

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

21. YÜZYIL DÜNYA FUARLARINDA (EXPO)
TÜRKİYE'NİN MİMARİ TEMSİLİErinç ONBAY¹

¹Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimari Tasarım Doktora Programı, İstanbul.
erinconbay@hotmail.com ORCID No: 0000-0003-0439-5858

GELİŞ TARİHİ/RECEIVED DATE: 27.01.2020 KABUL TARİHİ/ACCEPTED DATE: 27.05.2020

Özet

19. yüzyılın ortasında düzenlenmeye başlanmış olan Dünya Fuarları (Expo) mimari öğelerle desteklenen zengin iletişim tasarımı ortamlarıdır. Katılımcı ülkelerin farklı alanlardaki başarılarının uluslararası arenada sunumu görevini üstlenen bu fuarlar zamanla küresel gelişmenin de bir kaydı haline gelmişlerdir. Dünya Fuarlarında ülkeleri temsil eden ulusal pavyonlar ise ulusların kendilerini uluslararası ortamda nasıl tanımladığını görmek açısından önemli yapılardır. Dünya Fuarlarında öncelikli amaç tanıtım yoluyla geniş kitlelere ulaşmak olduğu için, mimari öğeler olarak ulusal pavyonlar hem kendileri hem de içlerinde sergilenen nesnelere ve düzenlenen etkinliklerle birer imaj tasarımı olarak nitelendirilebilir. Bu çalışmanın amacı ise Türkiye Cumhuriyeti'nin 21. yüzyıl Dünya Fuarlarındaki mimari temsilini incelemek ve tasarım yaklaşımlarını değerlendirmektir. Bu kapsamda Türk Pavyonlarının mimari ve iç mimari tasarım özellikleri belirlendikten sonra konuya ilişkin mimarlık medyasında yer alan eleştirilere de değinilerek, yapıların fuarlar bağlamındaki niteliği yorumlanmaktadır. Türkiye, incelenen Dünya Fuarlarında farklı pavyon tasarımları ile yer almış olsa da tasarım yaklaşımları ve sergilenen nesnelere genellikle benzer olmuştur. Pavyonlar bu açıdan Türkiye'nin imajının görselleştirildiği yapılar değil, daha çok turizme yönelik pazarlama etkinliklerinin yapıldığı mekânlardır. Ülkenin fuar katılımlarında, pavyonlar sadece içi doldurulması gereken yapılar olarak ele alınmış, anlatılmak istenen asıl mesajı ziyaretçilere vermek için kavramsal arka plana dayalı bir çalışma yapılmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Dünya Fuarı, Expo, Ulusal Pavyon, Mimari Temsil, İç Mekan Sergisi, Tasarım Yaklaşımı

ARCHITECTURAL PRESENTATION OF TURKEY
IN THE 21ST CENTURY WORLD'S FAIRS (EXPO)**Abstract**

Beginning from the middle of the 19th century World's Fairs (Expo) are mediums of rich communicational design which are organized with architectural elements. Undertaking the international presentation of achievements of participant nations, these fairs also became the record of global development with time. National pavilions representing countries in the World's Fairs are important buildings in terms of seeing how nations define themselves internationally. As the primary purpose of World's Fairs is to reach large masses through promotion, national pavilions as architectural elements, can be described as an image design with objects and events displayed in. The aim of this study is to examine the architectural representation and evaluate the design approaches of Turkey in the 21th century World's Fairs. In this context, after defining the

architectural and interior design features of the Turkish Pavilions, also with mentioning the criticisms in the architectural media about the subject, the quality of the buildings are reviewed in the context of the fairs. Although Turkey has been featured with different pavilion designs in the examined World's Fairs, design approaches and the exhibition objects are often similar. In this respect, the pavilions are not the buildings where the image of Turkey is visualized but are places where tourism marketing activities are performed. Turkish Pavilions are considered as buildings that need to be filled in and no study is made based on the conceptual background to give the principal message to the visitors.

Keywords: World's Fair, Expo, National Pavilion, Architectural Representation, Interior Exhibition, Design Approach

1. GİRİŞ

150 yıldan uzun bir süredir düzenlenmekte olan Dünya Fuarları, dünyanın geleceğine yönelik 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.

Dünya Fuarları teknoloji, inovasyon, çevre ile uyum gibi evrensel konulara odaklanarak ülkelerin ekonomik ve teknolojik gelişmesini göstermekle kalmayıp, yerel ve kültürel değerlerini de tanıtmaya aracılık etmektedirler. Ayrıca ülkelerin ulusal ve uluslararası ekonomisini güçlendirdikleri gibi ülkelerarası ticari ve kültürel ilişkileri de geliştirmektedirler.

Mimarlık tarihçilerine göre, Dünya Fuarları yeni mimari biçimlerin ve kompozisyonların oluşumu için bir laboratuvar niteliği taşımakta ve mimarlıkta değişen eğilimleri yansıtmalarının yanında katılımcı ülkelerin kültürel durumlarını da ortaya koymaktadırlar.

Tarihsel süreçte ekonomik, siyasal, sosyal, kültürel ve teknolojik parametrelerde yaşanan kırılmaların Dünya Fuarlarında ülkeleri temsil eden ulusal pavyonların mimari tasarımında önemli etkisi olduğu ve bu yapıların kendilerini ortaya çıkaran koşulları net bir şekilde ifade ettikleri görülmektedir. Bir anlamda mimarlığın gelişim serüvenini anlatan ulusal pavyonların aynı zamanda ülkelerin mimari alandaki dönüşümünü de gösterme potansiyeli vardır. Günümüzde ise Dünya Fuarları ülkelerin daha çok kendi ulusal kimliklerine karşılık gelen imajı ulusal pavyonları aracılığıyla geliştirmeye çalıştıkları bir platform halini almıştır.

Bu genel çerçevede içerisinde Türkiye Cumhuriyeti'nin yakın dönem Dünya Fuarlarındaki mimari temsilini incelemeyi ve tasarım yaklaşımlarını değerlendirmeyi amaçlayan araştırma, ülkenin 21. yüzyıl içerisinde katılmış olduğu tüm Dünya Fuarlarını kapsam içine almaktadır. Bunlar; 2000 Hannover-Almanya, 2010 Şangay-Çin ve 2015 Milano-İtalya fuarlarıdır.

2. 21. YÜZYIL DÜNYA FUARLARINDA TÜRKİYE ULUSAL PAVYONLARI

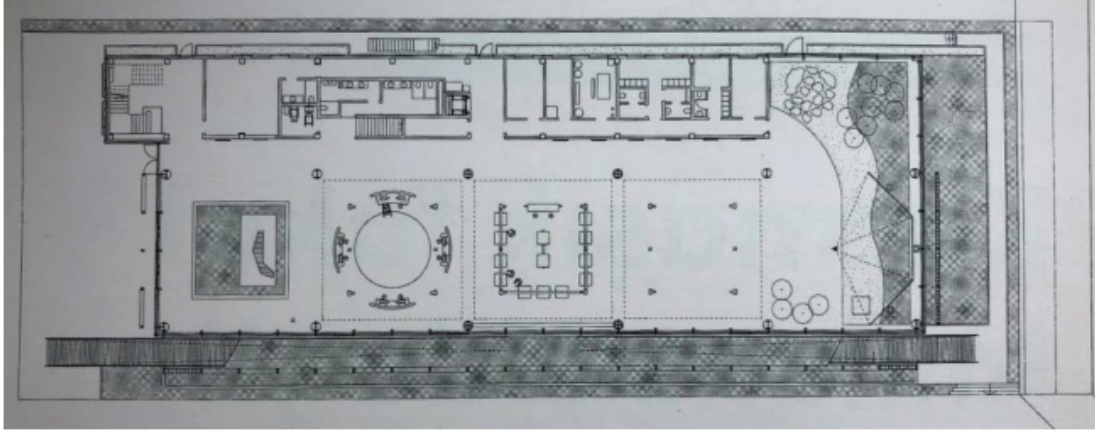
2.1 2000 Hannover Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu

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 ayrıca çeşitli teknik danışmanlar görevlendirilmiştir. Buna göre pavyonun iç mekân tasarım danışmanı Önder Küçükerman, peyzaj danışmanı Murat Pilevneli, aydınlatma danışmanı Zeki Kadirbeyoğlu'dur. Sergi tasarımı ise dDf (Dream Design Factory) firmasına aittir.



Şekil 1. 2000 Hannover Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu

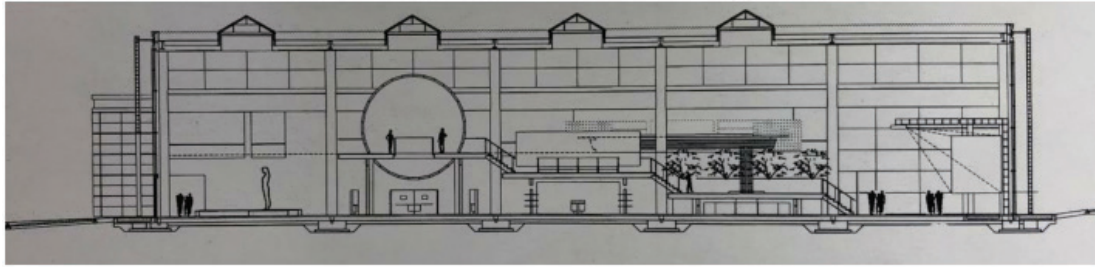
Kalıcı bir yapı olarak, fuardan sonra Türkiye'nin çok amaçlı bir salon olarak kullanılabilmesi için Alman yönetmeliklerine uygun biçimde tasarlanıp inşa edilen pavyonun arsası 2400 m², inşaat alanı ise 1943 m²'dir. Tabanlıoğlu Mimarlık tarafından hazırlanan "Hannover Expo 2000 Türkiye Pavyonu" isimli 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." (Tanju, 2000).



Şekil 2. 2000 Hannover Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Kat Planı

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 yüksekliğinde olup, 30x30cm karolajlardan oluşmaktadır.



Şekil 3. 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 turunçgiller 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 taşıyıcılı alüminyum giydirme 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 alüminyum piramitler kontrollü doğal ışık ve hareketli mekanizmalar sayesinde doğal havalandırma sağlamaktadır. Cephe ve çatıdaki kontrollü mekanizmalar sayesinde doğal havalandırma yapıldığı için 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 4. 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, turunçgil 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 (Anonim1, 2000).



Şekil 5. 2000 Fuarı Türkiye Pavyonu Uzay Kafes Küre & Akdeniz Heykeli



Şekil 6. Tarihteki ilk 'el sıkışma' figürü & Doğu ile Batı'yı bağlayan köprü

İç mekanda 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 tanıtım kitabı, mimari dergilerdeki yayınlar ve basında çıkan haberlerle 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 (Özkan, 2000).



Şekil 7. Ahşap Kafes ve Köprünün '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 (Erengezgin, 2000). 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 vardırırlar ancak mimari tasarıma ve mekânın deneyimine içselleşmemişlerdir.” Pavyonun tasarım anlayışının muğlaklığının, temsiliyetçiliğinin, yerellik ve küreselleşme ile ilgili yaratıcı bir pozisyonu bulunmamaktadır (Yazgan, 2000).

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 bıktırıcılığının farkında olmakla beraber mimarların konuya tutucu bir çağdaşlıkla yaklaştığı vurgulanmaktadır (Anonim2, 2000).

Pavyonun tanıtım metninde “doğal malzeme ve yüksek teknolojinin birlikte kullanımı” ile fuar temasının tasarımında dikkate alındığı iddia edilse de yapıdaki sergilerde ve mimaride temaya katkıda bulunacak yaratıcı bir fikir geliştirilmediği ya da insan, doğa ve teknoloji ilişkisini kuran bir proje sunulmadığı görülmektedir. Öte yandan pavyonda 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 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 ölçülü bir tutum içerisinde de olsa, tasarımda ülkeye ait geleneksel cephe motifleri ve tarihsel/kültürel imgelerin benzerleri kullanılmış, sonuçta yaratıcı bir yaklaşım geliştirilemeyerek Türk kültürüne nostaljik bakış yinelenmiştir.

2.2 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 [1].



Şekil 8. 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 resmidir.



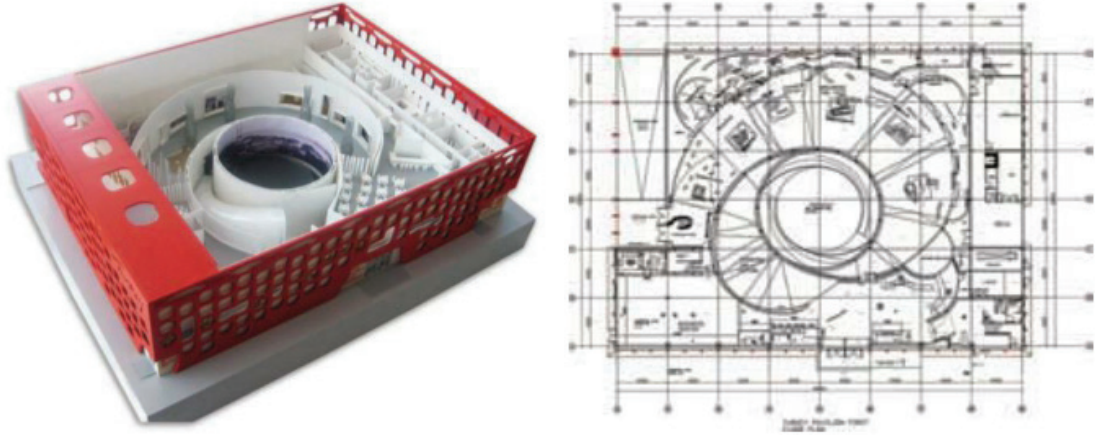
Şekil 9. 2010 Şangay Fuarı Türkiye Pavyonu Mevcut Yapı & Duvar Resmi

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 nesnelere yerel zanaatkar 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 10. 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 11. 2010 Şangay Fuarı Türkiye Pavyonu Üç Boyutlu Model ve Plan



Şekil 12. 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 13. 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 (Özsoy ve Savaş, 2010).

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 14. Kültigin 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 imparatorluğa ev sahipliği yapan Anadolu coğrafyasına ait eserler ve el sanatlarının 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. "Geçmiş" sergisinin son bölümü, Türkiye Cumhuriyeti'nin oluşumunda yaşanan iniş ve çıkışları anlatarak ülkenin öncesi ve sonrası karşılaştırmasını sunan bir film içermektedir. "Bugün" sergisinde İstanbul'un 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 ekranda izlenen bir film hazırlanmıştır. "Gelecek" sergisinde ise ülkenin geleceği, Kartal Kentsel Dönüşüm Projesi gibi bazı koruma ve dönüşüm projelerinin mimari temsilleri ile tasvir edilmiştir.



Şekil 15. 2010 Şangay Fuarı Türkiye Pavyonu Kafeterya ve Giriş Holü

Pavyonun kültür temalı çıkış bölümünde Türk kültürü hakkında detaylı bilgi vermek için ziyaretçilere atölyeler aracılığıyla "Hat" ve "Ebru" sanatları tanıtılmıştır. Ülkeye özgü eşyaların satıldığı hediyeelik eşya mağazası ile geleneksel yemekler ve canlı geleneksel Türk müziği sunulan ve kahve falı bakılan "İstanbul Cafe" pavyondaki diğer mekânlardır (Özsoy ve Savaş, 2010).

Fuar döneminde Türkiye'de gazetelerde pavyon ile ilgili yayınlanan haber ve yazılar genellikle olumlu bir üsluptadır. Özellikle pavyonun tanıtımını yaptığı 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 [2]. Mimari yayınlarda ise pavyon ile ilgili herhangi bir değerlendirmenin yer almadığı görülmektedir.

Ancak tanıtımlarda yer alan ifadelerin aksine, pavyonda fuarın teması ve alt metninden uzak bir yaklaşımla sadece tarihsel konulara odaklanılarak geleceğe yönelik bir öneri ya da proje sunulmamıştır. Anadolu'nun barındırdığı tarihi ve kültürel zenginlikleri tanıtmayı amaçlayan yapının sadece bir tarihsel referansa dayandırılarak kurgulanması üzerinde yeterince düşünülmemiş bir tasarım ortaya çıkmasına neden olmuştur. Üstelik ortaya çıkan ürünün tasarım ve inşai kalitesi de oldukça düşüktür.

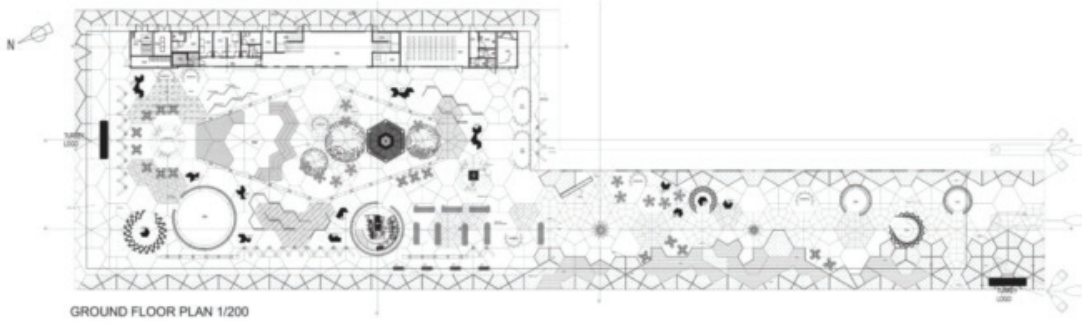
2.3 2015 Milano Dünya Fuarında Türkiye Pavyonu

2015 Milano Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Projesi, Ekonomi Bakanlığı tarafından, doğrudan URASudio (Emir Uras) ve dDf (Dream Design Factory) firmalarına hazırlanmıştır. 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 16. 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 [3].



Şekil 17. 2015 Milano Dünya Fuarı Türkiye Ulusal Pavyonu Kat Planları

Pavyon için hazırlanan resmi 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.” [4].

Yine 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.” [5].

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 18. 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 tarihi birikimin, kültürün, geleneğin ve felsefenin öğretilerinden 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 (Uludağ, 2015).

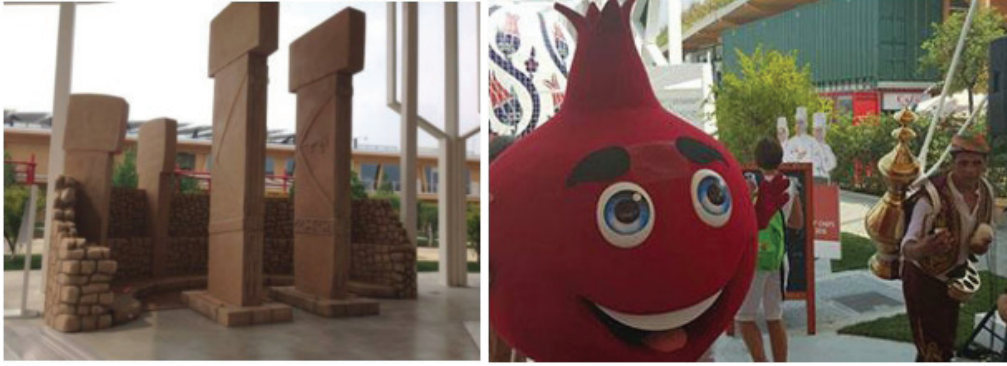


Şekil 19. İçinde Türk Kahvesi yer alan 'Türk Evi' ve 'Şadırvan'

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 pavyon 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 üretmek katkı sağlamak gibi konulara yaklaşamamış bile! (...) Üstelik gıdanın geleceği ve beslenme ile ilişkili bir politikasının var olmadığını da açık açık söylüyor Türkiye. (...)”[6].



Şekil 20. "Göbekli Tepe" Replikası ve Pavyonun Maskotu "Nar"

Fuarda geleneksel yapı vurgusunun özellikle üçüncü dünya ülkelerine ait pavyonlarda tarihselci kopyalar olarak kitsch karşılıklar bulunduğu 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 nesnelere kafa karışıklığı yaratmaktadır (Yıldırım, 2015).



Şekil 21. 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 (Erkartal, 2015).

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 fuarda farklı ve özgün bir tasarım, yeni bir keşif ve deneyim mekânı sunamamıştır (Uludağ, 2015).

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

2000 yılından günümüze kadar düzenlenmiş olan Dünya Fuarlarında Türkiye, farklı pavyon tasarımları ile temsil edilmiş olsa da sergilenen tarihi, kültürel öğeler ve sergileme konsepti genellikle benzer niteliktedir. İncelenen pavyonlar bu açıdan ülke imajının görselleştirildiği yapılar değil, genellikle turizme yönelik pazarlama etkinliklerin yapıldığı mekânlardır. Pavyonlar sadece içi doldurulması gereken yapılar olarak ele alındığı için, anlatılmak istenen asıl mesajı mimarlık aracılığıyla ziyaretçilere iletmeye yönelik kavramsal arka plana dayalı bir çalışma yapılmamıştır.

Türkiye'nin fuar yaklaşımına göre ulusal pavyonlar; yabancıların zihninde ülkeye dair var olan öğeleri tekrarlayarak ülke ve toplum hakkında olumlu imaj çizmeye çalışan sergi yapılarıdır. Ancak günümüzde Dünya Fuarlarındaki beklenti bu yapıların cesur, ilgi çekici, şaşırtıcı, farklı deneyimler sunan etkileşimli ortamlar olarak kurgulanmalarıdır. Türk Pavyonlarının tasarımındaki bu problemlilik çıkış noktası ülkenin uluslararası ortamda; imaj geliştirmeye yönelik bir tanıtım değeri olmayan, dikkat çekmeyen ve sıradan yapılarla temsil edilmesine yol açmaktadır. Bu nedenle 2000 Hannover Türkiye Pavyonunda olduğu gibi mimari tasarım açısından belirli bir kaliteye sahip yapılar bile fuar bağlamında değerlendirildiğinde çağın ruhunu yansıtmakta yetersiz kalmaktadır.

Bu duruma ülkenin, dünyadaki güncel sorunlara ve geleceğe yönelik proje üretmeye yatkın olmayan kültürel geçmişinin sebep olduğu düşünülebilir. Kültürel ürünler olarak birçok mesaj barındıran ulusal pavyonlar, Türkiye'nin, kendi görmek istediği hâliyle kendisini yani kimliğini Batıya doğrudan sunduğu materyallerdir. Bu anlamda ulusal pavyonlar, bilinçaltında Batı karşısında uzun zamandır duyulan yenilgi, eksiklik duygularına karşı bir meydan okuma olarak da değerlendirilebilirler. Bu nedenle pavyon tasarımı konusunda risk alınmadığı ve her katılımda içerik olarak daha önce denemiş yani alışıldık olanın tekrar edildiği iddia edilebilir.

Öte yandan, Türk pavyonlarında ülkenin temsili ile ilgili de aynı çelişki gözlemlenmektedir: Türkiye bir yandan Doğu ülkesi olmadığını ispat etmeye çalışırken Doğu'yu çağrıştıran sergi elemanları ve motifleri kullanarak Batılıların gözünde var olan Doğu kimliğini her seferinde baştan yaratmaktadır.

Ülkenin fuar katılımlarında gözlemlenen bu sorunların çözümü için; ülke imajını geliştirmeye yönelik güncel bir kurgu yapılması, bu kurgunun parçası olarak sergileme sürecine katılacak bir mimari bakış açısı geliştirilmesi, böylece içerik ve dış kabuk olarak uyumlu mesajlar ileten pavyon tasarımları elde edilmesi atılabilecek ilk adımlar olacaktır.

4. KAYNAKÇA

Anonim1, (Tabanlıoğlu Mimarlık ve Danışmanlık). 2000. İnsanlık İçin Evrensel Bir Cümle, Domus, 6, 116-125.

Anonim2. 2000. Hannover 2000'de Türkiye, XXI, 3, 94-95.

Erengözgin, Ç. 2000. Expo 2000'den Ahşap Manzaraları, Arkitekt, 482, 16-33.

Erkartal, P.Ö. 2015. Mimarlık Aktarmalı Dünya Seyahati: Expo 2015, Tasarım Dergisi, 256, 68-72.

Yazgan, K. 2000. Mimari Tasarımda "Küreselleşme ve Yereli Tekrar Düşünmek", Ege Mimarlık, 48, 11-13.

Özkan, S. 2000. Hannover Expo 2000 Bitti mi?, Arredamento Mimarlık, 132, 52-57.

Özsoy, S., ve Savaş, A. 2010. Expo Shanghai 2010, Better City Better Life, Miki Press, Ankara.

Tanju, B. 2000. Hannover Expo 2000 Türkiye Pavyonu, Ofset Yapımevi, İstanbul.

Uludağ, Z. 2015. "Yaşam İçin Enerji" Serüveninde Mimarlık: Milano Expo 2015 Fuarı, Mimarlık Dergisi, 385, 34-36.

Yıldırım, Y. 2015. Expo'nun Düşündürdükleri, Arredamento Mimarlık Dergisi, 294, 132-144.

İNTERNET KAYNAKLARI

[1] https://archnet.org/sites/15570/media_contents/112325

[2] <https://www.haberler.com/turkiye-2010-sanghay-expo-da-kultigin-ile-boy-haberi/>

[3] http://www.ddf.com.tr/haber/haberdetay/259-expo_milano_2015_turkey_pavilion.html

[4] <http://www.gazetevatan.com/bayragimizi-gormeden-iste-bu-turkiye-pavyonu-diyecekler--785208-ekonomi/>

[5] <http://www.turkeyexpo2015.com/turkiye-pavyonu.html>

[6] <https://xxi.com.tr/i/expo-2015-gidanin-gelecegine-soyleyecek-sozu-olan-bir-adim-one-ciksin>