer belirsizleşmesi planı biçimlendiren özelliklerdir.



Şekil 5.16 1958 Brüksel Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Kat Planları

Pavyon, diğer ulusal pavyonlar gibi fuar bitiminde söküleceği için yeniden inşa edilecek şekilde hafif prefabrik bir yapı olarak tasarlanmıştır. Yük taşımayan modüler panellerden oluşan bir giydirme cephe sistemi kullanılan pavyonda; sergi salonu kütlesi için cam ve alüminyum, restoran için ahşap tercih edilerek konstrüksiyon yapısal çelik ile desteklenmiştir. Yapı, inşaat tekniği ve sökülebilir sistemi nedeniyle Türkiye’de dönemin öncü örneklerinden kabul edilir [189].



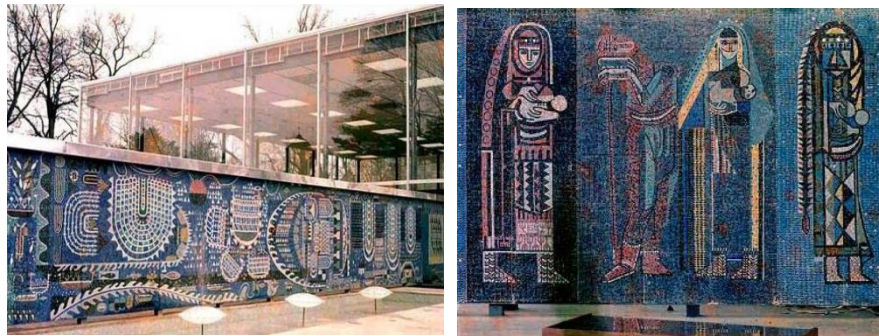
Şekil 5.17 1958 Brüksel Fuarı Türkiye Pavyonu İnşaatı ve Tamamlanmış Hali

Pavyonda sergilenen eski ve yeni sanat eserleri, bu amaçla kurulan bir komisyon tarafından tespit edilmiştir. Pavyonu oluşturan iki kütle arasında Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun anıtsal boyutta mozaik duvar panosu, parselin ucunda heykeltıraş İlhan Koman'ın hazırladığı bir soyut heykel olan 'Pilon' (kule) ve iç mekânda yine İlhan Koman'ın bir 'Hitit Güneş Kursu' çalışması yer almaktadır. Yirmi iki metre yüksekliğindeki kule çelik çubuklardan oluşmaktadır. Üzerinde Türk motiflerini içeren renkli geometrik şekiller mevcuttur [190].

Pavyondaki en dikkat çekici öge iki kütleli birbirine bağlayan Eyüboğlu imzalı yerel motifli mozaik duvar uygulamasıdır. Duvarda Türkmen kızlar, İstanbul haritası, Karagöz'ün gemisi, Beyazıt, Ayasofya ve Sultanahmet camileri ve çocuk emziren anne gibi figürler yer alır. Eser fuarda bir altın madalya kazanmıştır.



Şekil 5.18 Kule-Hitit Güneşi (İ. Koman) & Mozaik Duvar (B. R. Eyüboğlu)



Şekil 5.19 B. R. Eyüboğlu İmzalı Mozaik Pano Detayları

İç mekân sergileri; Atatürk büstü ve özdeyişlerini, ülkenin kültürel zenginliğini vurgulamak üzere müzelerden getirilen tarihi eserleri, ülkenin kalkınmasını anlatan grafikleri ve Anadolu uygarlıklarına ait el sanatları örneklerini, Osmanlı'ya ait müzikle tedavi yöntemini anlatan dokümanları içermektedir. Ülkeyi bir

‘medeniyetler kavşağı’ olarak sunan ve Hititlerden itibaren Anadolu’da var olmuş medeniyetleri fotoğraflarla anlatan pano serginin odak noktasıdır. Milli kıyafetler içerisindeki Türk hostesler ziyaretçilere rehberlik yapmaktadır [106].



Şekil 5.20 1958 Brüksel Fuarı Türkiye Pavyonu Sergi Salonu İç Mekanı



Şekil 5.21 1958 Brüksel Fuarı Türkiye Pavyonu Sergilerden Örnekler

1958 Dünya Fuarı ve Türkiye Pavyonu’nun tasarım süreci ve inşasına yönelik gelişmeler 1957 yılında Arkitekt dergisinin farklı sayılarında yayınlanmıştır. Dergi aynı zamanda fuardaki bazı ulusal pavyonlar hakkında kısa bilgiler de vermiştir.

Hayat dergisi gibi popüler yayınlarda ve Milliyet, Akşam gibi günlük gazetelerde Türkiye pavyonu ile ilgili haber ve yazılarda pavyonun hazırlık süreci ve sergilerin basın tarafından dikkatle takip edildiği görülmektedir. Pavyonun açılışının gecikmesi, sergileme ile ilgili aksaklıklar gibi konular basında tartışma konusu olsa da yazılar genellikle olumlu bir havadadır. Pavyondaki etkinlikler ise Abdi İpekçi tarafından takip edilerek bir yazı dizisi haline getirilmiştir.

Bu bölümde Türk Ulusal Pavyonu’nu fuardaki diğer ulusal pavyonlar arasında konumlandırabilmek için Türkiye’de dönemin mimarlık ortamının genel bir çerçevesi çizilmeye çalışılacak, yapı bu çerçevede ele alınacaktır.

5.2.1 1950'lerde Türkiye'de Mimarlık Ortamı

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra bir soluklanma dönemi olan 1950'lerde dünyada olduğu gibi Türkiye'de de göreceli bir ferahlama yaşanmakta, mimarlıkta rasyonel dil giderek evrenselleşmektedir. Türkiye, savaş bitiminde iki kutuplu hale gelen dünyada siyasi olarak Batı bloğuna yakınlık duymaya başlamıştır. Bu yakınlık, kültürel ve mimari alanda da kendisini gösterecek, zaten çoğunlukla dış dünyayı izlemekte olan ülke mimarlığı yüzünü Batı'ya çevirecektir. 1950'lerde Türkiye Mimarlığı Batı dünyasında giderek yaygınlaşan Modern Mimarlık etkisi altında rasyonalizme yönelerek ürünler vermiştir [184].

Bu dönemde, devletçilik anlayışında gevşeme ve göreceli liberalleşme eğilimlerine bağlı olarak Türkiye'de mimari ortamı belirleyen yerel-ulusal düşünceler yerini evrensel-ulusal etkilere bırakmıştır. Tasarımların arka planını oluşturan düşünsel sorunlar önemini kaybetmiş, binalarda 'ulusallık' arayışından vazgeçilmiştir [106].

20. yüzyılın ilk yarısında ağırlıklı olarak ulus-devletin kimlik kurgusu çerçevesinde şekillenmiş olan Türkiye mimarlığındaki bu değişimde; yüzyılın ikinci yarısındaki ekonomik ve sosyal hareketlilik ile hızlı kentleşmenin etkisi de yadsınamaz. Mimari üsluptaki değişim 1939 New York ve 1958 Brüksel Dünya Fuarı için hazırlanan Türkiye pavyonları karşılaştırıldığında açıkça görülmektedir.

"Savaşı 'demokrasi cephesi'nin kazanışı, 1940'larda Nazi Almanyası'ndan inkâr edilemeyecek ölçüde beslenen Türkiye mimarlık ortamını 1950'lerde en güçlü desteğinden yoksun bırakmıştır. Soğuk Savaş gerilimi, ülkede ulusalcılık dışında hiçbir düşünsel yaklaşımın ortaya konmasına ve yeniden üretilmesine uygun değildir; fakat önceki onyıldakinin aksine, ulusalcı bir mimarlık görüntüsünün yaratılmasına da olanak yoktur" [191].

Türkiye savaşın dışında kalmış ancak tarım toplumundan sanayiye geçişte göç, hızlı kentleşme ve konut sorunları ortaya çıkmıştır. Konut dışı yapılaşmada kamu yapıları yine ön plandadır. En büyük işveren ve fiziksel çevrenin yönlendiricisi yine devlettir. Öte yandan, 1950'ler özel sektörün de yavaş yavaş devreye girdiği yıllardır. Bu dönemde ortaklı mimarlık bürolarının sayısı artmaktadır. 1950'ler, Türk mimarlığının daha çok dış yayın ve etkilerle beslendiği evrenselci,

Uluslararası Üslup ağırlıklı rasyonalist bir dönemdir. Yapılarda prizmalardan oluşan kitleler ve rasyonalizm etkileri yoğun olarak görülmektedir. Yapıların iç kurgularını oluşturan döşeme ve duvarların cephelere yansıtıldığı binalar yaygındır. Mimarlıktaki rasyonalist eğilimler bütün kamu kurumlarının binalarını gerçekleştiren Bayındırlık Bakanlığı tarafından da desteklenmiştir [184].

1950 sonrasında dünyadaki mimari üretimde önemli rol üstlenen sanat ve mimarlık birlikteliği, Modernizm'in anonimleşmesine ve sıradanlaşmasına çözüm arayan bir eğilimdir. Yurtdışında örnekleri giderek artan ve Modernizmin özgünleştirilmesine katkı sağlayan akım, bu dönemde Türkiye'de de benimsenmiştir. 1955 yılında, İlhan Koman, Sadi Öziş, Hadi Bara ve mimar Tarık Carım'ın Fransız Grup Espas'ın Türkiye şubesini kurmaları ve plastik sanatlar sentezini önermeleri, dünyadaki gelişmelere paralel bir adımdır. Bu mimarlıkta ve sanatta nitelikli ürünler verilen bir dönemin başlangıcı olur. Daha çok mimar, ressam ve heykeltıraş arasında gerçekleşen bu işbirliğinde malzemeler ve teknikler sanatçılara ve mekânlara göre değişiklik göstermektedir.

Mimarlık-sanat birlikteliğinin ülkedeki en önemli örneklerinden biri de 1958 Türkiye Pavyonu olmuştur. Pavyonun önündeki İlhan Koman imzalı heykel, yatay yapıda düşey dengeyi kurma ve yapının fuardaki konumunu vurgulama amacı taşır. Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun mozaikleriyle bezeli pano duvar pavyonun iki ayrı kütesini birbirine bağlar. Restoran bölümünde; Sabri Berkel'in panosu, Namık Bayık tarafından gerçekleştirilen sehpa, Füreya Koral'ın fincan ve tepsileri ve Bedri Rahmi'nin imzasını taşıyan perdeler, İlhan Koman imzalı sandalyeler pavyon için tasarlanıp üretilmiştir. Türkiye sanatlar sentezini en iyi gerçekleştiren ülke olarak fuar komitesi tarafından ödüllendirilmiştir [193].

Türkiye'de Uluslararası Üslup'un en iyi örneklerinden biri kabul edilen pavyonun mimari yaklaşımına ilişkin, tasarlandığı dönemde herhangi bir değerlendirmeye rastlanmamıştır. Ancak yakın dönem Türk mimarlık tarihi yazımında yapıyla ilgili kapsamlı değerlendirmeler bulunmaktadır.

Uğur Tanyeli "1957 yılına dek Türkiye'de gerçekten modernist bir yapı inşa edildiğini ileri sürmenin zor olduğunu" ve "Brüksel Fuarı Türkiye Pavyonu

öncesinde ülkede tavizsiz bir tasarımla inşa edilmiş modernist bir örnek olmadığını” belirtir [191].

Sibel Bozdoğan ise ‘Türk modernizminin kayıp ikonu’ olarak tanımladığı yapıda plastik sanatların entegrasyonu ve 1950’lerin estetik ilkelerinin zarafetle somutlaştırıldığını belirtir. Pavyonun şeffaflığı ve saf modernist estetiği, onu yalnızca fuardaki batılı olmayan pavyonların oryantal ikonografilerinden değil, aynı zamanda Türkiye’yi önceki uluslararası fuarlarda temsil etmiş ulusal biçim replikalarından da ayırmaktadır. Öte yandan, pavyonun mimarisi ile içindeki sergiler arasındaki zıtlık; enternasyonalizm ile Türk devlet milliyetçiliği arasındaki karmaşık ilişkileri net biçimde gösterir. Cam kutu, savaş sonrası enternasyonalizmi görsel olarak kutlarken, Osmanlı-İslam mirası ile Osmanlı öncesi Anadolu sanatı ve arkeolojik hazinelerini sergileyen içerik, 1930’larda ortaya konmuş resmi cumhuriyetçi Türk tarihi ve kimliği yapılarını yeniden üretmiştir [194].

Pavyonun mimarlarından Muhlis Türkmen; “Bu proje tetkik edildiğinde sergi salonu Mies van der Rohe anlayışında çelik malzeme ile uygulanmış bir dikdörtgen mekân olduğu cephe oranlarının ise Osmanlı-Türk mimarisi oranları taşıdığı görülür. Kahve ve lokanta blokunda ise gelenekselin o yumuşak ve insana rahatlık veren mekânlarından bir esinti görülebilir. Çizgilerde ne bir taklit ne de bir özentî yoktur. Akılcı, sağlam, sıhhatli, dengeli, modern, çağdaş, ilerici mimarinin prensiplerini taşıyan bir yapı olmasına rağmen gelenekselin özünü hissettirebilen duygulu bir yanını da görebilirsiniz.” sözleri ile sadece pavyondaki sergilerin değil mimari tasarımın da gelenekseli reddetmediğini vurgulamaktadır [195].

Utarit İzgi ise sonraki dönemde ülkede bu tür bir yurtdışı fuar pavyonu çalışmasının görülmediğini vurgular. Altı çizilen, pavyonun tasarımında ve inşasında Batı’daki çizginin yakalanabilmesi için gösterilen kolektif çabadır. İzgi, hem dönemin Dış İşleri Bakanlığı’nın konuya verdiği öneme, hem de mimarların kapsamlı çalışmalarına dikkat çekerek bu niteliğin yakalanmasında mimarlık-sanat birlikteliğinin de büyük bir rol oynadığını belirtmektedir [196].

Daha önce belirtildiği gibi 1958 Fuarı, İkinci Dünya Savaşı’nın yaralarını sarmaya çalışan Avrupa’nın geleceğe dair umutlarını simgelemektedir. Atomium ve Philips Pavyonu olağandışı biçimler olarak dikkat çekerken, ülke pavyonlarının genel

eğilimi, rasyonalist bir çizgidedir. Fuarda yer alan ulusal pavyonların çoğu, Uluslararası Üslup'un "olgunluk" dönemi ürünlerini oluştururken, Türkiye Pavyonu da onlarla benzer tasarım kalitesi ve niteliklere sahiptir.

5.2.2 1958 Brüksel Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu'nun Tasarım Yaklaşımları Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Bu bölümde 1958 Türkiye Pavyonu, 4. Bölüm'de tanımlanan tasarım yaklaşımları kapsamında değerlendirilecektir (Bakınız Tablo 6.16).

Fuar Temasına Uyum Sorunu

Fuarın 'Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm' temasını yansıtacak şekilde modernist çizgide olmasına önceden karar verilmesi ulusal pavyonların karakterini belirlemiştir. Ayrıca savaş sonrası Batı toplumlarında teknolojik gelişmelere bağlı ortaya çıkan yeni bakış açıları ve ilerlemeye duyulan inanç, ulusal pavyonlara ve sergi konularına yansımıştır. Dönemin 'yeni bir dünya' kavrayışına uygun olarak; ulusal pavyonların büyük bölümü sergilenen yeni teknolojilerle uyumlu yenilikçi bir mimariye sahiptir. Ayrıca incelenen ulusal pavyonların; hem fuarın ana temasıyla hem de ülkenin pavyon aracılığıyla sunmak istediği konularla ilişkilendirilmiş, genellikle pavyonun tasarımını da biçimlendiren bir alt temaya sahip olduğu görülmektedir. Türkiye Pavyonu'nun böyle bir temaya sahip olduğuna dair bilgiye rastlanmamıştır. Ancak yapının ölçeği, çevresiyle ve kullanıcıyla kurduğu ilişki, sanatlar sentezine yer vermesi; fuar temasının ana unsuru olan 'insan' konusunun mimari tasarım sürecinde dikkate alındığını göstermektedir. Sergi konuları temaya uyum endişesi taşımamakla birlikte, modern mimarisi ve dönemi için yenilikçi inşaat sistemi ile yapı; tasarım yaklaşımı açısından fuar teması ile uyum yakalayan ulusal pavyonlarla benzer niteliktedir. Bu nedenle 'fuar temasına uyum sorunu', Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu

Fuarın gündeminde çağın ruhuna uygun olarak teknolojik gelişmeleri mimari aracılığıyla sunma çabası vardır. Türkiye Pavyonu'ndaki sergiler çağa uygun gelişmeleri veya geleceğe yönelik çalışmaları içermemektedir. Ancak mimarlık-

sanat sentezinin başarılı bir uygulaması ve Uluslararası Üslup'un nitelikli bir örneği olan yapı, mimaride çağın ruhunu yansıtan ulusal pavyonlarla benzer bir bakış açısı içerisinde tasarlanmıştır. Bu nedenle 'çağın ruhunu yakalama sorunu' Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Mimari Kaygılar

1950'lerde tüm dünyada yaygınlaşan Uluslararası Üslup çerçevesinde mimarlık pratiğini belirleyen kaygılar; anıtsal ve biçimci yaklaşımlardan uzaklaşma, işleve bağlı formlar yaratma, teknolojinin olanaklarından yararlanma, yalın mekân ve kütleler oluşturma şeklinde özetlenebilir. Ayrıca birbirine benzer yapıların çoğalmasına tepki olarak mimari ürünle birlikte üretilen sanatsal ürünlerin kullanımı söz konusudur. Fuarın genel mimari tasarımında, şirket ve tema pavyonlarında fütüristik yaklaşımlar ve olağandışı biçimler görülse de ulusal pavyonların büyük bölümü Uluslararası Üslup özellikleri altında biçimlenmektedir. Türkiye Pavyonu modernist estetiğe sahip olmasına rağmen, geleneksel mimari detayların yorumlanması ve modern sanat eserlerindeki temalar ile öz kimliğini dışavurma endişesi de taşımaktadır. Bu nedenle 'mimari kaygılar' Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları

Expo tarihinde bir kırılma noktası olan fuarla birlikte ulusal kimlik sorunu özellikle Batılı ülkeler için ulusal pavyonların mimari tasarımını doğrudan etkileyen bir unsur olmaktan çıkmıştır. Ancak sergi konuları ve öğelerinde kimlik temsili konusu önemini korumaktadır. Ayrıca bu dönemden itibaren birlikte birçok ülke Dünya Fuarları'nı ülke imajını iyileştirmek amacıyla kullanmaya başlamıştır. Türkiye Pavyonu'nda ise mimarların ifadesiyle; Osmanlı-Türk mimarisinin cephe oranlarının kullanılması, geleneksel esintili mekânlar olarak tanımlanan kahve-lokanta bloğunun cephesinde geleneksel detayların modernize edilerek uygulanması söz konusudur. Uluslararası Üslup'un bir örneği olan tasarıma entegre edilen modern sanat eserlerinde Anadolu kökenli motifler stilize edilmiştir. Modernleşme sürecinde kimlik arayışı içinde olan ülkenin, evrensel ve yereli dengeleme çabası ile fuarda, modern ancak "öz"ünü dışavuran bir tasarımla

temsil edildiği görülmektedir. Bu nedenle ‘ulusal kimlik & imaj arayışları’ Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Diğer Yaklaşımlar

Fuarın ülkeler bölümünde deneysellik; strüktürel denemeler, farklı geometrik biçimler, yeni yapım teknikleri ve malzemelerin kullanımı ile karşılık bulmaktadır. Ülke için yeni olan bir yapım sisteminin kullanıldığı Türkiye Pavyonu ise fuarda bu yaklaşım açısından öne çıkan örneklerle karşılaştırıldığında herhangi bir yenilik veya deneme sunmamaktadır. Bu nedenle ‘**deneysellik arayışları**’ Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarın en önemli özelliği, yüksek teknoloji ve inovatif yaklaşımlarla ilgili gelecek öngörülerinin karakterize ettiği bir sürecin başlangıcını temsil etmesidir. Ülkelerin büyük bölümü de bu kapsamda inovasyon konusunu içinde barındıran pavyonlar yaratmaya çalışmıştır. Teknolojik gelişmelerin pavyonların mimarisine yansımaları ise yeni yapım teknikleri ve malzemelerin ya da strüktürel yeniliklerin kullanımı ile olmuştur. Türkiye’de daha önce denenmemiş bir yapım sistemi ve tekniğin pavyonda uygulanmış olması (Belçikalı bir firma tarafından da olsa) nedeniyle tasarımda teknolojinin etkili olduğu düşünülebilir. Ancak kurallar gereği fuar bitiminde sökülmeleri gerektiği için fuardaki ulusal pavyonların hepsi demonte yapılar olarak tasarlanmıştır. Bunların bir bölümü ise strüktürel yeniliklerin denendiği, teknolojik gelişmeleri vurgulayan yapılardır. Türkiye Pavyonu fuar bağlamında teknolojik vurgusu olan bir yapı değildir. Ayrıca gelişmiş ülkelerin pavyonlarına egemen olan teknoloji sunumu ile kıyaslandığında pavyondaki sergiler; ülkede geleceğe yönelik bir fikir veya proje, kısaca teknoloji olmadığı izlenimi yaratmaktadır. Bu nedenle ‘**teknoloji & inovasyon sorunu**’ Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuardaki ulusal pavyonlarda turistik tanıtıma yönelik anlayış ilk dönem Dünya fuarlarından çok farklı değildir. İncelenen tüm pavyonlarda iç mekân düzenlemesinde ve sergilerde tarihi-kültürel referansları temel alan turistik tanıtım yapıldığı görülmektedir. Ancak farklı bakış açılarıyla biçimlenen modernist ulusal pavyonlarda turizm konusunun mimari tasarımı doğrudan etkilediği söylenemez. Türkiye Pavyonu da, Türk Kahvesi, Türk Lokantası ve ülkeye özgü

ürünler satan dükkânlara ek olarak, sergilenen objeler ve sergileme biçimi ile turistik tanıtıma hizmet etmiştir. Ancak **‘turistik tanıtım amacı’** Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını doğrudan etkileyen bir yaklaşım değildir.

II. Dünya Savaşı Sonrasında oluşan barış ortamı ve fuar temasına bağlı olarak fuarda, politik ve ideolojik düşünceler ulusal pavyonlar üzerinde önceki fuarlara göre daha az etkili olmuştur. Ancak dünyadaki iki süper güç olan ABD ve SSCB’nin önderliğinde Batı ve Doğu Bloku ülkeleri arasında süren Soğuk Savaş ve iki ülkenin uzay çalışmalarının bir yarışa dönüşmesi; bazı ulusal pavyonların teknolojik ve ekonomik üstünlük ifade edecek biçimde tasarlanmalarına neden olmuştur. Türkiye Pavyonu ise ülkedeki liberalleşme eğilimleri parcellinde yapılarda ‘ulusallık görüntüsü’ arayışından vazgeçilmesi ve mimariyi belirli bir ideoloji doğrultusunda biçimlendirme kaygısının ortadan kalkmasına bağlı olarak daha serbest biçimlere sahip bir yapı olarak tasarlanmıştır. Bu nedenle **‘politik & ideolojik kaygılar’** Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Türkiye Ulusal Pavyonu, hükümetin düzenlediği açık ulusal bir yarışmada birinci proje olarak seçildiği için **‘tanınmış mimarlar sorunu’** yapının mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

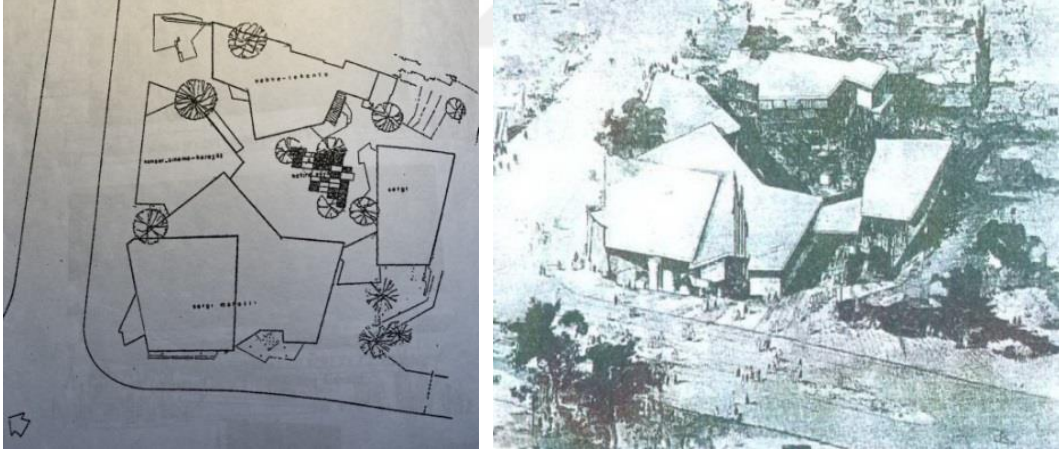
5.3 1970 Osaka Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu

Türkiye, Osaka Dünya Fuarı’na RCD Pavyonu adı verilen bina içerisinde yer alan iç mekân düzenlemesi ile katılmıştır. Türkiye, İran ve Pakistan Devlet/Hükümet Başkanları, ekonomik işbirliğini geliştirmek amacıyla 1964 yılında İstanbul’da biraraya gelerek bir bildiri yayınlamış ve Kalkınma için Bölgesel İşbirliği Teşkilatı’nı (Regional Cooperation for Development - RCD) kurmuşlardır [197].

1968 yılında üç ülke, Türkiye’nin teklifi ile 1970 Osaka Dünya Fuarı’na birlikte katılma kararı almış; masrafları paylaşılacak olan pavyonun tasarımı ve uygulaması Türkiye, işletmesi İran ve fuar bitiminde tasfiyesi Pakistan tarafından üstlenilmiştir. Yapının tasarım işi Bayındırlık Bakanlığı tarafından, o esnada Yapı İşleri Dairesi’nde çalışmakta olan ve daha önce 1964-65 New York Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu için açılan yarışmada birincilik kazanmış olan projenin mimarlarından Ünal Demirarslan’a verilmiştir. (1964’te hükümet değişikliği

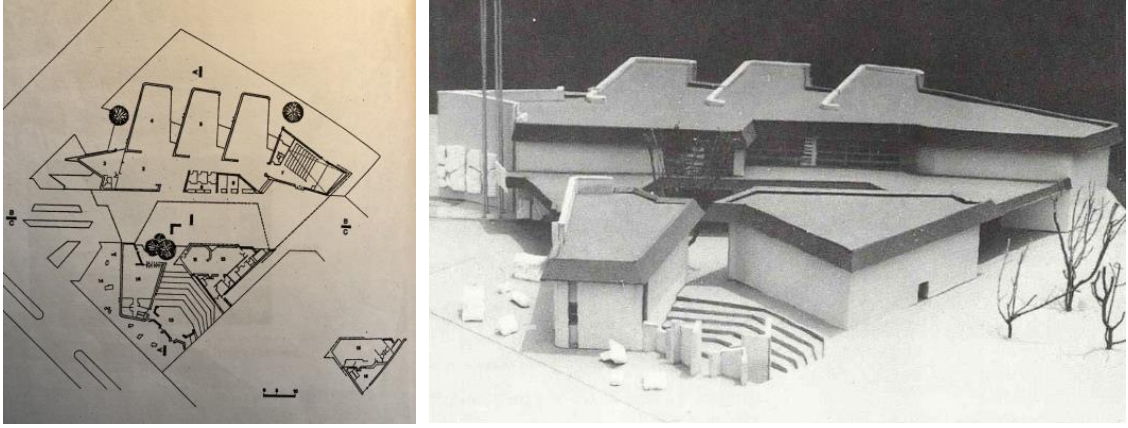
nedeniyle Türkiye'nin fuara katılmaktan vazgeçmesi nedeniyle Ünal Demirarslan ve Ruşen Dora'nın birlikte hazırladıkları proje uygulanmamıştır) [198].

60'lı yıllarda Batı'daki gelişmelere paralel olarak Türkiye'de, modernist dilin sınırları dışına taşmayan ancak mimaride Uluslararası Üslup'u tek yaklaşım biçimi olmaktan çıkaran; Brütalizm, Rejyonalizm, Organik Mimarlık, Organimsi Mimarlık, vb. farklı eğilimler, "çoğulculuk çağı" olarak adlandırılan ve 60'lardan 80'lere kadar uzanan bir zaman aralığında gündemdedir. Bunlardan en belirgin olanı, organik yaklaşımdan başlangıç olarak türetilen, prizmanın geometrisini koruyan fakat bunu küçük boyutlarda yineleyerek çok parçalı bir plan tipolojisine dönüştüren bir yaklaşımdır. Çok parçalı plan tipolojisi 60'lı yılların proje yarışmalarında en çok önerilen modeldir. Kütleleri uygun ölçülerde parçalayarak hafifletmek, araziye yayılarak alçak katlı çözümler aramak, koridorlar yerine iç ve dış avlular kullanmak yaygın eğilimlerdir. Bu yaklaşımın en uç örneği, 1964 New York Dünya Fuarı için hazırlanan Türkiye Pavyonu'dur. Parçalı bir kütle etkisine sahip olan, hafif ve uçan bir strüktürü anımsatan tasarım, Dora'nın Türk kültürünü yansıtan bir eleman olarak gördüğü 'orta mekân' fikri etrafında örgütlenmiştir [199].



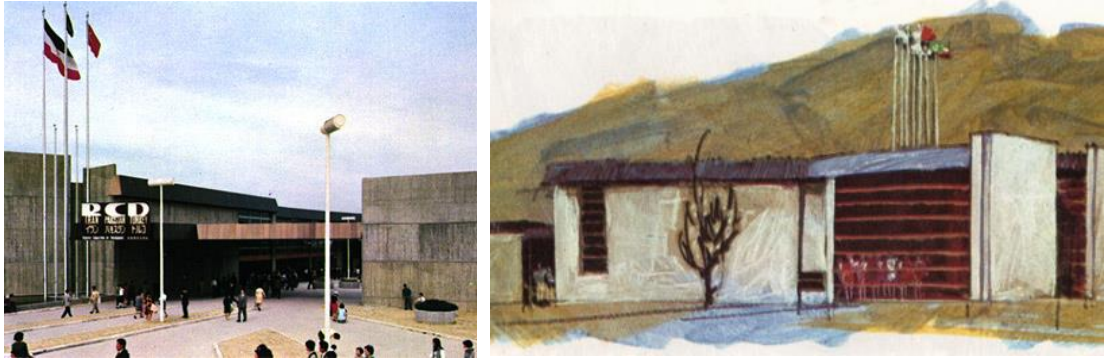
Şekil 5.22 1964-65 New York Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu Önerisi

1970 Osaka Fuarı için Ünal Demirarslan tarafından tasarlanan RCD Pavyonu da aynı yaklaşım çerçevesinde üretilmiştir. 1964 ve 1970 pavyon tasarımları, kütle biçimlenişi ve parçalı plan tipolojisi açısından büyük benzerlik göstermektedir. Tasarımlarda tek katlı kütleler bir geçit görevi de gören iç avlu çevresinde organik bir yaklaşım içerisinde yerleştirilmiştir.



Şekil 5.23 1970 Osaka Dünya Fuarı RCD Pavyonu

4835 m2 taban alanına sahip 1970 Osaka Dünya Fuarı RCD Pavyonu üç ayrı kütle ve bunların ortasındaki geçit özelliği taşıyan üstü kısmen örtülü bir avludan oluşmaktadır. En büyük kütlede, üç ülke için üç ayrı sergi salonu ve bir oditoryum yer almaktadır. Burada her ülkenin kendi kültürünü, endüstriyel gelişmesini ve öngördüğü geleceği sergilemesi amaçlanmıştır. İkinci kütle fuar süresince değişen resim ve heykel sergilerinin yer aldığı güzel sanatlar sergi salonudur. Üçüncü kütle ise bir kahve, restoran ve ofislerden oluşmaktadır. Sergi salonu ve restoran kütleleri arasında bir açık-hava tiyatrosu yer almaktadır. Yapının duvarları brüt beton, çatısı çelik konstrüksiyon, çatı parapetleri bakır, doğramaları ise alüminyumdur [200].



Şekil 5.24 1970 Osaka Fuarı RCD Pavyonu Genel Görünüş ve Perspektif

Üç ülkeden herhangi birinin motiflerini taşımayacak biçimde modern ve ulusal karakteristiklerden uzak olması istenen yapının tasarım ilkelerini Demirarslan şu sözlerle açıklamaktadır: “Tasarımda geleneksel mimarimizi çağdaş bir yorumunu istedim. Ancak kemer, kubbe gibi biçimsel hatırlatmalarla değil, sokak, cadde, avlu gibi mekânsal hatırlatmalar ile tasarladım.” [106].

Yapının içinde yer alan Türkiye Pavyonu içinse, Bayındırlık Bakanlığı tarafından düzenlenen açık yarışmada mimar Ragıp Buluç ve figüratif resim çalışmaları ile tanınan ressam Orhan Peker'in ortak projesi birincilik kazanmıştır. 'Uygarlıklar Beşiği Türkiye, Doğu ile Batı Arasında Köprü' temalı bu iç mekân düzenlemesinde; Kadeş Antlaşması tableti gibi çeşitli arkeolojik eserler, Atatürk'ün "Yurtta Sulh Dünyada Sulh" sözleri yazılı fotoğrafı, ülkenin kuruluşu ve Atatürk devrimlerini anlatan fotoğraflar, Boğaz Köprüsü projesinin perspektif çizimi ve Orhan Peker'in resimleri sergilenmiştir.



Şekil 5.25 1970 Osaka Fuarı Türkiye Pavyonu ve Üç Ülkenin Hostesleri

Ragıp Buluç serginin konsepti ile ilgili Türkiye'nin kültürel bir merkez olduğu fikrini ifade etmeye çalıştıklarını ve Türkiye ile Japonya'nın kültürel yakınlıklarını vurguladıklarını belirtmektedir. Buluç'a göre sergideki tek olumsuzluk Türkiye'nin İran ve Pakistan ile aynı yapı içinde yer almasıdır [201].

Buluç 2008 yılında kendisiyle yapılan başka bir söyleşide RCD Pavyonu ile ilgili düşüncelerini ise "bina kötü bir binaydı, duvarlar eğri büğrüydü, bir nevi iç mimarlık yapıyorduk." sözleriyle özetlemiştir [202].

1970 Osaka Dünya Fuarı dönemin Arkitekt ve Mimarlık dergilerinde detaylı olarak yer almıştır. Her iki dergide de fuarın genel tasarımı ve önemli pavyonlar Japan Architect dergisinden alınmış yazılar, fotoğraflar ve projeler ile tanıtılırken, Türk mimarlar derneğinin düzenlediği Expo 70 Gezisi kapsamında Mimarlık dergisinde Prof. Kemal Ahmet Arû, Cengiz Bektaş, Güngör Kaftancı gibi mimarların izlenim ve değerlendirmelerine de yer verilmiştir. Ancak Türkiye'deki mimari yayınlarda RCD Pavyonu ve Türkiye sergisi ile ilgili hiçbir bilgiye ve tanıtıma rastlanmamıştır.

Sadece Mimarlık dergisinde Cengiz Bektaş'ın fuar ile ilgili genel izlenimlerini aktardığı yazıda aşağıdaki ifadeler dikkat çekmektedir:

“Çıplak beton ülkesinde, çıplak beton Türk pavyonu; önündeki paramparça bir paspastan başlayan izlenimler... Raflarında bir kaç paket, Japonlar için çok pahalı sigaramız, bir iki rakı şişesi, raptiyeyle tutturulmuş, uçları kıvrık «Güneş ülkesi Türkiye» gibi lâflar eden bir iki afişle satış köşkü... Bomboş duruyor önü. Öteki pavyonlarda girebilmek için saatlerce kuyrukta bekliyorsunuz. (...) Pavyon, İranla, Pakistanla paylaşılmış. Üç bölümden bize ayrılanı, dar boyutlarından biri azıcık büyük tutularak bozulmuş, yüksekliği eni boyuyla oransız bir oylum. Duvarı, başından güvercinler uçuşan Atatürk... (...) Ortada altıgen ahşap yükseltiler üzerinde, cam dolaplar içinde, eskilerden birinin savaş giysisi vb., iskender'in başı... Konuştuğumuz bir iki yabancıların anısında kalabilen tek şey de bu baş zaten. Türk pavyonundan arta kalan tek şey, kocaman bir baş... Kimler seçiyor bu sergilenecek olanları? (...) Bir Türk pavyonu nasıl gerçekleşir böyle bir sergide?” [203].

Bu bölümde Türkiye Ulusal Pavyonu'nu fuardaki diğer ulusal pavyonlar arasında konumlandırabilmek için Türkiye'de dönemin mimarlık ortamının genel bir çerçevesi çizilmeye çalışılacak, tasarım bu çerçevede ele alınacaktır.

5.3.1 1970'lerde Türkiye'de Mimarlık Ortamı

Türkiye'de 1960 askeri darbesi siyasal ve toplumsal alanda yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. 1961 Anayasası ile iktisadi, sosyal ve kültürel kalkınmayı demokratik yollarla gerçekleştirmek için kalkınma planlarının hazırlanması hükme bağlanmıştır. 1960'larda yine en büyük işveren, devlettir; kamu yapıları ve mimarlık yarışmaları gündemdedir. Özel sektörde ise hızlı kentleşmenin doğurduğu ihtiyaç, yapsat, kat karşılığı inşaat ve kooperatifleşme olgularının gelişmesine yol açmıştır. Bu dönemde oluşan özgürlük havasına paralel olarak erişimi kolaylaşan yabancı mesleki yayınlar ve gelişen yerli yayınlar yoluyla ülkede bir tartışma ortamı doğmuş, tasarım ve uygulamalarda ise Batı kaynaklı akımlara uygun yaklaşımlar görülmüştür.

1960'larda malzeme üretimi ve ithalatı çok kısıtlıdır, yapım teknolojisi yetersizdir. Üretim 1970'ten itibaren gelişme temposu içine girecektir. 1960 ve 1970'li yıllar,

önceki dönemlerde mimari mirasta yaşanan büyük kayıpların ardından, koruma bilincinin yaygınlaşmaya başladığı bir dönemdir. 1960'lar mimari anlayışta, katı rasyonalizmden uzaklaşma, gevşeme, parçalı form arayışları dönemi olmuştur. Daha özgür anlatım arayışları ve çoğulculuk (plüralizm) anlayışıyla kalıplardan sıyrılma denemeleri gündeme gelmiştir. 1960'larda ve ileriki yıllarda geometrik pürizmden, organımsı çalışmalara değin bütün girişimler çoğu kez yine Batılı kalıplara uygun olarak denenecektir. Dünyaca ünlü mimarların düşünce ve yapıtları Türk mimarlarını geniş ölçüde etkilemiştir. Çağdaş mimarlık görünüm olarak ülkeye gelmiştir ancak yeterli malzeme ve özellikle de teknolojik olanaklar henüz yoktur. Bu dönemde Modern Mimarlığı yerel verilerle bağdaştırma yolunda rejyonalizm (yöreselcilik) arayışları da yoğunlaşmıştır. 1970'lerden başlayarak, Modern sonrası ve yine daha çok dış etkilere dayalı olarak çoğulculuk (plüralizm) örneklerinin yaygınlık kazandığı görülür. Tekdüzeliğe karşı çeşitlilik arayışları gündemdedir. Batı'da 1970'lerde gelişen akımlar Türkiye'ye biraz gecikmeyle gelecektir. Geç Modernizm, Postmodernizm, Dekonstrüktivizm türü akımların etkileri ancak 1980'lerde görülecektir [184].

Türkiye'yi İran ve Pakistan ile birlikte temsil eden RCD Pavyonu daha önce belirtildiği gibi 60'lı yıllarda ülkede hâkim olan mimari anlayışa uygun parçalı kütle etkisine sahip, 'orta mekân' fikri etrafında örgütlenen brütalist bir yapıdır. Binanın içinde yer alan Ragıp Buluç ve Orhan Peker ortak tasarımı bir iç mekân düzenlemesi olan Türkiye Pavyonu ise; ülkeyi kültürel bir merkez olarak konumlandırma amacıyla, sergileme elemanlarının salonun ortasında toplandığı bir kompozisyonudur. Seçilen sergi konuları ve sergileme elemanları ülkenin Dünya Fuarları'na önceki katılımları ile paralellik göstermektedir. Pavyonun tasarımında hedeflenen; serginin ülkenin kültürünü, endüstriyel gelişmesini ve kendisi için öngördüğü geleceği sergilemesi düşüncesi ise gerçekleştirilememiştir. Sergide ülkenin gelişmesi ve geleceğe yönelik planları ile ilgili bir öge bulunmamaktadır.

5.3.2 1970 Osaka Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu'nun Tasarım Yaklaşımları Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Bu bölümde 1970 Türkiye Pavyonu, 4. Bölüm'de tanımlanan tasarım yaklaşımları kapsamında değerlendirilecektir (Bakınız Tablo 6.16).

1970 Dünya Fuarı'nda Türkiye, İran ve Pakistan'ın paylaştığı ortak RCD Pavyonu'nun tasarımı bir Türk mimara ait olsa da yapı doğrudan Türkiye'yi temsil etmek üzere tasarlanmamıştır. Bu nedenle sadece yapının içerisinde yer alan ve literatürde Türkiye Ulusal Pavyonu olarak geçen iç mekân düzenlemesi değerlendirilmiştir.

Turistik Tanıtım Amacı

Fuarda turistik tanıtım katılımcı ülkelerin amaçları arasında önemli yere sahiptir. Gelişen görüntü ve ses teknolojisinin kullanımı ile tanıtım önceki fuarlardan farklı şekilde; üç boyutlu film gösterimleri ve interaktif cihazlar ile yapılmaktadır. Ancak turizm etkinlikleri, ulusal pavyonların yukarda açıklanan yaklaşımlara göre biçimlenen mimari tasarımlarını etkileyen bir unsur değildir. Türkiye Pavyonu'nda ise satışa sunulan ürünler, sergilenen objeler ve sergileme biçimi tamamen turistik getiri amaçlıdır. Bu nedenle 'turistik tanıtım amacı' Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını doğrudan etkileyen bir yaklaşımdır.

Politik & İdeolojik Kaygılar

Fuardaki gelişmiş ülkelere ait ulusal pavyonlar, soğuk savaş döneminde teknoloji üzerinden bir güç gösterisi olarak yorumlanabilir. Türkiye Ulusal Pavyonu'ndaki sergi ise politik ve ticari ilişkiler kurmak düşüncesiyle ev sahibi Japonya ile Türkiye'nin belirli yakınlıklarını vurgulamaya çalışmaktadır. Bu nedenle diğer örnekler kadar açık bir şekilde olmasa da 'politik & ideolojik kaygılar' Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları

Birçok eski koloninin politik özgürlüğünü kazanmasının ardından düzenlenen ikinci Expo olan 1970 Fuarı, katılımcı ülke sayısındaki artış ile dikkat çekmektedir. Eski koloniler, Uzakdoğu ve Üçüncü Dünya Ülkeleri'nin ulusal pavyonları, 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başındaki Dünya Fuarları'na benzer şekilde ulusal kimlik temsiline yönelik etkinlikler etrafında biçimlenmektedir. Ancak Batılı ülkeler için ulusal kimliğin görselleştirilmesi neredeyse tamamen gündemden düşmüştür. Türkiye Pavyonu'nda ise ülkenin kültürel bir merkez olduğu fikrine odaklanan serginin tarihsel referanslar ve geleneksel öğelerden oluşan içeriğinin yanında,

ülkeyi modern bir turizm merkezi olarak sunma gayreti dikkat çekmektedir. Bu nedenle 'ulusal kimlik & imaj arayışları' Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Diğer Yaklaşımlar

Fuarın teması olan 'İnsanlık için İlerleme ve Uyum'; sanayileşmenin olumsuz toplumsal ve çevresel etkileri, bilimin yıkıcı kullanımı gibi konuları irdeleyerek ilerlemenin olumsuz sonuçlarına eleştirel bir şekilde yaklaşmaktadır. Amaç teknolojik gelişmelerin, tüm toplumların yaşam kalitesini iyileştirme ve dünya çapında barış oluşturmalarını sağlamaktır. Fuarda ulusal pavyonların büyük bölümünün; hem fuarın ana temasıyla hem de ülkenin sunmak istediği konularla ilişkilendirilmiş bir alt temaya sahip olduğu görülmektedir. Ülkelerin ulaştığı gelişmişlik düzeyini temayla ilgili tartışma konuları ile birlikte sunan teknoloji destekli sergiler, ulusal pavyonların mimari tasarımını da biçimlendirmektedir. Sergilere hâkim olan görsel ve işitsel teknolojilerle desteklenmiş fütüristik ortam, farklı strüktürler ve yeni malzemelerin kullanımıyla pavyon mimarilerine de yansımıştır. Türkiye Pavyonu'nun 'Uygarlıklar Beşiği Türkiye, Doğu ile Batı Arasında Köprü' olan teması ise fuarın ana temasına bir katkı sunmayan ve ülkeyi sadece tarihi, kültürel merkez olarak lanse eden bir slogandır. Fuarın teması; mimari tasarım, sergilenen öğeler ve sergileme tekniği bakımından da dikkate alınmamıştır. Bu nedenle '**fuar temasına uyum sorunu**', Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarın düzenlendiği dönemi belirleyen unsurlar; Amerikan ve Sovyet jeopolitik rekabeti ile dünyanın giderek kutuplaşması, iki ülkenin uzay yarışına Çin'in de katılması, biyolojik bilimlerde ilerleme, çevre tahribatının endişe verici boyuta gelmesi ve toplumsal değişimler olarak özetlenebilir. Mimarlık alanında tekdüzeliği nedeniyle Uluslararası Üslup'a karşı gelişen tepkiler, Modernizm'in sınırlayıcılığını aşmak için çeşitlilik arayışlarına bağlı ortaya çıkan yeni akımlar mimari gündemi oluşturmaktadır. Fuarın gündeminde ise teknolojinin insanlığa hizmetlerini temel alan bir kurgu içerisinde robot ve uzay teknolojileri gibi 21. yüzyıl ütopyalarına yaklaşan sergilemeler vardır. Ulusal pavyonların mimari tasarımlarına strüktürel denemeler, sergilere ise fütüristik yaklaşımlar hâkimdir.

Türkiye Pavyonu tasarım ve sergileme tekniği açısından dönemin teknolojiye vurgu yapan yenilikçi pavyonları arasında oldukça geleneksel ve tutucu bir bakış açısına sahiptir. Ayrıca sergi konuları da güncel gelişmeler veya geleceğe yönelik çalışmaları içermemektedir. Bu nedenle **'çağın ruhunu yakalama sorunu'** Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuar 'Deneysellik arayışları'nın ulusal pavyon tasarımlarını en fazla etkilediği Dünya Fuarları'ndan bir tanesidir. 1970'lerin, mimarlıkta pratik ortamda deneysel etkinliklerin yoğunlaştığı bir dönem olması fuara da yansımış, bu arayışlar ulusal pavyonların mimari tasarımında baskın unsur haline gelmiştir. Türkiye Pavyonu bu yaklaşım açısından öne çıkan örneklerle karşılaştırıldığında hiçbir yenilik sunmamaktadır. Bu nedenle **'deneysellik arayışları'** Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuar mimari açıdan içerdiği çeşitlilik ve yeniliklerle 1960'larda ortaya çıkan arayışların bir sunumu haline gelmiştir. Ancak ulusal pavyon tasarımlarında strüktürel denemeler ve teknoloji vurgusu mimari estetik kaygıların önüne geçmiştir. Tasarımcılarına ait mimari endişeler taşısa da, tutucu sergi yaklaşımı ve geleneksel düzenlemesi nedeniyle çağa uygun **'mimari kaygılar'** Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarın ilerleme ile ilgili temasının amacı; gelişen teknoloji ve inovatif fikirlerin, tüm dünyada yaşam kalitesinin artırılması ve küresel barışın sağlanması için bir temel oluşturmasını sağlamaktır. 'İnsanoğlu İçin İlerleme ve Uyum', aynı zamanda Japonya'nın üstün teknolojik becerilerinin de bir göstergesidir. Bu arka plana dayanarak teknoloji, tasarım ve mimarlık alanındaki en son gelişmeleri bir araya getiren fuar, geleceğin şehri tanımlaması ile dünyadaki inovasyonun vitrini olmuştur. Robotlar, bilgisayarlar, yürüyen yaya yolları gibi fütüristik unsurlar geleceğe yönelik öngörülerini sunarken, fuardaki olağandışı strüktürler ve yenilikçi malzemeler de yapı teknolojilerinin gelişimini göstermektedir. Yeni strüktürel tekniklerin denendiği ulusal pavyonlar ise, mimari açıdan olmasa da teknolojik açıdan cesur tasarımları ile fuarı bir şaşırtıcı yapılar topluluğu haline getirmektedir. Dönemleri için son derece fütüristik görünen ulusal pavyonlar, birer mühendislik başarısı olarak yapısal ilerleme ve yüksek teknoloji kavramlarını ifade

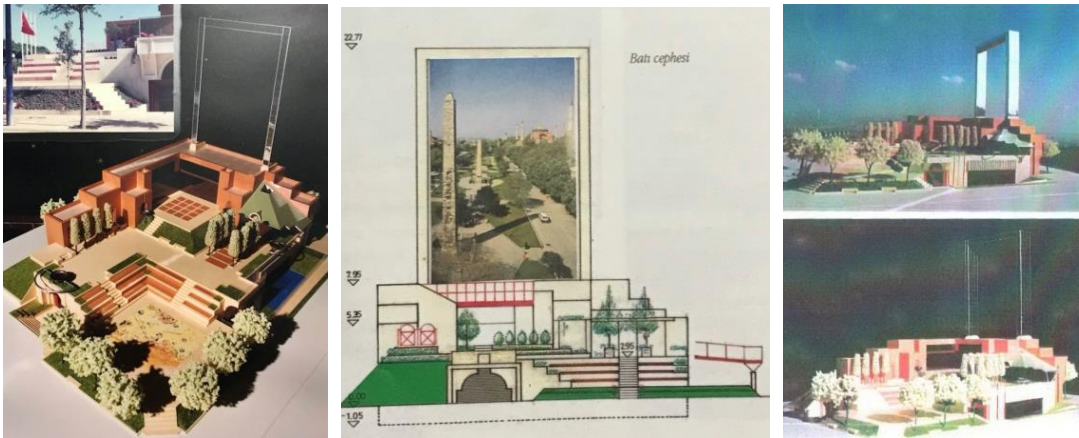
etmektedir. Ülkelerin sahip oldukları teknolojiyi sundukları sergi mekânlarında kullanılan yeni görüntü-ses sistemleri, interaktif bilgi sistemleri, aydınlatma sistemleri ve bilgisayar kontrolü insanlıkla teknolojinin birleşeceği bir geleceği tasvir etmektedir. Türkiye pavyonunda ise ülkenin kültürel ve turistik tanıtımına yönelik, teknoloji ile ilgili konulara hiç değinmeyen sergiler ülkede teknoloji olmadığı izlenimi yaratmaktadır. Bu nedenle **'teknoloji & inovasyon sorunu'** Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Türkiye Ulusal Pavyonu, hükümetin düzenlediği açık ulusal bir yarışmada birinci proje olarak seçildiği için **'tanınmış mimarlar sorunu'** yapının mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

5.4 1992 Sevilla Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu

1992 Sevilla Dünya Fuarı'nda Türkiye'yi temsil edecek pavyonun belirlenmesi için bir mimari proje yarışması düzenlenmiştir. Devlet Bakanlığı tarafından Mimarlar Odası'nın bilgisi ve himayesi altında serbest, ulusal ve tek kademeli olarak düzenlenen yarışma, 1989 yılının Mart ayında başlamıştır [205].

Devlet Bakanlığı, yarışmanın amacını açıklarken fuarda dünya ülkelerinin her alandaki keşif ve buluşlarını, felsefelerini, kültürel, bilimsel, teknik, sosyopolitik ve ekonomik gelişmelerini son 500 yılı kapsayacak şekilde vereceklerini belirtmiştir. Ayrıca 1992 yılının Avrupa pazarının başlangıç tarihini oluşturması, Türkiye açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle Türk Pavyonunun ülke değerlerini en iyi şekilde yansıtabilecek şekilde tasarlanması istenmiştir.



Şekil 5.26 1992 Türkiye Ulusal Pavyonu Yarışması'nda Birinci Olan Proje

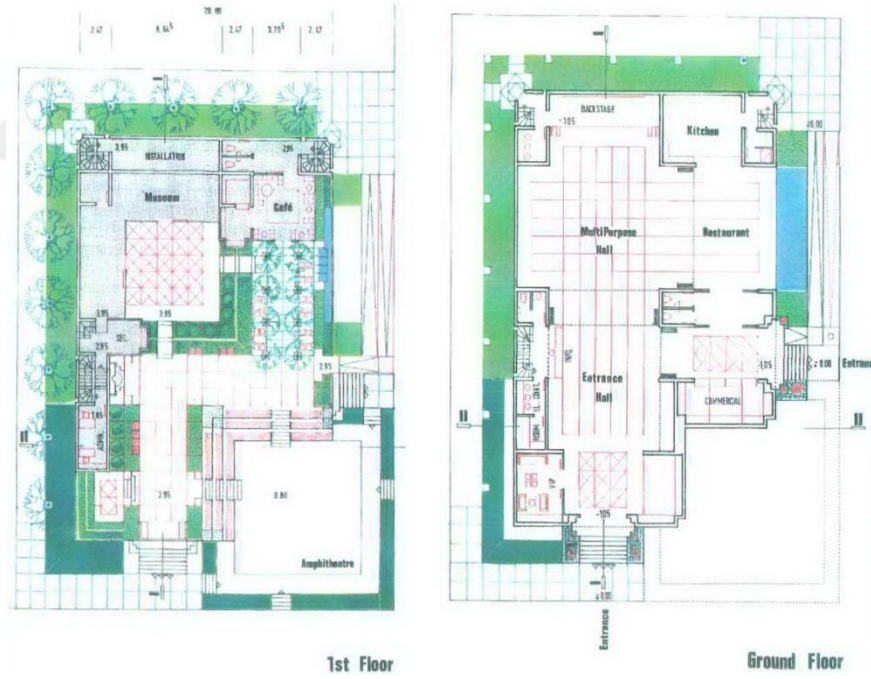
119 proje ile rekor düzeyde bir katılım olan yarışmada Öner Tokcan, Hulusi İ. Gönül ve C. İlker Tokcan imzalı proje birincilik ödülü kazanmıştır. Ödüller, 21 Temmuz 1989 günü yapılan ve birinci seçilen proje ile ilgili özellikle 'teknoloji eksikliği' konusunda oldukça tartışmalı geçen bir kolokyumda verilmiştir.

Jüri başkanı Maruf Önal, seçimde kültür ve teknolojiye nasıl yaklaşıldığını açıklayarak "Türkiye'nin kendi üretmediği ve yaratmadığı" bir teknoloji ile temsil edilmesini jürinin uygun görmediğini belirtmiştir. Proje ile ilgili tartışmalar; geleneğin göz önüne alındığı, ancak teknolojinin dışlandığı, geçmişe dönük kültür ağırlıklı bir değerlendirme yapıldığı, projenin fuar komitesinin beklediği çevreci, etkin, iletişimci, alternatif Expo anlayışı açısından çok zayıf olduğu ve projenin temayı işlemekte başarısız olduğu biçimindedir. Şevki Vanlı ise "Yanlış proje birinci seçilmiştir" başlıklı karşı raporunda eleştirilerini şöyle açıklamıştır; "(...) Son beş yüz yıllık gelişmelerin dünya tarihinde yarattığı büyük olayların ışığında Türklerin diğer uluslara göndereceği iletilerini bu yaklaşımla kalabalıkların karşısına çıkarmak, söyleyeceği hiçbir şeyi olmamak demektir. (...)”

Jüri raporuna göre birinci seçilen proje, diğerlerinden farklı bir yolla programı, açık ve kapalı alanlar olarak iki parçaya bölmüştür. Jüri açık ve kapalı alanların yakın çevreyle uyumu ve akışkanlığını etkileyici bulmuştur. Pavyon, çevrede ne şekilde biçimleneceği bilinmeyen kitlelerin arasında, kendi kimliği ile özgün bir vurgu yaratmaktadır. Binanın kurgusunda içte ve dışta, canlı aktivitelere çekicilik sağlanmış ve insan ölçeğine saygılı bir tutum sergilenmiştir. Proje mekân kararlarındaki kararlılığın yanı sıra; gelişmeye açıklık potansiyeli de taşımaktadır. Değerlendirmeye göre; “Pavyon dönemsel akımların dışında kalarak, geçmişten bugüne, bugünden yarına/geleceğe nelerin alınıp götürülebileceğini bilinçli bir biçimde ortaya koyması: Geçmişe ve bugüne ağırbaşlı bakışı, geleceğe uzanan sağlıklı iletilere sahip olması yönlerinden, mimarlık literatürüne katkı düzeyinde bulunmuştur. Pavyonun tümünde, kalıcı özelliğe sahip öğelerin değerlendirildiği; mimaride zaman, mekân ve doğa öğelerinin dengeli biçimde kaynaştırıldığı düzeyli bir yorum gözlenmiştir (...) hümanizmaya dönük bir içerik taşıması ve serginin amacına ve çağa ileri bir ileti sunması açısından proje takdirle karşılanmıştır.” Raporda; girişteki basamaklar, sahanlığın biçimi, mekân organizasyonları ve bazı

servis ünitelerinin yer seçimi konularında eleştiriler ile bodrum kata doğal ışık alınması, Türk kahvesinin havuz üzerine alınarak güçlendirilmesi, müze ve sergi alanlarının daha geniş bir gölgelikle kapatılması gibi önerilere de yer verilmiştir. Projenin mimarları ise tasarım kriterlerini; “Türkiye’nin diğer ülkelere neler iletebileceği, Akdeniz iklim koşulları, projenin fuar bittikten sonra kalıcılığının sağlanması, arsanın köşe konumu ve seyir treni ile görsel ilişkisi” olarak açıklamış ve “doğa”nın projelendirmede etkin bir yaklaşım aracı olduğunu belirtmiştir [206].

1200 m²’lik bir arazi üzerinde, inşaat yerleşim alanı 600 m², inşaat toplam alanı 1200 m² olan ve farklı kotlara oturan pavyonun ana girişi en alt kotta yer almaktadır. Burada giriş holü, turizm danışma, VIP salonu, mutfak, restoran ve çok amaçlı salon bulunmaktadır. Toprağa gömülü bir yarı bodrum durumundaki katın düzenlemesinde birbiri içinden geçilen mekanlar geleneksel orta sofalı Türk Evi plan şemasını anımsatmaktadır. Bir açık meydan biçiminde düzenlenmiş üst kotta ise kapalı mekan olarak sadece bahçeden girilen müze ve kafeterya yer almaktadır.



Şekil 5.27 1992 Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Kat Planları

Bahçede, kafeterya ve ‘Keşifler Çağı’ temasından yola çıkılarak, sahnesi üzerine ‘Anadolu’da bulunan taşlardan’ yapılan Piri Reis haritası işlenmiş bir amfiteyatro vardır. Pavyonun çatısı üzerinde 12,5 x 25 metre boyutlarındaki bir çerçeve/kule

yer alır. Proje tasarımında bu çerçeve içerisine bir dev ekran yerleştirilmesi düşünülmüş, ancak Devlet Bakanlığı maliyeti fazla bulduğu için, uygulamada metal iplerden oluşan bir Türk bayrağı olarak düzenleme yapılmıştır. Pavyonun girişindeki enformasyon standında Türkiye'nin turistik bölgeleri tanıtılmış, iç mekân duvarlarında ülkenin fotoğrafları sergilenmiştir. Çok amaçlı salonda ise kültür ürünleri sergilenerek, Türkiye'nin genel panoramasına yer veren bir video projeksiyon duvarı oluşturulmuştur [207].

Fuar Kitapçığı'nda, pavyonda Türk Hamamı, Türk Odası gibi mekânlar yer aldığı ve Türk Evi maketleri gibi öğelerin sergilendiği belirtilmektedir. Bodrum kattaki çok amaçlı salon Türk sanatçıların konserleri için ayrılmıştır. Ancak fuar izlenimleri ile ilgili yazılardan bu tür performansların fuardaki gösteri mekânlarında yapıldığı ve pavyonun bu açıdan işlevsiz kaldığı anlaşılmaktadır [208].



Şekil 5.28 1992 Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu

Türkiye Pavyonu için düzenlenen yarışmanın detaylarına 1989 yılının Yapı ve Mimarlık dergilerinde yer verilmiştir. Ayrıca 1989 yılında Yapı Dergisi'nde jüri üyelerinden Şevki Vanlı ve Melih Birsel'in yarışma ile ilgili düşüncelerini aktardıkları yazılar yayınlanmıştır. Birsel'e göre yarışmaya katılan projeler üç başlık altında toplanmıştır. "Tarihi mirasa ağırlık veren, Osmanlı ve Selçuklu mimarisinden, 'bilimsel' bir görüntü yardımıyla çözüm arayan çalışmalar"dan oluşan birinci grup, "21. yüzyıla girerken başka bir sözü olmayan toplumların seçecekleri bir çözüm"dür. "Plastik ve konstrüktif araştırmaları içeren çalışmalar"dan oluşan ikinci grup "Dünya mimarisine katkısı olması beklenen, ileri dönük araştırma ve teknolojiyi içeren" çözümlerdir. "Her iki yöntemin birleşmesinden oluşmuş, hem eskiyi yansıtan hem de yeni bir hava getiren

alışmalar”dan oluşan  grup “jürinin hem ekonomik hem ‘vatanpervane’ görüşünü aksettiren projeler”dir. Birinci seçilen proje ise bu üç grubun dışında “kimsenin düşünmediğini düşünmüş olması” nedeniyle başarılıdır [209].

Fuarın yapıldığı 1992 yılında ise Arredamento Dekorasyon ve Mimarlık Dergileri’nde fuar izlenimleri ve Türkiye Pavyonu ile ilgili görüşlere yer verilmiştir. Yapı-Endüstri Merkezi’nin düzenlediği gezi ile fuarı gezen mimar grubu içerisinde yer alan şükrü Kocagöz, pavyon ile ilgili izlenimlerini Mimarlık Dergisi’nde aktarmıştır. Yazıya göre gruptaki herkes ve ziyaretçilerin çoğu pavyondan memnun değildir. Bu başarısızlıkta en büyük pay ise; "güneşin altındaki herşeyin mekân olabileceği" savıyla projeyi öneren jridedir. Jüri, mekânı mekân yapanın içindeki etkinlik olduğunu ve bu projenin etkinliğe en büyük olanağı tanıdığı için seçildiğini belirtmiştir. Ancak fuarda etkinlikler için daha büyük ortak mekânlar vardır ve ziyaretçiler gösterileri bu mekânlarda izlemektedir. evresinde gabariyi tam kullanan pavyonların arasında sadece "bodrum"dan oluşan tavrı ile yapı kaybolup gitmiştir. Yarışmada, tasarımı bir bahçe düzenlemesi olup, "evreci bir mesaj oluşturduğu" ne srlmştir. Ancak fuarda su ve peyzaj düzenlemeleri o kadar fazladır ki; pavyon %70’i sert kaplama olan bir platform durumundadır. Bu platformun üzerinde yer alan tuğla kaplı hacimler de, işçilik ve motifleri nedeniyle ilk bakışta bir İşpanyol tasarımı etkisi vermektedir. Pavyondaki tek faydalı kapalı alan olan bodrum katı ise bir "turizm enformasyon bürosu’dur. Burada Türkiye’deki oteller elektronik ekranlar ve turistik bir multivizyon gösterisi ile ziyaretçilere sunulmaktadır. Platformun zerindeki tuğlalı bölümün içinde birkaç değerli obje ve elbise sergilenmektedir. Platformdan ayrı girişi olan bu bölüm, tam bir mekân olarak algılanamadığından ziyaretçisi azdır. Bir "mimari gösterim exposu’ olan fuarda Kocagöz’e göre "içerik değil kabuk önemli"dir ve Türkiye bu açıdan başarısızdır [210].

Arredamento Dekorasyon dergisinde ise “(...) fuara ülkemizin de küçük bir pavyonla ve her zamanki gibi mehter takımıyla katılarak, Avrupalılara bizi Viyana kapılarından hatırlarsınız’ demeyi ihmal etmediğini de hemen anımsatalım” ifadeleri yer almaktadır [211].

Türkiye'nin kültür, sanat ve turizm etkinlikleri için 40 yıl süreyle kiraladığı alanda kalıcı olarak inşa edilen pavyon, süre dolmadan 1996 yılında kaldırılmıştır [212].

Yarışmanın yapıldığı yıl ve fuar döneminde, Türkiye'de mimari yayınlarda pavyon ile ilgili birçok haber ve yorum yer almıştır. Ancak sonraki dönemde Türk Mimarlık Tarihi yazımında pavyonla ilgili bir değerlendirmeye rastlanmamıştır. Domus Dergisi'nin "Expo 2000: Yeni Bir Dünyaya Doğru" başlıklı sayısında Türkiye'nin 1958'den itibaren Expo katılımları, mimarları ile yapılan görüşmeler ve güncel değerlendirmeler eşliğinde hatırlatılmaktadır. 1992 Pavyonu içinse "Geçmişe Ağırbaşlı Bakış Geleceğe Sağlıklı Mesaj" başlıklı yazıda, yarışmadaki jüri raporu ve projenin çizimlerine yer verilerek yeni bir değerlendirme yapılmamıştır [207].

Bu bölümde Türkiye Ulusal Pavyonu'nu fuardaki diğer ulusal pavyonlar arasında konumlandırabilmek için Türkiye'de dönemin mimarlık ortamının genel bir çerçevesi çizilmeye çalışılacak, tasarım bu çerçevede ele alınacaktır.

5.4.1 1990'larda Türkiye'de Mimarlık Ortamı

Türkiye'de 1980 askeri müdahalesi birçok alanda yeni bir dönemin başlangıcı olmuş; Neoliberalizm, 1984'ten sonra hükümet politikası haline gelmiştir. Küreselleşme, liberizasyon ve ithalat serbestliği ekonomide dönemin belirleyicileri olmuş bir yandan hizmet sektörü de gelişmiştir. Neoliberal ekonomiye bağlı süreçler arazi kullanımı, mekânsal planlama ve mimariye yansımasıdır. 1980'lerde mimari ortamda, Modern Mimarlığın alt açılımları şeklinde yorumlar görülür. Önceki yıllardan farklı olarak ülkenin mimarlık envanterine eklenen kimi yeni yapılarda Postmodernizm etkileri de görülmeye başlar. Batı'da 1969'dan itibaren örnekleri görülen akımın Türkiye'ye yansıması 1980'lerde olmuştur. Buna karşılık 1980'den sonra Batı dünyasında örnekler veren Dekonstrüktivizm vb. akımlar Türkiye'de çok fazla uygulama alanı bulamamıştır. 1990'ların dikkat çekici özelliği yeni malzeme olanaklarının artması ve teknolojik gelişmelerle mimari tasarımların hareketlilik, canlılık kazanmasıdır [184].

Jüri raporunda 'dönemsel akımların dışında' kaldığı belirtilen Türkiye Pavyonunun; malzeme seçimi ve kullanımı (tuğla, cephe motifleri), tarihsel

referanslar içeren kütle biçimlenişi ve cephe düzeni (kemer, balkon, taç kapı vb. öğeler) nedeniyle postmodernist etki altında bir tasarım olduğu düşünülmektedir.



Şekil 5.29 1992 Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Cephe Detayları

Yine rapora göre projelendirmede ‘doğa öğelerini dengeli biçimde kaynaştırdığı’ söylenen pavyon, fuarın genel kurgusunda hâkim unsurlar olan su ve peyzaj öğeleri arasında yetersiz kalarak, daha çok bir sert zemin düzenlemesi olarak algılanmıştır. Çoğunlukla kapalı mekân kurgusu üzerine tasarlanmış, sürdürülebilir teknolojiler aracılığıyla serin ortamlar yaratmayı amaçlayan ulusal pavyonlar arasında, Türkiye Pavyonu’nun açık terasları sıcak iklim koşullarında işlevsiz hale gelmiştir. Pavyon, kültür ve teknolojiyi mimaride birlikte yorumlayan ulusal pavyonlar arasında “ülkede olmayan bir teknolojiyi kullanmama” yaklaşımı nedeniyle fuar temasına uygun; ait olduğu çağı tanımlayan, geleceğe yönelik bir projeksiyon ortaya koyamamıştır.

5.4.2 1992 Sevilla Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu’nun Tasarım Yaklaşımları Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Bu bölümde 1992 Türkiye Pavyonu, 4. Bölüm’de tanımlanan tasarım yaklaşımları kapsamında değerlendirilecektir (Bakınız Tablo 6.16).

Mimari Kaygılar

Fuarın ülkeler bölümüne hâkim olan mimari kaygılar; pavyon tasarımlarında sürdürülebilir teknolojileri kullanarak geleceğe dönük yenilikçi bir estetik ortaya koymaktır. Öte yandan bu çizginin dışında, Post-modern düşünce etkisinde mimari kaygılarla tasarlanmış ulusal pavyonlar da fuarda yer almaktadır. Türkiye Ulusal

Pavyonu'nun tasarımı da ikinci yaklaşıma paralel biçimde; geleneğin göz önüne alınması ayrıca insan ölçeğine saygı ve kütleli olarak mütevazı bir yaklaşım sergilenmesi gibi mimari kaygılar hissedilmektedir. Bu nedenle 'mimari kaygılar' Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Turistik Tanıtım Amacı

Fuarda incelenen pavyonların büyük bölümü sergiler ve çeşitli gösterilerle turistik tanıtıma hizmet etmektedir. Ancak turistik tanıtım doğrudan mimariyi biçimlendiren bir unsur değil, program içerisinde yer alan etkinliklerden bir tanesidir. Gelişmiş ülkelere ait pavyonların turistik faaliyetler ön planda tutularak planlanması veya sembolik elemanların turistik kullanımı söz konusu değildir. Türkiye Pavyonu'nun mimari programında ise turistik tanıtım için planlanmış açık kullanım alanları önemli yer tutmaktadır. Mehter gösterisi gibi turistik etkinlikler için tasarlanan amfitiyatro, bahçede su ögesi ile ilişkilendirilen Türk Kahvesi ve ülkenin turistik yerlerine ait görsel ve videoları sunmak üzere tasarlanan ancak maliyet nedeniyle işlevi değiştirilen yüksek çerçeve pavyona genel mimari karakterini vermektedir. Yapının en büyük kapalı alanı olan bodrum katı tamamen turizm bürosu olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca geleneksel mimarideki sembolik öğelerin turistik kullanımı da söz konusudur. Bu nedenle 'turistik tanıtım amacı' Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Ulusal kimlik & İmaj Arayışları

Ulusal kimlik konusu Batılı ülkelerin pavyon tasarımlarını doğrudan etkileyen bir yaklaşım değildir. Bu ülkeler ulusal kimliği daha çok sergi konuları ve öğeleri aracılığıyla sunmaktadır. Türkiye Pavyonu'nda ise ülkenin tarihsel birikimi ve kültürel değerlerinin yeniden yorumlanması amacı öne çıkmaktadır. Ülke için geleneklerine saygılı, hümanist, barışçıl bir imaj çizilmeye çalışılmıştır. Yapıda en dikkat çekici öğe olan bayrak da kimlik temsiline hizmet etmektedir. Mimaride ve sergilerde Osmanlı veya Türk kimliği ile bağlantılı elemanların kullanımı ise ülkenin kendi imajı ile ilgili Cumhuriyet'in ilk yıllarında başlayan kararsızlığının devam ettiğini göstermektedir. Bu nedenle 'ulusal kimlik & imaj arayışları' Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Diğer Yaklaşımlar

Fuarın "Keşifler Çağı" olarak belirlenen temasının hedefi ülkelerin keşifler yoluyla gösterdikleri gelişmeyi ve çağdaş dünyada kültür ve teknolojinin iç içe geçtiğini göstermektir. 'Fuar Temasına Uyum Sorunu' incelenen ulusal pavyonların büyük çoğunluğunda, özellikle sergilerde temel yaklaşım olarak dikkate alınmış, birçok pavyonun mimari tasarımını da biçimlendirmiştir. Türkiye Pavyonu Mimari Proje Yarışması'nda da fuarın konusu yarışmacılara; "Tarihteki son beşyüz yıllık gelişmelerin, insanlığın, her daldaki keşiflerin, geçmişi açıklayan, bugünü tanımlayan, geleceğe dönük bir projeksiyonu" olarak bildirilmiştir. Ancak kazanan projede, sergileme ve mimaride temaya uyum aranmamış, geleceğe yönelik bir projeksiyon sunulmamıştır. Bu nedenle **'fuar temasına uyum sorunu'**, Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarda dönemin ruhunu 'High-Tech' Mimari olarak isimlendirilen akım çerçevesinde değerlendirilebilecek; ileri teknoloji sergileyen ya da teknoloji ve hayal gücünü birlikte kullanarak bunu mimariye yansıtan pavyonlar oluşturmaktadır. Türkiye Pavyonu'nda ise teknolojiyi tamamen reddeden, herhangi bir konuda ilerleme sergilemeyen ve geçmişten referanslar alan bir tür mimari temsil ön plandadır. Bu nedenle **'çağın ruhunu yakalama sorunu'**, Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarın ülkeler bölümünde tema ve bölgenin iklim koşullarına bağlı olarak sürdürülebilirlik, ekolojik tasarım, enerji tasarrufu ve doğaya uyum kavramları çerçevesinde değerlendirilebilecek teknolojik denemeler öne çıkmıştır. Türkiye Pavyonu ise hem sergiler hem de mimari açıdan oldukça geleneksel bir bakış açısına sahiptir. Bu nedenle **'deneysellik arayışları'** Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarda High-Tech mimari olarak tanımlanan tarzda, ileri teknoloji içeren pavyonlar ülkeler bölümünün genel karakterini belirlemektedir. Ayrıca ulusal pavyonların çoğunda, iç mekân sergilerinde yoğun multimedya kullanımı dikkat çekmektedir. Türkiye Pavyonu'nda ise sergileme ve mimari tasarımda teknoloji tamamen göz ardı edilmiştir. Bu nedenle **'teknoloji & inovasyon sorunu'** Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarda 'Politik ve İdeolojik Kaygılar' Batılı ülkelerin ulusal pavyon tasarımlarını önceki fuarlara göre daha az etkileyen bir yaklaşımdır. Bunun sebebi Soğuk Savaş'ın bitmesiyle siyasi iddialaşmanın azaldığı bir döneme girilmiş olması ve 'fuar temasına uyum sorunu'nun daha çok öne çıkmasıdır. Türkiye Pavyonu'nun mimarisinde de politik bir simgesellik söz konusu değildir. Bu nedenle **'politik & ideolojik kaygılar'** Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Türkiye Ulusal Pavyonu, hükümetin düzenlediği açık ulusal bir yarışmada birinci proje olarak seçildiği için **'tanınmış mimarlar sorunu'** yapının mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

5.5 2000 Hannover Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu

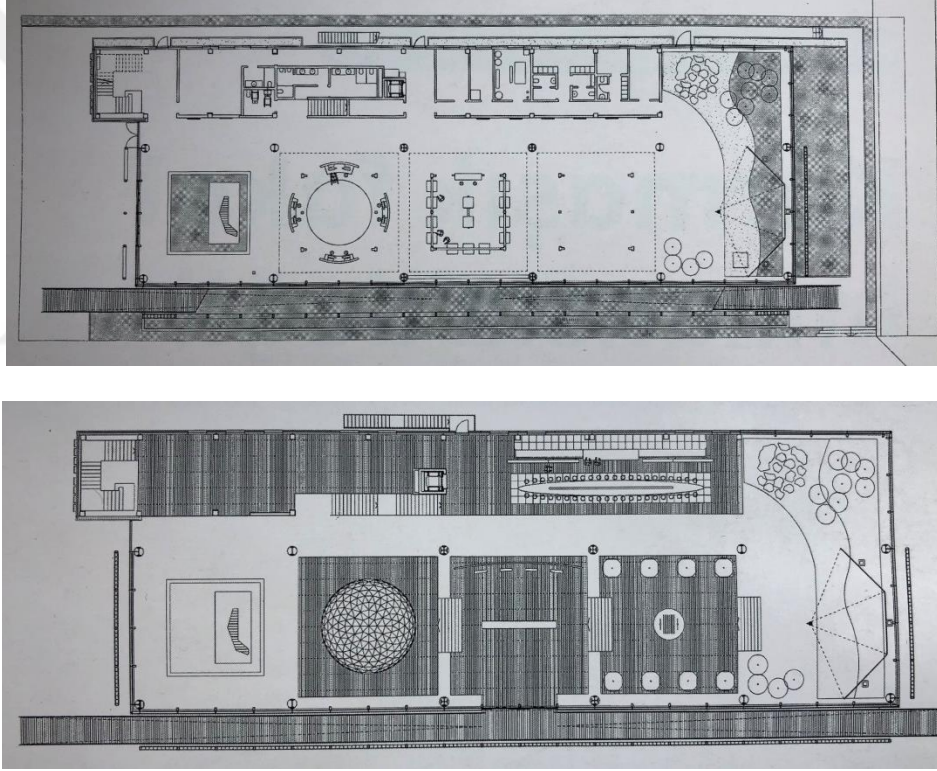
2000 Hannover Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu projesi, Turizm Bakanlığı tarafından, T.C. İş Bankası ve İMKB sponsorluğunda, Tabanlıoğlu Mimarlık firmasına hazırlanmıştır. Ana müteahhiti Tekfen Grubu'na bağlı bir Alman firması olan proje için daha önceki fuar katılımlarından farklı bir yöntem izlenerek çeşitli teknik danışmanlar görevlendirilmiş, sergiler için bir kavram tasarımı yapılmıştır. Buna göre pavyonun iç mekân tasarım danışmanı Önder Küçükerman, peyzaj danışmanı Murat Pilevneli, aydınlatma danışmanı Zeki Kadirbeyoğlu'dur. Serginin kavram tasarımı ise dDf (Dream Design Factory) firmasına aittir.



Şekil 5.30 2000 Hannover Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu

Kalıcı bir yapı olarak, fuardan sonra Türkiye'nin çok amaçlı bir salon olarak kullanılabilmesi için Alman yönetmeliklerine uygun biçimde tasarlanıp inşa edilen

pavyonun arsası 2400 m², inşaat alanı ise 1943 m²'dir. Tabanlıoğlu Mimarlık tarafından hazırlatılan "Hannover Expo 2000 Türkiye Pavyonu" isimli kitapçıkta mimari konsept şu ifadelerle açıklanmıştır: "Türkiye Pavyonu'nun temel tasarım kavramı, ülkenin geçmiş kültür zenginlikleri üzerine her geçen gün geliştirdiği teknoloji ve çağdaş yaşam anlayışını, pavyonu kısıtlı bir süre için ziyaret edenlere, çeşitli ve etkili mesajlarla aktarabilmektir. Günümüz hâkim küresel mimarlık eğilimi hafif ve saydam yapım teknikleri, doğal malzeme ve yüksek teknolojinin birlikte kullanımı ve işlevsel dönüşüm yeteneği ile tanımlanmaktadır. Türkiye Pavyonunun ana tasarım ilkelerini de bu kavramlar oluşturmaktadır. Saydam, teknolojik bir örtü olan yapı zengin Anadolu kültürünün sürekliliğini, bir anlamda gelenekselden teknolojiye dönüşümünü simgelemektedir." [215].

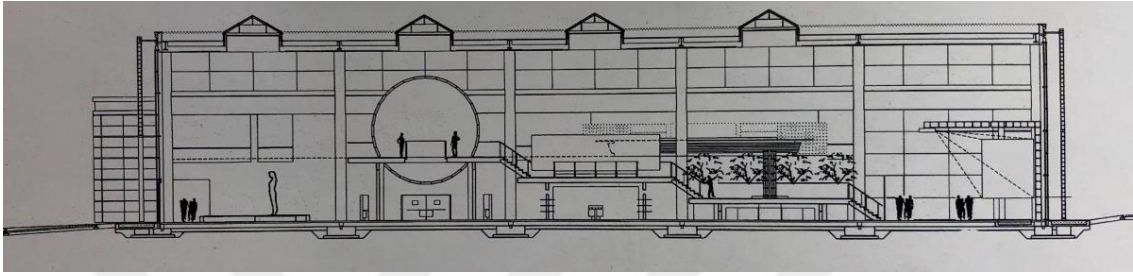


Şekil 5.31 2000 Hannover Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Kat Planları

Modernist tasarım diline sahip olan pavyon yalın biçim anlayışı içerisinde kurgulanmış dikdörtgen bir prizmadan oluşmaktadır. Servis hacimleri, cephede de okunan ince bir dikdörtgen kutu içerisinde toplanarak, geri kalan mekan tamamen açık plan anlayışıyla farklı kotlarda düzenlenmiş sergi alanlarına ayrılmıştır. Şeffaf cephe üzerinde kullanılan güneş kırıcı elemanlarla prizmanın daha hareketli bir

görüntü elde etmesi sağlanırken gece ve gündüz ışık şartlarına göre değişen bir cephe etkisi yaratılmıştır.

Cam ve çelikten oluşan bir iç kabuğun çevresindeki ahşap dış kabuktan oluşan yapıda kullanılan malzemeler; ahşap, cam, alüminyum ve paslanmaz çeliktir. Dış kabuğu oluşturan doğal ahşap kafes, binaya giren doğal ışığı kontrol etme işleviyle emprenye edilmiş çam ağacından yapılmıştır. Ahşap kafes, 60m uzunluğunda 13m yükseliğinde olup, 30x30cm karolajlardan oluşmaktadır.



Şekil 5.32 2000 Hannover Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Boy Kesit

Pavyonun içinde kendi kendini taşıyan, +4.10, +3.00 ve +1.50 olarak üç ayrı kotta bulunan ahşap platformlar, ahşap merdivenlerle birbirine bağlanmıştır. 11x11 m'lik kare biçimli ahşap platformlar emprenye edilmiş çam ağacından yapılmıştır. +4.10 kotundaki ahşap platform, iç mekâna yerleştirilen bir küreyi ikiye bölmektedir. Çelik uzay kafes sisteminden oluşan 7,5 m çapındaki bu küre, metalik pleksi panellerle örtülmüştür. +3.00 kotundaki ana giriş platformunda yer alan karşılama bankosunun altında kırmızı laleler vardır. Nemrut Dağı stellerinin replikaları bankonun arkasında, cam koruma içerisinde sergilenmektedir. +1.50 platformunun ortasında 8 adet cam panelden oluşan simgesel 'Hayat Ağacı' yer alır. Aynı platformun sağ ve solunda cam saksılar içinde turuncgiller dikilmiştir. 0.00 kotunda iki zeytin ağacının arasında yer alan su içinde bitkiler sergilenirken, -1.50 kotunda ise kendini taşıyan konstrüksiyonuyla üç boyutlu perde, iç mimariyi bütünler. Platform altlarında İznik Çinileri, takılar, kitap satış yerinin olduğu 'Pazar yeri' ve kişisel olarak internete girme imkânı sağlayan 'workstation'lar vardır. Bu mekânları bağlayan koridor üzerinde monitörler dizilmiştir.

Binadaki iç kabuk 'cam - çelik - alüminyum'un kullanıldığı bir strüktürden oluşmaktadır. 300X150 cm ebatlarındaki cephe kaplamaları çelik ana taşıyıcı

aluminyum giydirmce cephe sistemiyle taşınmaktadır. Cam cephedeki hareketli mekanizmalar doğal havalandırma fonksiyonunun bir parçasını oluşturmaktadır. Binaya şeffaf, ferah ve aydınlık bir ortam sağlamak için iç kabuk tümüyle cam olarak planlanmıştır. Çatıda yer alan polikarbonat kaplı aluminyum piramitler kontrollü doğal ışık ve hareketli mekanizmalar sayesinde doğal havalandırma işlevini yerine getirmektedir. Cephe ve çatıdaki kontrollü mekanizmalar sayesinde doğal havalandırma yapıldığı için binada klima sistemine gerek kalmamıştır. Binanın ısıtılması ise yerden ısıtma sistemiyle yapılmaktadır. Yapının saydamlığı iki anlamda işlevseldir; günbatımına dek doğal ışık iç mekânı aydınlatmaktadır. Günbatımından sonra ise yapının yapay iç aydınlatması bütünüyle dışarıdan algılanmakta, yapının içerisindeki hayat dışarıdan izlenmektedir. Bundan dolayı, dış mekân ve cephe aydınlatılmasına gerek duyulmamıştır.



Şekil 5.33 2000 Hannover Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Gece Görünüşü

Binanın sergi mekânlarında halojen ampüller kullanılarak sıcak bir atmosfer elde edilmesine çalışılmıştır. Ayrıca bazı mekânlarda heykel lensleri kullanılarak objeler üzerinde oval bir ışık elde edilmiştir. Peyzaj düzenlemesi Türk Akdeniz bitki örtüsüne uygun bir şekilde oluşturulmuştur. Bu amaçla zeytin, muz, turuncgil ağaçları ve çeşitli sazlar kullanılmıştır. Zemini doğal ahşap olan sergi salonunda heykel ve obje sergileri düzenlenmektedir. Binanın çıkış bölümünde İlhan Koman'ın Akdeniz Heykeli ve etrafını saran İznik çinili bir havuz yer almaktadır. Ziyaretçilerin yemek yemeleri için 50 kişilik tekne formu, 16 metre uzunluğunda yekpare bir masa tasarlanmıştır. 'Sofra' adı verilen bu mekânın duvarlarını modern anlamda yeniden yorumlanan İznik Çinileri süslemektedir [216].



Şekil 5.34 2000 Fuarı Türkiye Pavyonu Uzak Kafes Küre & Akdeniz Heykeli

Tabanlıoğlu Mimarlık tarafından kaleme alınan ve Domus, Yapı, Ege Mimarlık gibi farklı mimarlık dergilerinde proje ile birlikte yayınlanan tanıtım metninde pavyonun tasarım ilkeleri aşağıdaki ifadelerle açıklanmaktadır.

"Türkiye Pavyonu, ülke imajını, doğa-teknoloji, doğu-batı, geçmiş-gelecek boyutlarını kat ederken onları, uyumlu bir çeşitlilik içinde birleştiren "insan" ekseninde yansıtmayı hedefleyen bir konsept sergisi düzleminde ele alınmıştır. "İnsan" eksenini, aşk, coşku, tutku, kader, sonsuzluk, kutsallık vb. kavramlarla kurulan kozmogonik ve mitolojik bir evren içinde, tüm sergi düzleminde algılanabilmekte. Tüm pavyon bir anlamda Anadolu insanının zihinsel ve duygusal evreninin kavramsal haritası olarak kurgulanıyor. Bu haritada, Anadolu'nun barışçıl geleneği, yani insan ile doğa, Doğu ile Batı arasında kurduğu bilgece uyum, sürdürülebilirlik için yeni bir paradigma olarak şekilleniyor. Sergide konumlanan evren, üretimiyle tanrılar katına yükselen insana duyulan Anadolu inancını, tanrılarla yapılan anlaşma dolayısıyla, güçlü, yalın, kuraç, ürkütücü doğa ile kurulan barışçıl ilişki konseptini yansıtıyor. Anadolu Kozmogonyası'nda insan yalnızca doğa ve onun saf gücünün simgeleri tanrılarla el sıkışmamakta, aynı zamanda Doğu ve Batı kültürel evrenlerini de kaynaştırmakta, onlardan yeni bir sentez yaratmaktadır. İnsanın tanrılarla el sıkıştığı ya da onlarla birlikte Hayat Ağacı'nı, uygarlık ağaçlarını diktiği binlerce yıllık Anadolu figürleri, tüm binanın kurduğu cümlelerin sözcükleri yerine geçiyor. Bu bakımdan Türkiye Pavyonu, genel konsepti "İnsan, Doğa ve Teknoloji" olan Expo 2000'de, doğa, kültür ve teknoloji boyutlarını insan ekseninde barışçıl bir biçimde birleştiren, Anadolu'nun binlerce

yıllık akıl ve duygu bağına vurgulayan bir anlamda tasarlanmıştır. Türkiye Pavyonu, tüm insanlık için barışçıl bir ilişki; sürdürülebilir bir uygarlık ve insani bir teknolojiyi öneren evrensel bir cümle kurmaktadır.” [216].



Şekil 5.35 Tarihteki ilk ‘el sıkışma’ figürü & Doğu ile Batı’yı bağlayan köprü

Sergilenen Nemrut Dağı kabartmaları ile verilmek istenen mesaj, doğa ile insanın el sıkışması gerektiğidir. 21. yüzyıla girerken doğayla insanın uygarlık adına savaşı bitmiş; doğa ve uygarlık barışmıştır. Doğa ile süren mücadele, artık insanın doğaya saygısını içeren bir işbirliğine dönüşmektedir. Eski Anadolu uygarlıklarında zaten var olan bu işbirliğinden bütün insanlığın alacağı dersler bulunmaktadır.

Tabanlıoğlu Mimarlık tarafından hazırlanan kitap, farklı mimari dergilerdeki yayınlar ve basında çıkan haberler aracılığıyla pavyonun Türkiye’de geniş çaplı bir tanıtımı gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalara bağlı olarak mimarlık medyasında ve popüler basında pavyon ile ilgili değerlendirmelerin çoğunlukla olumlu olduğu görülmektedir. Örneğin Süha Özkan’a göre pavyonun “soyut varlığında belirgin bir Türk modernizmi duyumsaması” vardır. Yapının iki aşamalı çeperle sunduğu iletim, çok soyut ama modern biçimde Anadolu mimarlığında olagelen, son yetmiş yıldır unutulmuş yapı geleneğine gönderme yapmaktadır. Yapıya erişimi sağlayan köprü Anadolu’nun coğrafi ve kültürel köprü konumuna değinmektedir. İç sergilemede ise Anadolu uygarlığını kutuplaşmış dinler ikileminden çıkaran Nemrut sanal gösterisi ile Türkiye evrensel bir kültürün odağına yerleştirilmiştir. Ülke imajı için olumlu bir katkı yaratan tasarım o güne dek çanak, çömlek, kilim, heybe, çorap, oya, yemeni, peştemal vb. ile simgelenen Anadolu kültürüne yeni bir sunuş getirmiştir [217].



Şekil 5.36 Ahşap Kafes ve Köprü'nün 'geleneksel' ile ilişkilendirilmesi

Ancak yapının Anadolu yapı geleneğine soyut bir gönderme olarak nitelenen ahşap cephesi, alaturkalığı temsil ettiği yönünde eleştiriler de almıştır. Arkitekt dergisindeki yazısında Erengezgin; "(...) ahşap kafeslerden gına gelmiş olsa da, sanırım süre azlığından bu kolaycılığa sığınan meslektaşımızı hoş görüp, çelik yapının ahşapla ısıtılma gayretini kutlamak gerek. (...) Fakat daha önceki benzer benzemez örneklerle göre daha medyatik ve eli yüzü düzgün olması bize yetecek mi? (...) Bu çözüm ve mimari yaklaşım bize yeter mi?" sözleriyle pavyonun inşai kalitesinin yüksek olmasının tasarım yaklaşımı açısından yeterli olduğu anlamına gelmediğini vurgulamaktadır [218].

Bu noktada, inşai kalitesinden bağımsız olarak pavyonun tasarımında yerellik, kimlik, küresellik kavramlarının sadece 'temsili' olduğu yönündeki eleştiriler de dikkat çekmektedir. Yazgan'a göre bu kavramlar yapay oldukları için "anlatıda vardırılar ancak mimari tasarıma ve mekânın deneyimine içselleşememişlerdir." Pavyonun tasarım anlayışının muğlaklığının, temsiliyetçiliğinin, yerellik ve küreselleşme ile ilgili yaratıcı bir pozisyonu bulunmamaktadır [219].

XXI Dergisi'nde ise pavyon için; "bir türlü vazgeçemediğimiz; ama bir taraftan da çekindiğimiz Modernizmimiz ile bilinçaltında yatan ancak denetim altında salıverilen özlemci folklorculuğumuzu birleştirmekte. Bir bakıma Türkiye'nin 2000 gerçeğini tam olarak yansıtıyor" ifadeleri ise, uluslararası ortamda ülkeyi uzun yıllardır temsil eden geleneksel imajlar ve tarihsel referansların biktırcılığının farkında olmakla birlikte mimarların konuya tutucu bir çağdaşlıkla yaklaştığını vurgulamaktadır [220].

Tanıtım kitapçığında öne çıkarılan; Anadolu'da bulunan tarihteki ilk el sıkışma sahnesinin doğa ve insan arasındaki uyumu sembolize etmesi, pavyona girişi sağlayan köprünün Doğu ve Batı'yı birleştirmesi, pavyonun çevresindeki havuzun ülkenin üç tarafının denizlerle kaplı olduğunu ifade etmesi gibi sembolik yaklaşımlar ise konuyu bilmeyenlerin ilk bakışta kavrayabileceği fikirler değildir. Pavyondaki sergilerde yer alan figür ve objeler bir yandan Anadolu Uygarlıkları'na referans verirken, diğer yandan yapıda kullanılan çağdaş malzemelerin ve modern mimari üslubun geleceği ifade eden bir süreklilik sağlaması amaçlanmıştır. Ancak bu kez ölçülü bir tutum içerisinde de olsa, Türkiye'nin önceki Dünya Fuarı katılımlarında görülen cephe motifleri ve tarihsel/kültürel imgelerin benzerleri kullanılmış, sonuçta yaratıcı bir yaklaşım geliştirilemeyerek Türk kültürüne nostaljik bakış yinelenmiştir.

Bu bölümde Türkiye Ulusal Pavyonu'nu fuardaki diğer ulusal pavyonlar arasında konumlandırabilmek için Türkiye'de dönemin mimarlık ortamının genel bir çerçevesi çizilmeye çalışılacak, tasarım bu çerçevede ele alınacaktır.

5.5.1 2000'den Günümüze Türkiye'de Mimarlık Ortamı

Türkiye 21. yüzyılın ilk 15 yıllık döneminde, 1980'lerde başlayan neoliberal ekonomi uygulamalarının hızlı biçimde yürürlükte olduğu bir süreç yaşamıştır. Bu süreçte ülkede ekonomik kalkınmanın inşaat üretimine dayandırıldığı bir model izlenmiştir. Kentsel toprağın değeri, kuralsız plan ve imar düzenlemeleriyle maksimum düzeye getirilmeye çalışılırken yoğun yapılaşmaların önü açılmış, merkezi şehirlere akan yoğun nüfus toprağın aşırı değer kazanmasına neden olmuştur. Planlama süreçleri, düzgün kentsel mekanlar oluşturmada yetersiz kalırken doğal-tarihsel çevreler, kültürel varlıklar ve değerli mimarlık yapıtlarının korunması alanında başarısız olunmuştur. Öte yandan tüm bu gelişmeler inşaat sektörünü canlı tutarken bir anlamda mimarlık ortamındaki hareketliliği de arttırmıştır. Bu dönemde ülkede mimarlık adına, dünyadaki gelişmelere paralel olarak nitelikli yapılar da üretildiği rahatlıkla söylenebilir. Ancak iyi mimari örneklerle karşılık, iyi kentsel tasarım örnekleri verilememiştir [184].

Aynı süreçte internetin yaygınlaşmasıyla birlikte küresel bağlamda enformasyon ve sermaye akışının ivmesinin artması Türkiye’de mimarlık ortamını etkilemiştir. Değişim özellikle sermayenin yoğunlaştığı kentlerin fiziksel ve sosyal dokusuna daha fazla etki yapmıştır. 2000’li yıllardan itibaren hem yerel hem de küresel sermayenin taleplerini karşılayacak alışveriş merkezleri ve çok katlı ofis binaları gibi yeni mekânlara ihtiyaç doğarken tek fonksiyona sahip projeler yerine karma işlevli yapılar artmıştır. Küreselleşmenin sonuçlarından bir diğeri özellikle Ortadoğu ve Asya ülkelerindeki gelişmelere paralel olarak, farklı türlerdeki yapıların yabancı mimarlara tasarlatılmasıdır. Ancak cumhuriyetin ilk yıllarının aksine bu dönemde yabancı mimarlar ihtiyaç olduğu için değil, tercih sebebiyle seçilmektedir. Öte yandan birçok Türk mimar da Türkiye dışında tasarımlar gerçekleştirmeye başlamıştır.

Türkiye’de 2000 sonrasında dikkat çeken bir diğer eğilim özellikle kamu yapılarından başlayarak mimarlık ortamında yaygınlık kazanan muhafazakâr mimari arayışlardır. Bu projeler, Osmanlı veya Selçuklu mimarisinden alınan referansları postmodern kolaycılık içerisinde modern mimari malzemelerle harmanlayan, ancak belirli bir mimari dil oluşturmayan yapılardır.

Diğer yandan 2000’ler, özel sektörde üretilen mimari projelerde ve proje yarışmalarında modernizmin yalın geometrik diline dönüşü de temsil etmektedir. Mimari form olarak ise klasik prizma formlarının dışında, daha hareketli (eğik, boş/dolu, eğimli gibi) cephe ve kütsel biçimlerin kullanımı yaygınlaşmaktadır.

5.5.2 2000 Hannover Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu’nun Tasarım Yaklaşımları Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Bu bölümde 2000 Türkiye Pavyonu, 4. Bölüm’de tanımlanan tasarım yaklaşımları kapsamında değerlendirilecektir (Bakınız Tablo 6.16).

Mimari Kaygılar

Fuarda öne çıkan ulusal pavyonlar; 21. yüzyıl için sürdürülebilir, akılcı, insancıl çözümler önerme amacı taşımaktadır. Doğa ve enerji kaynaklarının korunması, doğa & teknoloji birlikteliği, geri dönüşüm gibi yaklaşımlar gelişmiş ülkelere ait ulusal pavyonların mimari tasarımını biçimlendiren temel kaygılardır. Bu tür

yaklaşımlara sahip olmasa da yalın bir geometrik kurguya sahip olan Türkiye Pavyonu, aydınlık iç mekânı ve farklı kotlarda düzenlenen sergileme platformlarının arasında kurulan akıcı ilişki ile mimari açıdan nitelikli bir yapıdır. Bu nedenle ‘mimari kaygılar’ Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Turistik Tanıtım Amacı

Expo 2000, inceleme kapsamındaki fuarlar arasında ulusal pavyonların mimari tasarımında turistik tanıtım amacının etkisinin en fazla hissedildiği fuardır. Pavyonlarını tamamen turistik tanıtım nesnesi olarak kurgulayan ülkeler olduğu gibi, bu amacı mimarlığın sembolik kullanımı aracılığıyla hissettiren ülkeler de vardır. Kimi ülkeler ise mimari açıdan özelliksiz, standart fuar yapılarının içinde görüntü ve ses teknolojisinden faydalanarak kurguladıkları sergilerde turistik tanıtımı öne çıkarmıştır. Türkiye Pavyonu’nda ise iç mekânda sergilenen imgeler ülkenin önceki katılımlarında kullanılan tarihi ve kültürel öğelerle benzer nitelikler taşımaktadır. Nemrut Dağı rölyefleri, lale ve çini motifleri ile ülkeye özgü çeşitli hediyelik eşyaların satıldığı “pazar yeri” konsepti turistik getiri amaçlı düzenlemelerdir. Standart bir sergi yapısı olan pavyonun cephelerinde; geleneksel Türk mimarisine referans veren ahşap kafesler ile çini panoların kullanılması ve Boğaziçi Köprüsü’nü anımsatacak biçimde Doğu ile Batı’yı birleştiren bir köprü ile pavyona girilmesi fikri, turistik tanıtımı destekleyen seçimlerdir. Bu nedenle ‘turistik tanıtım amacı’ Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları

İncelenen ulusal pavyonlarda, geleneksel ulusal kimlik temsili ve imaj arayışları mimariyi biçimlendiren hâkim unsurlar değildir. Türkiye Pavyonu’nda ise ülkenin tarihsel birikimi ve kültürel değerlerinin tanıtılması amacı öne çıkmaktadır. Mimaride ve sergilerde geleneksel Türk kimliği ile bağlantılı elemanların (kafes, çini vb.) kullanımı ülkenin kendi imajı ile ilgili kararsızlığının devam ettiğini göstermektedir. Bu nedenle ‘ulusal kimlik & imaj arayışları’ Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Tanınmış Mimarlar Sorunu

Türkiye Pavyonu için bir mimari yarışma düzenlenmemiş, Tabanlıoğlu Mimarlık firmasının ülkedeki tanınırlığı ve geçmiş deneyimleri projenin kendilerine verilmesinde etkili olmuştur. Bu açıdan ‘tanınmış mimarlar sorunu’ Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Diğer Yaklaşımlar

“İnsan, Doğa ve Teknoloji” olarak belirlenen teması ile fuar, çevreci yaklaşımları en etkin biçimde irdeleyen Dünya Fuarı olmuştur. Doğanın korunması, geri dönüşüm ve sürdürülebilirlik kavramlarını gündeme getiren fuarda; ileri teknolojinin doğanın korunmasında üstlenebileceği rolü vurgulayan ulusal pavyonlar dikkat çekmektedir. ‘Fuar Temasına Uyum’ incelenen ulusal pavyonların büyük çoğunluğunda, özellikle sergilerde temel yaklaşım olarak dikkate alınmış, ayrıca birçok pavyonun mimari tasarımını biçimlendirmiştir. Türkiye Pavyonu’nun tanıtım metninde “doğal malzeme ve yüksek teknolojinin birlikte kullanımı” ile fuar temasının tasarımda dikkate alındığı iddia edilmektedir. Ancak bu yaklaşım açısından başarılı olan diğer ulusal pavyonlarla kıyaslandığında, Türkiye Pavyonu’nda sergilerde ve mimaride temaya katkıda bulunacak yaratıcı bir fikir geliştirilmediği ya da insan, doğa ve teknoloji ilişkisini kuran bir proje sunulmadığı görülmektedir. Bu nedenle **‘fuar temasına uyum sorunu’**, Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarın düzenlendiği dönemde dünyada artan çevresel kaygılara bağlı olarak yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını amaçlayan mimari projeler gündemdedir. Bu çerçevede ulusal pavyonların tasarımında sürdürülebilirlik kavramını görselleştirme çabası ön plandadır. Çevre dostu malzemelerin kullanımı, canlı bitkilerin mimari ya da sergilerin bir parçası olarak konumlanması ve iletişim teknolojilerinin yoğun kullanımı fuarda öne çıkan pavyonların ortak özellikleridir. Ahşap kafes ile kaplanarak geleneksel Türk mimarisine atıfta bulunulan Türkiye Pavyonu ise mimari açıdan yukarıda özetlenen genel çerçevenin dışında, standart bir sergi yapısıdır. İç mekânda daha tutucu bir bakış açısı ile ülkenin önceki fuar katılımlarında sergilenen tarihi ve çağdaş öğelerin benzerlerine yer verilmiştir. Bu

nedenle **‘çağın ruhunu yakalama sorunu’**, Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

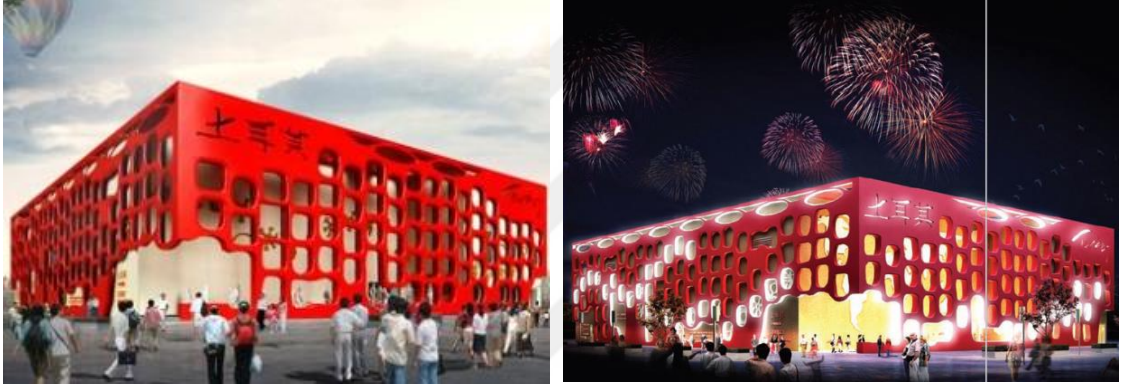
Fuarda sürdürülebilirlik kavramını mimari ile bütünleştirmeyi ve etkileşime dönüştürmeyi amaçlayan deneysel yaklaşımlar ön plandadır. Çevre dostu, geri dönüşümlü doğal malzemelerin strüktürel olarak kullanıldığı bu örneklerde pavyonun kendisi bir sergi nesnesi haline dönüşmektedir. Türkiye Pavyonu ise mimari tasarım açısından oldukça klasik ve ‘çekingen bir modernizm’e sahiptir. Bu nedenle **‘deneysellik arayışları’** Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Ulusal pavyonların tasarımında doğa ve teknoloji birlikteliği yoğun olarak irdelenmiştir. Bu konuda öne çıkan pavyonlar sürdürülebilir teknolojileri, mimari tasarıma kavramsal boyutta ve uygulamada entegre ederek sunmaktadır. Türkiye Pavyonu’nun tanıtım metninde de “saydam, teknolojik bir örtü olan yapının gelenekselden teknolojiye dönüşümünü simgelediği” ifade edilmektedir. Pavyonda kişisel olarak internete girme imkânı sağlayan 'workstation'ların kullanılması, cephe ve çatıdaki kontrollü mekanizmalar sayesinde doğal havalandırma yapılması gibi çözümlerle ülkenin önceki fuar katılımlarına göre teknoloji kullanımına daha fazla önem verildiği görülmektedir. Ancak fuarda teknoloji ve inovasyon konuları ile öne çıkan ulusal pavyonlarla kıyaslandığında, yapının mimari tasarımı ve sergileme konuları çağın teknolojik gelişmelerini yansıtmamaktadır. Bu nedenle **‘teknoloji & inovasyon sorunu’** Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarda çevreci yaklaşımlar öne çıkarken, politika ve ideoloji konuları önemini büyük ölçüde kaybetmiştir. Özellikle küresel bir politik güç olarak ABD’nin fuara katılmaktan vazgeçmesi, geçmiş fuarlarda ulusal pavyonlar aracılığıyla politik ve ideolojik rekabet sürdüren diğer güçlü devletlerin fuara bakış açısını da değiştirmiştir. Daha önce pavyonları siyasi iddialaşmanın sembolü olarak öne çıkan ülkeler fuarda bu kez daha sıradan yapılar ile temsil edilmiştir. Türkiye Pavyonu’nun mimarisinde ve iç mekân sergilerinde de politik bir bakış açısı bulunmamaktadır. Bu nedenle **‘politik & ideolojik kaygılar’** Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

5.6 2010 Şangay Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu

2010 Şangay Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Projesi, Dışişleri Bakanlığı himayesinde ve Sergi Komiseri, Büyükelçi Sencar Özsoy koordinatörlüğünde hazırlanmıştır. Pavyonun tematik senaryosunu derlemek için yaklaşık 40 Türk ve yabancı uzmanın uzmanlığına başvurulmuş; ODTÜ Mimarlık Fakültesi'nden Doç. Dr. Ayşen Savaş akademik danışman ve küratör rolünü üstlenmiştir. Mimari proje Doç. Dr. Ayşen Savaş başkanlığında Ignacio Goded, M.G.H. Rubio, Aurora Sanz, Eric Zhong, ve Genco Berk'ten oluşan bir mimari tasarım ekibi tarafından hazırlanmıştır. Pavyonun iç mekân projesi ve sergi tasarımı ise Ayşen Savaş imzasını taşımaktadır [222].



Şekil 5.37 2010 Şangay Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu Konsept Projesi

Teması “Medeniyetler Beşiği Anadolu” olarak belirlenen pavyon projesi, 9 metre yüksekliğinde ve 2000m² alan kaplayan mevcut bir konteyner yapısının sergi mekânına dönüştürülmesidir. Mimarlığa ve kentsel dönüşüme odaklanan bir sergiyi barındıran yapıda dış cephenin esin kaynağı Çatalhöyük'te bulunan bir duvar resmi.



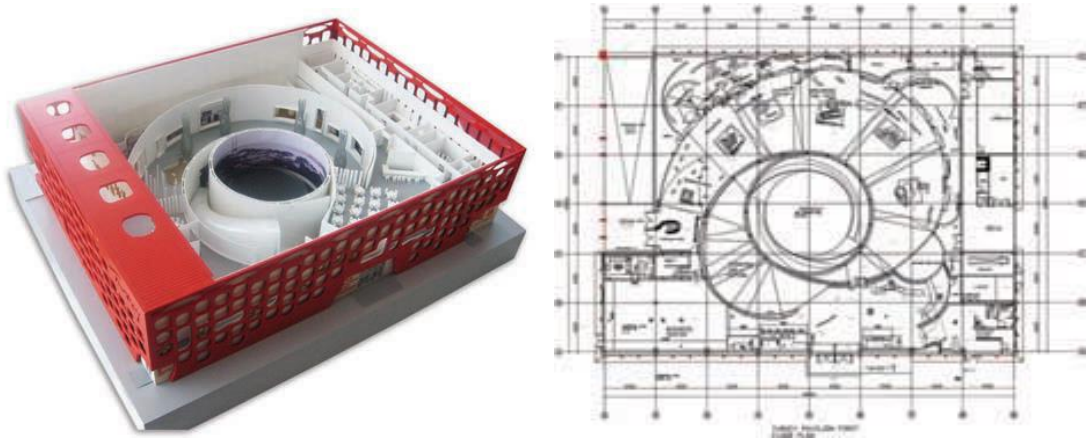
Şekil 5.38 2010 Şangay Fuarı Türkiye Pavyonu Mevcut Yapı & Duvar Resmi

Pavyonun, ilk modülü deneme amacıyla İspanya’da üretilen üç boyutlu cephe kaplamasının geri kalanı Şangay’daki bir atölyede sanatçılar tarafından el emeği ile şekillendirilmiştir. Bu yöntemin günümüzün dijital biçim arayışları ve bulunan biçimlerin seri üretim teknikleri ile üretilmesine eleştirel bir yaklaşım olması düşünülmüştür. Pavyonda dış ve iç mekânda kullanılan tüm sergi yüzeyleri ve nesneleri yerel zanaatkâr ve sanatçılar tarafından üretilmiştir. Çatalhöyük, Göbeklitepe, Yenikapı gibi tarihi yerleşimler, yarattıkları demokratik ve toplumsal birlikteliği destekleyen fiziksel çevreleri ile yeni kentsel oluşumlara model olmak üzere sergilenirken, tarihçi, arkeolog ve dönem uzmanları ile birlikte derlenen öykülerin görselleştirilme süreci, temsil ve tarih yazımı ile ilgili kuramsal tartışmaları pavyona taşınması amaçlanmıştır.



Şekil 5.39 2010 Şangay Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu

Dikdörtgen bir prizmadan oluşan yapının plan şemasında rasyonel bir çözüm tercih edilerek servis mekanları ince bir dikdörtgen kutu içerisinde toplanırken, kare planlı ana sergi mekanı içerisinde eğrisel bir rampa ile dolaşım sağlanmıştır.



Şekil 5.40 2010 Şangay Fuarı Türkiye Pavyonu Üç Boyutlu Model ve Plan



Şekil 5.41 2010 Şangay Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu Kesiti

Pavyonun tematik anlatımı, Türkiye'nin tarihi, kültürel ve doğal güzelliklerinin oluşturduğu dokuyu tanıtmak üzere tasarlanmış ve sergi; "geçmiş", "bugün", "gelecek" olmak üzere üç bölüm halinde düzenlemiştir. Bu bölümler sırasıyla; "Türkiye: Medeniyetler Beşiği", "Anadolu: Daha İyi Şehirler, Daha İyi Yaşamlar" ve "İstanbul: İki Kıta, Bir Şehir" alt başlıklarına sahiptir.



Şekil 5.42 2010 Şangay Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu Cephe Detayları

Özsoy ve Savaş'ın ifadesi ile hem Doğu hem de Batı'nın etkilerini taşıyan Anadolu'daki son bulgular, uygarlık tarihinde teknolojik olarak en gelişmiş ve özgün antik kültür örneklerinin bu topraklarda var olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, fuarın ana teması olan "Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam", ülke coğrafyasında canlı bir yansıma bulmaktadır. Fuar temasıyla uyum sağlamak amacıyla pavyonun cephesinin tasarımı ve rengi için; tarihte bilinen ilk yerleşim merkezlerinden biri olan Çatalhöyük'te bulunan ve geçmişi M.Ö 7.500 yılına kadar uzanan "dünyanın ilk şehir haritası veya panoramik manzara çiziminden" esinlenilmiştir. Pavyon için hazırlanan tanıtım kitapçığına göre; yapının üç boyutlu cephesi, mistik bir aydınlatma ile mimari derinlik sağlarken, aynı zamanda fuarda yorulan ziyaretçilere dinlenme imkânı da tanımaktadır. Yapının mimari danışmanı Savaş'a göre pavyon; "çağdaş form bulma çalışmalarını taklit ederek değil, tarihsel

olarak onaylanmış bir sanatsal ifadenin biçimsel özelliklerini göstererek” komşu pavyonların etkileyici formlarıyla uyum sağlamıştır [223].

Çatalhöyük halkı tarafından geliştirilen obsidiyen aletlerin, daha sonraki medeniyetlerin gelişimine etkisini göstermek için, sergi salonunun giriş bölümü, obsidiyeni temsil eden, siyah sırlı bir yüzeye sahip olacak şekilde düzenlenmiştir.

Pavyonun “Geçmiş” bölümü; Türkiye'nin tarihi ve kültürel mirasını ve Çin ile olan bağlantılarını gösteren bir sergi içermektedir. İki kültürün paralel tarihinin temsili olarak Türk Takvimi ve Çin Burçları, iki ülke arasındaki mesafeye rağmen ortak bir bağ kuran İpek Yolu, Türk dilinin en eski kullanımını ve aynı zamanda Türk-Çin dostluğunu gösteren en eski kayıtlı belge olan Kül Tigin Anıtı, Türkiye coğrafyasında gelişen ilk yaşam bulgusundan Cumhuriyet Dönemi'ne kadar uzanan tarihi miras, pavyonda öne çıkarılan başlıca sergi konularıdır.



Şekil 5.43 Kül Tigin Anıtı ve Göbeklitepe Canlandırması

Ziyaretçilerin Neolitik dönemden günümüze kadar mimarlığın ve sanatın gelişimine tanık olmaları amacıyla; ilkel barınaklar, kulübeler, mobilya ve inşaat ekipmanları, inşaat ve tarım teknikleri pavyonda sergilenmiştir. Bu bölüm, dünyada ilk heykel, ilk ayna, ilk şişe ve insanlık tarafından inşa edilen ilk barajın yanı sıra, ilk şehir olarak kabul edilen detaylı bir Çatalhöyük maketi gibi 'ilkleri' içerir. Daha sonraki dönemlerde birçok önemli imparatorluğa ev sahipliği yapan Anadolu coğrafyasına ait eserlerinin ve el sanatlarının çeşitli örnekleri de pavyonda yerini almıştır. İzmir'deki kazılarda bulunan Ana Tanrıça Asklepius Heykeli, İstanbul Hipodromu modeli ve antik Efes kentindeki Celcius Kütüphanesi bu tarihsel süreci ziyaretçilere anlatmak için kullanılan öğelerdir. Türkiye Pavyonu hazırlanırken amaç, Türkiye'nin sadece ünlü turizm merkezlerinden ibaret

olmadığını vurgulamaktır. “Geçmiş” sergisinin son bölümü, Türkiye Cumhuriyeti'nin oluşumu ve modern devletin oluşumunda yaşanan iniş ve çıkışları anlatan ülkenin öncesi ve sonrası karşılaştırmasını sunan bir film içermektedir. “Bugün” sergisinde İstanbul’un 2010 yılı için Avrupa Kültür Başkenti seçilmesi öne çıkarılarak, pavyonun merkezinde “360 Derece İstanbul” başlıklı bir film gösterilmiştir. Şehri betimlemek için Amerikalı bir ekibe, izleyiciyi çevreleyen 360 derecelik bir ekranda izlenen bir film hazırlanmıştır. “Gelecek” sergisinde ise ülkenin geleceği, yapılması planlanan Kartal Kentsel Dönüşüm Projesi gibi bazı koruma ve dönüşüm projelerinin mimari temsilleri ile tasvir edilmiştir.



Şekil 5.44 2010 Şangay Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu İç Mekan Sergileri



Şekil 5.45 2010 Şangay Fuarı Türkiye Pavyonu Kafeterya ve Giriş Holü

Pavyonun kültür temalı çıkış bölümünde ziyaretçilere Türk kültürü hakkında bilgi vermek için atölyeler aracılığıyla “Hat” ve “Ebru” sanatları tanıtılmıştır. Ülkeye özgü eşyaların satıldığı hediyelik eşya mağazası, geleneksel yemeklerle canlı Türk müziği sunulan ve kahve falı bakılan “İstanbul Cafe” pavyondaki diğer mekânlardır. Pavyonun fuar süresince 50 adet sanatsal performans ev sahipliği yapması planlanmış; Osmanlı yaşamını betimleyen bale gösterileri ve Yeniçeri Bandosu gösterileri düzenlenmiştir [223].

Fuar döneminde Türkiye’de gazetelerde pavyon ile ilgili yayınlanan haber ve yazılar genellikle olumlu bir üsluptadır. Özellikle pavyonun tanıtımın yapıldığı basın toplantısında Sergi Komiseri Sencar Özsoy’un; "Bundan önceki pavyonlara baktım, içlerinde en iyisinin bu olacağını düşünüyorum. Ayrıca bizim bir hikâyemiz var, evet belki diğer ülkelerin inşa ettiği modern pavyonların evrensel bir şahsiyeti var, fakat Türk pavyonun Anadolu’ya has bir şahsiyeti ve izahı var. Bu durum fuarın temasına çok uygun çünkü Anadolu tarih boyunca iyi şehirleri ve iyi yaşamları barındırmış." şeklindeki açıklaması ile serginin içeriği popüler basında kapsamlı biçimde yer almıştır [224]. Mimari yayınlarda ise pavyon ile ilgili herhangi bir değerlendirmenin yer almadığı görülmektedir. Sadece 2011 yılında Yapı Dergisi’nde Şangay Fuarı’nı ve önemli pavyonları tanıtan bir yazıda Türkiye Pavyonu’na da yer verilerek ziyaretçi sayısı ile ilgili bilgiler paylaşılmıştır [92].

Neticede Anadolu’nun barındırdığı tarihi ve kültürel zenginlikleri tanıtmayı amaçlayan pavyonun sadece bir tarihsel referansa dayandırılarak kurgulanması üzerinde yeterince düşünülmemiş bir tasarım ortaya çıkmasına neden olmuştur.

5.6.1 2010 Şangay Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu’nun Tasarım Yaklaşımları Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Bu bölümde 2010 Türkiye Pavyonu, 4. Bölüm’de tanımlanan tasarım yaklaşımları kapsamında değerlendirilecektir (Bakınız Tablo 6.16).

Fuar Temasına Uyum Sorunu

Fuarın “Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam” olarak belirlenen teması ile ülkelerin, hızlı kentleşmenin yarattığı sorunlara yönelik geliştirdikleri çözüm önerilerini sergilemeleri amaçlanmıştır. Bu kapsamda fuar temasına uyum konusunda başarılı olan ulusal pavyonlar, ülkelerin yaratıcılığını ve çevresel duyarlılığını sergilerken temaya gerçek bir katkıda bulunma amacı da taşımaktadır. Geleceğin kentsel sorunlarını çözmek üzere birer laboratuvar niteliği taşıyan bu pavyonlarda sürdürülebilir kentlerin inşası için ülkelerin ortaya koydukları yöntemler sergilenmektedir. Türkiye Pavyonu’nda ise fuar temasına uyum için, tarihin en eski düzenli yerleşim yerinin ülke coğrafyasında yer almış olduğunu gösterme düşüncesiyle, Çatalhöyük’te bulunan ve dünyanın ilk şehir haritası olarak

adlandırılan çizim cephe tasarımında kullanılmıştır. “Medeniyetler Beşiği Anadolu” temalı pavyonun tematik senaryosunun başlangıcını oluşturan, Çatalhöyük’ten itibaren şehirleşmenin tarihsel yolculuğu farklı sergilerle ziyaretçilere aktarılmaya çalışılmıştır. Bu açıdan ‘fuar temasına uyum sorunu’, Türkiye Ulusal Pavyonu’nun cephe tasarımını etkileyen bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir. Ancak fuarda katılımcı ülkelerin çoğu kültürel ve tarihsel miraslarını sergilemekle birlikte gelecek için planladıkları, hayal ettikleri, gerçekleştirmek için adım attıkları ya da atacakları teknolojik, bilimsel, çevre dostu şehircilik anlayışlarını ve projelerini sergilemeye odaklanmıştır. Türkiye Pavyonu’nda ise tema ve alt metninden uzak bir yaklaşımla sadece tarihsel konulara odaklanılarak geleceğe yönelik bir öneri ya da proje sunulmamıştır. Gerçekleşmemiş kentsel dönüşüm projelerinin gelecek öngörülerini olarak sunulması ya da gelecekteki su sorununa ilişkin “herkes için su” sloganı ile İstanbul’daki hayratların tanıtılması ise temaya herhangi bir katkı sağlamayan yüzeysel yaklaşımlardır.

Turistik Tanıtım Amacı

2010 Fuarı o tarihe kadar düzenlenmiş en büyük Dünya Fuarı olduğu için, ulusal pavyonların amaçlarından biri, yüksek alım gücüne sahip Çinli tüketiciye ulaşmak ve Çinli turistleri ülkelere çekebilmektir. Bu nedenle pavyonlarda yer alan sergilerde turistik tanıtım amacı yoğun bir şekilde hissedilmekte ancak çoğunlukla mimari tasarımı biçimlendiren bir unsur haline dönüşmemektedir. Bazı pavyonlarda ülkelere ait tarihi, coğrafi veya kültürel değerlerin metaforik yaklaşımlar içerisinde mimari formu belirleyen bir konsept oluşturmak amacıyla kullanıldığı da görülmektedir. Böylece pavyonun kendisi ülkenin tanıtımını yapan bir obje haline dönüşmektedir. Ancak bu yaklaşımda da dolaylı bir turistik tanıtım olduğu için turizmin mimariyi biçimlendirdiği söylenemez. Özetle incelenen ulusal pavyonlarda turistik tanıtıma önem verilse de asıl vurgu yeni projelerin sunulması ve ülke imajının geliştirilmesi üzerindedir. Türkiye Pavyonu’nda ise ülkenin tarihsel mirasını kullanarak turistik getiri elde edilmesi amacı, yapının cephe tasarımından sergi konularına kadar yoğun olarak hissedilmektedir. Cephede herhangi bir soyutlamaya başvurulmadan doğrudan kullanılan Çatalhöyük teması, yapının Çin Bayrağı ile ilişkilendirilen rengi, iç mekân sergilerinde Çin ile ortak

noktaların vurgulanması, pavyonun yeme-içme alanındaki sunum ve düzenleme, sergilenen etkinlikler bütün halinde yapının bir turizm fuar pavyonu gibi kurgulandığını göstermektedir. Bu nedenle ‘turistik tanıtım amacı’ Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Politik & İdeolojik Kaygılar

Fuarda özellikle gelişmiş ülkeler arasındaki siyasi iddialaşma tamamen ortadan kalkmış olduğu için; temaya katkıda bulunmak üzere geliştirilen bir fikri temsil eden pavyonlarda kavramsal bir simgesellik ön plandadır. Türkiye Pavyonu’nun mimari tasarımı ise daha önce belirtildiği gibi ağırlıklı olarak turistik tanıtım amacına hizmet etmektedir. Ancak pavyonun cephesinde kullanılan kırmızı renk sadece Çatalhöyük teması ile ilgili değil, aynı zamanda Çin için çekici olabilecek “paylaşılan-ortak bir karakter” olarak öne çıkarılmıştır [92]. Ayrıca sergilerde yer alan; iki ülkenin tarihsel kesişim noktaları, Çin Takvimi ve Türk Takvimi’nin benzerlikleri, iki ülkeyi bağlayan İpek Yolu gibi öğeler de bu yaklaşımı somutlaştıran unsurlardır. Bu nedenle ‘politik & ideolojik kaygılar’ Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Diğer Yaklaşımlar

Fuarın düzenlendiği dönemde; yapım teknolojisi, inşaat malzemeleri ve bilgisayar yazılımlarındaki gelişmelere bağlı olarak inşa edilebilen, sıradışı görünümde ve ölçek bakımından sınırları zorlayan yapılar dünya mimarlık ortamının gündemini oluşturmuştur. Bu genel çerçeve içerisinde fuarda çağın ruhunu yakalayan ulusal pavyonların tasarımında ve inşasında da teknolojik vurgu ve sıradışı form arayışları ön plandadır. İkonik kabukların içerisinde ziyaretçiyi serginin bir parçası haline getiren etkileşimli sergilere sahip pavyonlar fuarın genel karakterini belirlemektedir. Gelişmiş ülkelere ait ulusal pavyonların büyük bölümünde geleceğe yönelik bir vizyon sunma amacı yaygındır. Türkiye Pavyonu’nda ise dijital form üretim tekniklerine eleştirel bir yaklaşım olacağı düşünülerek, üç boyutlu cephe modülleri yerel sanatçılar tarafından el emeği ile üretilmiştir. Ancak malzeme kullanımı ve imalat kalitesi açısından fuardaki diğer pavyonlarla karşılaştırıldığında ortaya profesyonel görünmeyen bir sonuç çıkmıştır. Ülkeyi, Anadolu’nun barındırdığı tarihi ve mimari zenginliklerle tanıtmayı amaçlayan sergi

ise fuarın odaklandığı kentsel sorunlara yönelik bir çözüm sunmadığı için yetersiz kalmıştır. Bu nedenle '**çağın ruhunu yakalama sorunu**', Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarda gelişmiş ülkelere ait ulusal pavyonların büyük bölümünün, cephe yaklaşımları ve mekânsal kurguları ile deneysellik arayışları içerisinde olduğu görülmektedir. Sürdürülebilirlik yaklaşımlarını ön plana çıkaran ve form arayışları ile dikkat çeken bu yapıların ortak özelliği; gelişmiş bilgisayar yazılımları kullanılarak tasarlanmış ve inşa edilmiş olmalarıdır. Yeni teknolojileri, yeni yaşam pratiklerini içeren, değişimi vurgulayan, deneysel yaklaşımlarla yeniyi icat etmeye çalışan bu yapılar arasında Türkiye Pavyonu sergiler ve mimari tasarım açısından geleneksel bir bakış açısına sahiptir. Bu nedenle '**deneysellik arayışları**' Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarda mimari açıdan simgesellik taşıyan, sergilediği fikri dışa vuran, geniş kamusal alanlarla yapıyı deneyimlemeye imkân veren ulusal pavyonlar öne çıkmaktadır. İncelenen ulusal pavyonların büyük bölümü ülkeye ait kültürel referansları soyutlayarak metaforlar üzerinden sunan ve ülke imajını geliştirmeyi amaçlayan heykelsi biçimlere sahiptir. Türkiye Pavyonu'nda ise temaya uyum sağlamak ve turistik getiri sağlamak amacıyla yapının sadece tarihsel bir referansa (Çatalhöyük) dayandırılarak kurgulanması mimari tasarım üzerinde yeterince düşünülmeyeceği izlenimini yaratmaktadır. Ayrıca ortaya konan ürünün tasarım kalitesi de oldukça düşüktür. Bu nedenle '**mimari kaygılar**' Türkiye Ulusal Pavyonu'nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarda ulusal pavyonların önemli bir bölümü, inovasyon ve teknolojiyi kullanarak insanlık ve doğa arasındaki bağı sembolize etme amacını taşımaktadır. Bilgisayar destekli tasarım ve üretim teknolojilerini kullanan gelişmiş ülkelere ait ulusal pavyonlar sıradışı formları ve yenilikçi malzeme seçimleri ile geleceği betimlemektedir. Gelişmiş multimedya teknolojilerinin kullanıldığı sergilerde ise kentsel problemlere yönelik geliştirilen yeni teknikler sunulmaktadır. Türkiye Pavyonu'ndaki sergilerde ise gelişmiş görsel-işitsel sistemlerin kullanımı dikkat çekicidir. Dünya Fuarları'ndaki ulusal pavyonlarda 1950'lerden itibaren sıklıkla görülen ancak Türkiye'nin ilk kez kullandığı 360 derecelik tanıtım filmi de ülkenin

önceki fuar katılımlarına kıyasla sergilemede teknolojiye önem verildiğini göstermektedir. Ancak pavyonun mimari tasarımında ve üretiminde çağın teknolojisinden faydanılmamıştır. Bu nedenle **‘teknoloji & inovasyon sorunu’** Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarda gelişmiş ülkelere ait ulusal pavyonların mimari karakteri; geleceğin şehrini tasarlama amacı çerçevesinde şekillenmektedir. Geleneksel kimlik referanslarına yer verilmeyen bu pavyonlarda seçilen metaforların kavramsal arka planlar dâhilinde sunulması aracılığıyla yapılan bir kimlik temsili ve imaj arayışı söz konusudur. Türkiye Pavyonu’nda ise ülkenin tarihsel ve kültürel mirasının tanıtılması amacı ön plandadır. Ancak pavyonun cephe tasarımında doğrudan Türk ulusal kimliği ile ilişkili olmayan tarihi bir referans kullanılmış, ‘geçmiş’ temalı sergide ülke coğrafyasında tarih boyunca var olmuş birçok farklı medeniyete ait eser, yerden ve zamandan kopuk olarak bir arada sergilenmiştir. ‘Geçmiş’ temalı sergiye göre oldukça kapsamsız olan ve geleceği temsil eden Türkiye Cumhuriyeti ile ilgili bölüm ise ülkenin kimliğini temsil etmeye ya da imajını geliştirmeye yönelik bir çaba içermemektedir. Bu nedenle **‘ulusal kimlik & imaj arayışları’** Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Türkiye Ulusal Pavyonu’nun tasarımı Dışişleri Bakanlığı tarafından doğrudan belirlenmiş akademik danışmanlardan oluşan bir ekibe yaptırıldığı için ‘Tanınmış Mimarlar Sorunu’ yapının mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

5.7 2015 Milano Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu

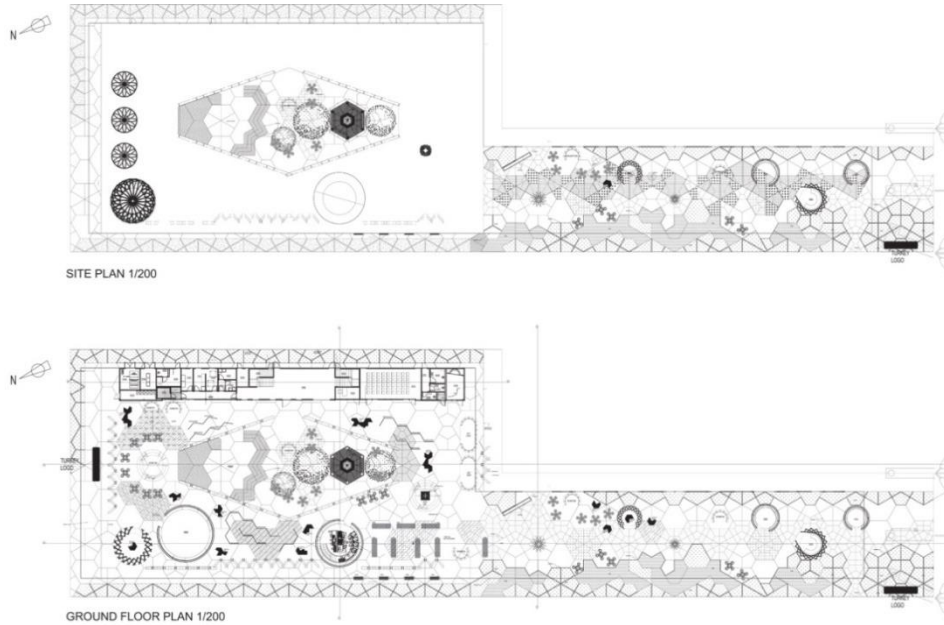
2015 Milano Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Projesi, Ekonomi Bakanlığı tarafından, doğrudan URASstudio (Emir Uras) ve dDf (Dream Design Factory) firmalarına hazırlatılmıştır. Tasarım, Batı ile Doğu arasında bir kavşak olan Türkiye tarihinin kültürel çeşitliliğine değinmektedir. "Geleceğin Gıdası İçin Tarihin İrdelenmesi" olarak belirlenen pavyon teması ile gıda ve beslenme konusunda, ülke topraklarının 12 bin yıllık tarihinin getirdiği tüm öğretiler ve zenginliklerle dünyanın geleceğine katkı sağlaması amaçlanmıştır. 2015 Fuarı için aday şehirler arasında finale kalan İzmir yerine Milano’nun seçilmesi nedeniyle

fuara katılmak konusunda kararsız kalan Türkiye, son anda katılım kararı aldığı için; pavyonun tasarımı iki ayda, inşaatı ise üç buçuk ayda tamamlanmıştır.



Şekil 5.46 2015 Milano Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Konsept Projesi

2.800 m²'si kapalı alan olmak üzere, toplam 4.170 m²'lik bir alana sahip, fuarın en büyük 5. pavyonu olarak tanıtılan çelik yapı, sergiler ve etkinlikler için yarı açık bir park alanı olarak tasarlanmıştır. Selçuklu ve Osmanlı mimari detaylarını referans alan yapıda; kapalı ve açık sergi alanlarının üstü Selçuklu Yıldızı'ndan esinlenerek oluşturulan bir kanopi ile örtülmüştür. Revak, kubbe ve altıgen formlar Osmanlı Mimarisi'nden alıntılar olarak kullanılırken geleneksel cam sanatı ögesi 'Çeşm-i Bülbül' konstrüksiyon taşıyıcısı olarak değerlendirilmiştir. Pavyonda, gurme mağazası, restoran, kafeler, hediyelik eşya dükkanı ve kütüphane, ofisler, konferans salonu gibi bölümler yer almaktadır [225].



Şekil 5.47 2015 Milano Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Kat Planları

Pavyon için hazırlanan web sayfasında belirlenen temanın, bereketin sembolü “Nar” ile temsil edilerek somutlaştırıldığı belirtilmektedir. Metaforik bir imge olarak seçilen, zenginlik ve varlığı sembolize eden “Nar” tarih boyunca, birçok din ve kültürde olumlu anlam kazanmış bir figürdür. Aynı zamanda Türkiye’nin tarımdaki zenginliklerinden biri olarak; birlik içinde farklılığı, farklılığın zenginliğini simgelemektedir. Ülkenin tüm değerlerini tek tek ve bütün olarak içinde barındıran “Nar” açıldığında, dünya ile paylaşımaya hazırdır. “Nar”ın bu özelliklerinin belirlenen tema üzerinden pavyona, hem mimari hem de bağlamsal olarak nüfuz etmesi amaçlanmıştır. Türkiye’nin Expo 2015 Komiseri Tarık Sönmez, mimari konseptin nasıl oluşturulduğunu şu sözlerle açıklamıştır: “Köklü tarihimizin, zengin kültürümüzü ve geleneklerimizin izlerini buraya taşımak, buraya yansıtmak ve bunların burada hayat bulmaları için çok yoğun çaba harcadık. Burayı yaparken temel aldığımız nokta; dünyanın herhangi bir yerinden gelen ortalama insanın, adını ve bayrağı görmeksizin ‘İşte bu Türkiye pavyonudur’ diyebileceği öğeleri içinde barındırmasını istedik ve bu çerçevede konsepti ve mimari bütünlüğü oluşturmaya çalıştık.” [226].

Pavyon için hazırlanan resmi web sayfasında pavyonun tasarımı ve bünyesinde yer alan mekânlar şu ifadelerle tanıtılmaktadır; “Pavyonun açık bölümünde, ziyaretçilerin çınar ağaçlarının gölgesinde Türk çayı ve Türk kahvesinin keyfine varırken meşhur Osmanlı şadırvanını temaşa edebilecekleri otantik bir bölüm yer almaktadır. Bunun yanı sıra, Pazar Yeri, Sokak Büfeleri, Anadolu Sofraları’nın da yer aldığı açık alanda Türk tarihi ve kültürünün inceliklerine dokunuşların yapılacağı dönemsel sergiler ve atölye çalışmaları gerçekleştirilecektir. Yarı kapalı alan kemerlerimiz ve kervansaraylarımızdan esinlenilerek düzenlenmiştir. Yarı kapalı alanın açıldığı ve kültürel etkinliklere ve davetlere ev sahipliği yapacak olan ‘Avlu’, gösteri ve etkinlikler için bir performans sahnesi içermektedir. Pavyonun kapalı alanı ise, dünyaca ünlü geleneksel Türk evlerinin form ve dokusunu yansıtan ofis binasından oluşmaktadır. Kütüphanemizde, Türk tarihinde gıda ve beslenme konularında dijital ve basılı kitaplar ile Türkiye’nin tarım politikaları, dünya genelinde gıda yardım programları, gıda bültenleri, beslenme bağlamında daha yaşanabilir bir dünya üzerine sunumların yanı sıra gıda ve beslenme hakkında muhtelif basılı ve elektronik yayınlar yer alacaktır.” [227].

Pavyonun mobilyaları ve sergi alanları ise Fields Studio firması imzalıdır. Firma, URASudio'nun geleneksel Türk çömleklerinden yola çıkarak tasarladığı dev çömlekleri referans alıp, doluluk-boşluk ilişkilerini ters çevirerek geleneksel hasır örme tekniklerini andıran mobilyalar ve sergi üniteleri tasarlamıştır.



Şekil 5.48 2015 Milano Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu

Ancak, Anadolu'nun tarihî ve coğrafi önemini, kültürel çeşitliliğini ve zengin mirasını göstermeyi amaçlayan pavyon sergileme biçimi nedeniyle bu tarihî birikimin, kültürün, geleneğin ve felsefenin öğretisinden oldukça uzak ve yüzeysel kalmıştır. Selçuklu Yıldızı, Çeşm-i Bülbül, Osmanlı Şadırvanı, Türk Evi, Anadolu Sofrası, Göbekli Tepe, Nazar Boncuğu, Lale, İznik Çinileri gibi zamansız ve yersiz birçok tarihsel ve kültürel değer, belli bir söylem çerçevesinde değil adeta bir dekor niteliğinde biraraya getirilmiştir [110].



Şekil 5.49 İçinde Türk Kahvesi yer alan 'Türk Evi' ve 'Şadırvan'

2015 Türkiye Pavyonu ile ilgili Türkiye'de basında yer alan haber ve yazılar çoğunlukla olumlu bir üsluptadır. Mimari çevrelerde ve yayınlarda ise pavyonun konsept yaklaşımı ve tasarım kalitesi ile ilgili sert eleştiriler dikkat çekmektedir.

XXI Dergisi’nde yayınlanan yazıda Türkiye Pavyonu için şu ifadeler yer almaktadır: “(...) Expo boyunca ilham verici tasarımlar ve sergiler gördükten sonra Türkiye pavyonunun haline acıyor ve içeride çok vakit geçiremiyorsunuz. Şöyle ki, bir tarafta şadırvan, bir tarafta mukarnas, bir tarafta Türk kahvesi, biraz parametrik tasarım, bir adet Göbeklitepe maketi, biraz Marmara mermeri, bir miktar da peyzaj görmek istiyorsanız doğru yerdesiniz! Bir örtü altında Türkiye’nin değerlerini bir araya getirmek istenmiş olduğu anlaşılıyor fakat Expo’nun derdi bu değil. Pek çok katılımcı ülkenin çabası olan ülkelerin eriştiği çağdaşlığı sergilemek, yeni teknolojilerini, araştırmalarını ve gıda politikalarını paylaşmak, gezegenimizde beslenme konusuna bir değer üreterek katkı sağlamak gibi konulara yaklaşamamış bile! (...) Üstelik gıdanın geleceği ve beslenme ile ilişkili bir politikasının var olmadığını da açık açık söylüyor Türkiye. (...)”[228].



Şekil 5.50 “Göbekli Tepe” Replikası ve Pavyonun Maskotu “Nar”

Fuarda geleneksel yapı vurgusunun özellikle üçüncü dünya ülkelerine ait pavyonlarda tarihselci kopyalar olarak kitsch karşılıklar bulduğu görülmektedir. Türkiye Pavyonu da, yarattığı üslup ve biçim karmaşası ile bunların arasında yerini almıştır. Pavyon, “Geleceğin Gıdası İçin Tarihin İrdelenmesi” temasını taşısa da, pavyonda geleceğe dair bir sorgulamaya rastlanmamaktadır. Mekâna rastgele yerleştikleri hissi veren tarihi ve kültürel motifler, sokak tabelaları biçimindeki yönlendirmeler, Hitit kabartmalı odaların içinde yer alan “Food&Art” sergisindeki yemek resimleri ve diğer kültürel nesneler kafa karışıklığı yaratmaktadır [108].



Şekil 5.51 Hitit Kabartmalı “Çömlek” & İçinde Türk Yemekleri Temalı Sergi

Pavyonun mimari tasarımındaki belirsizlik ve serginin kurgusundaki olumsuzluklar ziyaretçileri karmaşık bir kültür bombardımanına sokmuştur. Birbirini bütünleyemeyen, gereğinden fazla tarihi figürle ziyaretçinin kafasını karıştıran pavyon, yalnızca geçmişin irdelenmesiyle sınırlı kalmıştır. Tarihsel öğelerin çağdaş malzemeler kullanılarak yorumlanması ise ülkedeki aynı dönem içerisinde yaygınlaşan bazı yerel belediyelerin ‘kitsch’ olarak tanımlanabilecek uygulamalarını anımsatmaktadır [229].

Özetle Türkiye Pavyonu’nda, sergilemedeki çeşitliliğin kavramsal bir altyapısı ve düşüncenin mimari olarak söylemsel inşası mevcut değildir. Bu nedenle ortaya çıkan tasarım farklılıkları seçilemeyen, değerleri birbirinden ayırt edilemeyen, özgünlükleri göz ardı edilmiş bir imgeler yığına dönüşmüştür. Pavyonda gelecek için nasıl bir entelektüel önerme olduğu da belirsizdir. Sergilemedeki anlam bütünlüğünün ve süreklilik eksiliğinin dışında sergi ünitelerinin serpiştirildiği pavyonda açık alanların fazlalığı sıcak ve yağışlı günlerde ziyaretçiler için olumsuz bir ortam yaratmıştır. Sonuçta Türkiye fuardaki diğer ulusal pavyonlar arasında farklı ve özgün bir tasarım, yeni bir keşif ve deneyim mekânı sunamamıştır [110].

5.7.1 2015 Milano Dünya Fuarı Türkiye Pavyonu’nun Tasarım Yaklaşımları Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Bu bölümde 2015 Türkiye Pavyonu, 4. Bölüm’de tanımlanan tasarım yaklaşımları kapsamında değerlendirilecektir (Bakınız Tablo 6.16).

Turistik Tanıtım Amacı:

Fuarda turistik tanıtımın önceki fuarlara göre farklı bir biçimde yapıldığı; gelişmiş ülkelerin kendilerine özgü öğeleri sergileme yönteminden vazgeçtiği görülmektedir. Özgün bir söylem sunan bu pavyonlar ülkenin uluslararası imajını da geliştirmektedir. Öte yandan pavyonlarına cephe kurgusundan iç mekan düzenlemesine kadar turistik bir görünüm kazandıran ülkeler de vardır. Türkiye Ulusal Pavyonu'nun da mimari tasarımını en fazla etkileyen yaklaşım 'turistik tanıtım amacı'dır. Konseptin "geçmiş, bugün ve gelecek arasında köprü kuran ülkenin, kültürel, tarihsel ve geleneksel tüm zenginlikleri sergilemek" olarak ifade edilen amacı pavyona genel mimari karakterini vermektedir. Bu yaklaşım pavyonun, Anadolu coğrafyasına ait birçok farklı tarihsel ve kültürel öğenin zaman ve mekândan kopuk olarak turizm fuarı niteliğinde bir araya geldiği bir açık hava sergisine dönüşmesine yol açmıştır. Türk mutfağını tanıtmayı amaçlayan restoran ve Türk Kahvesi ise İtalyan basınında fuarın en ucuz yemek alternatifi olarak yer almıştır. Türkiye'ye özgü yapı malzemelerini ve geleneksel sanat eserlerini sergileyen pavyon turizmi desteklese de ülke imajını geliştirmeye yönelik özgün bir tanıtım yapamamıştır.

Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları

Fuarda 'ulusal kimlik' arayışları gelişmiş ülkelerin pavyon tasarımlarını doğrudan etkileyen bir yaklaşım değildir. Bunun nedenleri; dünyada göreceli olarak yaşanan barış dönemi içerisinde ülkelerin güvenliğine yönelik tehditlerin ortadan kalkması ile ulusal kimliğe verilen önemin de azalması, çokkültürlülük ve çeşitlilik ideolojilerine bağlı olarak ülkelerin kimliğinin ve öz kültürünün erozyona uğraması ve Batılı ülkelerde mimarinin kimlik inşa etme ve ulus kurma amacıyla kullanıldığı dönemlerin geride kalmış olması olarak özetlenebilir. Bu dönemde çoğu ülke mimariye ulusal kimlik gibi bir mesajın taşıyıcısı olarak değil sadece mimari olarak bakmaktadır. Ülkelerin 'imaj arayışları' ise kültürel veya tarihsel referansları hatırlatmaktan ziyade ulusal pavyonlarda sunulan yeni fikirler aracılığıyla dikkat çekerek ve ziyaretçileri etkileyerek küresel sahnede olumlu bir imaj yaratmakla ilgilidir. Tasarımı yoğun olarak 'ulusal kimlik ve imaj arayışları' ile biçimlenmiş olan Türkiye pavyonunda ise ülke kimliğinin geleneksel imgeler

üzerinden görselleştirilmeye çalışıldığı görülmektedir. Yapının tasarımında Osmanlı ve Selçuklu Mimarisi'nden referanslar alınması, ülke coğrafyasında yer almış farklı kültürlere ve tarihsel dönemlere ait öğelerin bir arada sergilenmesi, öte yandan tüm bunların modernize edilerek sunulmaya çalışılması ülkenin kendi kimliği ve imajı ile ilgili kararsızlığının sürdüğünü göstermektedir.

Tanınmış Mimarlar Sorunu

Türkiye Ulusal Pavyonu'nun tasarımı, hükümet tarafından doğrudan görevlendirme yoluyla ülkede tanınan bir mimari ofise verildiği için 'tanınmış mimarlar sorunu' yapının mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşımdır.

Diğer Yaklaşımlar

'Fuar Temasına Uyum Sorunu' fuarın "Gezegeni Beslemek, Yaşam İçin Enerji" temasına katkı sağlayacak biçimde; incelenen ulusal pavyonların çoğunda, sergi konularında ve sergilemede temel yaklaşım olarak dikkate alınmıştır. Türkiye Pavyonu'nda ise 'Geleceğin Gıdası İçin Tarihin İrdelenmesi' teması çerçevesinde, farklı tarihi öğelerin replikaları bir çatı altında bir araya getirilerek fuar teması ile ilişkilendirilmeye çalışılmıştır. Ancak sergilemedeki çeşitliliğin kavramsal bir altyapısı olmadığı için temanın mimariye yansımaları söz konusu değildir. Pavyondaki sergiler ise geleceğe yönelik bir proje veya yorum içermediği için **'fuara temasına uyum sorunu'** yapının mimari tasarımında etkili bir yaklaşım değildir.

Fuar, dijital üretim teknolojilerinin, mimari tasarım ve yapım süreçlerini yoğun biçimde etkilediği bir dönemde düzenlenmiştir. Fuardaki ulusal pavyonlar da bu etkilerin açıkça gözlemlendiği yapılardır. Ziyaretçileri düşündüren ve bilgilendiren pavyonların yanında, ilginç bir deneyim sunmayan, temsil gücü zayıf, mimari söylem ve yaratıcı teknoloji içermeyen Türkiye Pavyonu'nun mimari tasarımında ise **'çağın ruhunu yakalama sorunu'** etkili değildir.

Fuarda özellikle gelişmiş ülkelere ait ulusal pavyonlarda sergiden çok sergiyi deneyimleme biçiminin önemli olduğu bu yapılarda ziyaretçilere farklı bir farklı bir deneyim ve etkileşim alanı sunulduğu görülmektedir. Mimarlık çeşitli bilgi alanlarını buluşturarak deneyimleme sürecini inşa ederken, interaktif sergiler pavyon tasarımlarını biçimlendirmektedir. Türkiye Pavyonu ziyaretçilere ise böyle

bir deneyim sunmamaktadır. Bu nedenle **‘deneysellik arayışları’** Türkiye Ulusal Pavyonu’nun mimari tasarımını etkileyen bir yaklaşım değildir.

Fuarda incelenen ulusal pavyonları biçimlendiren mimari kaygıların önceki fuarlara göre değişim gösterdiği görülmüştür. Buna göre; tasarım sürecini kavramsal bir arka plan üzerine kurma, mimari söylem ve teknolojiyi yaratıcı bir şekilde kullanma, temaya katkıda bulunma amacıyla mimarlığı, sanat, teknoloji ve mühendislikle birlikte kurgulayarak etkileşimli, simgesel, dinamik, metaforik yapılar ortaya koyma gibi kaygılar ön plandadır. Türkiye Ulusal Pavyonu’nun tasarımında ise bu tür çağa uygun **‘mimari kaygılar’** etkili değildir.

Fuarda pasif iklimlendirme ve enerji verimliliğine yönelik teknolojilerin kullanımı ya da konvansiyonel tekniklerin yeni teknolojiyle yorumlanması pavyon tasarımlarını yoğun olarak etkileyen unsurlardır. Dünya mimarlık ortamındaki gelişmelere paralel olarak bilgisayar teknolojilerinin tasarım ve üretim sürecine etkisi de fuarda yoğun olarak gözlemlenmektedir. Geleneksel yöntemler ile temsil edilmesi veya üretilmesi mümkün olmayacak pavyon tasarımları, dijital teknikler sayesinde gerçekleştirilmiştir. Felsefesini, farklı bir teknoloji ve estetikle ortaya koyan bu tasarımlar; mimarlığı teknoloji ile birlikte kurgulamaktadır. Ülkelerin bir bölümü de temayla ilgili geliştirdikleri yeni teknolojileri ve inovatif düşünceleri dünyadaki beslenme sorununa çözüm bulmak için paylaşmaktadır. Türkiye Ulusal Pavyonu’nda ise **‘teknoloji & inovasyon sorunu’** hem mimari tasarım hem de sergi konuları ve sergileme bakımından etkili bir yaklaşım değildir.

Fuarda ‘politik ve ideolojik kaygılar’ ulusal pavyonların mimari tasarımında baskın olmayan bir yaklaşımdır. Bunun sebeplerinden bir tanesi önceki yüzyılların Dünya Fuarları’na damga vuran ülkeler arası politik & ideolojik çatışmaların bitmiş olmasıdır. Daha önemli olan diğer sebep ise Milano Fuarı’nda; ulusal pavyonların bireysel bir şekilde adeta bir propaganda gibi kendi söylemlerini ortaya koyduğu geleneksel Expo fuar tipolojisinden, içeriğin ve bağlamın öne çıktığı, bütüncül ve uyumlu bir fuar alanı tasarımına gidilmesidir. Türkiye’nin fuarda kullandığı geleneksel ve tarihi referansların politika ile ilgili değil; ulusal kimlik temsili ve turistik tanıtım amacı ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle **‘politik & ideolojik kaygılar’** Türkiye Ulusal Pavyonu üzerinde etkili değildir.

Yeni kavramlar, fikirler ve buluşların ilk kez tanıtıldığı Dünya Fuarları; düzenlenmeye başlandıkları dönemden itibaren dünyadaki toplumsal, kültürel ve ekonomik değişimleri yansıtan etkinlikler olmuşlardır. Farklı kültürlerin buluşma noktası olan Dünya Fuarlarının, dünyadaki son 200 yıllık gelişme sürecini sergileyen bir vitrin olduğu düşünülebilir.

Dünya Fuarları temel olarak, düzenlendikleri dönemler içerisinde insanlığın içinde bulunduğu kültürel ve teknolojik aşamayı sergilemek, geleceğe yönelik ütopyaları ve yol haritalarını aktarmak amacını taşımaktadır. Bu organizasyonlar zaman içerisinde ülkelerin sahip oldukları medeniyet seviyesini göstermek üzere yarıştıkları birer platform haline gelmişlerdir. Günümüzde ise toplumların kültürlerini mimarlık aracılığıyla ifade etmeye çalıştığı Dünya Fuarlarında, ülkeleri temsil eden ulusal pavyonların kendileri birer sergi nesnesi haline dönüşmüştür.

Mimarlık ve tasarımın ulaştığı düzeyi, atılımı, yenilikçiliği ve yarışı simgeleyen ulusal pavyonlar aynı zamanda ülkelerin kendilerini uluslararası arenada nasıl tanımladıklarını gösteren yapılardır. Bir anlamda ülkelerin ve ulusal kimliklerinin görselleştirildiği mekânlar olan ulusal pavyonların genellikle geçici karakterde yapılar olmaları, onları cesur mimari denemeler için elverişli bir ortam haline getirmektedir. Bu yapıların uluslararası arenada deneyimlenmeleri ya da dönemlerinin bilimsel ve popüler yayınlarında yoğun ilgi görmeleri ise onlara mimari literatürde kalıcı bir nitelik kazandırmaktadır.

“1939 ve 2015 Yılları Arasında Uluslararası Dünya Fuarları Bağlamında Türkiye Ulusal Pavyonlarının Tasarım Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi” başlıklı bu tezde; öncelikli olarak Türkiye’nin katılmış olduğu tüm Dünya Fuarlarının arka planı ve genel özellikleri ortaya konularak, pavyonları mimarlık literatüründe öne çıkan ülkelerin aynı fuarlardaki mimari temsilleri incelenmiştir. Tarihsel süreçte, ülkelerin mimari temsilindeki değişimin, farklı alanlardaki yaklaşımlara bağlı

olduğu görülmüştür. Seçilen ülkelere ait ulusal pavyonların, tez kapsamında belirlenen ve çalışmanın kavramsal çerçevesini oluşturan bu yaklaşımlar paralelinde değerlendirilmesinden sonra; Türkiye Cumhuriyeti'nin mimari temsilinin aynı çerçeve içerisinde konumlandırılması amaçlanmıştır.

İncelenen Dünya Fuarlarında, çalışma kapsamında yer alan ülkelere ait ulusal pavyonların mimari tasarım yaklaşımları aşağıda özetlenen şekilde değişim göstermektedir.

1. ABD Pavyonları özellikle Soğuk Savaş döneminde, 'teknoloji & inovasyon sorunu' ile öne çıkan ve 'çağın ruhunu yakalayan', aynı zamanda 'politik & ideolojik kaygılar' taşıyan yapılardır. Ancak yakın dönem fuarlarda mimari ve teknolojik açıdan daha iddiasız, 'turistik tanıtım' yönü ağır basan tasarımların ülkeyi temsil ettiği görülmektedir (Tablo 6.1).
2. Almanya Pavyonları genel olarak 'ulusal kimlik & imaj arayışları' ile 'politik & ideolojik kaygılar'dan uzak, 'teknoloji & inovasyon sorunu' ile 'deneysellik arayışları'nın ön planda olduğu yapılardır. Bu yaklaşımlara bağlı olarak çoğunlukla 'fuar temasına uyum' ve 'çağın ruhunu yakalama' konularında başarılı olan yapılar ortaya konmuştur (Tablo 6.2).
3. Çin Pavyonları tarihsel süreç içerisinde ağırlıklı olarak 'ulusal kimlik & imaj arayışları' ile 'turistik tanıtım amacı' çerçevesinde biçimlenmiş yapılardır. Ancak istisna olarak 2015 pavyonunda Batılı ülkelerin pavyonları ile benzer biçimde, kimliğin metaforik bir yaklaşımla ele alındığı ve 'teknoloji kullanımı', 'temaya uyum', 'deneysellik arayışı' gibi yaklaşımların ön plana çıktığı görülmektedir (Tablo 6.3).
4. Finlandiya Pavyonlarını biçimlendiren en etkin yaklaşım 'mimari kaygılar'dır. Ülke pavyonlarında 'teknoloji & inovasyon sorunu' ile 'politik & ideolojik kaygılar'ın hiçbir dönemde etkili olmaması dikkat çekicidir. 'Ulusal kimlik & imaj arayışları'nın ise metaforik bir yaklaşım içerisinde de olsa genellikle gözardı edilmediği görülmektedir (Tablo 6.4).
5. Fransa Pavyonları 'fuar temasına uyum meselesi' ve 'mimari kaygılar'ın ön planda olduğu, genellikle 'ulusal kimlik&imaj arayışları' ile 'politik & ideolojik söylemler' barındırmayan ve büyük ölçüde 'çağın ruhunu yakalayan'

yapılardır. 20. yüzyıl fuar katılımlarında etkili olan ‘deneysellik arayışları’ ise yakın dönem fuarlarda ortadan kalkmıştır (Tablo 6.5).

6. Hollanda Pavyonları ağırlıklı olarak ‘fuar temasına uyum sorunu’nu ön plana çıkaran, ‘deneysellik arayışları’ ve ‘mimari kaygılar’ ile biçimlenmiş, ‘politik & ideolojik söylemler’ barındırmayan yapılardır. Ancak ülkenin yakın dönem fuar katılımlarında ‘mimari kaygılar’ın ortadan kalktığı ve ‘turistik tanıtım amacı’nın giderek öne çıktığı görülmektedir (Tablo 6.6).
7. İngiltere belirli dönemlerde ‘politik & ideolojik kaygılar’ ile ‘ulusal kimlik & imaj arayışları’nı ön plana çıkarsa da, ülkenin pavyonlarını biçimlendiren en etkin yaklaşımlar ‘teknoloji & inovasyon sorunu’ ve ‘deneysellik arayışları’ olmuştur. Ülke yakın dönem fuarlarda ise ‘çağın ruhunu yakalayan’ ve yoğun ‘mimari kaygılar’a sahip olan pavyon tasarımları ile temsil edilmektedir (Tablo 6.7).
8. İrlanda’nın tüm fuar katılımlarında pavyon tasarımlarını biçimlendiren temel yaklaşım ‘mimari kaygılar’dır. Güçlü Batılı devletlere kıyasla daha mütevazı, ‘deneysellik arayışı’ ile ‘teknoloji & inovasyon’ içermeyen pavyonlarla temsil edilen ülkenin genellikle ‘fuar temasına uyum sorunu’nu da dikkate aldığı görülmektedir (Tablo 6.8).
9. İspanya Pavyonları ağırlıklı olarak ‘mimari kaygılar’la biçimlenmiş, ‘fuar temasına uyum sorunu’nu dikkate alan ve ‘çağın ruhunu yakalayan’ yapılardır. Ülkenin pavyon tasarımlarında ‘ulusal kimlik & imaj arayışları’ ile ‘turistik tanıtım amacı’ ise etkin yaklaşımlar değildir (Tablo 6.9).
10. İsviçre Pavyonlarında 2000 yılına kadar en etkin yaklaşımlar olan ‘mimari kaygılar’ ve ‘deneysellik arayışları’nın son dönem fuarlarda yerini ‘turistik tanıtım amacı’na bıraktığı görülmektedir. Ülkenin pavyonları genellikle ‘ulusal kimlik & imaj arayışları’ ile ‘politik & ideolojik kaygılar’dan uzak bir şekilde biçimlenmektedir (Tablo 6.10).
11. İtalya Pavyonlarının farklı dönemlerde farklı etkiler altında biçimlendiği, ancak ‘mimari kaygılar’ın tasarımları etkileyen en etkin yaklaşım olduğu görülmektedir. Diğer Batılı ülkelere ait pavyon tasarımlarından farklı olarak, İtalyan pavyonlarında ‘ulusal kimlik & imaj arayışları’nın yakın döneme kadar oldukça etkili olması dikkat çekmektedir (Tablo 6.11).

12. Japonya Pavyonlarının ağırlıklı olarak 'mimari kaygılar' içerisinde tasarlanmış, 'ulusal kimlik & imaj arayışları'na önem verilen yapılar oldukları görülmektedir. Fuar katılımlarında 'yıldız mimar'lara en çok yer veren ülke olan Japonya'nın pavyon tasarımlarında 'fuar temasına uyum sorunu' da büyük ölçüde dikkate alınmaktadır (Tablo 6.12).
13. Kanada Pavyonlarının genelde 'mimari kaygılar' gözetilerek tasarlanmış, 'fuar temasına uyum sorunu'na önem verilen yapılar olduğu görülmektedir. 'Politik & ideolojik kaygılar' ve 'ulusal kimlik' temsili ise ülke pavyonlarının tasarımında etkin yaklaşımlar değildir (Tablo 6.13).
14. Norveç Pavyonları genel olarak 'mimari kaygılar' ve 'fuar temasına uyum sorunu' çerçevesinde biçimlenen yapılardır. 'Politik & ideolojik kaygılar', 'teknoloji & inovasyon' sorunu ile 'turistik tanıtım amacı'nın ise ülkenin pavyon tasarımlarını etkilememesi dikkat çekicidir (Tablo 6.14).
15. SSCB döneminde 'teknoloji & inovasyon sorunu' ile öne çıkan ve 'çağın ruhunu yakalayan' pavyonların, birliğin dağılmasından sonra daha çok 'turistik tanıtım amacı'na odaklandığı görülmektedir. 'Politik & ideolojik kaygılar' ile 'ulusal kimlik & imaj arayışları'nın ise tasarımlarda genellikle her dönemde etkili yaklaşımlar olması dikkat çekicidir (Tablo 6.15).

Söz konusu fuarlarda, belirlenen katılımcı ülkelere ait ulusal pavyonların mimari tasarımını biçimlendiren yaklaşımların etkisi de, fuarların düzenlendiği dönemlerin kendilerine özgü koşullarına göre Tablo 6.16'da görülen şekilde değişim göstermektedir. Buna göre;

- 'Fuar temasına uyum sorunu' bu konuda bir kırılma noktası olan 1958 Brüksel Dünya Fuarından başlayarak günümüze kadar düzenlenmiş tüm fuarlarda etkili olan bir yaklaşımdır.
- 'Çağın ruhunu yakalama sorunu'nun en etkili olduğu dönemler 1958 Brüksel ve 1970 Osaka Dünya Fuarlarıdır. Yaklaşımın etkisi daha sonraki fuarlarda azalarak da olsa devam etmiştir.
- 'Deneysellik arayışları'nın en etkili olduğu dönem 1970 Osaka Dünya Fuarıdır. Yaklaşım, 1958 Brüksel Fuarında strüktürel denemeler, 1992 Sevilla Fuarında sürdürülebilir teknolojiler ve 2010 Şangay Fuarında dijital

tasarım&üretim tekniklerinin kullanımı ile ülkelerin bir bölümünü etkilemeye devam etmiştir.

- ‘Mimari kaygılar’ 1958 Brüksel Fuarından başlayarak tüm fuarlarda etkili olan bir yaklaşımdır. 1970 Osaka Fuarında teknolojinin ön plana çıkması ve 2000 Hanover Fuarında güçlü ülkelerin pavyonlarının ekonomik ve iddiasız yapılar olmaları nedeniyle yaklaşımın etkisi daha az hissedilmiştir.
- ‘Teknoloji & inovasyon sorunu’ 1958 Brüksel Fuarı ile ulusal pavyonları etkilemeye başlamış, 1970 Osaka Dünya Fuarında en etkin yaklaşım olmuştur. 1992 ve 2010 Fuarlarında etkisi daha az olsa da hissedilmiştir.
- ‘Turistik tanıtım amacı’ inceleme kapsamındaki ülkelerin büyük bölümü için hiçbir dönemde ana tasarım yaklaşımı olmamıştır. İstisnai biçimde, diğer yaklaşımların etkisinin azalmasına bağlı olarak 2000 Hannover Dünya Fuarında bazı ülkeler için önem kazandığı görülmektedir.
- ‘Politik ve ideolojik kaygılar’ 1939-40 New York Dünya Fuarında oldukça baskın bir yaklaşım olup bu tarihten sonra etkisini tamamen kaybetmiştir.
- ‘Ulusal kimlik & imaj arayışları’nın en etkili olduğu dönem 1939-40 New York Dünya Fuarıdır. Bu fuardan sonra ulusal kimlik konusu inceleme kapsamındaki ülkeler için önemini kaybetmiş, ancak 1958 Brüksel ve 2000 Hannover Dünya Fuarlarında ülke imajını geliştirmeye yönelik çabalar daha fazla ön plana çıkmıştır.
- ‘Yıldız mimarlar sorunu’ inceleme kapsamındaki ülkelerin büyük bölümü için etkili olmamakla birlikte fuar kapsamındaki tüm katılımcılar açısından değerlendiriliğinde, 1992 Sevilla ve 2000 Hannover Dünya Fuarlarında öne çıkan bir yaklaşımdır. Bunun nedeni söz konusu fuarların dünyada yıldız mimar etkinliğinin de arttığı dönemlerde düzenlenmiş olmalarıdır.

Aynı fuarlarda Türkiye’yi temsil eden ulusal pavyonların mimari tasarımları ise; diğer ülke pavyonlarının karakterini belirleyen yaklaşımlar ve dünyadaki genel eğilimlerden farklı olarak, ülkenin kendi iç dinamikleri doğrultusunda Tablo 6.17’de görülen şekilde biçimlenmektedir.

- 1958 Brüksel Fuarından başlayarak günümüze kadar düzenlenen bütün fuarlarda etkin olan ‘**fuar temasına uyum sorunu**’ Türkiye’nin pavyon

tasarımlarında genellikle göz ardı edilen bir yaklaşımdır. Fuarın ana temasıyla ilişki kuramama, tema ile uyumlu bir mesajı iletememe ve mimaride temayı tam olarak yansıtamama durumu ülkenin tüm fuar katılımlarında görülen bir problemdir. Bu konuda fuar bağlamında olmasa da ülkenin diğer katılımlarına göre başarılı sayılabilecek tek örnek, temanın diğer ülkeler tarafından da ilk defa büyük ölçüde dikkate alınmaya başlandığı 1958 Brüksel Fuarındaki Türkiye Pavyonu'dur. Öte yandan diğer ülkelerin, temaya uyumun ötesinde pavyonları aracılığıyla temaya katkıda bulunacak yaklaşımlar geliştirdiği yakın dönem fuarlarda, Türkiye'nin yaklaşımında da konunun önemine yönelik bir farkındalık hissedilmektedir. Ancak ülkenin fuar katılımlarındaki temel mesele temanın anlaşılabilmesi değil yanlış yorumlanmasıdır. Ülkeye özgü "doğa ile ilişki üzerine düşünememek" veya "temayı kavramsallaştıramamak" gibi sorunlar fuar teması bağlamında yüzeysel kalan mimari çözümleri ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle cephelerin ve sergi öğelerinin fuar temasına uyum amacıyla biçimlendirilmeye çalışıldığı 2010 Şangay ve 2015 Milano Pavyonları gibi sembolik yaklaşımlar, temanın alt metninden uzakta ve fuarların odaklandığı konulara hiçbir katkı sunmayan 'kitsch' çözümler olmuşlardır.

- Diğer ülkeler için özellikle 1958 Brüksel ve 1970 Osaka Fuarlarında çok baskın olup, daha sonraki dönemlerde de etkisi hissedilen '**çağın ruhunu yakalama sorunu**' Türkiye'nin genel olarak dikkate almadığı bir yaklaşımdır. Türk Pavyonları ülkenin kendi içinde bulunduğu farklı dönemlerin politik, toplumsal ve kültürel özelliklerini doğrudan yansıtsalar da, bu mimari tasarımların evrensel çerçevede zamanın ruhunu yakaladığı söylenemez. Bu konudaki tek istisnanın yine çağdaşları ile benzer tasarım yaklaşımlarına sahip olan 1958 Brüksel Pavyonu olduğu görülmektedir.
- 1970 Osaka Fuarında ülkeler bölümünün genel karakterini belirleyecek kadar baskın olan ve daha sonra 1992 Sevilla ile 2010 Şangay Fuarlarında da öne çıkan '**deneysellik arayışları**' ile '**teknoloji & inovasyon sorunu**'nun Türk pavyon tasarımları üzerinde hiçbir dönemde etkili olmaması dikkat çekicidir. Deneysel yaklaşımların dünyada en yaygın olduğu dönemler olan 1970'ler (Metabolizm Hareketi) ve 2000'lerde (dijital

üretim teknikleri) bile Türkiye, fuar katılımlarında böyle bir arayışa girmemiştir. Asıl amacın deney yapmak olduğu deneysel üretim biçimi genellikle ticari kaygılardan uzaktır. Türkiye'deki mimarlık üretimi piyasa ve kâr odaklı ilerlediği için deneysel mimarlık çalışmaları ortaya koyulamamaktadır. Dolayısıyla mimarlık eğitiminde ve pratik alanda kendine yer bulamayan deneysel yaklaşımlar Türkiye Ulusal Pavyonlarının tasarımında günümüze kadar herhangi bir rol oynamamıştır. Ülkedeki mimari çevrelerde zaman zaman “Türkiye’de teknoloji olmadığını” gösterdikleri yönünde eleştiriler alan Türk pavyonlarının tasarım, üretim süreçlerinde ve mekân kurgusunda; teknolojik gelişmeler, inovatif fikirler, yeni yapım teknikleri veya malzeme olanakları henüz kullanım alanı bulamamıştır. Türk Pavyonlarında bu yaklaşımların eksikliğinin; bütçe sınırlamalarına ek olarak proje tasarım ve seçim aşamalarındaki vizyon eksikliğine de bağlı olduğu düşünülmektedir.

- İncelenen süreç içerisinde Dünya Fuarlarında ‘**mimari kaygılar**’ın en fazla öne çıktığı dönemler 1958 Brüksel Fuarı ve 1992 Sevilla Dünya Fuarıdır. 2010 Şangay ve 2015 Milano gibi yakın dönem fuarlarda da bu konunun incelenen ülke pavyonları üzerinde oldukça etkili olduğu görülmektedir. Türkiye Ulusal Pavyonları da yakın dönem fuar katılımları dışında ‘mimari kaygılar’ın büyük ölçüde ön planda tutulduğu yapılardır. Özellikle yarışma ile elde edilen tasarımlarda mimari açıdan nitelikli ürünler ortaya koyma kaygısı hissedilmektedir. Ancak bu kaygılar daha çok mimarların bireysel bakış açılarını veya dönemlere göre öne çıkan diğer yaklaşımları destekler niteliktedir. Çağın gereksinimleri ve fuarların odaklandığı konular ile paralellik göstermeyen ‘mimari kaygılar’ nedeniyle Türkiye Pavyonları genel olarak fuar bağlamından kopuk kalmıştır. Bu konudaki tek istisna olan 1958 Brüksel Pavyonu, fuarda Uluslararası Üslup’un başarılı örneklerini teşkil eden diğer ulusal pavyonlarla benzer niteliklere sahiptir. Soğuk Savaş’ın sürdüğü bu dönemde SSCB’ye karşı Batı bloğuna duyulan yakınlıkla ilişkili olarak, dönemin hükümetinin fuarı bir prestij meselesi olarak görmesinin seçilen tasarım ve ortaya konan inşaat kalitesi üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir. 1992 Sevilla ve 2000 Hannover Pavyonları

ise çağın ruhunu yansıtan örnekler olmasalar da tasarımda belirli mimari endişeler taşıyan yapılardır. Türk Pavyonlarında mimari kalitenin yakalanması için 2000 yılına kadar daha fazla çaba gösterildiği ancak 2010 ve 2015 Fuarları ile birlikte bu kaygının da ortadan kalktığı söylenebilir.

- 1939-40 New York Fuarında öne çıkan yaklaşım olan ‘ulusal kimlik’ temsili bu dönemden sonra giderek önemini kaybetmiş ve günümüzde inceleme kapsamındaki ülkeler için gündemden tamamen düşmüştür. Bu ülkelerin artık teknoloji ve mimarlık alanındaki gelişmeleri etkin biçimde kullanarak uluslararası ortamda ‘imaj geliştirme’ye önem verdikleri görülmektedir. ‘Turistik tanıtım’ ise inceleme kapsamındaki ülkeler için hiçbir dönemde pavyon tasarımlarını doğrudan biçimlendiren bir unsur olmamıştır. Sadece yine bir kırılma noktası olan 2000 Hannover Fuarının güçlü devletler tarafından fazla önemsenmemesi neticesinde; ulusal pavyonların bir bölümünün sıradan sergi yapılarına dönüşmesiyle turistik tanıtım amacı bir miktar ön plana çıkmıştır. Bu genel çerçeveden farklı olarak Türkiye Cumhuriyeti’nin tüm katılımlarında ‘**ulusal kimlik& imaj arayışları**’ ile ‘**turistik tanıtım amacı**’ ulusal pavyonların mimari tasarımını biçimlendiren en baskın yaklaşımlar olmuştur. Dünya Fuarları, Türkiye’de fuar organizasyonu için kurulan komisyonlar tarafından ulusal kimlik temsili ve turistik tanıtıma yönelik etkinlikler olarak görüldüğü için tasarım konusuna bir sergi yapısı veya düzenlemesi içerisinde ülkenin tarihi ve turistik değerlerini ön plana çıkarma amacı içerisinde yaklaşılmaktadır. Diğer ülke pavyonlarının sergi içeriklerinde turistik tanıtıma önem verilse bile mimari tasarım daha farklı etkiler altındadır. Ancak Türk Pavyonlarının büyük bölümünde, mimari tasarım doğrudan turistik tanıtım amacı doğrultusunda biçimlenmiştir. Bu konudaki tek istisna yine dönemin kendine özgü evrensel eğilimlerini yakalayan 1958 Brüksel Pavyonudur.
- 19. yüzyıl ve erken dönem 20. yüzyıl fuarlarının ana eksenini oluşturan politik iddialaşma ve ideolojik çatışmalar, Birinci Dünya Savaşı öncesi siyasi gerginlik ortamında düzenlenmiş olan 1939-40 New York Fuarından sonra incelenen ülkeler için önemini yitirmiştir. Savaş sonrası barış ortamında oluşan geleceğe yönelik umut, güç gösteriminin daha çok teknolojik

gelişmelerden beslenen bir mimari temsil aracılığıyla devam etmesine neden olmuştur. Soğuk Savaş siyaseti içerisinde de aynı tutum devam etmiş ve 21. yüzyıl ile birlikte politikanın ulusal pavyon tasarımları üzerinde neredeyse hiçbir etkisi kalmamıştır. Bu eğilimlerin dışında kalan Türk pavyonlarının mimari tasarımında ise **'politik & ideolojik kaygılar'**ın ülkedeki siyasi atmosfere bağlı olarak belirli dönemlerde daha fazla ön plana çıktığı görülmektedir. Örneğin 1958 Brüksel ve 2000 Hannover Fuarlarında olduğu gibi politik ortamda göreceli olarak liberalleşme eğilimlerinin olduğu dönemlerde, Türk Pavyonları da daha evrensel etkiler altında biçimlenmiştir. Bunun tersi durumlarda, 1939 New York, 1970 Osaka veya 2010 Şangay Fuarlarındaki gibi siyasi açıdan daha çalkantılı olan ya da muhafazakar eğilimlerin arttığı dönemlerde üretilen pavyonlarda politik kaygılar ve ulusallık endişesi baskın hale gelmiştir.

- Türkiye'de 'yıldız mimar' statüsünde değerlendirilebilecek bir isim olmadığı için **'tanınmış mimarlar sorunu'** olarak isimlendirilen yaklaşım; herhangi bir yarışma yapılmadan doğrudan tanınmış mimarlara hazırlatılan pavyon projelerini değerlendirmek için kullanılmıştır. Özellikle 1939 ve 1958 Fuarlarında diğer ülkelerin de tanınmış mimarlarını fuar pavyonları için seferber ettikleri ve bu fuarlarda ortaya konan tasarımların Modern Mimari'nin gelişimine büyük katkıları olduğu bilinmektedir. 1990'larla birlikte dünyada 'yıldız mimar' etkinliğinin yaygınlaşmasına paralel olarak 1992 ve 2000 Fuarlarında 'yıldız mimar' sayısındaki artış dikkat çekmektedir. 2010 ve 2015 gibi yakın dönem fuarlarda ise 'yıldız mimar'ların genellikle uluslararası arenadaki imajlarını geliştirmek isteyen zengin Arap ülkeleri tarafından tercih edildiği, gelişmiş ülkelerin pavyonlarını ise daha genç ekiplerin tasarladığı görülmektedir. Konuya Türkiye açısından bakıldığında ise dünyadaki genel eğilime paralel olarak; 1939 New York (ABD ile ticari ilişki kurma amacı) ve 2000 Hannover (Avrupa pazarında turistik tanıtım amacı) örneklerinde olduğu gibi hükümet tarafından uluslararası ilişkiler bakımından daha fazla önemsenen fuarlarda ülkenin tanınmış mimarlarının doğrudan görevlendirildiği görülmektedir. Tasarımcıları siyasi otorite tarafından seçilmiş olan bu

pavyonlarda; mimarların bireysel bakış açıları ve tasarım anlayışlarının yanısıra 'ulusal kimlik & imaj arayışları' da hem mimaride hem de sergilerde yoğun biçimde hissedilmektedir. Bu durumun işveren konumundaki siyasi otoritenin tercihlerine bağlı olduğu düşünülmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye Cumhuriyeti'nin katıldığı Dünya Fuarlarının tarihsel süreçteki çeşitli kırılma noktalarına bağlı olarak geçirdiği değişimleri ve Türkiye'nin fuar katılımlarında bu değişimlerden nasıl etkilendiğini araştıran bu çalışma, ülkenin uluslararası ortamdaki mimari söylemini konumlandırmaya yönelik bir denemedir.

Farklı dönemlerde, farklı mimari yaklaşımlar doğrultusunda üretilen Türkiye Ulusal Pavyonlarının büyük bölümü; kavramsal bir yaklaşıma dayanmayan, birbirine benzer tarihi ve kültürel ürünleri sergileyen, fuar temasına ilişkin herhangi bir gelecek önerisinde bulunmaktan uzak ve ağırlıklı olarak turistik getiri amaçlayan sergi yapılarıdır.

Pavyonların ülkedeki siyasi, sosyo-ekonomik ve kültürel yaklaşımlarla birebir ilişkili oldukları ve sadece dönemlerinin ideolojilerini değil ülkenin mimarlık ortamındaki genel eğilimleri de doğrudan yansıttıkları açıktır. Ancak incelenen diğer ülkelerde öne çıkan; erişilen çağdaşlığı sergilemek, yeni teknolojileri, araştırmaları ve temayla ilgili politikaları paylaşmak ya da bir değer üreterek konuya katkı sağlamak gibi çabaları Türk Pavyonlarında görmek mümkün değildir.

Türkiye'nin Dünya Fuarlarına katılım süreci bir bütün olarak değerlendirildiğinde, mimari temsil kalitesi açısından gelişmiş ülkeler seviyesine en fazla 1958 Fuarında yaklaşıldığı görülmektedir. Bu tarihten Dünyada sonra fuar yaklaşımları ve ulusal pavyonların amacı hızlı biçimde değişirken Türkiye'nin konuya bakışı aynı kalmıştır. Türkiye'nin yaklaşımına göre ulusal pavyonlar; yabancıların zihninde ülkeye dair var olan öğeleri tekrarlayarak ülke ve toplum hakkında olumlu imaj çizmeye çalışan sergi yapılarıdır. Ancak uluslararası ortamdaki beklenti bu yapıların cesur, ilgi çekici, şaşırtıcı, farklı deneyimler sunan etkileşimli ortamlar olarak kurgulanmalarındadır. Türk Pavyonlarının tasarımındaki bu problemlili çıkış noktası ülkenin uluslararası ortamda; imaj geliştirmeye yönelik bir tanıtım değeri olmayan, dikkat çekmeyen, sıradan ve birbirine benzer yapılarla temsil edilmesine

yol açmaktadır. Bu nedenle 2000 Hannover Türkiye Ulusal Pavyonunda olduğu gibi mimari açıdan belirli bir kaliteye sahip yapılar bile fuar bağlamında çağın beklentilerini karşılamakta yetersiz kalmaktadır.

Bu duruma ülkenin; dünyadaki güncel sorunlara ve geleceğe yönelik proje üretmeye yatkın olmayan kültürel geçmişinin sebep olduğu düşünülebilir. Kültürel ürünler olarak içlerinde birçok mesaj barındıran ulusal pavyonlar, Türkiye'nin, kendi görmek istediği hâliyle kendisini yani kimliğini Batıya doğrudan sunduğu materyallerdir. Bu anlamda ulusal pavyonlar, bilinçaltında çok uzun zamandır Batı karşısında duyulan yenilmişlik ve geri kalmışlık duygularına karşı bir meydan okuma olarak da değerlendirilebilirler. Bu nedenle pavyon tasarımı konusunda risk alınmadığı ve her katılımda daha önce denemiş yani alışıldık olanın tekrar edildiği iddia edilebilir. Ancak yola her seferinde 'geri kalmışlık psikozu' içerisinde çıkıldığı için gelecek öngörülerinin paylaşıldığı bir ortamda 'geleceği tahayyül edemeyen bir toplum' algısı ortaya konmaktadır.

Bu noktada ülkenin uluslararası ortamdaki temsili ile ilgili bir başka çelişki de dikkat çekmektedir. Türkiye, tüm fuar katılımlarında bir Doğu ülkesi olmadığını kanıtlamaya çalışırken aynı anda Doğu'yu anımsatan sergi öğeleri ve motiflerle Batı'nın gözündeki Doğu imgesini yeniden üretmektedir. Oysa, Dünya mimarisine katkı sağlaması beklenen, ileri dönük araştırma ve teknolojileri içeren ulusal pavyonlar arasında, tarihsel mirasa ağırlık vermek ya da geleneksel referanslı mimaride ve sergi öğelerinde çözüm aramak; 21. yüzyılda söyleyecek başka bir sözü olmayan toplumların seçecekleri bir çözümdür.

Özellikle gelişmiş ülkelerle kıyaslandıklarında Türkiye Pavyonlarında gözlemlenen kavramsal arka plan eksikliği ise ülkenin uluslararası ortamda imajını geliştirmeye yönelik bir emek harcamadığı izlenimini yaratmaktadır. Türkiye Pavyonları ziyaretçilerde, ülkenin geçmişte zengin bir kültürü olduğu ancak günümüz normlarına uygun herhangi bir değer üretemediği düşüncesini oluşturmaktadır. Bu durum projeler için ayrılan bütçe ve sürenin kısıtlı oluşu gibi faktörlerin yanı sıra pavyon tasarımlarının elde edilme süreciyle de ilgilidir.

Türk Pavyonlarının ortaya çıkış süreci incelendiğinde, 1939-40 Fuarında projenin dönemin hükümeti tarafından kurulan bir komisyon tarafından doğrudan

belirlenen mimara verildiği, 1958 Fuarında Dışışleri Bakanlığı tarafından bir mimari yarışma düzenlendiği, 1970 Fuarında Bayındırlık Bakanlığı tarafından bir mimari yarışma düzenlendiği, 1992 Fuarında Devlet Bakanlığı tarafından ilk defa Mimarlar Odası'nın bilgi ve himayesinde bir mimari yarışma düzenlendiği, 2000 Fuarında projenin doğrudan Turizm Bakanlığı tarafından seçilen mimarlık ofisine verildiği, 2010 Fuarında projenin doğrudan Dışışleri Bakanlığı tarafından seçilmiş akademisyen ve danışmanlardan oluşan bir ekibe verildiği, 2015 Fuarında ise projenin doğrudan Ekonomi Bakanlığı tarafından seçilen mimarlık ofisine verildiği görülmektedir. Pavyon projelerinin belirlenmesi için her katılımda farklı yöntemler izlenmesi, projeyi seçen ve süreci yöneten resmi kurumun sürekli değişmesi bu konuda bir kurum kültürü ve prosedür oluşturulamadığını göstermektedir. Projelerin belirlenmesinde yarışma yönteminin tercih edilmesi farklı alternatifler önerilmesi bakımından olumludur. Ancak yarışmalar 1970 ve 1992 katılımlarında olduğu gibi, fuar bağlamında her zaman başarılı mimari ürünler ortaya konmasını sağlamamıştır. Bu iki fuarda Türkiye'yi temsil eden pavyonlar ülkenin mimarlık medyasında yoğun bir şekilde eleştiri almış tasarımlardır. Yarışma yapılmadan belirlenen diğer pavyon tasarımlarının ortak özelliği ise dünyadaki güncel mimari eğilimleri yansıtmada yetersiz kalmalarıdır.

Tez kapsamında incelenen diğer ülkelere ait ulusal pavyon projelerinin de Türkiye ile benzer biçimde, genellikle Dışışleri Bakanlıkları tarafından yönetilen süreçler içerisinde ve mimari tasarım yarışmaları yoluyla elde edildiği görülmektedir. Bu ülkeler bazen tanınmış mimarları doğrudan görevlendirmeyi de tercih edebilmektedir. Proje belirleme süreçleri Türkiye ile benzer olsa da ortaya çıkan ürünler arasındaki mimari kalite farkının seçici ve denetleyici kurulların yetkinliği ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Pavyon tasarımlarının, özellikle yakın dönem örneklerde olduğu gibi doğrudan siyasi otorite tarafından seçilmiş ekiplere verilmesi yerine; mimarlık ortamını geliştirecek geniş katılımlı bir yarışma süreci yaratılarak belirlenmesi, seçici kurulların profesyonel ve akademik ortam içerisinde oluşturulması, seçilen projenin beklenen kalitede üretilmesi için danışmanlardan destek alınması ülkenin mimari temsilinde yaşanan sıkıntıların çözümüne yönelik atılabilecek adımlardır.

İncelemede saptanan diğer bir sorun, Türkiye Ulusal Pavyonlarının sergileme içeriği ve dış kabuk bağlamında uyumlu mesajlar iletememesi durumudur. Daha önce belirtildiği gibi yabancı ulusal pavyonların büyük bir bölümü zaman içerisinde, ürün sergileme amacıyla inşa edilmiş yapılardan fuar temasına uygun mesajları aktaran mimari öğeler haline dönüşmüşlerdir. Dikkat çekici ikonik kabuklar içerisinde iletilmek istenen mesajla paralel olarak kurgulanmış sergiler ve ziyaretçiyi bilgilendirerek ya da şaşırtarak onu serginin parçası haline getirecek etkileşimli bir performans kurgusu yaratan ortamlar, yakın dönem fuarlarda öne çıkan ulusal pavyonların genel karakterini oluşturmaktadır. İlk bakışta anlaşılması zor ve kişisel deneyime dayalı olan bu yapılar üzerlerinde düşünmeyi ve yorumlamayı gerektirmektedir.

Aynı süreç içerisinde Türkiye'ye bakıldığında, ülkenin ilk Dünya Fuarı katılımı olan 1939-40 New York Fuarında Osmanlı Mimarlığına göndermeler içeren bir yapı içerisinde modern cumhuriyet rejiminin tanıtılmaya çalışıldığı görülmektedir. Ülkenin son katılımı olan 2015 Milano Fuarında ise parametrik tasarım etkisi vermeyi amaçlayan bir strüktür altında, ülke coğrafyasında yer almış eski kültürlerle ait birçok farklı tarihsel imge bir arada sunulmak istenmiştir. İki katılım arasında yaklaşık yüzyıla bir yakın zaman geçmiş olmasına rağmen, ülkenin ulusal pavyon mimarisine bakışı ve kavramsal tasarım yaklaşımı neredeyse hiç değişmemiştir. Aslında sergileme ve kabuk ilişkisi anlamında ülkenin tüm fuar katılımlarında gözlemlenebilecek bu çelişki, sergi ile bütünleşecek mimari bir düşüncenin geliştirilemediğini açıkça göstermektedir.

Öte yandan incelenen pavyonlar arasında, yüksek teknoloji kullanılmadan da son derece ilgi çekici olabilen ve fuar temasına gözle görülür katkı sağlayan nitelikli mimari çözümler bulunduğu görülmektedir. 2000 Hannover Fuarında, P. Zumthor tarafından tasarlanmış olan İsviçre Pavyonu veya MVRDV tarafından tasarlanmış olan Hollanda Pavyonu bu tip yaklaşımlar arasında akla ilk gelen örneklerdir. İşlev, program ve sergi öğelerinin minimum düzeyde tutulması, sergi öğelerinin replikaları yerine doğrudan kendilerinin kullanılması, yapıda tarihsel referanslar ya da bayrak gibi ulusal kimliğe dair öğelerin yer almaması, sadece ülkeyi anlatmak üzere seçilmiş öğelerin kullanılması, pavyonun bu öğeler üzerinden

yaşanan deneyimi ön plana çıkarması bu tasarımların ortak özellikleridir. Böylece mekanın duyuşal çağrışımlar ve imgeler üzerinden yorumlanması mümkün olurken; tasarımda bedensel ve duyuşal deneyimi, atmosfer yaratmayı ön planda tutan bir mimarlık üretimi yapılabilmektedir. Mekan kurgusu ya da biçim, yapıyı oluşturan öğelerin birbirleriyle olan ilişkileri sonucunda ortaya çıkmaktadır.

Özetle, deneysel nitelik taşıyan mimari ürünlerin ortaya konabilmesi için teknoloji her zaman ihtiyaç duyulan bir unsur değil aslında sadece bir araçtır. Eğer teknoloji kullanımı söz konusu olamıyorsa; doğa ile ilişki kurmayı denemek, temayı kavramsallaştırmaya çalışmak, doğrudan mimariye odaklanmak ve kimliği metaforik bir yaklaşım içerisinde ele almak Türkiye'nin Dünya Fuarlarındaki mimari temsilinde saptanmış olan sorunların çözümüne yönelik bir çıkış noktası olabilir. Teknoloji üreticisi olma rolünü üstlenen güçlü devletler arasında en baştan beri ulusal kimlik ve turistik tanıtıma vurgu yapma yolunu seçen Türkiye'nin, bundan sonraki fuar katılımlarında kavramsal tasarımı ve mimari niteliği ön plana çıkaracak bir yaklaşım izlemesi, ülkenin uluslararası ortamda gelişmiş ülkelerle benzer bir düzeyde temsil edilmesini sağlayabilir.

Tablo 6.1 ABD Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.1 (ABD)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR								
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu
1939 NEW YORK-ABD TEMA: "Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek"								✓	✓	
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: "Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm"		✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: "İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum"		✓	✓	✓		✓		✓		
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: "Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu"		✓	✓			✓	✓			
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: "İnsan, Doğa ve Teknoloji"	Fuara katılmamıştır.									
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: "Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam"							✓			
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: "Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji"		✓					✓		✓	
ABD Pavyonları özellikle Soğuk Savaş döneminde, teknoloji& inovasyon sorunu ile öne çıkan ve çağın ruhunu yakalayan, politik& ideolojik kaygılar taşıyan yapılardır. Ancak yakın dönem fuarlarda mimari ve teknolojik açıdan daha iddiasız, turistik tanıtım yönü ağır basan tasarımların ülkeyi temsil ettiği görülmektedir.										

Tablo 6.2 Almanya Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.2 (ALMANYA)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR									
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu	
1939 NEW YORK-ABD TEMA: “Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek”	Fuara katılmamıştır.										
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: “Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm”		✓	✓		✓	✓		✓	✓		
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: “İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum”		✓	✓	✓		✓					
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: “Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu”		✓	✓	✓	✓	✓					
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: “İnsan, Doğa ve Teknoloji”		✓	✓	✓		✓					
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: “Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam”		✓	✓	✓	✓	✓					
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: “Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji”		✓	✓	✓	✓	✓					
Almanya Pavyonları genel olarak ulusal kimlik& imaj arayışları ile politik& ideolojik kaygılardan uzak, teknoloji& inovasyon sorunu ile deneysellik arayışlarının ön planda olduğu yapılardır. Bu yaklaşımlara bağlı olarak çoğunlukla fuar temasına uyum ve çağın ruhunu yakalama konularında başarılı olan yapılar ortaya konmuştur.											

Tablo 6.3 Çin Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.3 (ÇİN)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR									
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu	
1939 NEW YORK-ABD TEMA: “Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek”	Fuara katılmamıştır.										
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: “Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm”	Fuara katılmamıştır.										
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: “İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum”							✓		✓		
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: “Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu”							✓		✓		
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: “İnsan, Doğa ve Teknoloji”							✓		✓		
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: “Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam”							✓	✓	✓		
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: “Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji”		✓	✓	✓	✓	✓			✓		

Çin Pavyonları tarihsel süreç içerisinde ağırlıklı olarak ulusal kimlik& imaj arayışları ile turistik tanıtım amacı çerçevesinde biçimlenmiş yapılardır. Ancak istisna olarak 2015 pavyonunda Batılı ülkelerin pavyon tasarımları ile benzer biçimde, kimliğin metaforik bir yaklaşımla ele alındığı ve teknoloji kullanımı, temaya uyum, deneysellik arayışı gibi yaklaşımların ön plana çıktığı görülmektedir.

Tablo 6.4 Finlandiya Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.4 (FİNLANDİYA)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR								
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu
1939 NEW YORK-ABD TEMA: “Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek”		✓	✓	✓	✓		✓			✓
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: “Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm”		✓	✓	✓	✓				✓	
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: “İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum”					✓					
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: “Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu”					✓				✓	
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: “İnsan, Doğa ve Teknoloji”		✓	✓		✓				✓	
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: “Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam”		✓			✓				✓	
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: “Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji”	Fuara katılmamıştır.									
Finlandiya'nın pavyon tasarımlarını biçimlendiren en etkin yaklaşım mimari kaygılardır. Ülke pavyonlarında teknoloji& inovasyon sorunu ile politik& ideolojik kaygıların hiçbir dönemde etkili olmaması dikkat çekicidir. Ulusal kimlik& imaj arayışlarının ise metaforik bir yaklaşım içerisinde de olsa genellikle göz ardı edilmediği görülmektedir.										

Tablo 6.5 Fransa Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.5 (FRANSA)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR								
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu
1939 NEW YORK-ABD TEMA: "Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek"		✓	✓		✓	✓				
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: "Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm"		✓	✓	✓	✓	✓		✓		
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: "İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum"		✓	✓	✓		✓				
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: "Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu"		✓	✓	✓	✓	✓				
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: "İnsan, Doğa ve Teknoloji"		✓					✓			
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: "Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam"		✓	✓		✓	✓				
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: "Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji"		✓	✓		✓					
Fransız pavyonları fuar temasına uyum sorunu ve mimari kaygıların ön planda olduğu, genellikle ulusal kimlik& imaj arayışları ile politik& ideolojik söylemler barındırmayan ve büyük ölçüde çağın ruhunu yakalayan yapılardır. 20. yüzyıl fuar katılımlarında etkili olan deneysellik arayışları ise yakın dönem fuarlarda ortadan kalkmıştır.										

Tablo 6.6 Hollanda Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.6 (HOLLANDA)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR								
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu
1939 NEW YORK-ABD TEMA: "Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek"								✓	✓	
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: "Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm"		✓	✓	✓	✓	✓			✓	
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: "İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum"		✓	✓	✓	✓	✓				
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: "Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu"		✓	✓	✓	✓	✓				
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: "İnsan, Doğa ve Teknoloji"		✓	✓	✓	✓	✓				✓
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: "Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam"		✓					✓		✓	
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: "Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji"		✓					✓			

Hollanda Pavyonları ağırlıklı olarak fuar temasına uyum sorununu ön plana çıkaran, deneysellik arayışları ve mimari kaygılar ile biçimlenmiş, politik& ideolojik söylemler barındırmayan yapılardır. Ancak ülkenin yakın dönem fuar katılımlarında mimari kaygıların ortadan kalktığı ve turistik tanıtım amacının giderek ön plana çıktığı görülmektedir.

Tablo 6.7 İngiltere Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.7 (İNGİLTERE)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR								
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu
1939 NEW YORK-ABD TEMA: "Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek"								✓	✓	
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: "Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm"		✓	✓	✓	✓	✓				
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: "İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum"				✓		✓		✓	✓	
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: "Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu"		✓	✓	✓	✓	✓				✓
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: "İnsan, Doğa ve Teknoloji"							✓		✓	
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: "Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam"		✓	✓	✓	✓	✓				
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: "Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji"		✓	✓	✓	✓	✓				
Belirli dönemlerde politik& ideolojik kaygılar ile ulusal kimlik& imaj arayışlarını gündeme getiren fuar katılımları olsa da, İngiltere Pavyonlarını biçimlendiren en etkin yaklaşımlar teknoloji& inovasyon sorunu ve deneysellik arayışları olmuştur. Ülke yakın dönem fuarlarda ise çağın ruhunu yakalayan ve yoğun mimari kaygılara sahip olan pavyon tasarımları ile temsil edilmektedir.										

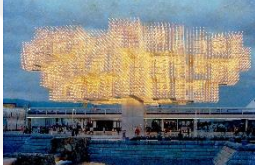
Tablo 6.8 İrlanda Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.8 (İRLANDA)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR								
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu
1939 NEW YORK-ABD TEMA: "Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek"		✓	✓		✓				✓	
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: "Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm"	Fuara katılmamıştır.									
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: "İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum"					✓		✓			
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: "Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu"					✓			✓		
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: "İnsan, Doğa ve Teknoloji"		✓	✓		✓					
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: "Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam"					✓					
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: "Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji"		✓			✓					
İrlanda'nın tüm fuar katılımlarında pavyon tasarımlarını biçimlendiren temel yaklaşım mimari kaygılardır. Güçlü Batılı devletlere kıyasla daha mütevazı, deneysellik arayışı ve teknoloji& inovasyon içermeyen pavyonlarla temsil edilen ülkenin genellikle fuar temasına uyum sorununu da dikkate aldığı görülmektedir.										

Tablo 6.9 İspanya Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.9 (İSPANYA)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR									
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu	
1939 NEW YORK-ABD TEMA: “Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek”	Fuara katılmamıştır.										
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: “Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm”		✓	✓	✓	✓						
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: “İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum”	Fuara katılmamıştır.										
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: “Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu”					✓			✓			
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: “İnsan, Doğa ve Teknoloji”		✓	✓		✓						
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: “Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam”		✓	✓	✓	✓	✓					
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: “Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji”		✓	✓		✓						
İspanya Pavyonları ağırlıklı olarak mimari kaygılarla biçimlenmiş, fuar temasına uyum sorununu dikkate alan ve çağın ruhunu yakalayan yapılardır. Ülkenin pavyon tasarımlarında ulusal kimlik& imaj arayışları ile turistik tanıtım amacı ise etkin yaklaşımlar değildir.											

Tablo 6.10 İsviçre Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.10 (İSVİÇRE)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR								
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu
1939 NEW YORK-ABD TEMA: "Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek"					✓		✓			
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: "Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm"			✓		✓		✓			
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: "İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum"		✓	✓	✓	✓	✓				
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: "Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu"				✓				✓		
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: "İnsan, Doğa ve Teknoloji"		✓	✓	✓	✓					✓
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: "Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam"						✓	✓			
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: "Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji"		✓					✓		✓	
İsviçre Pavyonlarında 2000 yılına kadar en etkin yaklaşımlar olan mimari kaygılar ve deneysellik arayışlarının son dönem fuarlarda yerini turistik tanıtım amacına bıraktığı görülmektedir. Ülkenin pavyonları genellikle ulusal kimlik& imaj arayışları ile politik& ideolojik kaygılardan uzak bir şekilde biçimlenmektedir.										

Tablo 6.11 İtalya Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.11 (İTALYA)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR								
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu
1939 NEW YORK-ABD TEMA: "Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek"								✓	✓	
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: "Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm"							✓		✓	
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: "İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum"		✓	✓	✓	✓	✓				
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: "Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu"					✓			✓		✓
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: "İnsan, Doğa ve Teknoloji"							✓		✓	
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: "Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam"		✓			✓					
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: "Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji"		✓	✓		✓	✓				
İtalya Pavyonlarının farklı dönemlerde farklı etkiler altında biçimlendiği, ancak mimari kaygıların tasarımları etkileyen en etkin yaklaşım olduğu görülmektedir. Diğer Batılı ülkelere ait pavyon tasarımlarından farklı olarak, İtalyan pavyonlarında ulusal kimlik& imaj arayışlarının yakın döneme kadar oldukça etkili olması dikkat çekmektedir.										

Tablo 6.12 Japonya Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.12 (JAPONYA)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR								
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu
1939 NEW YORK-ABD TEMA: “Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek”							✓		✓	
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: “Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm”					✓		✓		✓	
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: “İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum”		✓	✓	✓		✓		✓		✓
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: “Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu”					✓				✓	✓
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: “İnsan, Doğa ve Teknoloji”		✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: “Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam”		✓		✓	✓	✓				
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: “Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji”		✓					✓		✓	
Japonya Pavyonlarının ağırlıklı olarak mimari kaygılar içerisinde tasarlanmış, ulusal kimlik& imaj arayışlarına önem verilen yapılar oldukları görülmektedir. Fuar katılımlarında 'yıldız mimar'lara en çok yeren veren ülke olan Japonya'nın pavyon tasarımlarında fuar temasına uyum sorunu de büyük ölçüde dikkate alınmaktadır.										

Tablo 6.13 Kanada Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.13 (KANADA)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR								
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu
1939 NEW YORK-ABD TEMA: "Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek"								✓	✓	
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: "Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm"		✓	✓		✓					
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: "İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum"		✓	✓	✓	✓	✓				
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: "Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu"		✓			✓	✓				
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: "İnsan, Doğa ve Teknoloji"							✓			
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: "Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam"		✓	✓	✓	✓	✓			✓	
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: "Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji"	Fuara katılmamıştır.									
Kanada Pavyonlarının genelde mimari kaygılar gözetilerek tasarlanmış, fuar temasına uyum sorununa önem verilen yapılar olduğu görülmektedir. Politik& ideolojik kaygılar ve ulusal kimlik temsili ise ülke pavyonlarının tasarımında etkin yaklaşımlar değildir.										

Tablo 6.14 Norveç Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.14 (NORVEÇ)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR								
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu
1939 NEW YORK-ABD TEMA: "Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek"		✓	✓		✓					
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: "Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm"		✓	✓		✓					
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: "İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum"					✓					
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: "Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu"		✓		✓						
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: "İnsan, Doğa ve Teknoloji"		✓			✓				✓	
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: "Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam"				✓						
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: "Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji"	Fuara katılmamıştır.									
Norveç Pavyonları genel olarak mimari kaygılar ve fuar temasına uyum sorunu çerçevesinde biçimlenen yapılardır. Politik& ideolojik kaygılar, teknoloji& inovasyon sorunu ve turistik tanıtım amacının ise ülkenin pavyon tasarımlarını etkilememesi dikkat çekicidir.										

Tablo 6.15 SSCB/Rusya Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.15 (SSBC-RUSYA)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR								
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu
1939 NEW YORK-ABD TEMA: "Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek"								✓	✓	
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: "Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm"		✓	✓		✓	✓		✓	✓	
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: "İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum"		✓	✓	✓		✓		✓	✓	
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: "Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu"		✓	✓	✓		✓			✓	
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: "İnsan, Doğa ve Teknoloji"							✓			
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: "Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam"							✓		✓	
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: "Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji"					✓			✓		
SSCB döneminde teknoloji& inovasyon sorunu ile öne çıkan ve çağın ruhunu yakalayan pavyonların, birliğin dağılmasından sonra daha çok turistik tanıtım amacına odaklandığı görülmektedir. Politik& ideolojik kaygılar ile ulusal kimlik& imaj arayışlarının ise tasarımlarda genellikle her dönemde etkili yaklaşımlar olması dikkat çekicidir.										

Tablo 6.16 Yaklaşımların Fuarlar Bazındaki Etkileri (1939-2015)

TABLO 6.16 İNCELEME KAPSAMINDA YER ALAN TÜM ÜLKELER	ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR								
DÜNYA FUARI (EXPO)	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu
1939 NEW YORK-ABD TEMA: “Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek”	4	4	1	5	1	3	6	8	3
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: “Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm”	10	11	6	12	7	3	4	7	1
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: “İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum”	9	9	10	7	11	2	4	3	0
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: “Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu”	8	6	7	10	7	2	4	4	4
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: “İnsan, Doğa ve Teknoloji”	9	7	4	7	4	6	0	6	4
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: “Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam”	9	5	6	8	7	5	1	5	2
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: “Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji”	11	6	4	9	5	4	1	4	1

Tablo 6.17 Türkiye Ulusal Pavyonları (1939-2015)

TABLO 6.17 (TÜRKİYE)		ULUSAL PAVYONLARIN TASARIMINI ETKİLEYEN YAKLAŞIMLAR								
DÜNYA FUARI (EXPO)	ULUSAL PAVYON	Fuar Temasına Uyum Sorunu	Çağın Ruhunu Yakalama Sorunu	Deneysellik Arayışları	Mimari Kaygılar	Teknoloji & İnovasyon Sorunu	Turistik Tanıtım Amacı	Politik & İdeolojik Kaygılar	Ulusal Kimlik & İmaj Arayışları	Yıldız/Tanınmış Mimarlar Sorunu
1939 NEW YORK-ABD TEMA: "Geleceğin Dünyasını İnşa Etmek"							✓	✓	✓	✓
1958 BRÜKSEL-BELÇİKA TEMA: "Yeni Bir Dünya Kavrayışı: Yeni Bir Hümanizm"		✓	✓		✓				✓	
1970 OSAKA-JAPONYA TEMA: "İnsanlık İçin İlerleme ve Uyum"							✓	✓	✓	
1992 SEVILLE-İSPANYA TEMA: "Keşifler Çağı, Yeni bir Çağın Doğuşu"					✓		✓		✓	
2000 HANNOVER-ALMANYA TEMA: "İnsan, Doğa ve Teknoloji"					✓		✓		✓	✓
2010 ŞANGAY-ÇİN TEMA: "Daha İyi Şehir, Daha İyi Yaşam"		✓					✓	✓		
2015 MİLANO-İTALYA TEMA: "Dünyayı Beslemek, Yaşam için Enerji"							✓		✓	✓
Türkiye'nin tüm fuar katılımlarında, pavyonların mimari tasarımını biçimlendiren temel yaklaşım ulusal kimlik temsili ve imaj arayışları olmuştur. Turistik tanıtım amacının da ön planda olduğu pavyonlarda, deneysellik arayışları ve teknoloji& inovasyon sorunu hiçbir zaman denenmemiş yaklaşımlardır. 2000 yılına kadarki fuar katılımlarında daha etkili olan mimari kaygıların ise son dönem fuarlarda önemini yitirdiği görülmektedir.										

- [1] E. Mattie, "World's Fairs," Princeton Architectural Press, New York, 1998.
- [2] B. Cotter, "The 1939-1940 New York World's Fair," Arcadia Publishing, San Francisco, 2009.
- [3] P. Antonelli and U. Kultermann, "Exit to Tomorrow: History of the Future World's Fair Architecture Design, Fashion 1933-2005," Universe Publishing, New York, 2007.
- [4] A. F. Wood, "New York's 1939-1940 World's Fair," Arcadia Publishing, San Francisco, 2004.
- [5] G. Pluvineau, "Expo 58: Between Utopia and Reality," Lannoo Uitgeverij, Tiel, 2008.
- [6] J. E. Findling, "Historical Dictionary of World's Fairs and Expositions 1851-1988," Greenwood Press, New York, 1990.
- [7] M. Flamme-Jaspers, "Architektur - Architecture. EXPO 2000 Hannover," Ostfildern, Hatje Cantz Verlag, Hannover, 2000.
- [8] S. Wang, "Beyond Design: 2010 Shanghai Expo Architecture and Space Design," Sandu Publishing, Guangzhou, 2010.
- [9] M. Moscatelli, "Archibook Expo 2015," Bellavite Nonsolocarta, Lecco, 2015.
- [10] S. Gatti, "Expo Milano 2015 Official Report," 2015.
- [11] Z. Çelik, "Şarkın Sergilenişi: 19. Yüzyıl Dünya Fuarlarında İslam Mimarisi," Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, 2005
- [12] Bureau International des Expositions (BIE), <https://www.bie-paris.org/site/en/1939-new-york> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [13] 1939 New York World's Fair, www.1939nyworldsfair.com (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [14] B. Tanju "1939 New York Dünya Fuarı Üzerine Notlar," Arredamento Mimarlık, 2000/10, ss. 94-105, 2000.
- [15] Dream of Venus: Inside Salvador Dali's Surrealist Funhouse From the 1939 World's Fair, <https://www.vintages.com/2018/07/dream-of-venus-salvador-dali.html> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [16] 1939 New York World's Fair, United States - Federal Building, http://www.1939nyworldsfair.com/worlds_fair/wf_tour/zone-1/united_states.htm (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [17] Finnish Pavilion, 1939, http://www.greatbuildings.com/buildings/Finnish_Pavilion_1939.html (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).

- [18] The Enlarged Pictures Generation: Alvar Aalto's 1939 Finnish Pavilion, <https://greg.org/archive/2010/10/18/the-enlarged-pictures-generation-alvaraaltos-1939-finnish-pavilion.html> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [19] 1939 New York World's Fair, France, http://www.1939nyworldsfair.com/worlds_fair/wf_tour/zone-1/france.htm (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [20] 1939 New York World's Fair, Netherlands, http://www.1939nyworldsfair.com/worlds_fair/wf_tour/zone-1/netherlands.htm (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [21] Magna Carta in the US, Part I: The British Pavilion of the 1939 New York World's Fair, <https://blogs.loc.gov/law/2014/04/magna-carta-in-the-us-part-i-the-british-pavilion-of-the-1939-new-york-worlds-fair/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [22] 1939 New York World's Fair, Ireland (Eire), http://www.1939nyworldsfair.com/worlds_fair/wf_tour/zone-1/ireland.htm (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [23] 1939 – Irish Pavilion, New York World's Fair, <http://archiseek.com/2011/1939-irish-pavilion-new-york-worlds-fair/>, (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [24] 1939 New York World's Fair, Switzerland, http://www.1939nyworldsfair.com/worlds_fair/wf_tour/zone-1/switzerland.htm (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [25] 1939 New York World's Fair, Italy, http://www.1939nyworldsfair.com/worlds_fair/wf_tour/zone-1/italy.htm (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [26] 1939 New York World's Fair, Japan, http://www.1939nyworldsfair.com/worlds_fair/wf_tour/zone-1/japan.htm (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [27] Japan Pavilion, New York World's Fair, 1939., <http://www.oldtokyo.com/japan-pavilion-new-york-worlds-fair-1939/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [28] E. Cowell, "The Canadian Pavilion At The 1939 New York World's Fair And The Development Of Modernism In Canada," Dalhousie University, vol. 19, no. 1, pp. 13-20, 1994.
- [29] 1939 New York World's Fair, Norway, http://www.1939nyworldsfair.com/worlds_fair/wf_tour/zone-1/norway.htm (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [30] Soviet Pavilion at the 1939 World's Fair, <http://tsarchitect.nsflanagan.net/?p=2225> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [31] 1939 New York World's Fair, U.S.S.R., http://www.1939nyworldsfair.com/worlds_fair/wf_tour/zone-1/ussr.htm (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).

- [32] "Conquered Modernity": The Soviet Arctic Pavilion at the World's Fair in 1939, <https://www.thearcticinstitute.org/conquered-modernity-soviet-arctic-pavilion-worlds-fair-1939/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [33] Z. Q. Decker, "Brazil Built: The Architecture of the Modern Movement in Brazil," Spon Press, London, 2001
- [34] N. Adams, "Venezuela Pavilion, New York World's Fair," 1939, Casabella, 870, pp. 83-89, 2017
- [35] Bureau International des Expositions (BIE), <https://www.bie-paris.org/site/en/1958-brussels> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [36] Expo 58: A Brief History of Belgium's World Fair Showcase, <https://theculturetrip.com/europe/belgium/articles/expo-58-a-brief-history-of-belgiums-world-fair-showcase/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [37] Atomium, http://www.mimarizm.com/makale/atomium-bariscil-bir-dunyanin-simgesi_115434?sourceId=115414 (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [38] Anonim, "Le Corbusier'nin Poeme Electronique'i," Domus, 6, ss. 88-93, 2000.
- [39] Yeni Bir Hümanizm: 1958 Dünya Sergisi, Brüksel, http://www.mimarizm.com/makale/yeni-bir-humanizm-1958-dunya-sergisi-bruksel_115433?PageNo=1 (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [40] M. G. Pendas, "Architecture, Technocracy, and Silence: Building Discourse in Franquista Spain," Doktora Tezi, Columbia University Graduate School of Arts and Sciences, New York, 2016.
- [41] United States Pavilion at Expo 1958 in Brussels, Belgium, <http://electrospark.blogspot.com/2009/11/united-states-pavilion-at-expo-1958-in.html> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [42] The American Pavilion of Expo 58, <https://c20society.org.uk/botm/the-american-pavilion-of-expo-58/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [43] G. Castillo, "Making a Spectacle of Restraint: The Deutschland Pavilion at the 1958 Brussels Exposition," Journal of Contemporary History, vol. 47, no. 1, pp. 97-119, 2012
- [44] Anonim, Guide Officiel: Exposition Universelle et Internationale de Bruxelles 1958, <https://www.worldfairs.info/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [45] Pavillon de la France, <http://www.notre-dame-royan.com/guillaume-gillet/pavillon-de-la-france-exposition-universelle-de-bruxelles-1958/62-pavillon-de-la-france-bruxelles.html> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [46] A look at Expo '58, <https://www.worldsfairphotos.com/expo58/tour-1.htm> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [47] T. Parker, M. Penick, V. Kulic, "Sanctioning Modernism: Architecture and the Making of Postwar Identities," University of Texas Press, ABD, 2014.
- [48] J. M. Reynolds, "Maekawa Kunio and the Emergence of Japanese Modernist Architecture," University of California Press, ABD, 2001.

- [49] L. R. Lerner and M. F. Williamson, "Art Et Architecture Au Canada," University of Toronto Press, Kanada, 1991
- [50] S. Sennott, "Encyclopedia of Twentieth Century Architecture," Taylor & Francis, İngiltere, 2004.
- [51] S. Reid, "The Soviet Pavilion at Brussels '58: Convergence, Conversion, Critical Assimilation, or Transculturation?," Cold War International History Project, Woodrow Wilson International Center for Scholars, Washington, 2010.
- [52] C. S. Lewis, "The birth of the Soviet space museums: creating the earthbound experience of space flight during the golden years of the Soviet space programme, 1957-68," Showcasing Space, NMSI Trading Ltd., London, 2005.
- [53] Yugoslavia Pavilion Expo 58,
<http://architectuul.com/architecture/yugoslavia-pavilion-expo-58> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [54] Clássicos da Arquitetura: Pavilhão de Bruxelas 1958 / Sérgio Bernardes,
<https://www.archdaily.com.br/br/620490/classicos-da-arquitetura-pavilhao-de-bruxelas-1958-sergio-bernardes> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [55] Bureau International des Expositions (BIE), <https://www.bie-paris.org/site/en/1970-osaka>, (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [56] Exposeeum, <http://www.expo2000.de/index.php> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [57] U. Kultermann, "Kenzo Tange," London: Pall Mall Press, İngiltere, 1970.
- [58] Relive the glory of the 1970 Osaka Expo,
<https://archpaper.com/2015/06/relive-glory-1970-osaka-expo-complete-space-frames-metabolism-inflatables-geodesic-domes/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [59] P. V. Wesemael, "Architecture of Instruction and Delight: A Socio-historical Analysis of World Exhibitions as a Didactic Phenomenon (1798-1851-1970)," 010 Publishers, Hollanda, 2001.
- [60] T. Komatsu, "Expo '70 News, Japan Association For The 1970 World Exposition," Tokyo, 1970.
- [61] Les Expositions Universelles, <https://www.worldfairs.info/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [62] Brazilian Pavilion – 1970 Osaka World Fair,
<https://brazilianconcrete.wordpress.com/2016/06/15/brazilian-pavilion-1970-osaka-world-fair/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [63] Bureau International des Expositions (BIE), <https://www.bie-paris.org/site/en/1992-seville> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [64] A. O. Öztürk, "Yüzyılın Fiesta'sı: Expo'92 Sevilla," Yapı, 125, ss. 70-81, 1992.
- [65] S. Kocagöz, "Expo'92, Sevilla'nın Ardından," Mimarlık Dergisi, 250, ss. 71-72, 1992.

- [66] US Pavilions at World Expos: Seville '92 and Genoa '92, <http://www.inparkmagazine.com/us-pavilions-at-world-expos-seville-92-and-geoa-92/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [67] Finnish Pavilion Expo '92, <https://www.mimoo.eu/projects/Spain/Seville/Finnish%20Pavilion%20Expo%20'92/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [68] French Pavilion for the Universal Exhibition in Seville, 1992, <https://www.viguier.com/en/project/17/french-pavilion-for-the-universal-exhibition-in-seville-1992> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [69] Dutch Pavilion, Seville, <https://www.zja.nl/en/Dutch-Pavilion-Seville>, (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [70] British Pavilion, Expo 1992, <https://grimshaw.global/projects/british-pavilion-expo/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [71] C. Davies, "British Pavilion, Seville Exposition 1992, Nicholas Grimshaw and Partners," London: Phaidon Press, İngiltere, 1992.
- [72] K. Robinson, "The Irish Pavilion at EXPO '92," Irish Arts Review Yearbook, Vol. 10, pp. 103-105, 1994
- [73] Irlanda Pavilion Expo 92, <http://www.irisharchitectureawards.ie/annual-awards/1993/irlanda-pavilion-expo-821692-seville> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [74] Swiss must "fight" for Expo recognition, <https://www.swissinfo.ch/eng/swiss-must--fight--for-expo-recognition/4415686> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [75] Palazzo Italia, <http://www.pierocastiglioni.com/projects/66/expo-1992-palazzo-italia?lang=it> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [76] D. Sharp, "Twentieth Century Architecture: A Visual History," Images Publishing Dist Ac, İngiltere, 2002.
- [77] Canada Pavilion - Expo '92, <https://www.world-architects.com/it/revery-architecture-vancouver/project/canada-pavilion-expo-92> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [78] J. Rockwell, "The Talk of Seville; In Expo Architecture, Mishmash Means Eclectic," The New York Times, 07.05.1992, pp. 00015, 1992.
- [79] Seville World Expo '92, <http://mailitis.lv/projects/seville-world-expo-1992/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [80] Kuwait Pavilion, <https://calatrava.com/projects/kuwait-pavilion-sevilla.html> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [81] M. McQuaid, "Santiago Calatrava : structure and expression," The Museum of Modern Art: Distributed by H.N. Abrams, New York, 1993.
- [82] Pavilion Mexico Expo '92, <https://www.mimoo.eu/projects/Spain/Seville/Pavilion%20Mexico%20Expo%20'92> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).

- [83] Bureau International des Expositions (BIE), <https://www.bie-paris.org/site/en/2000-hannover> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [84] B. Çimen, "Expo-2000 Hannover Dünya Fuarı," Mimarlık Dergisi, 295, ss. 67-68, 2000.
- [85] B. Çimen, "Expo 2000 Hannover," Ege Mimarlık Dergisi, 35, ss. 20-21, 2000.
- [86] C. Çinici, "Fuar İzlenimleri," Ege Mimarlık Dergisi, 35, ss. 22-23, 2000.
- [87] G. Küffner, "At Expo 2000, There Is No Need For Environmental Guilt," Frankfurter Allgemeine Zeitung, pp. 8, 2000.
- [88] Ö. Uçkan, "21. yüzyılın ilk "Dünya Gösterisi":Expo 2000," Domus, 6, ss. 94-96, 2000.
- [89] Expo 2000 Hannover, Canada, <http://expo2000.atspace.com/canada.html>, (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [90] Russian Federation, From the Kremlin into space with Mir, http://site.expo2000.de/expo2000/tn/index.php?lang=1&tn_ktn_id=1004&tn_do_id=100217&detail=1 (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [91] Bureau International des Expositions (BIE), <https://www.bie-paris.org/site/en/2010-shanghai> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [92] Y. K. Enginöz, "Çin Malı Expo'nun Düşündürdükleri," Yapı Dergisi, 353, ss. 70-77, 2011.
- [93] USA Pavilion, <http://www.usapavilion2010.com/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [94] Anonim, "Alman Pavyonu, Şangay Expo 2010," Yapı, 353, ss. 84-89, 2011.
- [95] Anonim, "Fin Pavyonu, Şangay Expo 2010," Yapı, 353, ss. 102-107, 2011.
- [96] M. Leloup, "Pavillon France," Archibooks, Fransa, 2012
- [97] Anonim, "Birleşik Krallık Pavyonu, Şangay Expo 2010," Yapı, 353, ss. 78-83, 2011
- [98] Anonim, "Kanada Pavyonu, Şangay Expo 2010," Yapı, 353, ss. 90-95, 2011.
- [99] Anonim, "Danimarka Pavyonu, Şangay Expo 2010," Yapı, 353, ss. 96-101, 2011.
- [100] UAE Pavilion, <https://www.fosterandpartners.com/projects/uae-pavilion-shanghai-expo-2010/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [101] T. Winter, "Shanghai Expo," Routledge, London and New York, 2013.
- [102] T. Çakıroğlu, "Mimarlık ve EXPO," Mimarlar Odası İzmir Şubesi Yayınları, İzmir, 2007.
- [103] Bureau International des Expositions (BIE), <https://www.bie-paris.org/site/en/what-is-an-expo> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [104] Bureau International des Expositions (BIE), <https://www.bie-paris.org/site/en/past-expos-a-short-history-of-expos> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).

- [105] R. W. Rydell, "World of Fairs: The Century of Progress Expositions," University of Chicago Press, 1993.
- [106] Sıla Durhan, "Türkiye Cumhuriyeti'nin Uluslararası Dünya Fuarları'na Katılımı (1930-2000)," Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2002.
- [107] T. Didem Akyol Altun, "Dünya Fuarlarının/Expoların Mimari Değerlendirilmesi: Türkiye Pavyonları," Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2003.
- [108] Y. Yıldırım, "Expo'nun Düşündürdükleri," Arredamento Mimarlık Dergisi, 294, ss. 132-144, 2015.
- [109] M. Moscatelli, "Archibook Expo 2015," Bellavite Nonsolocarta, Lecco, 2015.
- [110] Z. Uludağ, "'Yaşam İçin Enerji' Serüveninde Mimarlık: Milano Expo 2015 Fuarı," Mimarlık Dergisi, 385, ss:34-36, 2015.
- [111] Slow Food Pavilion - Milan Expo 2015 / Herzog & de Meuron, <https://www.archdaily.com/634043/slow-food-pavilion-herzog-and-de-meuron> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [112] Vanke Pavilion - Milan Expo 2015 / Studio Libeskind, <https://www.archdaily.com/627994/vanke-pavilion-milan-expo-2015-daniel-libeskind> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [113] Bureau International des Expositions (BIE), <https://www.bie-paris.org/site/en/2015-milan> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [114] USA Pavilion - Milan Expo 2015 / Biber Architects, <https://www.archdaily.com/628092/usa-pavilion-milan-expo-2015-biber-architects> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [115] German Pavilion - EXPO Milano 2015, <https://www.schmidhuber.de/en/project/german-pavilion-expo-milano-2015> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [116] China Pavilion - Milan Expo 2015 / Tsinghua University + Studio Link-Arc, <https://www.archdaily.com/627497/china-pavilion-milan-expo-2015-tsinghua-university-studio-link-arc> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [117] France Pavilion at Expo Milano 2015, <https://www.archipanic.com/french-pavilion-at-milan-expo/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [118] Dutch Pavilion, https://www.domusweb.it/en/news/2015/06/11/expo_2015_dutch_pavilion.html (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [119] UK Pavilion - Milan Expo 2015 / Wolfgang Buttress, <https://www.archdaily.com/627728/uk-pavilion-milan-expo-2015-wolfgang-buttress> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [120] Ireland's pavilion, <https://www.independent.ie/storyplus/irelands-pavilion-at-expo-2015-milan-showcases-our-green-credentials-31261308.html> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).

- [121] Inside the Spanish Pavilion at the Milan Expo 2015, <https://www.archdaily.com/637786/inside-the-spanish-pavilion-at-the-milan-expo-2015> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [122] The Swiss Pavilion at EXPO Milan 2015, <https://www.inexhibit.com/case-studies/milan-expo-2015-swiss-pavilion/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [123] Italy Pavilion – Milan Expo 2015 / Nemesi, <https://www.archdaily.com/630901/italy-pavilion-milan-expo-2015-nemesi> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [124] first look inside the japan pavilion at expo milan 2015, <https://www.designboom.com/architecture/japan-pavilion-expo-milan-2015-atsushi-kitagawara-teamlab-nendo-04-30-2015/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [125] Russia Pavilion – Milan Expo 2015 / SPEECH, <https://www.archdaily.com/631470/russia-pavilion-nil-milan-expo-2015-speech> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [126] Buğra Altın, “Mekan Tasarımında Tema: Tematik Konut Örnekleri,” Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2015.
- [127] G. Kaftancı, “EXPO İzmir Çabalarının Düşündürdükleri,” Ege Mimarlık Dergisi, 61, ss:20-21, 2007.
- [128] G. Özer ve M. N. Özer, “Expo Deneyimleri Üzerinden Bir Değerlendirme; Ülkemiz İçin Stratejiler,” Planlama Dergisi, 46, 81-97, 2009.
- [129] D. Akyol, “Dönüştürücü Bir Güç Olarak Expolar,” Ege Mimarlık Dergisi, 61, 6-13, 2007.
- [130] E. D. Hirsch and J. F. Kett, “New Dictionary of Cultural Literacy,” The American Heritage, Third Edition, Houghton Mifflin Harcourt, 2002.
- [131] C. Baudelaire, “Modern Hayatın Ressamı,” Çeviren: Ali Berktaş, İletişim Yayınları, İstanbul, 2003.
- [132] Metin Çolak, “SİNEMA VE ZEITGEIST: Çağdaş Toplumsal Kriz ve Postmodern Sinemanın Yükselişi,” Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2006.
- [133] World expos: reflecting the global zeitgeist, <https://www.swissinfo.ch/eng/world-expos--reflecting-the-global-zeitgeist/40563640> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [134] China's World Expo, <https://www.iconeye.com/architecture/news/item/4475-chinas-world-expo> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [135] İdil Erkol, “Türkiye Mimarlığı’nda Modernizmin Revizyonları (1960-1980),” Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2016.
- [136] J. Rosenberg, “Globalization Theory: A Post Mortem,” International Politics, Palgrave Macmillan Publish, 42(1), pp. 2-74., 2005.

- [137] Benan Dönmez, "Deneyisel Mimarlık Üzerine Bir Okuma Denemesi: Serpentine Galerî Pavyonları," Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2015.
- [138] J. Rosa, "'Folds, Blobs+Boxes, V.2.0", Next Generation Architecture - Contemporary Digital Experimentation+The Radical Avant-Garde," Thames&Hudson, Londra, 2003.
- [139] T. K. Gürer, H. Yırtıcı, G. Yıldız, "Deneyisel Mimarlık," Mimarlık Dergisi, 255, ss:24-27, 1993.
- [140] M., Robbins, "'Architecture Of Another Kind" Next Generation Architecture - Contemporary Digital Experimentation+The Radical Avant-Garde," Thames&Hudson, Londra, 2003.
- [141] M. E., Erdönmez, "IABA 2013'te Deneyisel Mimarlık İşleri," Mimarlık Dergisi, 374: ss:-, 2013.
- [142] C. Pearce, B. Schweizer, L. Hollengreen, R. Rouse, "Meet Me at the Fair: A World's Fair Reader," Lulu.com, 2014.
- [143] H. Özyılmaz, G. P. Oğuz, E. Dağtekin, "Sivil oplum Kuruluşları ve Meslek Örgütlerince Mimarlık," Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 26, ss. 206-222, 2008.
- [144] L. M. Roth, "Mimarlığın Öyküsü," Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 2014.
- [145] Erdem Dokuzer, "Mimarlığın Teknolojik Evrimi," Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2018.
- [146] G. Childe, "Tarihte Neler Oldu?," Kırmızı Yayınları, İstanbul, 2009.
- [147] Ö. Ediz, Y. Erbil, N. Akıncıtürk, "Günümüz Mimarlığının Dinamikleri: Iceberg'in Görünmeyen Yüzü," Mimarlık Dergisi, 354, ss. ?-?, 2010.
- [148] T. D. Akyol Altun, "Geleceğin Mimarlığı: Bilimsel-Teknolojik Değişimlerin Mimarlığa Etkileri," DEÜ Mühendislik Fakültesi Fen ve Mühendislik Dergisi, 1, ss.77-91, 2007.
- [149] H. Lefebvre, "Mekanın Üretimi," Sel Yayıncılık, İstanbul, 2015.
- [150] H. Kahvecioğlu, A. Ciravoğlu, "Turizmin Nesnesi Olarak "Mimarlık"," Mimarlık Dergisi, 336, ss:?-?, 2007.
- [151] Laurie Dalton, "Canada at Expo 2005: Nation, Audience, and the Branded Display Complex," Ph. D. thesis, Carleton University, Ottawa, Ontario, 2014.
- [152] Türk Dil Kurumu Sözlükleri, <https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [153] İ. Tekeli, "Politika ve Mimarlık İlişkisini Mimarlık Tarihi Yazımı Dışında, Güncel Politika Açısından Sorgulamak," TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi Dosya, 25, ss. 4-7, 2011.
- [154] J. N. Erzen, "Sanat, Güç ve Direniş," TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi Dosya, 37, ss. 16-24, 2016.

- [155] A. Piotrowska, "Expo Pavilions As Expression Of National Aspirations. Architecture As Political Symbol," *Archhist'* 13, 48, pp. 20-29, 2013.
- [156] Clash of Ideology at the Paris Expo, <https://warfarehistorynetwork.com/daily/wwii/clash-of-ideology-at-the-paris-expo/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [157] L. J. Vale, "Architecture, Power, and National Identity," Routledge, Oxon, 2008.
- [158] The EXPO 2000 - Germany EXPOsed, <https://www.theglobalist.com/the-expo-2000-germany-exposed/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [159] M. Sözen, U. Tanyeli, "Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü," Remzi Kitabevi, İstanbul, 1996.
- [160] U. Şimşek, S. Ilgaz, "Küreselleşme ve Ulusal Kimlik," Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1, ss. 165-173, 2007.
- [161] C. Calhoun, "Milliyetçilik," Çev. Bilgen Sütçüoğlu, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2007.
- [162] A. Balamir, G. Asatekin, "Ulusal Kimlik Sorusu Üzerine Karşıt Düşünceler ve Konut Mimarisi," ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi, 11:1-2, ss. 73-88, 1993.
- [163] Serpil Aydos, "Türkiye'nin Tanıtım Filmlerinde Ulusal Kimlik Anlatısı," Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2009.
- [164] World Fairs and International Exhibitions: National self-profiling in an internationalist context, 1851-1940, <https://spinnet.eu/activities/worldfairs> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [165] A. Smith, "Milli Kimlik," İletişim Yayınları, Çev: Bahadır Sina Şener, İstanbul, 1999.
- [166] A. Giddens, "Tarihsel Materyalizmin Çağdaş Eleştirisi," Çev: Ümit Tatlıcan, Paradigma, İstanbul, 2000.
- [167] M. Ahıska, "Radyonun Sihirli Kapısı," Metis Yayınları, İstanbul, 2005.
- [168] S. Bozdoğan, R. Kasaba, "Türkiye'de Modernleşme ve Ulusal Kimlik," Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, 2014.
- [169] S. Bozdoğan, "Modernizm ve Ulusun İnşası," Metis Yayınları, İstanbul, 2001.
- [170] C. Abel, "Architecture and Identity, Towards a global eco-culture," Architectural Press, Oxford, 1997
- [171] N. F. Kennedy, "Türkiye'de Mimar Kimliği ve Mimarlık Meslek Pratiği Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma," TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi, Dosya 30, ss. 25-30, 2012.
- [172] E. Akbalık, "Kent, Mimarlık ve Kimlik Üretimi Üzerine: Yıldızlar ve İkonlar," Mimarist, 2017/2, ss. 32-37, 2017.
- [173] R. Adam, "Globalisation and Architecture," *Architectural Review*, 2008-02, pp. 12-16, 2008.

- [174] L. Sklair, "Iconic Architecture and the Culture-Ideology of Consumerism," Theory, Culture & Society, Vol. 0 (0)pp. 1-25, 2010.
- [175] J. P. Bonta, "Architecture and its Interpretation," Lund Humphries, London, 1979.
- [176] E. Heathcote, "Age of the 'starchitect'," Financial Times, 26.01.2017, 2017.
- [177] M. Roche, "Mega-events and social change: Spectacle, legacy and public culture," Oxford University Press, 2017.
- [178] C. S. Sönmez, "Yarının Dünyası"nda Türkiye: 1939 New York Dünya Sergisi," Çağdaş TürkiyeTarih Araştırmaları Dergisi, 31, ss.289-332, 2015.
- [179] 1930 New York World's Fair The Food Zone Turkey, 1851-1940, http://www.1939nyworldsfair.com/worlds_fair/wf_tour/zone-3/turkey.htm (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [180] V. N. Tör, "Yıllar Böyle Geçti," Milliyet Yayınları, İstanbul, 1976.
- [181] Anonim, "1939 Nev-York dünya sergisinde türk pavyonu projesi," Arkitekt, 1939/7, ss.153-155, 1939.
- [182] B. Uras, "1939 New York Dünya Sergisi Türkiye Pavyonu'nun Düşündürdükleri," İstanbul Art News, 2014/9, 2014.
- [183] The New York Public Library Digital Collections Turkey Participation, 1851-1940, <https://digitalcollections.nypl.org/items/5e66b3e8-f315-d471-e040-e00a180654d7> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [184] D. Hasol, "20. Yüzyıl Türkiye Mimarlığı," YEM Yayın, İstanbul, 2017.
- [185] A. Batur, "Cumhuriyet Döneminde Türk Mimarlığı, Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi," Cilt 5, İletişim Yayınları, İstanbul, 1993.
- [186] B. Tanju, "1939 New York Dünya Fuarı Üzerine Notlar," Arredamento Mimarlık, 2000/10, ss.94-105, 2000.
- [187] U. Tanyeli, B. Tanju, "Sedad Hakkı Eldem II Retrospektif, "1939 New York Dünya Fuarı Türk Pavyonu," Osmanlı Bankası Arşiv ve Araştırma Merkezi, İstanbul, 2009.
- [188] Anonim, "1958 Brüksel Beynelmilel Sergisi Türk Pavyonu," Arkitekt, 1957/02(287), ss. 63-68, 1957.
- [189] U. Tanyeli, "Utarit İzgi: Teknolojisiz Ülkede Teknolojik Üretimin Peşinde," Arredamento Dekorasyon, 1997/1, ss. 66-68, 1997.
- [190] Anonim, "Milletlerarası Bruxelles Sergisi," Arkitekt, 1957/03(288), ss.111, 1957.
- [191] U. Tanyeli, ""1950'lerden Bu Yana Mimari Paradigmaların Değişimi ve 'Reel' Mimarlık," Bilanço '98: 75 Yılda Değişen Kent ve Mimarlık," Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul, 1998.
- [192] M. Ragon, "Modern Mimarlık ve Şehircilik Tarihi," Kabalci Yayınevi, 2010.

- [193] B. Madran ve U. İzgi, "Söyleşi / Expo'58 pavyonu sanatların senteziydi," Domus, 6, ss. 75-77, 2000.
- [194] S. Bozdoğan, E. Akcan, "Turkey: Modern Architectures in History," Reaktion Books, İngiltere, 2013.
- [195] Anonim, "Muhlis Türkmen Mimarlığı," Mimarlık&Dekorasyon, 53, ss. 54-100, 1996.
- [196] U. İzgi ve U. Tanyeli "Söyleşi / Profil: Utarit İzgi," Arredamento Dekorasyon, 1997/1, pp.58-65, 1997.
- [197] Ekonomik İşbirliği Teşkilatı (EİT), <http://www.mfa.gov.tr/ekonomik-isbirligi-teskilati-eit-tr.mfa> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [198] İ. Maro ve R. Dora, "Söyleşi / 1964'te Kaçan Fırsat," Domus, 6, ss. 78-81, 2000.
- [199] Y. Sayar, "Türkiye'de Mimari Proje Yarışmaları 1930-2000: Bir Değerlendirme," Mimarlık, 320, 2004.
- [200] T. Komatsu, "Expo '70 News, 4-10," Japan Association For The 1970 World Exposition, Tokyo, 1970.
- [201] İ. Maro ve R. Buluç, "Söyleşi / Kendi Kültürümüzün Mimarisini Yaratmalıyız," Domus, 6, ss. 82-86, 2000.
- [202] Akıllı Adam, Başkasının Deneyimlerinden İstifade Eden Adamdır, <http://v3.arkitera.com/s116-akilli-adam-baskasinin-deneyimlerinden-istifade-eden-adamdir.html> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [203] C. Bektaş, "Expo 70'den Bir İki İzlenim," Mimarlık, 84, ss. 37-41, 1970.
- [204] C. A. Güzer, ""Derleyenin Sunuşu: 1970 Sonrasında Mimarlık", 70 Sonrası Mimarlık Tartışmalar," Mimarlar Derneği Yayınları, 2, İstanbul, 1996.
- [205] Anonim, "Expo 92 Dünya Sergisi," Mimarlık, 234, ss.17, 1989.
- [206] H. Özbay, T. Korucuoğlu, "Expo '92 Dünya Sergisi Türk Pavyonu Mimari Proje Yarışması," Mimarlık, 237,ss. 70-80, 1989.
- [207] Anonim, "Geçmişe Ağırbaşlı Bakış Geleceğe Sağlıklı Mesaj," Domus, 6, ss. 87, 2000.
- [208] Anonim, "Expo'92 Türkiye Fuar Kitapçığı," 1992.
- [209] M. Birsell, "Bir Yarışmanın Ardından," Yapı, 95, ss. 67-68, 1989.
- [210] Ş. Kocagöz, "Expo '92, Sevilla'nın Ardından," Mimarlık, 250, ss. 71-72, 1992.
- [211] C. Kızılelma, "Expo '92: Bir Dünya Fuarının Mimari Anatomisi," Arredamento Dekorasyon, 39, ss. 90-96, 1992.
- [212] A trip to the iconic pavilions of the 1992 Universal Exhibition of Seville, <https://blog.ferrovial.com/en/2017/08/expo-92-seville-anniversary/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [213] T. Korkmaz, "80'ler ve 90'lar: "Vitrinde Yaşamak", 2000'lerde Türkiye'de Mimarlık: Söylem ve Uygulamalar," Mimarlar Odası Yayınları, Ankara, 2007.

- [214] A. K. Sykes, "Yeni Bir Gündem İnşa Etmek Mimarlık Kuramı 1993-2009," Küre Yayınları, İstanbul, 2013.
- [215] B. Tanju, "Hannover Expo 2000 Türkiye Pavyonu," Ofset Yapımevi, İstanbul, 2000.
- [216] Anonim (Tabanlıoğlu Mimarlık ve Danışmanlık), "İnsanlık için evrensel bir cümle," Domus, 6, ss. 116-125, 2000.
- [217] S. Özkan, "Hannover Expo 2000 Bitti mi?," Arredamento Mimarlık, 132, ss. 52-57, 2000.
- [218] Ç. Erengözgin, "Expo 2000'den Ahşap Manzaraları," Arkitekt, 482, ss. 16-33, 2000.
- [219] K. Yazgan, "Mimari Tasarımda "Küreselleşme ve Yereli Tekrar Düşünmek"," Ege Mimarlık, 48, ss. 11-13, 2000.
- [220] Anonim, "Hannover 2000'de Türkiye," XXI, 3, ss. 94-95, 2000.
- [221] M. Tabanlıoğlu, "Türkiye Pavyonu," Ege Mimarlık, 35, ss. 26-28, 2000.
- [222] Türkiye Pavyonu, https://archnet.org/sites/15570/media_contents/112325 (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [223] S. Özsoy, A. Savaş, "Expo Shanghai 2010, Better City Better Life," Miki Press, Ankara, 2010.
- [224] Türkiye, 2010 Şanghay Expo'da Kültiğin ile Boy Gösterecek, <https://www.haberler.com/turkiye-2010-sanghay-expo-da-kultigin-ile-boy-haberi/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [225] dDf / EXPO MILANO 2015 TURKEY PAVILION, http://www.ddf.com.tr/haber/haberdetay/259-expo_milano_2015_turkey_pavilion.html (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [226] Bayrağımızı görmeden 'İşte bu Türkiye pavyonu' diyecekler!, <http://www.gazetevatan.com/bayragimizi-gormeden-iste-bu-turkiye-pavyonu-diyecekler--785208-ekonomi/> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [227] GELECEĞİN GIDASI İÇİN TARİHİN İRDELENMESİ, <http://www.turkeyexpo2015.com/turkiye-pavyonu.html> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [228] Expo 2015: Gıdanın Geleceğine Söyleyecek Sözü Olan Bir Adım Öne Çıksın, <https://xxi.com.tr/i/expo-2015-gidanin-gelecegine-soyleyecek-sozu-olan-bir-adim-one-ciksin> (Erişim Zamanı; 15 Kasım 2019).
- [229] P. Ö. Erkartal, "Mimarlık Aktarmalı Dünya Seyahati: Expo 2015," Tasarım Dergisi, 256, ss. 68-72, 2015.
- [230] E. Batur, "Modernizmin Serüveni, Bir Temel Metinler Seçkisi," 1840-1990, Sel Yayıncılık, İstanbul, 2015.

İletişim Bilgisi: erinconbay@hotmail.com

Konferans Bildirileri

1. E. Onbay, Ş. T. Görgülü, “21. Yüzyıl Dünya Fuarlarında Türkiye Ulusal Pavyonlarının Teknoloji ve İnovasyon Kullanımı Açısından Değerlendirilmesi,” I. Uluslararası Bilim ve İnovasyon Kongresi (INSI 2019) Tam Metin Bildiri Kitabı, 26-29 Ağustos 2019, ss. 234-242, Pamukkale,Denizli/Türkiye, 2019.

