

**KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

MİMARLIK ANABİLİM DALI

**BANKA YAPILARINDA CEPHE KURGUSU ÜZERİNE BİR İNCELEME:
TRABZON MERKEZ ŞUBELERİ ÖRNEĞİ**

Mimar Şükran AYMELEK

**Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsünde
“Yüksek Mimar“
Ünvanı Verilmesi İçin Kabul Edilen Tezdir.**

**Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 08.06.2006
Tezin Savunma Tarihi : 29.06.2006**

**Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. İlkey ÖZDEMİR
Jüri Üyesi : Prof. Dr. Ayşe SAĞSÖZ
Jüri Üyesi : Prof. Dr. Gülay USTA**

Enstitü Müdürü: Prof. Dr. Emin Zeki Başkent

Trabzon 2006

ÖNSÖZ

Bu çalışma KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programında yapılmıştır.

“Banka Yapılarında Cephe Kurgusu: Trabzon Örneği” adlı bu çalışma ile banka yapılarında cephe kurgusunu belirleyen ve bankaların içinde buldukları rekabet ortamında kendilerini ifade etmek için tercih ettikleri kriterler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Her şeyden önce tez danışmanlığımı yaparak yardımlarını ve desteğini gece-gündüz demeden esirgemeyen değerli hocam Yrd. Doç. Dr. İlkay ÖZDEMİR’e, kaynak bulma konusundaki yardımlarından dolayı KTÜ Kütüphane Şube Eski Müdürü Ali Cumhur ÖZBAY ağabeyime, çalışmamın en sıkıntılı anlarında yol gösterici olarak yardımını esirgemeyen arkadaşım Fatih ŞAHİN’e, çalışmamın tamamlanabilmesi için görüşmelerde bulunduğum ve birçok önemli bilgiye ulaşmamı sağlayan tüm banka şube müdürleri ve çalışanlarına verdikleri bilgiler ve ikram ettikleri çaylar için, her türlü desteği ve yardımını her an yanımda hissettiğim çok sevdiğim dostum Melek KURAL’a , eğitim hayatıma başladığım ilk günden bugüne kadar en büyük yardımcım ve hayat kaynağım olan aileme ve yaşattığım tüm sıkıntıları hoşgörülle karşılamayı bilen ve her türlü yardımını benden esirgemeyen çok sevgili eşim Hakan YÜKSEKDAĞ’a teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Şükran AYMELEK

Trabzon, 2006

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
ÖNSÖZ.....	II
İÇİNDEKİLER.....	III
ÖZET.....	V
SUMMARY.....	VI
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	VII
TABLolar DİZİNİ.....	XI
1. GENEL BİLGİLER.....	1
1.1. Giriş.....	1
1.2. Sorunun Belirlenmesi.....	2
2. YAPILAN ÇALIŞMALAR.....	3
2.1. Bankacılığın Tarihsel Gelişimi.....	3
2.1.1 Dünya Tarihinde Bankacılık.....	3
2.1.1.1. Dünya'daki Banka Binalarının Mimari Açısından Tarihsel Gelişimi.....	5
2.1.2. Türkiye'de Bankacılık.....	11
2.1.2.1. Türkiye'de Banka Binalarının Mimari Açısından Tarihsel Gelişimi.....	14
2.1.2.2. Türkiye'deki Bankaların Bankacılık açısından Tarihsel Gelişimi.....	30
2.1.3. Trabzon'da Bankacılık Tarihi.....	35
2.1.3.1. Trabzon'daki Banka Yapılarının Tarihçesi.....	36
2.2. Bankacılık ve Banka Yapılarının Tasarımı.....	47
2.2.1. Bankacılığın Tanımı ve Bankacılık İşlemleri.....	47
2.2.2. Banka Yapısı Tasarımında Etkili Olan Faktörler/ Etkenler.....	42
2.2.2.1. Yer Seçimi / Çevresel Etkenler.....	42
2.2.2.2. Görevsellik.....	44
2.2.2.3. Güvenlik / Mahremiyet.....	44
2.2.2.4. Kullanıcı Gereksinimleri.....	45
2.2.2.5. Kurumsal Kimlik.....	45
2.2.2.6. Strüktürel Tasarım İlkeleri.....	46
2.3. Banka Yapılarında Görsel Kimlik ve Cephe Kurgusu.....	47

2.3.1.	Banka Yapılarında Görsel Kimlik.....	47
2.3.1.1.	Kimlik.....	47
2.3.1.2.	Kurumsal Kimlik ve Öğeleri.....	48
2.3.1.2.1.	Kurum Felsefesi.....	50
2.3.1.2.2.	Kurumsal Tasarım ve Öğeleri.....	51
2.3.1.2.3.	Kurumsal İletişim.....	54
2.3.1.2.4.	Kurumsal Davranış.....	54
2.3.2.	Banka Cephelerinde Görsel Kimlik ve Görsel Kimliği Etkileyen Faktörler.....	54
2.3.2.1.	Banka Cephelerinde Görsel Kimlik.....	55
2.3.2.2.	Banka Cephelerinde Görsel Kimliği Etkileyen Faktörler.....	57
2.3.3.	Görsel Kimliğin Oluşumunda Etkili Olan Cephe Kurgusu ve Algılama.....	67
2.3.3.1.	Algılama Kavramı.....	67
2.3.3.2.	Algılama Konusunda Kuramsal Yaklaşımlar.....	68
2.3.3.3.	Temel Tasar İlkeleri ve Cephede Kullanımı.....	71
2.4.	Uygulanan Yöntem.....	85
2.4.1.	Yöntem ve Teknik.....	85
2.4.1.1.	Veri Toplama.....	85
2.4.1.2.	Saptama.....	86
2.4.1.2.1.	İrdelenecek Yapılara Ait Kimlik Kartlarının Hazırlanması.....	87
3.	BULGULAR	108
3.1.	Cephe Kurgusunun Temel Tasar İlkeleri Açısından Analizi.....	108
3.2.	Cephe Kurgusunun Mimari Bileşenler Açısından Analizi.....	108
4.	İRDELEME.....	112
4.1.	Karşılaştırmalı İrdeme.....	135
5.	SONUÇLAR.....	140
6.	KAYNAKLAR.....	142
7.	EKLER.....	147
ÖZGEÇMİŞ		

ÖZET

Bankalar, ekonomi ile direk ilişkili bir o kadarda halkla iç içe kuruluşlardır. Kuruldukları günden bu güne dev adımlarla gelen bankacılık sektöründeki anlayış değişimi, banka yapılarının işlevsel çözümlerine ve cephelerine de yansımış durumdadır. Her banka kendi kimliği ile kullanıcılarına hizmet verme ve diğer bankalardan üstün olduğu imajını oluşturmak istemektedir. Kullanıcılara sunulan konfor ve görsellik artık bankaların vazgeçilemez unsurları olmuştur.

Bu çalışmada banka yapılarının cephe kurgusu değerlendirilmeye çalışılmıştır. Araştırma alanı olarak Trabzon'daki merkez şubeler seçilmiştir. Son yıllarda kent merkezlerinin karakterini belirleyen banka yapıları, ilerleyen teknoloji olanakları ve rekabet anlayışındaki hızlı değişimle birlikte cephe tasarımlarında önemli değişimler yaşamaktadırlar.

Birinci bölümde, problem tanıtılmakta, konunun öneminden bahsedilmektedir.

İkinci bölümde, bankacılık, banka yapıları ve gelişimleri hakkında bilgi verilecek, banka yapılarının tasarımlarını etkileyen kriterler açıklanmakta, banka yapılarında görsel kimlik, algı, cephe algısı kavramları yer almakta ve araştırmanın yöntem ve teknikleri açıklanmaktadır

Üçüncü bölümde, yapılan çalışmalar sonucu elde edilen bulgular yer almaktadır.

Dördüncü bölümde, elde edilen bilgiler irdelenmektedir.

Beşinci bölümde, çalışmanın sonucu yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler : Banka Yapıları, Banka Cepheleri, Görsel Kimlik, Algılama

SUMMARY

A Research on Facade Installations in Bank Buildings; Centre Departments Case in Trabzon

The banks are institutions which are related to economy directly and also are within the community. Understanding change in banking sector came with big steps from their established day today has reflected to functional solutions of bank buildings and their facades too. Every bank wants to service their users with own identity and to make up image that is superior from other banks. Comfor and visuality served to users has been essential elements of banks.

In this study, facade installation of bank buildings have been evaluated. As a syudy case, centre departments in Trabzon have been choosen. Bank buildings which are determined characters of city centers in recent years have been lived important changings in facade designs with together developing technology possibilities and rapid changing in competition understanding.

In chapter one, problem has been introduced and mentioned importance of subject.

In chapter two, knowledge has been given about banking, bank buildings and their developments; criterions which effect bank buildings's designs have been explained, visual identity, perception, facade perception concepts in bank buildings have been involved and methods and technics of research have been explained.

In chapter three, the findings as a result of the studies are included.

In chapter four, knowledges which were collected have been examined.

In chapter five, the results of the study have been included.

Key Words: Bank Buildings, Bank Facades, Visual Identity, Perception

ŞEKİLLER DİZİNİ

	<u>Sayfa No</u>
Şekil 1. Bank of England, İngiltere, 1934.....	4
Şekil 2. Madras Bankası İç Mekan Görünüşü, Madras, Hindistan,1843.....	5
Şekil 3. The Ness County Banka Binası, Holland & Hopkins of Topeka, Kansas, 1885.....	5
Şekil 4. Emigrants Banka Binası, Raymond F. Almirall, New York, 1908-1912....	6
Şekil 5. Bank of London and South America, Clorindo Testa ve Sepra,Buenos Aires, 1959 – 1966.....	7
Şekil 6. Alpha Bank, Nicos Valsamakis, Atina,1985.....	7
Şekil 7. Bank of America Corporate Center, Cesar Pelli & Associates Inc, Charlotte, 1992.....	8
Şekil 8. City Bank, Rocco Sen Kee Yım, Hongkong, 1992.....	9
Şekil 9. Commerzbank Hqtrs, Foster& Partner, Frankfurt,1997.....	9
Şekil 10. Osmanlı Bankası Karaköy Şubesi.....	14
Şekil 11. Osmanlı Bankası (1926) ve Eski Vakıflar Bankası (1930), İzmir.....	15
Şekil 12. Osmanlı Bankası Merkez Şubesi ve Pencere Detayı , Giulio Mongeri, Ankara, 1926.....	16
Şekil 13. Türkiye İş Bankası Merkez Binası, Giulio Mongeri, Ankara, 1929.....	16
Şekil 14. Ziraat Bankası Genel Müdürlük Binası, Giulio Mongeri , Ankara,1929.....	18
Şekil 15. T.C. Merkez Bankası Binası, Holzmeister, Ankara, 1931.....	19
Şekil 16. Sümerbank Genel Müdürlük Binası ve Giriş, Martin Elsaesser, Ankara, 1937.....	20
Şekil 17. Yapı Kredi Bankası Bursa Şubesi, 1948.....	20
Şekil 18. İş Bankası Bursa Şubesi, 1950.....	21
Şekil 19. Türkiye Sınai Kalkınma Bankası Genel Müdürlük Binası, Metin Hepgüler, İstanbul, 1972.....	22
Şekil 20. Akbank Genel Müdürlük Binası, İstanbul, 1970.....	23
Şekil 21. Merkez Bankası Denizli Şubesi, 1975.....	23
Şekil 22. İş Bankası Genel Müdürlük Binası, 1972-1976.....	24
Şekil 23. Akbank Kuleleri, Sabancı Center, H. Tümay, A. Böke, İstanbul, 1982.....	25
Şekil 24. Halk Bankası Genel Müdürlüğü, Ankara, 1985-1991.....	26

Şekil 25.	Şekerbank Genel Müdürlük Binası, Oral Vural, Ankara,1987-90.....	26
Şekil 26.	Vakıflar Bankası Binası, Emre Arolat, İzmir, 1989-1991.....	27
Şekil 27	Osmanlı Bankası İdare Merkezi, (Oyakbank), 1996-1998.....	27
Şekil 28.	Pamukbank Genel Müdürlüğü, Birleşmiş Mimarlar A.Ş., İstanbul, 1990...	28
Şekil 29.	İş Bankası Kuleleri, İstanbul, 1996.....	29
Şekil 30.	Finansbank İzmir Bölge Müdürlüğü Binası, Sibel Dolakay Bozer,Boran Ekinci, İzmir, 2000.....	30
Şekil 31.	Maraş (Bankalar) Caddesi, 1973 yılındaki görünümü.....	36
Şekil 32.	Maraş (Bankalar) Caddesi, 1970'lerdeki görünümü.....	37
Şekil 33.	İş Bankası Kunduracılar Şubesi günümüzdeki görünümü, Trabzon, Yapım yılı;1928.....	38
Şekil 34.	Merkez Bankası, Günümüzdeki hali, Trabzon, Yapım yılı; 1950'ler.....	39
Şekil 35.	Merkez Bankası Trabzon Şubesi, Yapım yılı;1995.....	39
Şekil 36.	Trabzon'daki bankaların kent merkezindeki yerleşimi.....	40
Şekil 37	Halkbank, Ankara, 1993.....	43
Şekil 38.	Türkiye İş Bankası Merkez Binası, Giulio Mongeri, Ankara, 1929.....	43
Şekil 39.	Hong Kong & Shanghai Bank Kuleleri, Foster & Partner, Hong Kong, 1986.....	46
Şekil 40.	Bank of China, Ieoh Ming Pei, Hong Kong, 1983-1990.....	47
Şekil 41.	Tekil, Çoğul ve Marka Kimliği.....	48
Şekil 42.	Ziraat Bankası kurum işareti.....	53
Şekil 43.	Yapı Kredi Bankası ve Arçelik Markası'nın yazı tipleri.....	53
Şekil 44.	İş Bankası ve Akbank kuleleri, İstanbul.....	56
Şekil 45.	National Commercial Bank, Skidmore, Owing & Merrill (Som), Cidde,1984.....	56
Şekil 46.	First Bank Place, Pei Cobb Freed& Partners, Minneapolis, 1992.....	57
Şekil 47	Kuveyt Türk Bankası, Mecidiyeköy, İstanbul.....	58
Şekil 48.	Vakıflar Bankası Binası, Emre Arolat, İzmir.....	58
Şekil 49.	DGBankHqtrs,KohnPedersonFoxAssociates, Frankfurt,1993.....	59
Şekil 50.	City Bank, Rocco Sen Kee Yim, Hongkong, 1992.....	59
Şekil 51.	Yapı Kredi Bankası,ilk şube, İstanbul.....	60
Şekil 52.	Bank Europa, Mecidiyeköy Şubesi, İstanbul.....	61
Şekil 53.	Bank of America Corporate Center, Cesar Pelli & Associates Inc, Charlotte	61

Şekil 54.	Türk Ekonomi Bankası, Mecidiyeköy, İstanbul.....	62
Şekil 55.	Yapı Kredi Bankası, Şişli Şubesi, İstanbul.....	62
Şekil 56.	Ziraat Bankası Şişli Şubesi, İstanbul.....	63
Şekil 57.	Garanti Bankası Mecidiyeköy Şubesi, İstanbul.....	63
Şekil 58.	Oyakbank Trabzon Şubesi.....	64
Şekil 59.	Akbank Mecidiyeköy Şubesi, İstanbul.....	65
Şekil 60.	Yapı Kredi Bankası Mecidiyeköy Şubesi, İstanbul.....	65
Şekil 61.	Akbank, Şişli Şubesi, İstanbul.....	66
Şekil 62.	Fortis Bank, İstanbul.....	67
Şekil 63.	Gestalt ifadesi.....	69
Şekil 64.	Şekil-Zemin Anlatımı.....	70
Şekil 65.	Şekerbank Genel Müdürlük Binası,Oral Vural, 1992, Yapı Dalı Birincilik Ödülü.....	72
Şekil 66.	Adabank, Utarit İzgi, Mecidiyeköy, İstanbul, 1985.....	73
Şekil 67.	Banco de Bilbao, Saenz de Oiza Madrid, İspanya, 1981.....	74
Şekil 68.	Şekerbank, 1956.....	74
Şekil 69.	Bank of America Corporate Center, Cesar Pelli ve Yardımcıları, <u>Charlotte, U.S.A.</u> , 1992.....	75
Şekil 69.	Bank of America Corporate Center, Cesar Pelli ve Yardımcıları, <u>Charlotte, U.S.A.</u> , 1992.....	75
Şekil 60.	Ölçü Zıtlığı Headquarters of the Deutsche Bank, Frankfurt, 2003.....	76
Şekil 71.	National Farmers' Bank, Louis H. Sullivan , Owatonna, Minnesota , 1907-1908.....	77
Şekil 72.	General Bank Tower, Murphy /Jahn ve Yardımcı Mimarlar, Rotterdam, 1996.....	77
Şekil 73.	Abn-Amro Bank World Hqtrs, Pei Cobb Freed & Partners, 1999.....	78
Şekil 74.	KBC Bank Merkez Ofisi, Atelier d'Art Urbain,1994, Brüksel.....	79
Şekil 75.	Dünya Bankası Merkez Ofisi, Washington.....	83
Şekil 76.	İş Bankası Kulesi doku örneği.....	84
Şekil 77.	Doku örnekleri.....	85
Şekil 78.	Ziraat Bankası cephe detayları.....	113
Şekil 79.	Halkbank cephe detayları.....	114
Şekil 80.	Vakıfbank cephe detayları.....	115
Şekil 81.	Akbank cephe detayları.....	116

Şekil 82.	Anadolubank cephe detayları.....	117
Şekil 83.	Denizbank cephe detayları.....	118
Şekil 84.	Finansbank cephe detayları	119
Şekil 85.	Koçbank cephe detayları.....	121
Şekil 86.	Oyakbank cephe detayları.....	122
Şekil 87.	Şekerbank cephe detayları.....	123
Şekil 88.	Türk Ekonomi Bankası cephe detayları.....	124
Şekil 89.	Garanti Bankası cephe detayları.....	125
Şekil 90.	İş Bankası cephe detayları.....	126
Şekil 91.	Yapı Kredi Bankası cephe detayları.....	128
Şekil 92.	Bank Asya cephe detayları.....	129
Şekil 93.	Kuveyt Türk cephe detayları.....	130
Şekil 94.	Türkiye Finans cephe detayları.....	131
Şekil 95.	Fortis Bank cephe detayları.....	132
Şekil 96.	HSBC Bank cephe detayları.....	134
Şekil 97.	Merkez Bankası cephe detayları.....	135

TABLÖLAR DİZİNİ

	<u>Sayfa No</u>
Tablo 1. Trabzon’da yıllara göre banka sayıları.....	37
Tablo 2. Bankaların numaralandırılması.....	40
Tablo 3. Ziraat Bankası Kimlik Kartı.....	88
Tablo 4. Halkbank Kimlik Kartı.....	89
Tablo 5. Vakıfbank Kimlik Kartı.....	90
Tablo 6. Akbank Kimlik Kartı.....	91
Tablo 7. Anadolu Bank Kimlik Kartı.....	92
Tablo 8. Denizbank Kimlik Kartı.....	93
Tablo 9. Finans Bank Kimlik Kartı.....	94
Tablo 10. Koçbank Kimlik Kartı.....	95
Tablo 11. Oyakbank Kimlik Kartı.....	96
Tablo 12. Şekerbank Kimlik Kartı.....	97
Tablo 13. Türk Ekonomi Bankası Kimlik Kartı.....	98
Tablo 14. Garanti Bankası Kimlik Kartı.....	99
Tablo 15. İş Bankası Kimlik Kartı.....	100
Tablo 16. Yapı Kredi Bankası Kimlik Kartı.....	101
Tablo 17. Bank Asya Kimlik Kartı.....	102
Tablo 18. Kuveyt Türk Kimlik Kartı.....	103
Tablo 19. Türkiye Finans Kimlik Kartı.....	104
Tablo 20. Fortis Bank Kimlik Kartı.....	105
Tablo 21. HSBC Bank Kimlik Kartı.....	106
Tablo 22. Merkez Bankası Kimlik Kartı.....	107

1.GENEL BİLGİLER

1.1. Giriş

Paranın insanoğlunun hayatına girmesinden sonra bir tür para ticareti olan bankacılık M.Ö. XXXV. yy'dan bu güne kadar büyük değişimler geçirmiş ve günümüzdeki şeklini almıştır. Tapınaklarda başlayan bankacılık hizmetleri bugün yerlerini yüksek katlı, konforlu, görsel estetiği tatmin edici ve daha bir çok özelliği bulunan binalara bırakmıştır.

Bugün bilgi ve teknoloji çağının getirdiği yeniliklerle bankacılık hızla büyüyen bir sektör haline gelmiş, bu hızlı büyüme beraberinde “rekabet, değişim” gibi bazı kavramları da ortaya çıkarmıştır. Tüm kurumlar için bir zorunluluk haline gelen bu kavramlar, kurumların hayatta kalabilmelerinin adeta birer anahtarı olmuş durumdadır. Değişen koşullara, yeni teknolojiye, artık birer tüketim insanları olmuş müşterilerinin ihtiyaçlarına cevap verebilecek bir kurum olmak bir mecburiyet halini almıştır.

Varlığını sürdürmesi ve büyümesi tanınmaya, ayırt edilmeye, anlaşılmaya ve hatırlanmaya dayalı olan bu modern şirketler, bütün bu girdabın içine koşar adımlarla ilerlemektedirler. Eğer “Yeni Normal”, bireyin çağı olarak tanımlanacaksa, aynı zamanda kurumsal kişiliğin çağı olarak da tanımlanmalıdır. Rekabetçi bir işletme için isimsiz bir kurum olmaktan çıkmayı başarabilmek ve hayati bileşenlerinin bilincine nüfuz etmek- sonra da bu konumu, özgün bir kurumsal kişilik ile insanların belleğine kazımak- daha önce hiç bu kadar zor ve elzem olmamıştır.

Bu evrensel iletişim bombardımanına getirilecek olan çözüm, kurumsal iletişim sürecini bütünsel olarak yönetmekten ve net, akılda kalan ve olumlu bir kimlik tanımı ortaya koymaktan geçer. Bu ayırt edici tanım, kendisini, işletmenin asıl niteliklerini açığa çıkaran farklı bir kurumsal kimlik yoluyla - görsel ve sözlü olarak- ortaya koyacaktır. Açık, berrak bir kimlik arka planının - ya da kurumsal markanın - oluşturulması, bütün pazarlama, satış, tanıtım, halkla ilişkiler, yatırımcı ilişkileri ve iletişim gayretlerine yönelik kaldıraç etkisi yaratacaktır. Bu kaldıraç da iletişimin etkisinin ve bütün bu faaliyetler için yapılan mali harcamaların bir çarpanı gibi hareket edecektir (Uehling ve Uehling, 2005).

Daha önceleri kurumlara güven duyulabilmesi için, kurumun yöneticilerinin çalışmaları takip edilir ve kurumla özdeşleştirilirken bugün yaşanan toplumsal değişimler ve ekonomik yapı, kurumları kendi kimliklerini oluşturmaya itmiştir. Bankacılık sektörü de

kendi kişisel varlığını, hizmet anlayışındaki farklılıkları bir şekilde ortaya koyma yoluna gitmiştir. Artık kendi yapılarını gözden geçiren bankalar kendilerini nasıl ortaya koyabilir, tanıtabilir ve müşterilerini kendime nasıl çekebilirim yarışı içindedirler.

Türk bankacılık sistemi 1980'li yıllara kadar geçirdiği kapalı ekonomi döneminden sonra değişen ekonomi politikaları ile bir gelişim sürecine girmiş, bankalar çağdaş, güvenli bankacılık anlayışlarıyla kendini göstermeye başlamıştır.

Rakiplerinden daha iyi olduklarını kanıtlamak isteyen bankaların kurumsal kimlik çalışmalarının içinde görsel kimlik çalışmalarına da yeterli önemi göstermeleri ve bu konudaki yenilikleri takip etmeleri gerekmektedir. Yapılan çalışmalar bankaların cephe düzenlerinin her şehir ve bölgede aynı olması ve belirgin bir kimlik taşımasının müşterileri ve işlem yoğunluklarını arttırdığını ortaya çıkarmaktadır (Mumcu, 1996).

Bu bağlamda yapılan çalışmanın amacı Trabzon'daki banka şubelerinin kurumsal kimliğin önemli bir ögesi olan, görsel kimliği oluşturmasında etkili rol oynayan cephe uygulamalarını ele alarak bu konudaki eğilimleri ve tercihleri belirlemektir. Elde edilen bulgular Kamu Mevduat Bankaları, Özel Mevduat Bankaları, Özel Finans Kurumları, Yabancı Kaynaklı Bankalar ve Merkez Bankası kapsamında irdelenecek ve ortaya çıkan sonuçların bankaların hitap ettikleri müşteri kesimiyle ve kurumsal yapılarıyla ilişkileri değerlendirilmektedir.

1.2. Sorunun Belirlenmesi

Araştırma alanı olarak Trabzon ve Trabzon merkezindeki 20 banka yapısı belirlenmiş ve bir saptama çalışması yapılmıştır. Birinci bölümde, genel bilgiler verilecek ve sorunun öneminden bahsedilmektedir. İkinci bölümde, bankacılığın, Dünya'daki, Türkiye'deki ve Trabzon'daki tarihsel gelişimleri hakkında bilgi verilmekte, banka yapılarının tasarımlarını etkileyen kriterler ortaya konulmaktadır. Banka yapılarında görsel kimlik kavramı açıklanacak ve görsel kimliği etkileyen faktörler ele alınmakta; cephe algısı ile ilgili bilgiler verilerek temel tasarım ilkelerinin cephe tasarımına nasıl yansıtılabildiği ve çalışmanın yöntemi ve yapılan saptamalar hakkında bilgi verilmektedir. Üçüncü bölümde analizler oluşturulmaktadır. Dördüncü bölümle, elde edilen bilgiler irdelenmektedir. Son olarak da yapılan çalışmanın sonuçları verilmektedir.

2. YAPILAN ÇALIŞMALAR

2.1. Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

2.1.1. Dünya Tarihinde Bankacılık

Bankacılık hizmetleri ticaret kadar eskidir. Bankacılığın tarihçesi M.Ö. XXXV. yy.'a kadar inmektedir (Öçal ve Çolak, 1988). Bankacılık hizmetleri eski çağlarda, tapınak gibi dini yapıların çevresinde ve rahiplerin yardımıyla doğup gelişmiştir. “İlk bankaların tapınaklar, ilk bankacıların da rahipler olduğunu söylemek mümkündür. İnsanlar dokunulmazlıkları bulunan mabetlerde daima güvenlik bulmuşlar, rahipler ise toplumda itimat edilir, saygın ve sözü geçen kimseler olarak insanların dünyevi problemlerini de çözümüne uğraşmışlardır” (Tarlan, 1996,7). Halk kulübelerinde saklayamadığı kıymetli eşyaları ve toprak ürünlerini tapınaklarla kralın sarayının mahzenlerine depo eder, bir makbuz alır ve istediği zaman mallarını geri alabilirdi (Anonim, 1952). Eski Mısır'da firavunlar devrinde, Sümerler'de ve Babil İmparatorluğu'nda bankacılık faaliyetlerinin ticari ilişkilerle birlikte yürütülmüştür (Mumcu, 1996).

M.Ö. VII. yy.da ortaya çıktığı kabul edilen madeni para, banka ticaretini geliştirmiştir. Yunanistan'da ilk bankacılık bu dönemde başlar. İlk bankalar sokağa konulan birer masadan başka bir şey değildi. *Trabezites* adı verilen bankacı, masası başında oturur, her şeyden önce sarraflık yapardı (Anonim, 1952). Limanlara ve pazar yerlerine tezgah kuran Trabezites'ler daha sonra Trapeze denilen ayrı binalara yerleşmişlerdir (Tarlan, 1986).

Mısır'da Ptolemaios'lar zamanında bankacılık çok işlekti. Bunlar devlet tekeli altındaki özel kişilere veya şirketlere kiralık verilmişlerdi. Bunlar şubeleri yoluyla, vergileri toplar ve devlet hesabına ödemelerde bulunurlar, ayrıca mevduat ve para havalesi gibi işleri de yaparlardı (Anonim, 1952).

Roma'da bankacılık işleri sarraflık, mevduat ve rehin mukabili borç verme işlerinden ibaretti. M.Ö. III. yy'ın sonlarından itibaren özel bankalar ve para değiştiricilerin parasal alandaki hakimiyeti görülmektedir. Ancak bankaların faize başvurusu ve Roma İmparatorluğunun tefecilikle mücadelede yetersiz kalışı o dereceydi ki İsa peygamber, devrin bankacılarını esasıyla kovalamak zorunda kalmıştır. Roma'da ilk hıristiyanlar Roma bankacılarının buluşma yeri ve bir anlamda menkul kıymetler borsası olan Basilica'ları

şeytanın tapınağı olarak telakki ettiklerinden buraları tahrip etmişler ve ilk kiliseleri Basilica'ları yeniden düzenleyerek buralara kurmuşlardır (Tarlan, 1986).

İlkçağın gelişmiş olan bankacılığına Kavimler Göçü son vermiş, Ortaçağda ise kilise faizle para vermeyi yasaklamış, bankacılık uzun zaman sarraflığa dayalı olarak kalmıştır. Haçlı seferleri bankacılığın gelişmesine büyük bir hız vermiştir. Gelişen dünya ticaretiyle bankacılığın temeli ilk kez İtalya'da atılmış, Cenova'da XII. yy.da sarraflara *bancherii* (bankerler) adı verilmiştir. Bankerler çok geçmeden sarraflığa mevduat, borç verme ve havale işlerini katmışlardır. Yabancı büyük şehirlerde şubeler açmışlar, küçük şehirlere ise komisyoncular göndermişlerdir.

Amerika'nın keşfi üzerine dünya ticaretiyle birlikte bankacılığın ağırlıklı noktası da Akdeniz'den Atlantik kıyılarına geçmiştir. Gümüş para çoğalmış, poliçeleri ilk defa bu devirde Cenova bankerleri ciro etmeye başlamıştır. Fakat özel bankaların sık iflas ve suiistimalleri devlet ve belediye bankalarının kurulmasını sonuçlandırmıştır. İlk devlet bankası 1587'de Venedik'te kurulmuştur (Anonim, 1952).

XVII. yy.da büyük bir değişme olmuştur. Amerika'dan bol miktarda altın gelmesi, Avrupa'daki paraların çeşitliliği ve ayarlarının bozuk olması usullerin daha modern bir şekle sokulmasını gerekli kılmış, bu arada kilise de faizle ödünç verme işini yumuşatmıştır. Venedik'te kurulan devlet bankasından sonra 1609'da Amsterdam'da, 1619'da Hamburg'da kurulan bankalar da ilk belediye bankaları oldular. Değişim esas olarak İngiltere'de başladı. Kuyumcular özel sermayenin kendilerine ödünç verdikleri mevduatlarla senetler düzenlemişler ve bu senetlerin tamamlatıcısı olarak 'çek'ler ortaya çıkmıştır (Anonim, 1981). Ancak kuyumculara pek güvenilmediği için ilk büyük devlet emisyon bankası olan Bank of England'ın 1694'te kurulması bankacılık tarihi açısından bir dönüm noktası olmuştur (Anonim, 1952).

XIX. yy.ın ortalarında. Endüstri ve ticaretin gittikçe artan para ihtiyaçlarını karşılamak için kredi bankaları kuruldu. Bunlar ulusal topraklarda olduğu kadar dış ülkelerde de faaliyet gösteriyorlardı.

Bankaların günümüzdeki konumunu Reed ve Gill (1989) şu şekilde açıklamaktadırlar; bankalar iktisadi ve ticari hayatta vazgeçilmez kurumlar haline gelmişlerdir. Çünkü bankalar hem fonksiyonlarını arttırarak iktisadi hayata çeşitli tarzlarda katkılarını sürdürmekte, hem şube sayılarını çoğaltarak hizmetlerini yaygınlaştırmakta hemde ihtisaslaşarak hizmet kalitelerini yükseltmektedirler. Son yıllarda bankacılık çok geniş ve uluslar arası bir hal almıştır. İşletmeler için muhasebe hizmetleri, factoring,

leasing, eurodollar piyasalarına katılma kredi kart ve gizli kasa hizmetleri gibi pek çok yenilik sayesinde bankacılık çok genişlemiştir (Ayarlıoğlu, 1998).

2.1.1.1. Dünya'daki Banka Binalarının Mimari Açıdan Tarihsel Gelişimi

İlk banka binalarının tapınaklar olması bazı kaygılardan kaynaklanıyordu.. Paranın saklanması için her zaman güvenli ve sağlam yapılara ihtiyaç duyuldu. Bu da banka binalarının diğer binalardan ayrılan bir özelliğini ortaya koymuş oldu. Daha sonraları saraylar ve prens konutları bankaya dönüştürüldü. Ortaçağda özel bankaların ilk binalarını görölmektedir (Şekil 1).

19. yy ikinci yarısı- 20.yy başları arasında klasik yapılanma devam etmiştir. Bu klasik yapılanma, tarihi yapı stiline ve taklidi olarak sürmüştür; Yunan mabetlerini andıran sütunlu binalar ve iç mekanda kubbeli geniş salonların bulunduğu binalar (Şekil 2, 3, 4).



Şekil 1. Bank of England, İngiltere, 1934



Şekil 2. Madras Bankası İç Mekan Görünüşü, Madras, Hindistan, 1843



Şekil 3. The Ness County Bank Binası, Holland & Hopkins of Topeka, Kansas, 1885



Şekil 4. Emigrants Banka Binası, Raymond F. Almirall,
New York, 1908-1912

20.yy başından itibaren tüm elemanların en basit ve sade halleriyle kullanımıyla ileri bir adım atılmıştır. 20’li ve 30’lu yıllarda para işleri ve enflasyonun düzensizliği nedeniyle banka binalarına neredeyse hiç yenilik gelmemiştir.

50’li yıllarda banka binaları modern mimarinin yeni dili ve prensipleriyle yapılmaya başlandı. Yüksek değerde iyi malzeme ve iyi detay çözümü söz konusuydu ve biçimsellik yayılmaya başlamıştı. Bu arada basit ve tekrarlanır cepheli binalar çoğalmaya başladı.

60’lı yıllarda banka binaları insandan kopuk, katı, güçlü görünümlü, büyük boşlukları olan binalardı (Şekil 5).

70’li yıllara kadar banka binalarında malzemenin gösterişli olması, etkileyiciliği öncelikli iken, sonraları yüksek kaliteli uzun süre dayanabilen ve kolayca işlenebilen malzeme önem kazanmıştır (Mumcu, 1996), (Şekil 6).



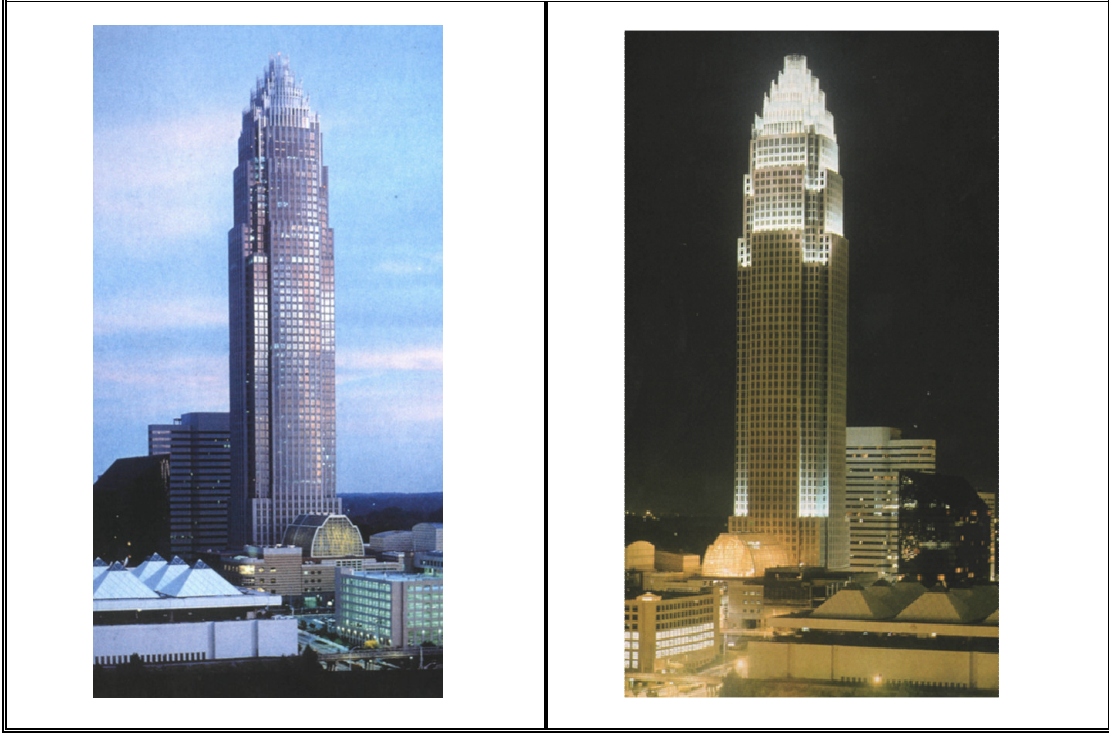
Şekil 5. Bank of London and South America, Clorindo Testa ve Sepra, Buenos Aires, 1959 – 1966



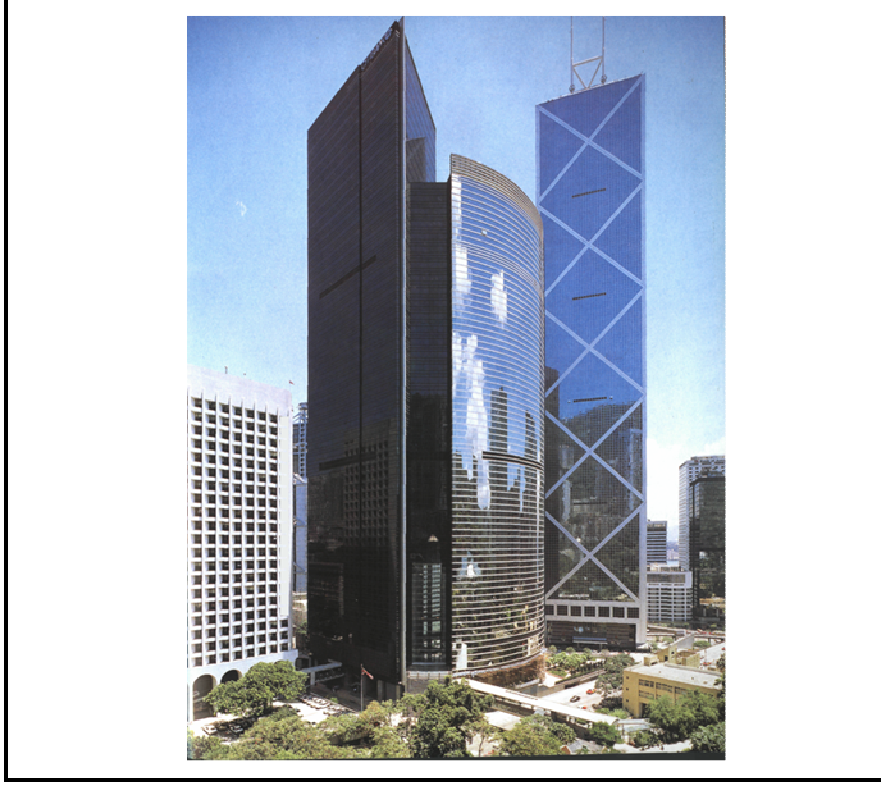
Şekil 6. Alpha Bank, Nicos Valsamakis, Atina, 1985

Son yıllarda ise banka binaları bankalar için bir prestij yarışı haline gelmiş genel merkez ofisleri için çağdaş, teknoloji ürünü, bankanın kimliğini yansıtan binalar tasarlanmaya başlanmıştır. Özellikle Amerika'daki banka binalarının genel merkezleri oldukça ihtişamlıdır. Şube bankacılığının olmaması şehir merkezlerinde çevreyle daha uyumlu şube ve acentelerin yer almasını sağlamıştır. Avrupa'da ise uyumlu ve ölçülü yeni yapılar tasarlanmakta ve ayrıca tarihi dokuya da sadık kalınmaktadır. İngiltere de ise dört büyük bankanın ve bir çok şubenin mekan anlayışlarında ağırbaşlılık hakim olmaktadır (Mumcu, 1996).

Tarihsel süreç içinde banka binalarının her zaman içinde buldukları dönemin mimari özelliğini yansıttığı görülmektedir. Banka binalarında prestij önceliği, güç ve paranın temsilcisi olma özelliği onun içerdiği kavramların en çabuk şekilde uygulamaya konmasına neden olmuştur (Şekil 7,8,9).



Şekil 7. Bank of America Corporate Center, Cesar Pelli & Associates Inc, Charlotte, 1992



Şekil 8. City Bank, Rocco Sen Kee Yim, Hongkong, 1992



Şekil 9. Commerzbank Hqtrs, Foster & Partners, Frankfurt, 1997

Günümüzde gereksinim duyulan mekan büyüklüleriyle doğru orantılı olarak “Genel Müdürlük” ve “Bölge Müdürlüğü” binaları inşaat alanları çok büyük ve kendileri için tasarlanmış binalarda faaliyet gösterirken, “şubeler” çoğunlukla mevcut binaların, genel olarak ta zemin katlarında ve ihtiyaç doğrultusunda bir veya birkaç katında hizmet vermektedirler (Gönençen, 1998).

2.1.2. Türkiye’de Bankacılık

Türkiye’de bankacılık tarihi iki başlıkta incelenebilir. Bunlar; Osmanlı Dönemi ve Cumhuriyet Dönemidir. Bunun için öncelikle Osmanlı tarihine bakmak gerekir. Osmanlı’lar da para konusunda Avrupa’yla benzer sıkıntıları yaşamışlardır. Devlet darphanelerinde basılmış paraların yanı sıra yabancı devletlere ait altın ve gümüş paralar tedavüldeydi. Bu durum paraların birbiriyle değiştirilebileceği bir sistemi her zaman gerekli kılmıştır. Osmanlı İmparatorluğunda bu hizmet sarraflar tarafından görülmekteydi.

Devlete ait paralar hazine-i hümayunda, tüccarların malları ve eşyaları ise sağlam yapıtlı taş bedestenlerde mevcut sandıklarda muhafaza edilirdi.

Osmanlı toplumundaki kredi taleplerinin karşılanması hususunda sarraflar bankaların fonksiyonunu üstlenmişlerdi. Edindikleri servetleri değerlendirmek isteyen askeri ve ilmiye sınıfı mensupları bunları işletmek üzere sarraflara verir veya mudabere yoluyla ticarete yatırırlardı (Tarlan, 1986). “Öte yandan Osmanlı vakıflarının bazıları doğrudan paranın işletilmesiyle uğraşmaktaydı. Dini nitelikleri ağır basan bu kurumların para ticareti yoluyla varlıklarını koruyabilmiş olmaları paranın işletilmesine bir ölçüde meşruiyet kazandırmıştır. Yine de yükselme genişleme ve hatta duraklama dönemi de dahil olmak üzere Osmanlı ekonomisinde yatırım, üretim, ticaret hatta tüketim amaçlı kredi veren ve faiz esasına dayanan mali kuruluşlara ihtiyaç hissedilmemesi üretim ve ticaretin üç kıtada devam etmesi hayli çarpıcıdır” (Tarlan, 1986, 54).

Osmanlı hazinesinin para bakımından sıkıntıya düşmesi nispetinde nüfus ve itibar kazanan sarraflar Galata civarında bulunmaları nedeniyle bir süre sonra Galata Bankerleri olarak adlandırılmaya başladılar.

“1839 yılında ilk Osmanlı kağıt parası çıkarıldı. Ancak bu paranın değerini muhafazada yaşanan güçlükler üzerine hükümet anlaştığı iki bankerin 1847 yılında İstanbul Bankası’nı (Banque de Constantinople) kurmasına yardım eder” (Yazgan, 11-12, 1969).

1856 yılında kurulan Bank-ı Osmani (Ottoman Bank) Osmanlı Devletinde faaliyete geçen ikinci bankadır.1863 yılında Bank-ı Osmanii Şahane adını alarak emisyon bankası olma vasfını kazanır. İngilizlerin kurduğu Ottoman Bank'a karşı, Fransızlar 1858'de Banque de Turquie'yi kurmayı başarırlar. 1863 yılında ise İngiliz ve Fransız ortaklığı olarak "Osmanlı Bankası" kurulur. "Osmanlı Bankası'nın esas misyonu kendisini kuran ve işleten Avrupa finans kapitalinin menfaatlerine öncelik vermesidir. Bu durumda bankayı kuranlar ve işletenlerin düşünce ve amaçlarının kendi açılarından uygun olduğunu kabul etmek gerekirse de oluşturdukları Osmanlı finans rantlarının bir küçük kısmını dahi Osmanlı Devleti ile paylaşmamış olmaları, onlara atfedilecek bir "insafsızlık" da değildir. 1932'de Merkez Bankası'nın kurulması ile bir kenara çekilip yabancı banka olarak faaliyetlerini sürdürmüştür" (Kazgan, 2000, Önsöz).

1863 yılında çiftçilere tarımsal kredi verilmesi amacıyla Memleket Sandıkları kurulmuş, zamanla ihtiyaçları karşılamakta zorlanan bu kuruluşun adı "Menafi Sandıkları" olarak değiştirilmiş ve en son olarak ta 1888 yılında tarımsal krediyi devlet denetimine alacak "Ziraat Bankası" kurulmuştur (Anonim, 1998).

Devletin dış borçlarını ödeyemeyecek duruma gelmesi üzerine 1881 yılında Duyunu Umumiye İdaresi kuruldu ve bu durum ülkede yabancı sermayeli birçok bankanın kurulmasını teşvik etmiş oldu (Yazgan, 1969).

1923 yılında İzmir İktisat Kongresinde ekonomik gelişme için ulusal bankaya olan ihtiyaç dile getirildi. Özel kesimin kaynaklarının yetersiz oluşu bunun devlet eliyle olmasını gerekli kılıyordu. Bu doğrultuda 1924 yılında "İş Bankası" kuruldu (Karataş, 2003).

Sanayi grubunun ihtiyaçlarına cevap verebilmek için 1925 yılında "Sınai ve Maadin Bankası" kuruldu. Bu banka 1933 yılında "Sümerbank"'a devredildi. 1927 yılında konut kredisi verilmek amacıyla "Emlak ve Eytam Bankası" kurulmuştur. Banka 1946 yılında "Emlak ve Kredi Bankasına" dönüştürülmüştür. Cumhuriyet döneminde atılan en önemli adımlardan birisi 1930 yılında "T.C. Merkez Bankası"'nın kurulmuş olmasıdır (Bolay, 1991).

Sümerbank (1933), Belediyeler Bankası (1933), Etibank (1935), Denizbank (1937) ve Halk Bankası ve Halk Sandıkları (1938) sanayi planında yer alan işletmelerin kurulması, işletilmesi ve finansman ihtiyacının sağlanması amacıyla devlet tarafından özel amaçlı banka statüsüyle kurulmuştur (Bolay, 1991).

1945-1959 yılları arasında yatırımların modern işletmelerin, milli gelir ve nüfusun hızla artması, şehirlerin büyümesi, sanayi sektörünün milli gelirden daha çok pay almaya başlaması, piyasa için üretimin genişlemesi ekonomide para ve kredi ihtiyaçlarının artmasına neden olmuştur. Bu dönemde özel bankacılık hızla önem kazanmıştır. Yapı Kredi Bankası (1944), Garanti Bankası (1946), Akbank (1948), Pamukbank (1955) ve Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası (1950) bu dönemde kurulmuştur (URL-1, 2005).

1960 ve 1980 yılları arasını kapsayan planlı dönemde bankacılık sektörü önemli ölçüde devlet kontrolü ve etkisi altında kalmıştır. Bankaların temel işlevi, kalkınma planlarında yer alan yatırımların finansmanlarının sağlanması olarak tanımlanmıştır (URL-1, 2005)

Planlı dönemde kurulan kalkınma bankaları T.C. Turizm Bankası (1962), Sınai Yatırım ve Kredi Bankası (1963), Devlet Yatırım Bankası (1964), Türkiye Maden Bankası (1968) ve Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası (1964), bu dönemde kurulan ticaret bankaları ise Amerikan-Türk Dış Ticaret Bankası (1964) ve Arap-Türk Bankası (1977)'dir (Bolay, 1991).

Son yıllarda Türk bankacılık sistemi mevzuattaki ve kurumsal yapıdaki değişikliklerde daha dışa açık ve daha rekabetçi bir ortamda hizmet sunarak ürün ve hizmet bazında önemli değişimler sağlamıştır. Elektronik bankacılık, ATM'ler, EFTPOS sistemi, tüketici kredileri, otomasyon, kredi kartları ev ve ofis bankacılığı uygulanmaya başlanmıştır (Cömert ve Kıvanç, 1999).

Bankaları en çok uygulanan şekliyle şu şekilde sınıflandırabiliriz (Durer, 1988)

- Sermaye Kaynaklarına Göre Bankalar
 - Özel Sermaye İle Kurulmuş Bankalar
 - Devlet Sermayesi İle Kurulmuş Bankalar
 - Karma Sermayeli Bankalar
- Milliyetine Göre Bankalar
 - Milli Sermaye İle Kurulan Bankalar
 - Yabancı Bankalar
- Hukuki Kuruluş Şekline Göre Bankalar
 - Bireysel Girişim Şeklinde Kurulmuş Bankalar
 - Sermaye Şirketleri Şeklindeki Bankalar
 - Özel Yasalarla Kurulan Bankalar
- Şube Sayısına Göre Bankalar

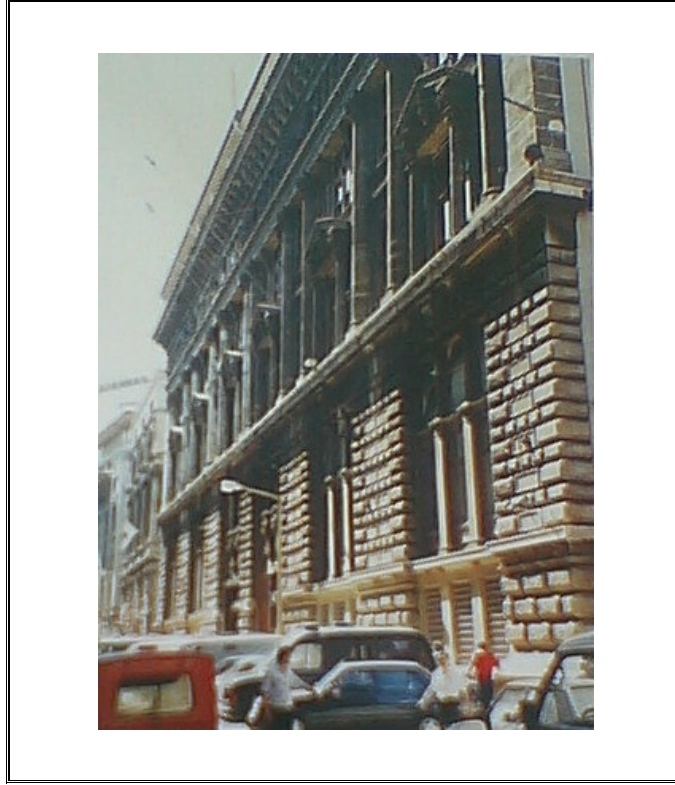
- Tek Şubeli Bankalar
- Çok Şubeli Bankalar
- Kredi Vadelerine Göre Bankalar
 - Kısa Vadeli Kredi Açan Bankalar
 - Orta ve Uzun Vadeli Kredi Açan Bankalar
- Organizasyon Yapısına Göre
 - Tek Şubeli Bankalar
 - Çok Şubeli Bankalar
 - Grup Bankaları
 - Zincirleme Bankacılık
 - Holding Bankacılığı
- Faaliyet Konularına Göre Bankalar
 - Merkez Bankaları (Emisyon Bankaları)
 - Yatırım ve Kalkınma Bankaları
 - İpotek ve Emlak Bankaları
 - Ziraat Bankaları
 - Halk Bankaları
 - Dış Ticaret Bankaları
 - Ticaret Bankaları

2.1.2.1. Türkiye’de Banka Binalarının Mimari Açından Tarihsel Gelişimi

Türk mimarlık tarihinde banka yapıları ilk olarak Osmanlı’da ortaya çıkmaya başlamıştır. Osmanlı’da ise banka yapılarının bankacılığın gelişimiyle birlikte yani 19. yüzyılda örnekleri görülmeye başlanmıştır denilebilir. Sarraflık ve bankerlik faaliyetlerinin olduğu Galata ve Karaköy semtleri dönemin bankacılık merkezleriydi. Osmanlı Bankası’nın kurulmasıyla banka binaları da kendilerini göstermeye başlamıştır.

“Bu dönemde 18. yüzyılın barok ve rokoko etkileri yerlerini önceleri neo- klasik üsluba bırakmış, sonra rönesans, barok tekrarı ve 1860 dan başlayarak ta seçmeci tutum, özellikle başkentteki Osmanlı mimarlığını geleneksel değerlerden giderek uzaklaştırmıştır. Türkiye’de yaşayan gayrimüslim mimarların egemen olduğu mimarlık ortamı yüzyılın son yıllarında Avrupa’dan getirilen mimarlarca da paylaşılmıştır” (Aslanoğlu , 1980).

1892 yılında Alexandre Vallaury tarafından tasarlanan Osmanlı Bankası aşırı süslü ve neo-klasik cephesiyle dönemin simgelerinden biridir. Tüm dünyada uygulanan geniş salon ve sütun örneklerini yine burada da uygulamıştır (Şekil 10).



Şekil 10. Osmanlı Bankası Karaköy Şubesi

Bu döneme örnek olarak, bugün Yapı Kredi Bankası tarafından kullanılan Deutsche Orient Bank binası, T.C. Ziraat Bankası Cağaloğlu şubesi ile Sümerbank binası verilebilir. Ancak bankacılık sektöründeki değişimle birlikte bu yapıların iç mekanlarında özgünlüğü bozan değişikliklere gidilmek zorunda kalmıştır (Genç, 2001).

Ziraat Bankası'nın 1863'te kuruması ve Anadolu'nun birlikte her bölgesine ulaşma çabaları banka mimarisinin büyük kentler dışına da yayılmasını sağlamıştır (Hazar, 1986).

Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte bankalar da faaliyetlerini başkentte yoğunlaştırmışlardır. Özellikle Osmanlı Bankası, Türkiye İş Bankası ve Ziraat Bankası binaları bu dönemin yani I. Ulusal Mimarlık Döneminin en belirgin özelliklerini yansıtmaktadırlar (Genç, 2001,39). Bu özellikler girişlere özel bir önem verilmesi, mermer

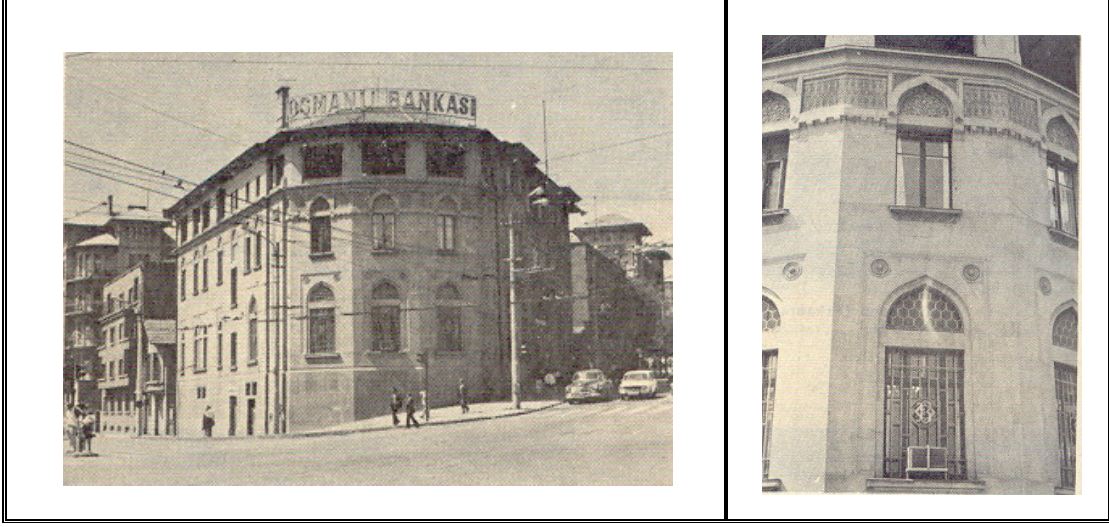
sütunlar, çini panolar, madeni bezemeler, çıkmalardır. Bina köşeleri de kule biçiminde yükseltilerek vurgulanmıştır. Bu dönemde özel önemi olan cephe tasarımından sonra plan tasarımına geçilmektedir (Gönençen, 1998), (Şekil 11).



Şekil 11. Osmanlı Bankası (1926) ve Eski Vakıflar Bankası (1930), İzmir

1926 yılında Giulio Mongeri tarafından tasarlanan Osmanlı Bankası Merkez Şubesi ulusal mimarlık alanında yapılmış olan ilk binadır. Giriş, köşede değil, yan cephededir. Yapının yalnız giriş cephesi simetriktir. Tüm öğeler simetri aksının iki yanına sıralanmıştır. Diğer cepheler ise gerisinde barındırdığı işleve göre şekillenmiştir. Cephe malzemesi olarak taraklanmış taş seçilen yapıda Osmanlı mimarlığının pencere düzenleri ve cephe süslemeleri görülmektedir (Aslanoğlu , 1980), (Şekil 12).

Mongeri tarafından 1929 yılında tasarlanan Türkiye İş Bankası Merkez Binası'nda giriş hem yuvarlatılmış köşeden hem de yan cephededir. Cephede hem batı hem de Osmanlı mimarlığının etkileri görülmektedir. Yapı rönesans üslubunda zemin, üst üç kat ve en üst kat olarak üç bölüme ayrılmıştır (Aslanoğlu , 1980), (Şekil 13).



Şekil 12. Osmanlı Bankası Merkez Şubesi ve Pencere Detayı, Giulio Mongeri, Ankara, 1926



Şekil 13. Türkiye İş Bankası Merkez Binası, Giulio Mongeri, Ankara, 1929

1929 yılında yapılan Ziraat Bankası Genel Müdürlük Binası da Mongeri'nin tasarımıdır. İlk ulusal mimarlık döneminin karakteristik yapılarından olan banka binasında köşe kuleleri, cephede dikey girintiler, geniş saçaklar farklı türde kemerli pencereler, Osmanlı ve Selçuklu'da kullanılan süsleme motifleri kullanılarak dönemin özellikleri yansıtılmıştır (Aslanoğlu , 1980), (Şekil 14).



Şekil 14. Ziraat Bankası Genel Müdürlük Binası, Giulio Mongeri , Ankara,1929

Geniş mermer kaplamalı holler, yüksek tavanlar, kemerler, ayna ve kristal camlar, renkli vitray cam ve çini süslemeler gibi ayrı özelliklere ve estetik güzelliklere sahip Genel Müdürlük Binası , Ankara'nın karakteristiğini çizen sayılı sembollerinden birisi olmuştur (URL-2, 2006).

30'lu yıllarda ulusal mimarlık döneminin etkisinin azalmasıyla birlikte yapılarıdaki karakteristik özelliklerde farklılık göstermeye başladılar (Genç, 2001). Yaşanan ekonomik krizle birlikte yerel bankalar ortadan kalkmaya başlamış ve dönemin bankacılık sektörü devlet bankalarının kontrolüne girmiştir. Bu dönemde yapılar hangi amaca hizmet edeceklerse, buna göre biçimlendirilmeye başlanmışlardır. Cephelerdeki yoğun bezemeler kaldırılarak yerine yalın cepheler tercih edilmiştir. Betonarme iskelet sistemi giderek yoğun kullanılmaya başlanmış ve kübik kütle anlayışı, geniş cam cepheler, serbest bir tasarım, düz çatılar tasarımlara egemen olmaya başlamıştır (Gönençen, 1998).

Holzmeister' in 1931 yılında tasarladığı T.C. Merkez Bankası Binası bu farklılığa en iyi örneklerden biridir. Cephede simetrik düzen, anıtsal giriş, taş kaplama dış yüzeylerin yanında aynı büyüklükteki yalın pencere dizileri de görülmektedir (Aslanoğlu , 1980), (Şekil 15).



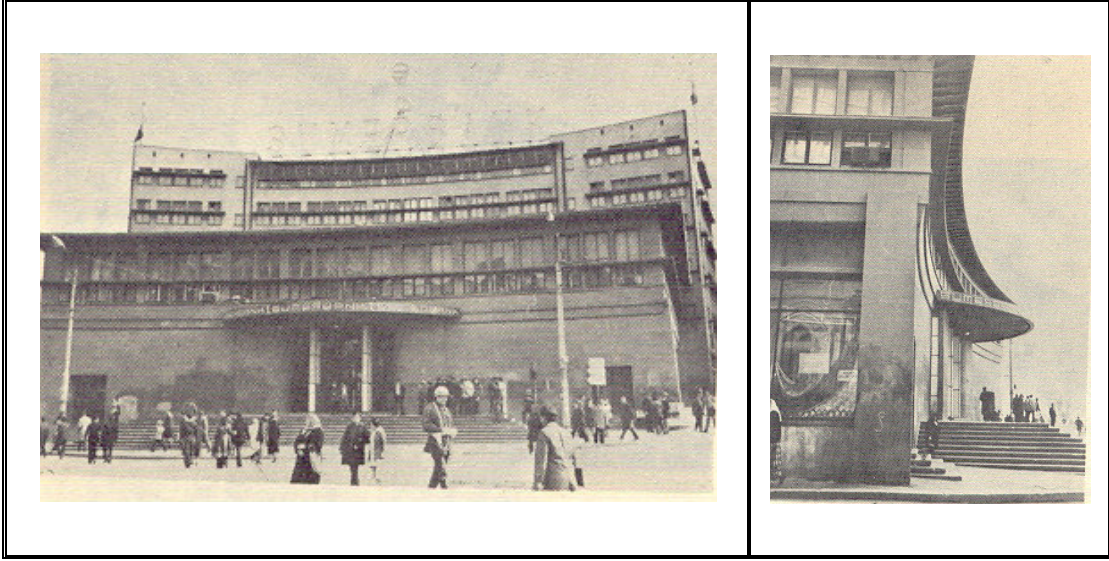
Şekil 15. T.C. Merkez Bankası Binası, Holzmeister, Ankara, 1931

1937 yılında Martin Elsaesser'in tasarladığı Sümerbank Genel Müdürlük Binası ise uluslararası mimarlık ilkeleri izleri taşımaktadır. Bina eliptik bir giriş holüne göre simetrik tasarlanmıştır. Tek, üçlü ve dördü olarak yerleştirilen pencerelerin ortalarındaki gölgelikler yüzeylerde gölge-ışık etkileri yaratmaktadır. Uluslar arası yaklaşımın yanında, alçak bloğun geniş saçakları daha sonraki yılların ikinci ulusal mimarlık akımını hatırlatmaktadır (Aslanoğlu , 1980), (Şekil 6).

50'li yıllardan itibaren mimarlıkta devingen bir döneme girilmiştir. Birçok farklı tutum aynı anda gelişim göstermeye başlamıştır. Bunlar, Rasyonalist- Pürist Anlayış, Brütalist Anlayış, Bağımsız Biçim Arayışları, Geleneksel Mimarlık Değerlerinin Yeniden Yorumlanması olarak sıralanabilir (Gönençen, 1998).

1948 yılında, Emin Onat tarafından tasarlanan Yapı Kredi Bankası Bursa Şubesi'nde kullanılan malzemeler ve yapının genel karakteri açısından bir sadelik, sakin bir üslup söz

konusudur. “Betonarme yapıda taşıyıcı kolonlar cepheye yansıtılarak aralarda kalan boşluklar pencere olarak değerlendirilmiştir. Pencereler beton pervazlarla çevrelenmiş ve cepheye pencere boşluk oranlarıyla ritm kazandırılmıştır. Cephe kısmen taraklı kısmen düz olan suni taş sıva ile kaplanmış ve geniş saçaklarla yapı tamamlanmıştır” (Anonim, 1949, 97-99), (Şekil 17).



Şekil 16. Sümerbank Genel Müdürlük Binası ve Giriş, Martin Elsaesser, Ankara, 1937



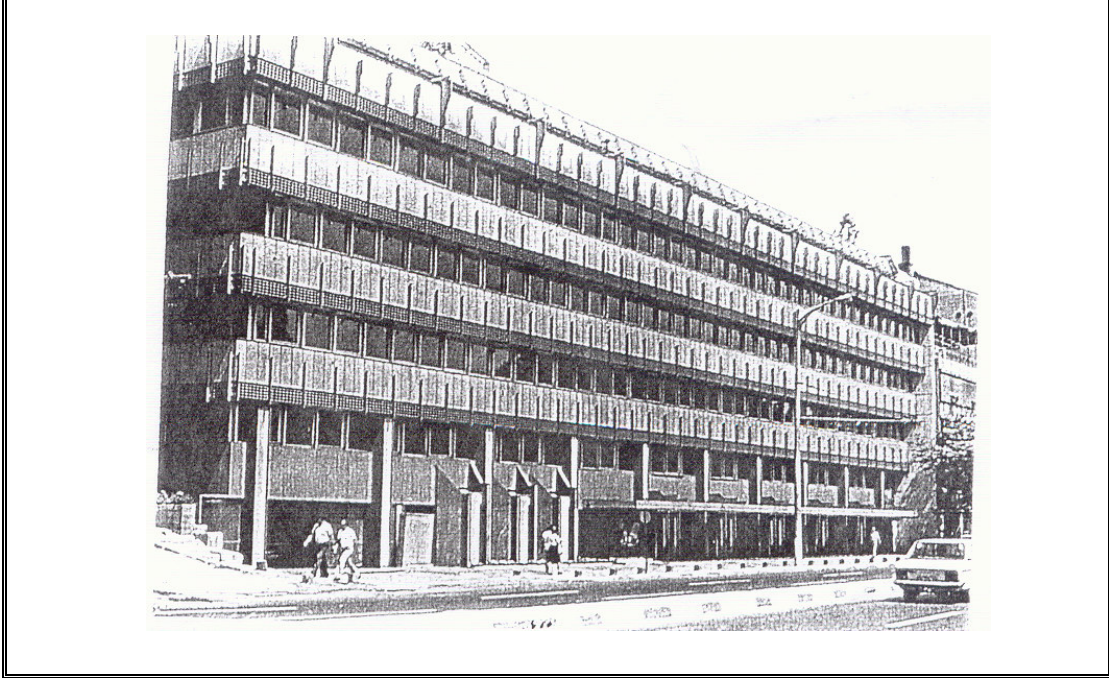
Şekil 17. Yapı Kredi Bankası Bursa Şubesi, 1948

İş Bankası Bursa Şubesi 1950 yılında inşa edilmiştir. Tasarım Arif Hikmet Holtay'a aittir. Binanın üst katları lojman olarak kullanılmaktadır. Cephe düzeninde lojman katları da işyeri görüntüsünde tasarlanmıştır. Yapı köşe binasıdır ancak giriş ön cepheden, zemin katın geriye çekilmesiyle oluşturulan kolonatlardan verilmektedir. Üç kat boyunca kullanılan balkon en üst katta kemerli kolonatla bitirilmiştir. Cephe kaplama malzemesi olarak taş tercih edilmiştir (Anonim, 1951), (Şekil 18).



Şekil 18. İş Bankası Bursa Şubesi, 1950

Tasarımı 1960'larda yapılan ancak 1972 yılında inşa edilen Türkiye Sınai Kalkınma Bankası Genel Müdürlük Binası'nda mermer kaplı yatay bantlar kullanılmış, batı güneşi fümeye alüminyum bantlarla gizlenen jalousilerle önlenmiştir. Yapı temel geometrik biçimleniş, büyük ölçüde cam ve alüminyum malzeme kullanımı ve modüler cephe düzeni ile Rasyonalist- Pürist anlayışın izlerini taşımaktadır (Gönençen, 1998), (Şekil 19).



Şekil 19. Türkiye Sınai Kalkınma Bankası Genel Müdürlük Binası, Metin Hepgüler, İstanbul, 1972

Akbank Genel Müdürlük Binası 1970 yılında Sedat Hakkı Eldem tarafından tasarlanmıştır. Cepheye suni taş kaplı betonarme bir strüktür hakimdir. Yapı enternasyonal mimarlık anlayışının etkisinde kalmış ve cephedeki modüler sistemi, cam- alüminyum uygulamaları ve temel geometrik düzenlemesi ile dönemin özelliklerini yansıtmaktadır (Gönençen, 1998). Binanın dıştan gece görüşünde düzenli ve aynı renkte bir ışık paylaşımının sağlanılmasına çalışılmıştır. Büyük büroların bu şekilde aydınlatılmaları Türkiye’de ilk defa uygulanmıştır (Eldem, 1971), (Şekil20).

1975 yılında Cengiz Bektaş tarafından tasarlanan yapıda iklim ve güneşlenme özellikleri tasarıma yol gösterici olmuştur. Yapı birinci kattan itibaren geri çekilmiş ve kolonlarla taşınan döşemeler sayesinde derin gölgeler oluşturulmuş. Kullanılan suni taş parapetlerle yatay etkisi artırılmıştır. Yapının ortasındaki atrium doğal havalandırmayı sağlamaktadır. Yapı yapıldığı yıllarda etkisini gösteren yerel-bölgesel şartların enternasyonal tekniklerle yorumlanması akımından etkilenmiştir (Gönençen, 1998), (Şekil 21).



Şekil 20. Akbank Genel Müdürlük Binası, İstanbul, 1970



Şekil 21. Merkez Bankası Denizli Şubesi, 1975

1972-1976 yılları arasında inşa edilen İş Bankası Genel Müdürlük Binası dönemin brütalist anlayışının etkilerini taşımaktadır. Brüt beton olarak yapılan yapı içeride taşıdığı

fonksiyonları dışa yansıtmaktadır. Cephede hiç dik açı kullanılmaması dikkat çekicidir. Türkiye’de ekspresyonist anlayışın tek örneği kabul edilebilir (Şekil 22).



Şekil 22. İş Bankası Genel Müdürlük Binası, 1972-1976

80’li yıllarda mimarlarımız dışa açılma imkanına sahip olmuş ve dış kaynaklı yapı malzeme ve elemanlarından yararlanmaya başlamışlardır. Alüminyum cephe kaplama elemanları, plastik esaslı şeffaf ve yarı şeffaf örtü elemanları, reflektif cam, renkli cam ve birçok yapı elemanı kolaylıkla ülkeye getirilebilmiştir. Bu değişiklik banka binalarında da kendini göstermeye başlamış, teknolojik ürünlerin banka binalarında prestij sağlama amaçlı kullanımı artmaya başlamıştır. Özellikle büyük şehirlerdeki güç gösterisi yarışı gökdelenlerin sayısının sürekli artmasına, ana kütle dışında kompleksler halinde inşa edilmesine yol açmıştır.

1982 yılında tasarlanan Akbank kulesi, yerel kimlik kaygısı duymayan , uluslar arası kimlik çabası içinde olan yapılardan biridir. Çelik konstrüksiyon teknolojisinin en son yeniliklerinin bir arada kullanıldığı yapı, yeni gelecek teknolojilere de açık bir alt yapıya sahiptir. Cephesinde Türkiye’de ilk kez uygulanan yarı panel sistemi kullanılmıştır (Tümay ve Böke, 1994), (Şekil 23).



Şekil 23. Akbank Kuleleri, Sabancı Center, H. Tümay, A. Böke, İstanbul, 1982

Bugün Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı olarak kullanılan Halk Bankası Genel Müdürlüğü Binası 1985-1991 yılları arasında inşa edilmiştir. Ankara'nın girişlerinden birinde konumlandırılan yapının simgesel bir özellik taşıması amaçlanmıştır. Yapıdaki oyulmuş biçim ve bunu çevreleyen strüktürel elemanlar kapı imgesi oluşturmaktadırlar. Yapı geleneksel mimarinin biçim ve süslemelerinden esinlenerek postmodernist bir anlayışla tasarlanmıştır (Şekil 24).

Farklı bir tasarım yapma çabası görülen Şekerbank Genel Müdürlük Binasında cephede farklı açılardaki cam yüzeylerle boşaltma yapılmış ve görsel amaçlı tasarımı tamamlayıcı nitelikteki çelik makasla bina bitirilmiştir (Şekil 25).

Arolat Mimarlık'ın tasarımı olan Vakıflar Bankası Ege Bölge Müdürlüğü klasik mimari kompozisyonları çağrıştıran cephe düzeni, biçimsel ve figüratif elemanlar ve örüntüleri içeren detaylardan oluşmaktadır (Usta ve Usta, 1994). Yapıda Post-Modern anlayışın ortaya koyduğu kolaj nitelikli eklektizm ve imaj kavramları belirgin özelliklerdir. Tekrar yoluyla oluşturulan simetrik bir ön cephe ve bu simetriyi bozan bir köşe

düzenlemesinden oluşmaktadır. Cephede tarihsel elemanlara atıfta bulunulmuştur (Gönençen, 1998), (Şekil 26).



Şekil 24. Halk Bankası Genel Müdürlüğü, Ankara, 1985-1991

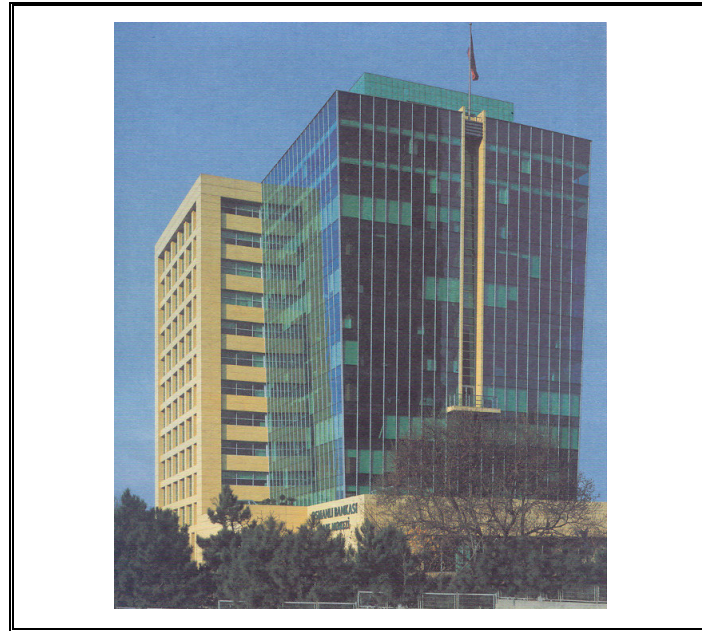


Şekil 25. Şekerbank Genel Müdürlük Binası, Oral Vural, Ankara, 1987-90



Şekil 26. Vakıflar Bankası Binası, Emre Arolat, İzmir, 1989-1991

Osmanlı Bankası İdare Merkezi, 1996-1998 yılları arasında iki aşamalı olarak inşa edilmiştir. Yapı bugün Oyakbank tarafından kullanılmaktadır. Çağdaş bir tasarım örneği olan yapı, kübik biçimde tasarlanmış ve giydirme cephe kaplanmıştır (Şekil 27).



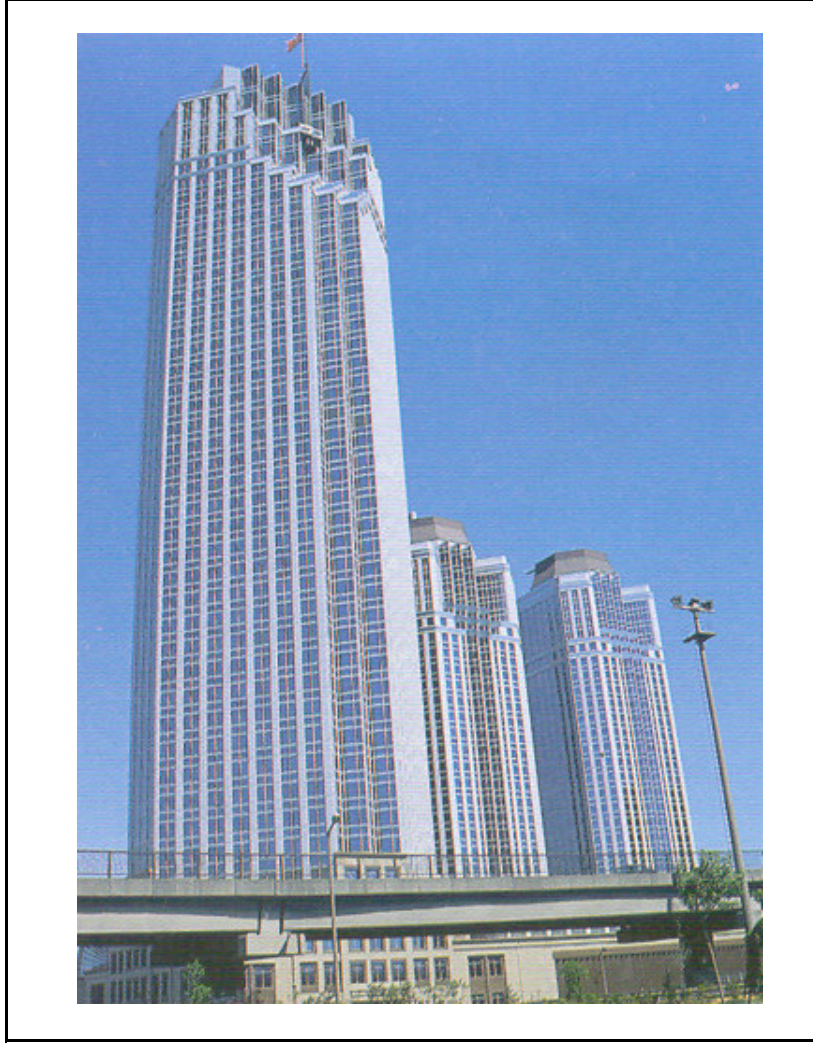
Şekil 27. Osmanlı Bankası İdare Merkezi (Oyakbank), 1996-1998

Pamukbank Genel Müdürlüğü mevcut bir banka müdürlüğü binasıdır. İşlevsel ihtiyacı karşılayabilmek için ilave edilen iki kat, yapıya “Genç Pamukbank” sloganını da yansıtacak şekilde modern yöntemlerle uyumlandırılmıştır. Son iki katta, duvar pencere düzeni devam ettirilmiş, renkli alüminyum ve reflektif cam kullanılmıştır. Tekdüzelikten kaçınmak için, plastik biçim ve farklı renk arayışlarıyla etkin ve simgesel oluşumlar gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Yeni biçimler oluşturulurken banka amblemindeki pamuk kozasından yola çıkılmış, cephe mimarisinin etkin unsuru olarak kullanılmıştır. İlave kısmın mevcut yapıya bağlantısı cephe boyasında oluşturulan bir gölge ile kuvvetlendirilmeye çalışılmıştır (Anonim, 1993), (Şekil 28).



Şekil 28. Pamukbank Genel Müdürlüğü, Birleşmiş Mimarlar A.Ş., İstanbul, 1990

1996 yılında Tepe İnşaat tarafından inşa edilmeye başlanılan İş Bankası Kompleksi, üç binadan oluşmaktadır. Akıllı bina olarak tasarlanan kuleler, dikdörtgen bir tablanın üstünde yükselmektedirler. Kulelerden en büyüğü Türkiye'nin en yüksek kulesi unvanına sahiptir. Yapı giydirme cephe kaplanmıştır (Şekil 29).



Şekil 29. İş Bankası Kuleleri, İstanbul, 1996

2000 yılında tasarlanan Finansbank İzmir Bölge Müdürlüğü Binası, cephe ifadesinde, işleve paralel olarak net, yalın ve güçlü bir anlayışla biçimlenmiş olup, estetik ve teknik çözümlerin birlikte ele alındığı ayrıntılarla üretilmiştir. Yapı, planlama ilkesi gereği yan binalara dayanmış sağır yüzeylere servis ve kapalı büro birimlerini, araya da açık büro birimlerini yerleştirerek tek bir hacimde çözülmüştür. Ön cephede taş kaplama çerçeve boyunca yapıyı oluşturan üç farklı program dışarıya yansıtılmıştır: giriş ve asma katın yüksekliği boyunca düz camdan oluşan bir cephe, çıkma hattını kullanarak büro hatları boyunca dışarı taşan ve yatay çizgilerle bölünmüş yeşil camlar kaplı giydirme cephe ve

çerçevenin altında boşaltılarak geri çekilmiş yemekhane terası mevcuttur (Anonim, 2005, 75-78), (Şekil 30).



Şekil 30. Finansbank İzmir Bölge Müdürlüğü Binası, Sibel Dolakay Bozer, Boran Ekinci, İzmir, 2000

2.1.2.2. Türkiye'deki Bankaların Bankacılık Açısından Tarihsel Gelişimi

Türkiye'deki bankaların tarihsel gelişimleri verilirken tüm bankaların tarihsel gelişimleri çok kapsamlı olması nedeniyle burada sadece çalışma alanı içindeki bankaların tarihsel gelişimlerine yer verilmiştir. Bankalar Kamu Mevduat Bankaları, Özel Mevduat Bankaları, Özel Finans Kurumları ve Yabancı Kaynaklı Bankalar Olarak 4'e ayrılmıştır.

1. Kamu Mevduat Bankaları

- Ziraat Bankası

19. yy'ın ilk yarısında Osmanlı Devletinin içinde bulunduğu bunalım döneminden en fazla zarar gören çiftçileri desteklemek amacıyla kurulan Memleket Sandıkları yerini 1883'te "Menafi Sandıkları"na bırakmıştır. 15 Ağustos 1888'de Menafi Sandıkları'nın yerine işlevlerini üstlenecek modern finans kuruluşu olarak Ziraat Bankası resmen kurulmuş, o tarihte faaliyette bulunan Menafi Sandıkları da Banka şubelerine dönüştürülerek faaliyete başlamıştır (URL-2, 2005).

- Halk Bankası

1933 yılında çıkartılan Halk Bankası ve Halk Sandıkları Kanunu ile Türkiye Halk Bankasının kuruluş süreci başlamıştır. Bu Kanunla ülkemizde kurulmak istenilen mesleki küçük kredi sistemi ikili bir yapı arz eden karma bir sistem olarak düşünülmüştür. Bu sistemde küçük kredi sorununu merkezden yönetecek bir Halk Bankasının ve bu Bankanın uygun gördüğü yerlerde asli fonksiyonu üstlenecek olan Halk Sandıklarının kurulması öngörülmüştür. Sistem 1938 yılında faaliyete geçmiştir. 1938-1950 yılları arasında finansman sağladığı Halk Sandıkları kanalı ile kredi hizmetlerini yürüten banka, 1950 yılından sonra doğrudan şube açma ve kredi kullandırma yetkisi ile çalışmaya başlamıştır. 1964 yılı başından itibaren sermayesi artırılan ve aktif bir çalışma temposuna giren bankanın mevduat ve kredi hacmi giderek yükselmiştir (URL-3, 2005).

- Vakıflar Bankası

13.04.1954 tarihinde kurulmuştur. Bireysel, kurumsal, ticaret, hazine ve yatırım bankacılığı alanlarında faaliyetlerini sürdürmektedir.

2. Özel Mevduat Bankaları

- Akbank

Akbank 1948 Ocak ayında Adana'da kuruldu, 1954'te Genel Müdürlük İstanbul'a taşındı. 1960'da sigortacılığa başladı. Almanya'daki ilk temsilcilik Frankfurt'ta 1964 yılında açıldı. Akbank, faaliyetlerini, İstanbul'daki Genel Müdürlüğü ve yurt çapındaki 13 Bölge Müdürlüğü aracılığı ile sürdürmektedir. Toplam 633 şubesi olmakla beraber, Bireysel ve Kurumsal İnternet Şubeleri, Telefon Bankacılığı Şubesi, 1500'ü aşkın ATM, 136 BTM, 190.000 POS terminali ve son teknoloji kanalları kiosk, cep telefonu ve cep bilgisayarları hizmetleri de sunmaktadır (URL-4, 2005).

- Anadolubank

Anadolubank bir Habas Şirketler Grubu iştirakidir. 1997 yılında Özelleştirme İdaresi'nden satın alınarak faaliyetlerine başlamıştır. Bireysel ve kurumsal bankacılık alanlarında her türlü ürünü müşterilerinin hizmetine sunmaktadır. 1997 yılında 3 şube ile Bankacılık faaliyetlerine başlayan Anadolubank'ın şube sayısı 2005 itibari ile 52'ye yükselmiştir (URL-5, 2005).

- DenizBank

DenizBank, gelişmekte olan Türk Denizcilik Sektörüne finansman sağlamak üzere 1938'de bir devlet bankası statüsünde kurulmuştur. 1992 yılında Emlakbank çatısı altına girmiş, 1997'de Emlakbank'tan ayrılarak ayrı bir tüzel kişilik olarak özelleştirilmiştir. 1997 yılı başlarında Zorlu Grubu, DenizBank'ı Özelleştirme İdaresi'nden satın almış ve aynı yılın Eylül ayında faaliyete geçirmiştir (URL-6, 2005).

- Finansbank

26 Ekim 1987 tarihinde faaliyete geçti. İlk yılında ikisi İstanbul'da, diğerleri Ankara ve İzmir'de olmak üzere 4 şube ile kurulan Finansbank, kuruluş stratejisini "büyük şirketlere toptan bankacılık hizmetleri sunmak" olarak belirledi. Bugün yurtiçinde 216 şubesi bulunan Finansbank, toplam 10 ülkede bankacılık faaliyetlerini sürdürmektedir. 1995 yılında stratejisini gözden geçiren banka 4 şubeli ağını genişletme ve perakende bankacılık piyasasına girme kararı aldı. 2000 yılında bankanın odak noktasını kurumsal faaliyetlerden bireysel faaliyetlere kaydırıldı (URL-7, 2005).

- Koçbank

Koç Grubu, 1986 yılında Amerikan Express Bank'ın %51 hissesini satın alıp, Koç Amerikan Bankası'nın kurulmasını sağladı. 1993 yılında hisselerin % 100'nü satın alınıp bankanın adı Koçbank olarak değiştirildi. 3 yıl içinde şube sayısını 84'ten 143'e çıkarmıştır. Koçbank ticaret, bireysel ve kurumsal bankacılık alanlarında hizmet vermektedir (URL-8, 2005).

- Oyak Bank

Bank of Boston, 1990'da The First National Bank of Boston adını alarak Oyak, Alarko ve Cerrahoğlu'yla beraber 4 ortaklı bir Türk Bankası olarak faaliyetini sürdürdü. 1991'de Bankanın adı Türk Boston Bank A.Ş. olarak değişti daha sonra 1994'te Oyak diğer bütün hisseleri alarak bankanın tek sahibi oldu. 10 Mayıs 1996'da Türk Boston Bank A.Ş.'in ismi değiştirilerek Oyak Bank A.Ş. oldu. Oyak Bank A.Ş. 1996 yılına kadar sadece

kurumsal bankacılık alanında hizmet vermekteydi.1998 bireysel bankacılık alanında çalışmalar başlatıldı. Bugün Oyak Bank 308 şubesiyle hizmet vermektedir (URL-9, 2005).

- Şekerbank

Pancar Kooperatifleri Banka'sı 1954 yılında Eskişehir'de faaliyetlerine başlar ve 1956 yılında adını Şekerbank Türk Anonim Şirketi olarak değiştirir. Bireysel ve kurumsal bankacılık alanlarında hizmet vermektedir (URL-10, 2005).

- Türk Ekonomi Bankası

1927, yılında Kocaeli Bankası olarak faaliyetlerine başlamıştır.1982 yılında Türk Ekonomi Bankası adını alan TEB Ticari, Bireysel ve Özel Bankacılık işlemleri sunmaktadır. 113 şubesi ve alternatif dağıtım kanalları bulunmaktadır (URL-11, 2005).

- Garanti Bankası

1946 yılında Ankara'da kurulan Garanti Bankası, 1983'te Doğu Grubu'na katıldı. 1990 yılında ilk halka arzı gerçekleştirdi, 1993'te ise Türkiye'de ilk defa yurtdışına hisse ihracı gerçekleştiren kurum oldu. 10.000'i aşan çalışanı, yurtiçindeki 428 ve yurtdışında Lüksemburg, Malta, Kıbrıs'taki şubeleriyle; kurumsal, ticari, KOBİ ve bireysel müşterilerine çok yönlü finansal hizmetler sunuyor. 1995'te "Öğlen Açık Banka" uygulamasını, 1996'da "Cumartesi Açık Banka" uygulamasını başlatan ilk banka Garanti Bankası'dır (URL-12, 2005).

- İş Bankası

Cumhuriyet döneminin ilk ulusal bankası olan İş Bankası, Atatürk'ün talimatlarıyla İzmir Birinci İktisat Kongresi'nde alınan kararlar doğrultusunda 26 Ağustos 1924 tarihinde kuruldu. Türkiye'de tüm bankacılık işlemlerini gerçekleştirmek, sınai gelişmeyi başlatmak, ulusal tasarrufları harekete geçirmek, temel ekonomik atılımları finanse etmek ve kredi ihtiyaçlarını karşılamak, yeni kurulan bir ülke için yaşamsal önemde etkinliklerdi. I. Dünya Savaşı sonrasında dünyada pek çok alanda olduğu gibi finansal sektörde de hızlı gelişmeler kaydedilmiş, yeni teknolojiler, kriterler ve metotlar oluşturulmuştu. Ülkemiz bu yenilik ve gelişmelerden tümüyle yoksun olduğu gibi bu alanda çalışacak yetişmiş elemanı da yoktu. İş Bankası dönemin bu zor ekonomik koşulları altında çalışmalarına başladı. Bugün İş Bankası Genel Müdürlük birimleri 875 şube, 9 yurtdışı şubesi ile faaliyetlerine devam etmektedir (URL-13, 2005),

- Yapı Kredi Bankası

Yapı Kredi, 1944 yılında, Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk özel bankası olarak, Kazım Taşkent tarafından kurulmuştur. 1980'de Çukurova Holding bünyesine giren Yapı Kredi,

1980'li ve 1990'lı yıllarda, bankacılığa pek çok yeni hizmeti getirmiştir. Bankacılık dışındaki tamamlayıcı finansal hizmetleri (yatırım ürünleri, finansal kiralama, faktoring, sigortacılık) de bünyesinde tutmayı başarmıştır (URL-14, 2005).

3. Banka Statüsünü Yeni Kazanmış Özel Finans Kurumları

- Bank Asya

Asya Katılım Bankası A.Ş. özel finans kurumu olarak 24 Ekim 1996 tarihinde, Altunizade'deki Merkez Şubesi ile faaliyetlerine başlamış ve Genel Müdürlük birimleri haricinde Aralık 2005 tarihi itibariyle 72 şube ve yurt içinde 3, yurt dışında 723 muhabir banka ile faaliyetlerini sürdürmektedir. Bireysel, ticari ve kurumsal bankacılık alanlarında hizmet vermektedir. 2006 yılı itibariyle banka statüsündedir (URL-15 2006).

- Kuveyt Türk

1989 yılında İstanbul'da kurulmuş bir Özel Finans Kurumudur. Kuveyt Türk Evkaf Finans Kurumu'nun, sermayesinin %62'si Kuveyt Finans Kurumu'na (Kuwait Finance House), %9'u Kuveyt Devlet Sosyal Güvenlik Kurumu'na, %9'u İslam Kalkınma Bankası'na, %18'u Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne, %2'i de diğer ortaklara aittir. Faizsiz Finans Kurumu olarak çalışmalarına başlayan Kuveyt Türk 24.04.06 tarihinden itibaren banka statüsüne geçmiştir (URL-16, 2005).

- Türkiye Finans

Özel Finans sektörünün okulu olarak kabul edilen ve Türkiye'nin ilk finans kurumu olan Faisal Finans 1985 yılında İstanbul'da kuruldu. 2001 yılında Ülker Grubu'na geçen kurumun adı Family Finans olarak değişti. Anadolu Finans ve Family Finans, 31 Ocak 2005 tarihinde birleşti ve Türkiye Finans Katılım Bankası kurulmuş oldu (URL-17, 2005).

4. Yabancı Kaynaklı Bankalar

- HSBC Bank

HSBC Grubu adını kurucu üyesi olan The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited 'den almıştır. 2001 yılında HSBC Bank Demirbank satın alarak Trabzon'da çalışmalarına başlamıştır.

- Fortis

12 Aralık 1990 günü Hollanda'da AMEV / VSB ile Belçika'daki AG Group Avrupa'nın en büyük finans kuruluşunu oluşturmak üzere bir antlaşma imzaladı. Yeni kuruluşa Latince 'sağlam', 'güçlü', 'kararlı' anlamına gelen Fortis adı verildi.. Bankacılık faaliyetlerini banka satın alarak geliştiren Fortis, önemli hisseler ve bankalar satın alarak gücünü arttırdı. Bugün hepsi Fortis Bank ismi altında faaliyet göstermektedir. 2005 yılında

Dışbank'ın %93,3 orandaki hissesini satın alarak Türk finans sektöründe güçlü bir yer elde etti. Fortis, Bankasürans, Kurumsal Bankacılık, Leasing, Factoring, Özel Bankacılık ve Portföy Yönetimi gibi iş alanlarında ciddi çalışmalar yapmıştır (URL-18, 2005).

5. Merkez Bankası

Ulusal bir devlet bankası kurulması fikri ilk olarak Türkiye İktisat Kongresi'nde gündeme gelmiştir.1927 yılında Mustafa Kemal'e sunulan taslak onaylandı ve çeşitli yabancı merkez bankaların tüzükleri incelenmeye başlandı. İlk ciddi girişim İş Bankası'ndan geldi. Diğer ülkelerin merkez bankaları dikkate alınarak hazırlanan kanun tasarısı Mart 1930'da Bakanlar Kurulu tarafından tartışıldı ancak bu tasarı da kabul görmedi. Şükrü Saraçoğlu'nun hazırladığı tasarı 1930 sonunda meclise sevk edildi ve 11 Haziran 1930 tarihinde yasa meclisten geçerek onaylandı. Merkez Bankası 3 Ekim 1932 tarihinde Ziraat Bankası'nda faaliyete başladı (URL-19, 2006).

2.1.3. Trabzon da Bankacılık Tarihi

Trabzon'un kuruluşu M.Ö.2000 yıllarına dayanmaktadır. Erzurum'dan geçen ve İran sınırına varan, Avrupa ile Asya'yı birbirine bağlayan tarihi İpek Yolunun başlangıcında kurulmuştur

Trabzon, stratejik bir coğrafyada bulunması nedeniyle tarihsel süreç boyunca hem iç hem de dış ticarete aktif roller üstlenmiştir. İç ticarete Erzurum ve Diyarbakır İç bölgelerinin iskelesi olmuş, dış ticarete ise, İran başlangıç yolunda bulunmasından dolayı Doğu-Batı ticari ilişkilerinde köprü vazifesi görmüştür. Anadolu'dan ihraç edilen yerli ürünler (hububat, pamuk, sebze, gümüş, bakır..), Kırım ve Rusya'dan getirtilip Anadolu'ya ithal edilen mallar (kürk vs.), Asya'dan getirtilip Avrupa'ya sevk edilen mallar (ipek ve baharat ürünleri) ve Avrupa'dan getirtilip Anadolu'ya ve Asya'ya sevk edilen mallar (cam eşya, kağıt, kumaş..) Trabzon limanında el değiştirmiştir (Turan, 1986).

1750'lerden itibaren, özellikle 19. yüzyıl boyunca gelişen Avrupa Sanayi, yakın doğu ile ticari ilişkilerinin büyümesi ve ticaret hacminin artması, İran Transit Yolunun da başlangıç noktasında bulunan Doğu Karadeniz'in bu büyük ve önemli kapısı Trabzon'da ekonomik ve sosyal gelişmeye yol açmıştır (URL-20, 2006).

2.3.1. Trabzon'daki Banka Yapılarının Tarihçesi

Önemli bir ticaret merkezi olma özelliğini yüzyıllar boyunca korumuş olan Trabzon'da şube niteliğinde kurulan ilk banka 1891 yılında kurulan Osmanlı Bankası'dır. 1926 yılında Ziraat Bankası, 1928 yılında da Türkiye İş Bankası açılmıştır. Diğer şubelerin kuruluşları ise genellikle, Türkiye genelinde şubelerin artış oranlarının yüksek olduğu 1970'li yıllara rastlamaktadır (Emir, 1988).

Bankalar Caddesi olarak da anılan Maraş Caddesi'nin 50'li yıllarda bankalar kurulmaya başlamadan önce önemli bir işlevi olamayan, boş arazi ve lise yapılarının mevcut olduğu bir cadde konumunda olduğu anlaşılmaktadır. Cadde'nin eski fotoğrafları 1970'lerden sonra ortaya çıkmaya başlamış ve ancak o tarihlerde nasıl bir kurgulanma olduğu anlaşılabilmiştir (Şekil 31,32).



Şekil 31. Maraş (Bankalar) Caddesi, 1973 yılındaki görünümü



Şekil 32. Maraş (Bankalar) Caddesi, 1970'lerdeki görünümü

Kurulan bankaların yıllara göre dağılımına bakıldığında artan ve azalan şeklinde değişken bir grafik izlediğini görmekteyiz. 1986-2006 yılları arasında Trabzon'daki banka sayıları şöyledir (URL-21, 2006);

Tablo 1. Trabzon'da yıllara göre banka sayıları

Yıllar	Kamusal Sermayeli Bankalar	Özel Sermayeli Bankalar	Tas. Mevd. Sig. Fonuna Devr. Bankalar	Yabancı Kaynaklı Bankalar	Toplam
1986	45	49	-	-	94
1991	46	42	-	-	88
1992	48	31	-	-	79
1993	47	28	-	-	75
1994	47	30	-	-	77
1995	46	32	-	-	78
1996	45	37	-	-	82
1997	46	37	-	1	84
1998	45	39	-	1	85
1999	46	31	9	1	87
2000	45	33	11	1	90
2001	43	34	5	1	83
2002	29	34	2	1	66
2003	29	34	1	1	65
2004	29	34	-	1	64
2006	29	33	-	1	65

Trabzon da bankacılık tarihinin neredeyse 80 yıllık bir geçmişi olmasına rağmen bugün ayakta kalmayı başarabilen pek fazla banka binası bulunmamaktadır. Kunduracılar Caddesi'ndeki İş Bankası Şubesi kentin ayakta kalan en eski banka binasıdır ve bina sanat merkezi olarak kullanılmaktadır. Sütunlu, anıtsal giriş kapısına göre simetrik olarak tasarlanan binada cephelerde sütun kabartmaları, üçgen alınlık, kemerli ve düz dikdörtgen pencereler kullanılmış. Yunan mabetlerini andıran binada geçmişin izlerini taşıyan süslemelere de yer verilmiş (Şekil 33).



Şekil 33. İş Bankası Kunduracılar Şubesi günümüzdeki görünümü, Yapım yılı; 1928, Trabzon

Bugün Kültür ve Sanat Merkezi olarak kullanılan bina Merkez Bankası için 1950'li yıllarda, banka binası kriterlerine göre tasarlanmış. Gizliliğin ve güvenliğin esas alındığı binada bodrum kattaki kasa dairesinin güvenliğini sağlamak için 1 metre kalınlığında duvarlar inşa edilmiş (Şekil 34).



Şekil 34. Merkez Bankası, Günümüzdeki hali, Yapım yılı: 1950'ler, Trabzon



Şekil 35. Merkez Bankası Trabzon Şubesi, Yapım yılı: 1995

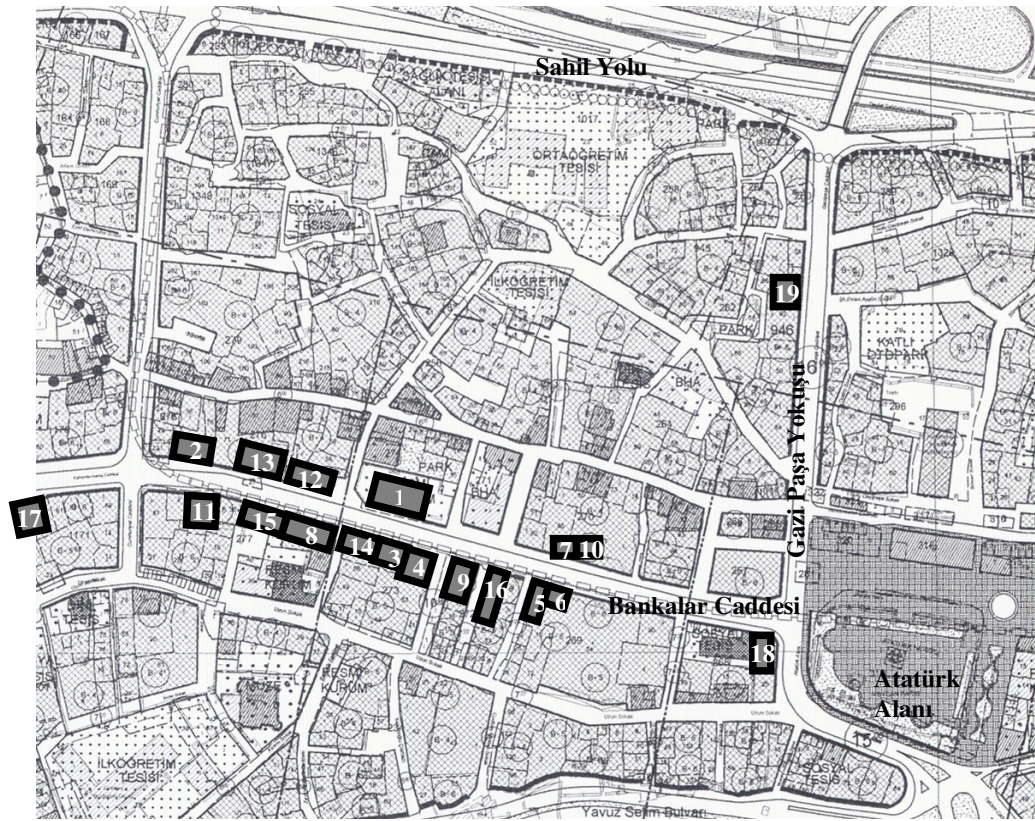
Merkez Bankası'nın açtığı yarışmayı kazanan Nesrin Yatman ve Affan Yatman tarafından tasarlanan ve 1995 yılında inşa edilen Merkez Bankası Trabzon Şubesi Trabzon'da banka mimarisi açısından taşıdığı önemden dolayı burada bahsedilmeden geçilemezdi. Konum olarak kent merkezi yerine sahil yolu gibi bir arteri seçen banka tasarımıyla da bankacılık alanında Trabzon mimarisine önemli bir yenilik getirmiştir. Tarihsel elemanlara başvurmadan, modernist bir anlayış, zengin bir mimari anlatımla tasarlanan yapı, her

cepheye farklılaşan yüzeysel ve kütleli hareketler getirmiş ve dinamik bir görüntü elde etmiş, kullanılan malzeme ve renkle de çağdaş yaklaşımını tamamlamıştır (Usta ve Usta, 92-96,1996), (Şekil 35).

Trabzon'da bankaların merkez şubeleri genel olarak Maraş Caddesinde ve kısmen Gazi Paşa Yokuşu'nda yoğunlaşmışlardır (Tablo 2), (Şekil 36).

Tablo 2. Bankaların numaralandırılması

ZİRAAT BANKASI	1	KOÇ BANK	8	YAPI VE KREDİ	14
HALK BANKASI	2	OYAK BANK	9	KUVEYT TÜRK	15
VAKIFBANK	3	ŞEKERBANK	10	TÜRKİYE FİNANS	16
AKBANK	4	T.EKONOMİ BANKASI	11	BANK ASYA	17
ANADOLU BANK	5	T.GARANTİ BANKASI	12	HSBC	18
DENİZ BANK	6	İŞ BANKASI	13	FORTİS	19
FİNANSBANK	7				



Şekil 36. Trabzon'daki bankaların kent merkezindeki yerleşimi

2.2. Bankacılık ve Banka Yapılarının Tasarımı

2.2.1. Bankacılığın Tanımı ve Bankacılık İşlemleri

Bankalar, aslında ürünleri olmayıp sadece servis hizmeti veren ticari kurumlardır. “Bir üstad bankayı para kazanmak için para satan bir müessese olarak tanımlamış.Yinede banka belli bir tarife gerek duyan bir müessese değildir. Ulusal ekonominin, kalkınmanın ve uluslar arası saygınlığın kendisiyle özdeş, çok kompleks ve ağır yükümlülükler altında olan bir müessesedir. Fert girişimlerinin aynı anda en yapıcı ve yıkıcı düzeye dönüştürüldüğü herkesçe bilinen ama bilinmediği sanılan mükemmel bir organizasyondur” (Başbuğ, 1979, 17).

Temelde bankacılık yatırım bankacılığı ve ticari bankacılık şeklinde ikiye ayrılır. Ticari bankalar mevduat toplama ve kredi verme yoluyla ticareti finanse ederler ve mevduat kabul etmelerinden dolayı yaygın bir şube ağıları vardır. Yatırım bankaları ise menkul kıymetlere yatırım yapılmasına ve şirketlerin sermaye yapılarındaki değişimlere danışmanlık ve aracılık ederler.

Verilen hizmetler ise müşteri bazında bireysel ve kurumsal olarak ikiye ayrılabilir. Kredi, mevduat, döviz alım satımı gibi bazı hizmetler hem kurumlar hem de bireylere hitap eder. Yatırım kredisi, akreditif, teminat mektubu gibi bazı ürünler sadece kurumların ihtiyaçlarını karşılamaya yöneliktir.

Bir bankanın en önemli işlevi tasarrufları üretime kanalize etmektir. Mal veya hizmet üretimi ve pazarlaması yapacak olan ekonomik birimlerin bu faaliyetleri gerçekleştirmek için finansmana ihtiyaçları vardır. Birikimleri bu yönde kullanılacak kişi ve kurumlar da vardır. Ancak bu iki grubun arasındaki bağı ve para akışını bankacılık sektörü üstlenmiştir

Bankalar kişiler arasındaki nakit akışına, ödemelere aracılık ederler. Bu hizmet ya doğrudan transfer (virman, havale, EFT, SWIFT, POS) ya da vadeli ödeme araçları (çek, senet, kredi kartı) ile gerçekleşir.

Yatırım tarafına baktığımızda, bankalar kişilerin finansal varlıklarının yönetimine aracılık ve danışmanlık yaparlar veya bunu bizzat yaparlar.

Son olarak, bankalar kişilerin sahip olduklarını nakitlerini, menkul kıymetlerini, değerli kağıt ve değerli madenlerini saklama konusunda da hizmet verirler (URL-22, 2005).

2.2.2. Banka Yapısı Tasarımında Etkili Olan Faktörler/ Etkenler

Tüm yapılarda olduğu gibi banka yapılarının da tasarımları için gerekli bir takım kriterler vardır. Banka gibi ticari işlevin önemli olduğu bir yapı için yer seçimi, görevsellik, güvenlik, kullanıcı gereksinimleri, kurumsal kimlik, ve yapının strüktürel tasarım ilkeleri tasarımın şekillenmesi ve ihtiyaçları karşılayabilmesi ve en iyi hizmeti sunabilmesi açısından önemlidir.

2.2.2.1. Yer Seçimi / Çevresel Etkenler

Ticari işlevlerin kent merkezlerinde toplandığı günümüz kentlerinde bankalar da bu yönde yerleşmiş ve kentlerin en merkezi, işlek caddelerinde yerlerini almışlardır. Ulaşım kolaylığı ve diğer ticaret alanları ile bağlantı yollarının kısalığı bu yerleşimin önemli nedenlerinden birkaçıdır. Ancak günümüzde geldiğimiz noktaya baktığımızda kent merkezlerindeki ticaretin merkez dışına kaydığını görmekteyiz. “Merkez dışına kaymanın bazı nedenleri ise şunlardır; kent merkezinde, kentin gelişmesinin talep ettiği gelişme için yeterli boş alanın olmaması, erişebilirliğin azalması, otopark sorunu, çevre kirliliği, kentin merkezi dokusunun eskimesi ve bakımsızlık vb. nedenlerle merkezdeki işlevlerin bir bölümü kendilerine uygun yeni alanlar arayarak merkezden dışa doğru yayılmaktadırlar” (Aydemir, 2004). Bu durum banka binalarını da etkilemiş, kent merkezlerinde mevcut yapılara sıkışmak zorunda kalan bankalar işlev ve ihtiyaçlarına en uygun yeri ve binayı seçme yoluna gitmişlerdir.

Bugün bankalar ulaştıkları prestijlerini binalarının görsel değeri ile bütünleştirme çabası içindedirler. Banka binaları birer prestij-güç sembolü rolünü üstlenmiş ve 3. boyutta ulaştığı yüksekliklerle ve kapladıkları geniş alanlarla buldukları kentin simgesi konumuna gelmişlerdir. Bankalar bu özellikleriyle kentliye yön gösterme vazifesini de üstlenerek birer nirengi görevi görmektedirler. Halk Bankası örneğinde yapının oyulmuş biçimi ile kapı imgesi oluşturulmaya çalışılmış, yüksek strüktürel elemanlarla yapı çevrelenerek, Ankara’ya gelişte bir şehir kapısı imajı oluşturulmaya çalışılmıştır (Şekil 37).



Şekil 37. Halkbank, Ankara, 1993

“Bir çok kuruluş, kentlerin kira, arazi vb. bedeli en yüksek, tinsel ezinci ise en fazla yerlerinde yer almıştır. Nedeni hem üyelerine hem de müşterilerine güvenilebilir olduklarını göstermektir. Ankara’daki İş Bankası Binası bunun güzel bir örneğidir. Yine bir çok kentte ana cadde ‘Bankalar Caddesi’ diye anılır” (Gür, 1985). Kent merkezinde konumlanan İş Bankası, cephesinde batı ve Osmanlı mimarlığı özelliklerini yansıtarak konumuna uygun bir tasarım yapmıştır (Şekil 38).



Şekil 38. Türkiye İş Bankası Merkez Binası, Giulio Mongeri, Ankara, 1929

2.2.2.2. Görevsellik

“Mekan öncelikle kendine düşen görevi yerine getirmeli ve kullanıcıya psikolojik açıdan güven verebilmelidir. Bu da uygun bir biçimde tasarlanıp donatılmasıyla mümkündür” (Özdemir, 1994, 8). Sadece banka binalarının değil tüm yapıların işlevsel görevlerini en uygun şekilde yerine getirmesi gerekir. Bankacılık gibi karmaşık bir sistemin hiyerarşisinin de iyi çözümlenmesi gerekir. Bankaların kent merkezlerindeki binaların zemin katlarını tercih etmeleri ve buralara adeta yerleşmeye çabalamaları bankaların fonksiyonel gereksinimleri karşılamalarında sıkıntı yaşanmasına neden olmaktadır. Banka girişleri ve girişlerin ATM ile bağlantısı, iç mekan tasarımı, bankanın hiyerarşik düzeni gibi konuların iyi çözümlenmiş olması gerekmektedir.

Banka binalarının kent merkezinde oluşları bankalara gündüz kullanımlarında büyük bir yoğunluk getirirken, gece kullanımı sıfır seviyesindedir. Tasarım aşamasında bu yoğunluk farkı göz önünde bulundurulmalıdır.

2.2.2.3. Güvenlik / Mahremiyet

Banka yapılarında güvenlik konusu öncelikli konumdadır. Müşteri memnuniyetini sağlayabilmenin koşullarından biri olarak birçok kurumdan bankalar bu özelliği ile ayrılmaktadır. Para ve değerli eşyaların saklandığı yer olan bankalarda hırsızlık gibi olaylara karşı yeterli önlemin alınması gerekmektedir. Kasa dairesi, kiralık kasa odaları, vezneler, arşivler dışarıdan müdahalelere karşı yeterli güvenlik tedbirlerine sahip olmalıdır. Bu tedbirler artık özel güvenlik şirketleri sayesinde kolayca alınabilmekte, güvenlik kameraları, kızıl ötesi dedektörler, korumalar, şifreli veya kartlı kapılar yardımıyla güvenlik sağlanabilmektedir. Bugün birçok banka ATM’den parasını çeken müşterinin güvenliğini sağlayabilmek için ATM’yi banka girişinde bir holde çözmeyi uygun görmüştür.

Güvenlik sadece maddi planda önemi olan bir kavram değildir. Banka çalışanlarının ve müşterilerin güvenliği çeşitli kazalara, yangın, elektrik kontağı, deprem gibi olaylara karşıda sağlanmalıdır. Kent merkezlerindeki mevcut binaların zemin katlarının tercih edildiği günümüzde, güvenliğe özellikle dikkat edilmesi gerekmektedir.

Daha önce zorunlu olarak tercih edilen kepenklerin yerini bugün şeffaflık, açıklık ilkelerinin söz konusu olmasıyla cam almıştır. Güvenlik nedeniyle kurşun geçirmez lamine cam kullanılmaktadır.

İsviçre de bankacılığın gelişmesinin en büyük nedenlerinden biri de güvenliğe verilen önemdir. Bu bankalarda yabancılara ait her türlü kıymetin muhafazasında önemli hizmetler verilmektedir. Ayrıca buna ek olarak ülke içinde istikrarın, emniyetin ve adaletin sağlanması, özel mülkiyet haklarının korunması da yine bankacılığın gelişmesine yardımcı faktörlerdir (Özen, 1983).

2.2.2.4. Kullanıcı Gereksinimleri

Kullanıcı gereksinimleri modern yaşantı sayesinde son yıllarda büyük değişim göstermiştir. Kalabalık şehirlerdeki zorlu yaşam şartları bugün birçok kolaylığı da mecburen beraberinde getirmiştir. Fatura ödemeleri, döviz bozdurma gibi farklı işlemlerin yanı sıra anında otomatik bankacılık ekipmanı ile para çekme, cep telefonundan kredi talebi ve para gönderme, fatura ödemeleri, kredi kartları ve birçok hizmetler bankalar tarafından sunulmaktadır. Bu durum birçok bankanın aynı amaca hizmet etmesine neden olmuş farklılıklar bu anlamda ortadan kalkmıştır.

Bankalar üzerinde bulunduğu bölgenin sosyal ve kültürel etkileri de söz konusudur. Büyük kentlerde yaşayan modern insan için görsellik, konfor, toplu yaşamın verdiği alışkanlıklar söz konusu iken daha küçük yerleşim yerlerinde bu özellikler söz konusu olmamakta, güven duygusu daha köklü kriterlere bağlanmaktadır.

2.2.2.5. Kurumsal Kimlik

Bugün bankacılık sektörünün geldiği noktaya bakıldığında, sunduğu hizmetlere her geçen gün bir yenisini ekleyen, sürekli büyüyen bir konumda olduğunu görmekteyiz. Artık bankalar çok güçlü büyük kurumlar haline gelmişlerdir.

Günümüz dünyasında küreselleşme ile yaşanan değişiklikler her türlü ürün yada hizmeti hedef kitlesine ulaştırmak isteyen kurumları zorlu bir rekabet ortamına itmiştir. Bu koşullara ayak uydurabilmek için sürekli yenilikler yaparak müşteri memnuniyetini sağlamaya çalışan bankalar bu çalışmalarını da en etkili bir şekilde de hedef kitlesine

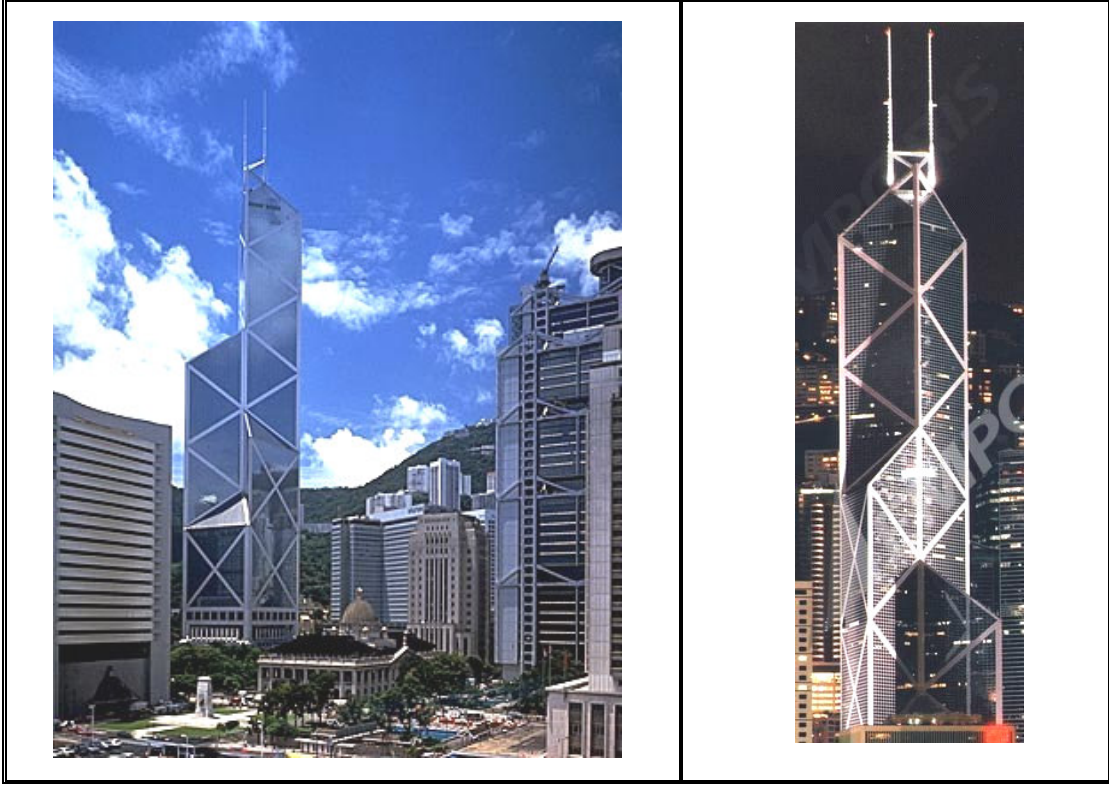
ulaştırma çabası içindedirler. Kurumsal kimlik çalışmaları, reklamlar, tanıtımlar, sanat dallarına yapılan yatırımlar, sergiler, tüm bu çabanın birer ürünüdür. Bankalar belirli aralıklarla bu imaj çalışmalarını yaparak kendilerine kazandırdıkları yeni kimliklerini müşterilerine sunmayı hedeflemektedirler. Yeni kimlik her zaman bankanın bankacılık anlayışına köklü bir değişiklik getirmemektedir. Bazı bankalar bankacılık faaliyetlerine kısmi bir değişiklik getirmeyi yada hiçbir değişiklik getirmemeyi, bazı bankalar ise tamamen farklı bir faaliyet kapsamı içine girmeyi uygun görmekte çalışmalarını bu yönde yapmaktadır. Burada görsel değerlere verilen önem artmakta, bankanın estetik değerleri daha çarpıcı ve kurumsal hale getirilmeye çalışılmaktadır. Banka binasında kullanılan renkler, malzemeler, personelin şıklığı, güler yüzü, iklimlendirme, konfor ve birçok faktör artık bankacılık sektörü ile iç içedir. Kurumsal kimlik ile ilgili kapsamlı bilgi tezin 3. bölümünde verilmiştir.

2.2.2.6. Strüktürel Tasarım İlkeleri

Bankacılık alanındaki gelişmeler ve önü alnamaz büyüme banka binalarının da giderek daha büyük metrekaarelere ve artan yüksekliklere ulaşmasına neden olmaktadır. Banka binalarının simgesel değerleri onları gökdelenlerle ifade etmeye zorlamaktadır. Bugün yüzlerce katlı binaların yapımına olanak veren teknoloji sayesinde istenilen yükseklik ve büyüklükte binalar tasarlanabilmektedir. Burada projelendirme aşamasına ve yapım aşamasına gerekli önemi vermek gerektirmektedir (Şekil 39,40).



Şekil 39. Hong Kong & Shanghai Bank Kuleleri, Foster & Partners, Hong Kong, 1986



Şekil 40. Bank of China, Ieoh Ming Pei, Hong Kong, 1983-1990

2.3. Banka Yapılarında Görsel Kimlik ve Cephe Kurgusu

2.3.1. Banka Yapılarında Görsel Kimlik

2.3.1.1. Kimlik

Kimlik kavramı tanımlandığında birey, grup ve toplum için ayrı anlamlar ifade etmektedir. Bu yüzden bu kavram için; bireysel kimlik, kolektif kimlik, ve kurumsal kimlik tanımlarını yapabiliriz (Ülker, 2001).

“Kimlik insanın “kendisini ne olarak/neye dayanarak tanımladığı” ya da “kendisini diğerlerinden ayırt eden özelliklerin neler olduğu” sorularına dayanır” (Aydın, 1998).

Kollektif kimlik geçmişe dönüktür. Bazı anılar, semboller, inançlar, töreler, değerler ve bilgilerle donanmış geçmişin mirasından yani kolektif bellekten gelir.

Kurumsal kimlik bir kurumun kendi alanındaki diğer kurumlardan farklı olan yönlerini, anlayışlarını, çalışma koşullarını ortaya koyarak kendi bünyesinde sağladığı

bütünlüğü hedef kitlesine ulaştırması ve bu konuda hedef kitlenin dikkatini çekebilmesidir. Kurumsal kimlik tekil, çoğul ve marka kimliği olarak üçe ayrılmaktadır. IBM, Sony, Türk Petrol, THY gibi dar bir alanda faaliyet gösteren şirket kimlikleri tekil kimlik, GM, Sabancı Holding, Koç Holding gibi pek çok alt şirkete sahip şirketlerin kimlikleri çoğul kimlik, Procter&Gamble, Unilever gibi, marka kimliği yapısının örnekleri ürettikleri ürünlerin kimliklerini ön planda tutan şirketlerdir (URL-23, 2006), (Şekil 41).



Şekil 41. Tekil, Çoğul ve Marka Kimliği

2.3.1.2. Kurumsal Kimlik ve Öğeleri

Aydın (1998) kurum kimliğini; “kendini, hedeflerini tanımlamış çağdaş bir kurum üzerine kurgulanan, yalnızca o kurumdan kaynaklanan, kurmaca ve yanıltıcı olmayan, kendini sürekli yeniden üretmesiyle kurumu da etkileyen, kurumun ayırıcı özelliklerini yansıtan, temel işaretleri kapsayan, değişmez, kararlı, sürdürülebilir grafik veya mekansal göstergeler sistemidir” olarak tanımlamıştır (Ülker, 2001).

Kurumsal kimliğin sözlük tanımı şöyledir: “Bir kuruluşun görsel ve fiziksel özellikleriyle kurum kültürü, kurum felsefesi gibi soyut niteliklerinin oluşturduğu kimlik. Kurumun logosu, amblemi, diğer tanıtıcı işaretleri, binalarının tasarımı, iç ve dış düzeni, reklam ve diğer iletişim etkinlikleri, tabela ve pano gibi dış cephe işaretleri, flamaları,

arabaları, çalışanlarının giysileri, tanıtım kitapçıklarında yer alan kurum felsefesi, kimliği oluşturan öğelerin yalnızca birkaçıdır (URL-23, 2006).

Kurum kimliği, bir kurumun, bir ürünün yada hizmetin adının, yaptığı işin, bu işin yapılışındaki anlayışın görsel ve beyinsel (fikir) olarak akıllarda, “başarılı/başarısız”, “olumlu/olumsuz”, “güzel/çirkin” olarak yerleşmiş şeklidir, tanımlanan kimliğidir (Ak, 1998).

Kurumsal Kimlik, bir firma-ürün-hizmetin (markanın) ismi, logosu, antetli kağıdı, taşıt araçlarının dizaynından, firma binasının genel görünümüne, iç dekorasyonuna, işçilerin kıyafetinden, elemanların davranış biçimlerine, firmanın yönetim şeklinden, işletme sis-temine, çalıştırdığı yöneticilerin kalite- sinden, üretimine, hizmet ve servis anlayışına, reklam ve halkla İlişkiler çalışmalarında kullandıkları her türlü görüntü, stil ve mesajlara kadar uzanan, stratejileri belirlenmiş, planlı, birbiri ile koordineli, uyum içinde çalışan bir güç birliği ve sistem bütünlüğüdür (Ak, 2000).

Bu sistemle firma imajını iyi, olumlu, güçlü hale getirebilir. İyi oluşturulmuş kurumsal kimlik firmanın ekonomik gücünü, performansını arttıracaktır. Bu durum müşterinin güvenini kazanmayı, ilişkilerin sürekli olarak korunmasını, böylece firmanın geleceğinin güvence altına alınmasını sağlayacak, firma çalışanları içinde kuvvetli bir 'biz' duygusunu yaratacak, bu duyguyla çalışanlar firmaları ile özdeşleşebilecek, firmaya olan bağlılıkları artacaktır. Böylece firmalar uzun dönemde stratejik olarak planlanmış amaçlara ulaşmaktadırlar (Ak, 2000).

Kurum kimliği üç ana kimlikten oluşmaktadır. Ak bunları; işletme, tanıtım ve davranış kimliği olarak belirlemiştir. İşletme kimliği,ürün, hizmet, pazarlama gibi konuları kapsayan, yönetim ve iş akışında uygulanan sistem ve standartlar ile çalışanların bu sistem içindeki davranışlarından oluşur. Tanıtım kimliği (görsel kimliği); kurum kimliğine uygun tasarlanmış görsel kimliğin reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarıyla bütünleşmesiyle oluşur. Davranış kimliği ise kurumun içindeki birimlerin birbirleriyle ve müşterilerle iletişimin nasıl olduğu ile ilgilidir.

Bu üç kimliğin birbirinden ayrı olamayacağı, ancak birbirleriyle uyum içinde olabilirlerse başarılı, güçlü iyi bir kurumsal kimliğin ortaya çıkabileceğini kurumlar gözardı etmemelidirler. Hedeflenen amacın gerçekleşebilmesi, kurumun kendisini ve felsefesini tanıtabilmesi için koordineli bir kimlik çalışması yapılmalıdır.

“Bir firmanın ismi, amblemi, satış ya da hizmet noktalarında, taşıt araçlarında, (görsel kimlik) ve tüm tanıtım çalışmalarında kullanılan biçim renk, şekil, dizayn ve stil

bütünlüğü, kimliğin diğer dokuları (işletme kimliği) ile bütünleştirilmelidir. Bu algılanan görüntü / görünüm, yapılan işi en iyi şekilde temsil edebildiği oranda başarılı olmaktadır. Bunlar bazen somut olabilmekte (logonun rengi, teslimat süreleri, belirlenmiş ödeme günleri gibi) bazen de soyut olabilmektedir (önemli nedenlerle kuruluşun yaptığı bağışlar, bazı sosyal olaylara karşı firmanın sorumluluğu, vs. gibi)” (Ak, 2000).

Yanlış bir kanı da görsel kimliğin kurumsal kimlik olarak tabir edilmesi ve iş piyasası tarafından da böyle algılanmasıydı. Ancak görsel kimlik kurumun renk, stil ve biçimlerden (amblem/logo, basılı evraklar, taşıt araçlarının dizaynı, bayraklar, dekor, afiş, broşür, basın ilanları, antetli kağıt, zarf, kartvizit...) oluşan bir “elbise” den başka bir şey değildir. Nasıl bir insanın kimliğinden bahsederken sadece giyim–kuşamı ile bir tanımlama yapamıyorsak kurumlar içinde aynı şey geçerlidir (Ak, 2000).

Bir çok banka kurumsal kimliklerini daha da güçlendirmek için bazı farklı alanlara yatırımlar yapmışlar, doğa dostu, sanata destek çalışmaları yapmışlardır. Doğa için Garanti, Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık, Aksanat bu çalışmalardan birkaçıdır.

Kurum için bir strateji konumunda olan kurum kimliği; kurum felsefesi doğrultusunda kurumsal tasarım, kurumsal iletişim ve kurumsal davranış öğelerinden oluşur.

2.3.1.2.1. Kurum Felsefesi

Felsefe kısaca “ varoluşun anlamı ve doğası üzerine bilgi araştırması, bu ve benzeri durumlar üzerine eleştireci düşünceye dayanan fikirler sistemi kurmak olarak tanımlanabilir (Şentürer, 2002).

Kurum felsefesi kurum kimliği öğelerini şekillendiren önemli bir unsurdur. Kurum bir felsefe etrafında kendini ortaya koyar ve gelişir. “Kurum felsefesi bir kuruluşun kendi hakkındaki temel düşünceleridir. Kuruluşun gelişmesi ve ortaya çıkması için kuruluş yönetimi tarafından arzulanan ve çabalanan hedef düşüncelerini ve işletme temellerini kapsar (Wolf ve Wolf, 1995).

Modern yaşamın insan hayatına getirdiği kolaylıklar beraberinde daha önce alışık olmadığı bir tüketim alışkanlığını da getirmiştir. Bu alışkanlığın oluşturduğu pazar ortamı kurumları bir rekabet ortamına çekmektedir. Her kurum kendisinin en iyi olduğunu ispatlama yarışındadır. Bu durum bir hamburgerci için söz konusuysa bir sigorta şirketi içinde söz konusudur. İşte tüm bu kurumlar kendilerini ortaya koyabilmek için bir

felsefeden yola çıkarlar ve onun etrafında gelişirler. Bu sayede sağlam temellere dayalı güçlü kuruluş imajlarını korumak isterler.

2.3.1.2.2. Kurumsal Tasarım ve Öğeleri

Kurumsal tasarım, kurumun kimliğini görsel olarak ifade etmesi ve görsel kimliğini oluşturmasıdır. Görsel kimlik, kurum kimliği ve kurum kültürünü yansıtarak bir kurumu tanıtan, sembolize eden, akıllarda yer etmesini sağlayan, öncelikle renk , şekil ve dizayn bütünlüğüdür. Görsel kimlik hedef kitleye ulaşmada en etkin yollardan birisidir.

“Bir kuruluşun, 'görsel stil'i (görsel kimliği) onun pazardaki yerini oldukça etkilemekte, kuruluşun amaçları bu tasarımlar, tutum/davranışlarla, kısaca tüm iletişim tarzı ile görünür hale getirilmektedir. Kuruluşun kimliğinde, kendisini göstermek için kullandığı isimler, logolar, şekiller, renkler ve dizaynlar, bayraklar, aynen toplumsal/sosyal hayatımızdaki bayramlar ve diğer değişik toplumsal semboller gibi, aynı amaca hizmet ederek, insanlar üzerinde bir 'aitlik hissi' oluşturmaktadır. Ve bunlar, kolektif duyguları harekete geçirmekte, onları görünür, hissedilir bir hale getirmekte, ayrıca bunlar var olan kalite standartlarının garantisi olarak da müşterilerin ve diğer hedef kitlelerin o markaya olan bağımlılıklarına katkıda bulunmaktadır (Ak, 2000).

Görsel kimlikte, görsel uyum ve bütünlük çok önemli bir unsurdur. Görsel kimlik belirli bir kavram çerçevesinde, renk ve biçim bütünlüğü içinde kurum kimliğini sembolize eder.

Kurum kimliğinin görsel bir dile çevrilmesi görsel kimliğin asıl sorunudur. Bununla görsel iletişime büyük bir anlam ve görev düşmekte, bu ise kurumsal tasarım arayıcılığıyla gerçekleştirilmektedir (Okay, 1999).

Kurumlar renk, logo, amblem, yazı ve mimari tasarım öğeleriyle diğer kurumlardan ayrılma çabası içindedirler. Amaç daha kolay tanınmak ve akılda kalıcı olabilmektir. Bunun için kurumlar üç tasarım öğesinden faydalanırlar

1) Ürün Tasarımı

Ürün Tasarımı tek bir ürünün çok farklı firmalarla piyasaya sürüldüğü günümüz koşullarında her firma kendi ürünün tercih edilirliliğini arttırmak istediğinden her geçen gün daha çok önem kazanmaktadır. Burada amaç ürünün özelliğini görselleştirmek, tüketicinin ürüne yönelmesini sağlamak, rekabet gücünü arttırmaktır.

2) İletişim Tasarımı

İletişim Tasarımı bir kurumun tüm görsel ve yazılı iletişim araçlarının tasarımıdır. Kurumun iletişim tasarımlarının tümü birbiriyle uyum içinde olmalı ki kurum içinde ortak bir tasarım oluşabilsin.

İletişim tasarımı unsurları; renk, logo ve yazı türü olarak üç başlık altında incelenebilir.

a) Kurum Rengi

Renk iletişim tasarımının temel taşlarından biridir. Görsel kimliğin ortaya konulmasında etkili bir yöntem olması nedeniyle iyi kullanılması gereken bir unsurdur.

“Kurum kimliği, insan kimliğine benzetilebilir. İnsanlar gibi kurumlarında ayrı kişiliği, tarzı, davranışı vardır. “ biçimle ve renkle oluşturulan, ifade edilen bütünlük kurumun kişiliğini somuta indirgeyebilir. Örneğin, Lacoste için su ve doğanın ifadesi olan “yeşil” renkli su hayvanı timsah seçilmiştir. Kodak, sıcaklık ve aktiflik gösteren “sarı/kırmızı” rengi kullanmakta, kare biçim ile ise erkeksilik ve dinamizmin ifadesi olan dışa dönük kişiliği vurgulamaktadır. Marlboro, üçgen biçim, “kırmızı” renk ile birlikte erkeksi, saldırgan, aktif bir kişilik oluşturmaktadır” (Karabey, 2000,).

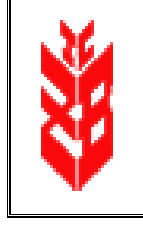
Parlak renkler, heyecan duygusu verirken pastel renkler, sakinlik duygusu verirler. Renk malzemenin öz niteliğini ifade eder, formu belirler, oranları etkiler, ölçeği ortaya çıkarır. Renk ayrıca ağırlık duygusu oluşturur. Koyu renkli elemanlar ağır, açık renkli elemanlar ise hafif algılanmaktadır. Sıcak ve koyu sıcak renklere sahip elemanlar ön plana çıkarken, soğuk ve açık soğuk renkler ise geri planda kalırlar.

Kurumsal renklerin nasıl olması gerektiği kadar nerede kullanılacağı da önemlidir. Renkler dış cephe kompozisyonunda kullanılabileceği gibi iç mekandaki kaplama malzemelerinde de kullanılabilir. Bazen sadece şube tabelasında kullanılır (Özcan, 2002).

b) Kurum İşareti

“Kurumlar iletişim tasarımını gerçekleştirmek için logo ve sembol şeklinde işaretler kullanırlar. Kurum işareti kurumları temsil eden, özelliklerini yansıtan, anlam yüklü özel tasarımlardır.” “Bir kurumun karakterini en kısa ve en çabuk şekilde iyi tasarlanmış logo veya sembol vurgulayabilir, temsil edebilir. Bu nedenle sembol veya logolar görsel kimliğin genel temasını (konseptini) belirler, kapsar, odak noktasını oluşturur” (Ak, 1998). Kurum logosuyla kurumu yansıtacak ifade harf, kelime veya rakamla temsil edilirken, sembol, renkli veya renksiz, iki veya üç boyutlu grafik olarak temsil edilen ifadelerden oluşur (Ülker, 2001).

Geometrik formlar renk kullanımı kadar dikkat çekici olmamakla birlikte aynı bankaya ait farklı şubelerin arasında ortak bir imaj sağlar (Özcan, 2002). Ziraat Bankası örneğinde geometrik formun aynı zamanda buğday başağına benzetilmesi, bankanın çalışma alanına yapılmış bir atıftır (Şekil 42).



Şekil 42. Ziraat Bankası kurum işareti

Amaç her zamanki gibi farklılık yaratmak olduğundan kurumlar kurum işaretlerini hazırlarken farklı olmaya, akılda kalıcı, kurumun karakterini ortaya koyan simgeler kullanmaya çalışmaktadırlar.

c) Kurumun Tipografi ve Yazı Türü

Kurumun yazı ve tipografi türü iletişimde kullanılan bir diğer faktördür. Kurum kendisini en iyi ifade eden yazı türünü seçmelidir. Bu yazı türü kurumun tüm iletişim çalışmalarında kullanılacaktır. Bu yazı türü görsel kimlikte karakteristik bir faktör oluşturmaya yardımcı olacaktır (Şekil 43).



Şekil 43. Yapı Kredi Bankası ve Arçelik Markası'nın yazı tipleri

3) Çevre ve Mimari Tasarım

Kurum mimarisiyle çevresine kendisini ifade eder. Kurumda çalışanların, kurumu ziyaret edenlerin ve çevredeki insanların kurum hakkındaki ilk izlenimleri mimari tasarımla oluşmaktadır. “Tipik bir kurum mimarisi bir yeniden tanıma, hatırlatma unsuru haline gelebilir, özellikle uzak mesafeden böyle bir etki söz konusu olabilmekte ve ilginç bir mimaride tüm dikkatleri üzerine çekebilmektedir” (Okay, 1999).

Rekabet ortamında kurumlar aynı ürün ve hizmetleri farklılıklarını, kimliklerini ve özellikle görsel kimliklerini vurgulayacak şekilde yansıtmalıdır. Amaç diğer kurumlardan farklı olduğunu ortaya koyabilme ve bunu en iyi şekilde hedef kitleye ulaştırabilmedir. Başarılı bir görsel kimlik çalışması olan kurum, hatırlanılan ve güvenilen bir kurum haline gelmektedir.

Günümüzde, kurum vizyon ve stratejileri renkler, harf ve sembollerle ifade edilmektedir. Bu sürecin devamı olan bayi, şube ve istasyonların da bir standardizasyon ve bütünlüğe sahip olmaları gerekmektedir.

Görsel kimlik çalışmasının birden çok şubesi olan kurumlarda başarıya ulaşması tüm şubelerde aynı mimari tarz, renk, doku, form, malzeme ve logo kullanımıyla olabilmektedir. Bu ortak kimlik etkisi tanınmayı kolaylaştıracağı gibi, güvenilirliği de arttıracaktır (Ülker, 2001).

3.1.2.3. Kurumsal İletişim

“Kurumsal iletişim, iletişimin kurumsal amaçlarla kullanılmasıdır. Bu, kurum içindeki insanlarla olabileceği gibi, kurum ile çevresi arasında da olabilir. İletişim kurumun çalışanları ve birimleri arasındaki bütünlüğü ve işbirliğini gerçekleştirir. Kurumun toplumla olan iletişimi ise, kurum toplum bütünleşmesini sağlamayı amaçlar” (Ülker, 2001).

3.1.2.4. Kurumsal Davranış

Davranış birey için kullanıldığında yaşamını sürdürmek için gösterdiği etkinlikler olarak tanımlanabilirken kurum için kurum içinde pozisyonuna ilişkin göstermesi gereken rol davranışdır. Bireyin kurum içindeki davranışı sınırlıdır. Önemli olan ise bireyin kurumla bütünleşmesi ve aidiyet duygusunu paylaşmasıdır (Ülker, 2001).

2.3.2. Banka Cephelerinde Görsel Kimlik ve Görsel Kimliği Etkileyen Faktörler

Banka şubelerinde cephe oldukça önemli bir unsurdur çünkü cephe bankanın reklam panosunun bulunduğu ve kurum kimliğinin direk yansıtılması gerektiği bölümdür. Banka

şubeleri tasarlanırken cephede bir bütün olarak ele alınıyor. Ancak bugün birçok banka, mevcut binaların alt katlarını şubeler için uygun buluyor ve bu kısma kendi istediği şekilde müdahale ediyor. Cephenin en önemli işlevi bankanın vitrini olmasıdır. Banka kimliği çoğunlukla en ekonomik ve süratli olarak amblem ve logo içeren ışıklı bir bandın belirli ölçülerde ve şubeye uyacak şekilde şube cephesine asılmasıyla oluşmaktadır (Mumcu, 1996).

2.3.2.1. Banka Cephelerinde Görsel Kimlik

Kurumsal ve görsel kimlik diğer tüm kurumlarda olduğu gibi artık bankalarda da önemi her geçen gün artmaktadır. Her bankanın programı doğrultusunda oluşturduğu ve sürekli geliştirdiği bir kimliği söz konusudur.

“Eski zamanlarda, özel kişisel işletmeciler “kurucu” yada “icat edici” olarak kimliklerini onlar tarafından yönetilen işletmelerde yada bankalarda ortaya koyarlardı. Onların kişisel ve verimli hareketleri onların saygınlığını ve temel güvenini oluştururdu. Şimdi ise durum daha farklı. Teknolojik ve ekonomik gelişmeler ve bozulmalar bugünkü yeni kimliği “birleşmiş kimlik”i, bugünkü anonim topluluğu doğurdu” (Biering ve Lorenz, 1988).

Banka, kimliğini tanımlanmış imajı üzerine stratejik olarak planlanmış olan ve etkileyici olarak, işletme felsefesine, idealine ve tüm işletme araçlarının işlevine göre belli bir çerçeve içine oturmalıdır. Bankaların güven sağlayabilmeleri için ticari deneyim ve kişisel varlıklarını olabildiğince güçlü ifade etmeleri gerekmektedir (Mumcu, 1996).

Bankaların hedef ve yaptıkları hizmetle, iç ve dış mimarisiyle, hatta personelinin görünümü ile müşteri üzerinde bırakması gereken bir imajı vardır. Bu imajın bankalarda özellikle önemli olan güvenilirliği, güvenliği, sağlamlığı, güçlülüğü içermesi gerekmektedir. Yine müşteri hizmetlerinde samimiyet, toplumsallık, modernizm gibi faktörlerde bankanın imajı için dikkate alınması gerekli kriterlerdir.

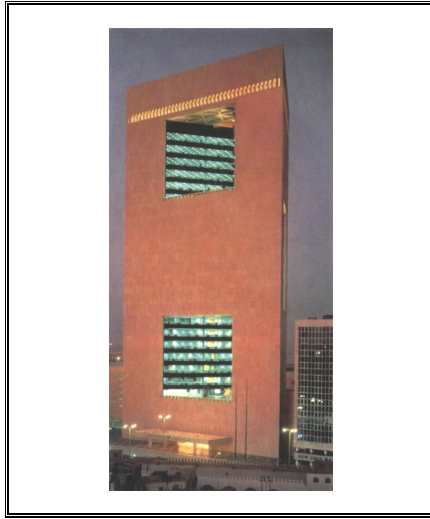
Banka kurumsal kimliği web sayfalarında, reklamlarda, evraklarda kullanmaktan ibaret olamayacağı gibi, müşteri hizmetleri, banka binası ve şubesi ile de ilgilidir.

Banka bu doğrultuda tavrını belirlemeli, tüm mekanları, merkezi yönetim binası, teknik ofisleri, şubeleri ve acentaları, firmanın organizasyonunu, iç yapısını, imajını, kültürel değerlerini kısacası kimliğini yansıtmalıdır.

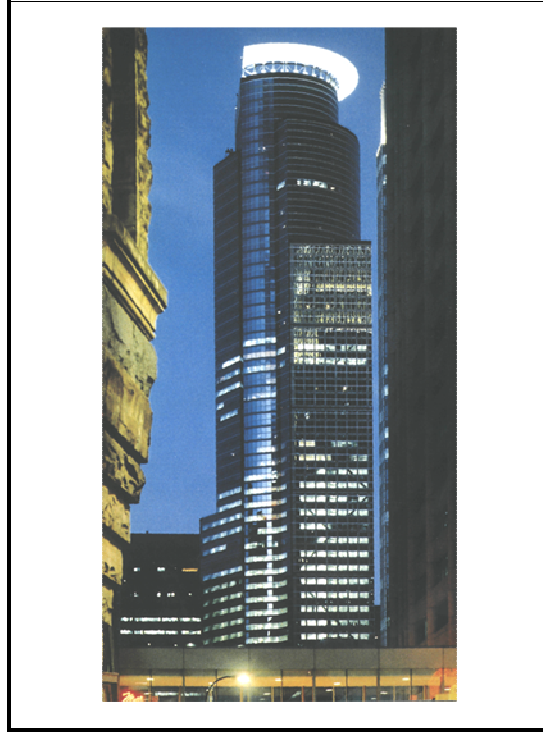
Banka binasında görsel kimlik ya iç mekanda mimari tasarımla ya da banka binasının tasarımı ve cephe anlayışıyla gerçekleştirilebilir. Bankanın cephesi ve iç mekan birbiriyle uyum içinde olmalı birbirini tamamlamalıdır. Cephede yapılacak görsel kimliğin amacı dikkati çekmek, yönlendirmek, düşündürmek ve böylece gerekli tanıtımı yapabilmektir. Cephe; bir anlamda bankanın giysisidir ve hedef kitlenin dikkatini çekebilmesi, kimliğini yansıtması, diğerlerinden farklı olduğunu anlatabilmesi için adeta güçlü bir silahtır. Son yıllarda banka binalarının çok katlı ve gösterişli olması bunun açıkça bir göstergesidir. Bina varlığıyla adeta etrafına meydan okumaktadır (Şekil 44, 45, 46).



Şekil 44. İş Bankası ve Akbank kuleleri, İstanbul



Şekil 45. National Commercial Bank, Cidde, 1984



Şekil 46. First Bank Place, Pei Cobb Freed& Ortakları, Minneapolis, 1992

Binada ilk algılananın cephe olması cephenin önemini banka binalarında daha da arttırmış, her yerde algılanabilir olmak arzusundaki bankaların adeta iştahını kabartmıştır. Bugün rekabet halindeki bankalar cepheleriyle kentlerde kargaşaya varan rengarenk logo ve amblemleriyle ortaya çıkmaktadır.

Ülkemizdeki bankalar ilgi odağı olmaya çalışırken Avrupa ve Amerika'da çevreyle uyumlu ve ölçülü, tarihi dokunun içinde uzlaşmacı tavırlarıyla yer almaktadırlar.

2.3.2.2. Banka Cephelerinde Görsel Kimliği Etkileyen Faktörler

Banka cephelerinde görsel kimliği oluşturan elemanlar şöyledir;

1. Giriş Holü ve Kapı

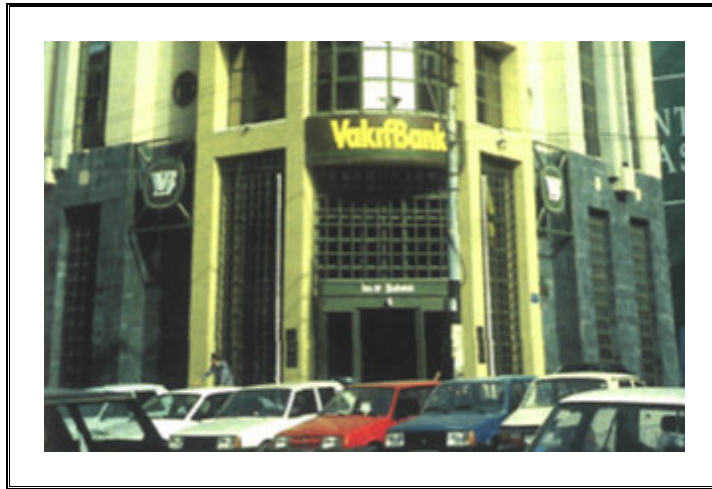
Giriş holü, müşteri holü ile dış mekan arasındaki mekandır. Tasarım kararlarına ve fiziksel çevre faktörlerine bağlı olarak tüm banka şubelerinde bir giriş holü düzenlemek

gerekli değildir. İklimsel koşullar nedeniyle rüzgarlık kullanılabilceği gibi, ATM için bir hol düzenlenebilir (Özcan, 2002).

Banka kapılarında güvenlik temel ilkedir. Banka binalarında tercih edilen kapılar genellikle elle açılan tek kanatlı kapılar olmakla birlikte , çift kanatlı kapılar ve fotoselli kapılarda tercih edilebilmektedir (Şekil 47). Malzeme olarak ise lamine cam tercih edilmektedir. Kapının cephede yeri ise bir başka tasarımı yönlendirici kriteridir. Köşe parselde yer alan bankalarda kapının yeri köşede olabileceği gibi, cephede ortada veya ATM ile yakın olmaması için kenarda da yer alabilmektedir (Şekil 48, 49, 50).



Şekil 47. Kuveyt Türk Bankası, Mecidiyeköy, İstanbul



Şekil 48. Vakıflar Bankası Binası, Emre Arolat, İzmir,



Şekil 49. DG Bank Hqtrs, Kohn Pederson Fox Ortakları (KPF), Frankfurt, 1993



Şekil 50. City Bank, Rocco Sen Kee Yim, Hongkong, 1992

2. Doğrama Sistemi

Bankalarda güvenilirliğin çok önemli oluğu cephe sisteminin de önemini arttırır. Daha önceleri zorunlu olarak kepenk ve kafes sistemi kullanılıyor olmasına karşın buğun farklı güvenlik sistemlerinin gündemde olmasıyla alüminyum-cam sistemi en çok kullanılan sistemdir (şekil 51).



şekil 51. Yapı Kredi Bankası, İlk şube, İstanbul

a) Saydam Yüzeyler

Banka cephelerinde kullanılan saydam yüzeylerin (80'li yıllarda) daha önceleri güvenlik nedeniyle parmaklıklı olma zorunluluğu vardı ancak günümüz şartlarında gelişen teknoloji sayesinde tercih edilen malzeme parmaklık olmadan kullanılabilen, güvenli lamine camdır. Lamine camlarda renkli veya renksiz kullanım olanakları vardır. Saydamlığın cephede az, çok veya dengeli oluğu bankanın hizmet anlayışı ve kimliği hakkında ipuçlarını en net veren bilgidir (şekil 52).

b) Opak Yüzeyler

Saydamlığın istenilmediği dışa kapalı banka tasarımlarında opak yüzeyler kullanılmaktadır. Opak yüzeylerde kullanılma imkanı olan derzler ve çizgisel elemanlar cephe karakterinin oluşmasında etkili elemanlardır. Yatay ve düşey çizgisellikler, oranlar görsel kimliğin yansıtılmasında etkili özelliklerdir (şekil 53, 54, 55).



Şekil 52. Bank Europa, Mecidiyeköy Şubesi, İstanbul



Şekil 53. Bank of America Corporate Center, Cesar Pelli & Ortakları,
Charlotte



Şekil 54. Türk Ekonomi Bankası, Mecidiyeköy, İstanbul



Şekil 55. Yapı Kredi Bankası, Şişli Şubesi, İstanbul

3. Şube Tabelası/Amblem ve Logo

Şube tabelası cephe kompozisyonunda önemli bir yere sahiptir. Şube tabelasının cephe düzeni içindeki yeri ve kullanımı için 3 farklı alternatiften söz edilebilir (Özcan, 2002)

a) Cephe tabelasının bant şeklinde bir fon kullanılarak ve tüm cephe boyunca oluşturulması durumu (Şekil 56).



Şekil 56. Ziraat Bankası Şişli Şubesi, İstanbul

b) Cephe tabelasının bant şeklinde bir fon kullanılarak ve cephenin bir kısmı boyunca kullanılması durumu (Şekil57).



Şekil 57. Garanti Bankası Mecidiyeköy Şubesi, İstanbul

c) Cephe tabelasının bir fon olmaksızın parçalı olarak kullanılması durumu (Şekil 58).



Şekil 58. Oyakbank Trabzon Şubesi

Günümüzde ister mal üretsin, ister hizmet; tüm şirketler, kurum ve kuruluşlar markaları ile tanınmaktadır. Ünlü, tanınmış markaları da bilinir kılan onların öncelikle isimleri, sonra amblem / logolarıdır.

Amblem; bir markanın sadece işaretle dizayn edilmiş, sembolleştirilmiş halidir. Logo ise; yine bir markanın isim olarak yazılmış, dizayn edilmiş halidir. Amblem ve logolar neredeyse 100 yılı aşkın bir süreden beri günlük yaşantımızda önemli bir yeri kapsamakta, isimleri markalaştırmaktadır. Yani sadece “İsim”, “Marka” demek değildir (URL-24, 2006).

Banka cephelerinde ayrı tasarlanan ve standart ölçülerle belirlenmiş eleman üzerinde amblem ve logoyu taşıyan, ışık sistemli panolardır. Bankanın etiketi olan bu panolar yatay monte edilir. Kurumun rengi bu panoya uygulanmaktadır. Malzeme olarak da alüminyum ve pleksi tercih edilmektedir. Form olarak düz yada eğrisel olabilmektedir.

4. ATM

ATM (otomatik bankacılık ekipmanı) bankalarda oluşan uzun kuyrukların azalmasına yardımcı olmak, günün her saatinde bankacılık işlemlerinin müşteri tarafından yapılabilmesini sağlamak amacıyla tasarlanmış, son yıllarda kullanımda olan bir ekipmandır. Kullanıcı manyetik bir kart sayesinde, bankanın içine girmeden işlem yapabilmektedir.

ATM cephe tipi ve hol tipi olarak iki şekilde düzenlenebilir. Cephe tipi ekipman bankanın cephesine yerleştirilir (Şekil 59).



Şekil 59.Akbank Mecidiyeköy Şubesi, İstanbul

Hol tipi ekipman ise üç şekilde kullanılabilir (Özcan, 2002);

a) Bankanın giriş holünde yapılan düzenlemedir. Bankanın kapalı olduğu saatlerde ya holü bankadan ayıran kapılar kilitlenir yada kepenk indirilerek güvenlik sağlanır (Şekil 60).



Şekil 60.Yapı Kredi Bankası Mecidiyeköy Şubesi, İstanbul

b) ATM için ayrı bir holün düzenlendiği durumdur. Buraya giriş banka girişinden ayrı olarak düzenlenir ve bankanın kapalı olduğu saatlerde bu hol açıktır.

c) ATM ekipmanı için ayrı bir hol düzenlenmeyip müşteri holünün bu işleve ayrıldığı durumdur ve bankanın kapalı olduğu saatlerde kullanılamamaktadır. İşlevsel açıdan uygun olmayan bir çözümdür.

ATM'lerin banka kurumlarına son yıllarda katılmasıyla daha önce cephelerinde yer ayırmamış bankalar ATM'leri cephelere ek olarak yerleştirdiler. Bazı bankalar ise iç mekanda değişikliğe gidip mekanlarını kısıtlayarak ATM'leri içeri yerleştirdiler.

5. Dış Cephe Yönlendirme Elemanları

Banka cephesinin algılanması karşıdan oldukça kolayken, kaldırımdan algılamak zorlaşır. Bunun için bazı bankalar küçük ışıklı veya ışısız panolarla amblem ve logo panosuna dik duran panolar kullanmışlardır (Şekil 61).



Şekil 61. Akbank, Şişli Şubesi, İstanbul

6. Reklam Panoları

Reklam panoları banka kimliğinin sergilendiği en önemli elemanlardan birisidir. Çok farklı şekillerde kullanılabilen reklam panoları banka cephelerinde sıkça tercih edilmekte bunun dışında banka içindede kullanılmaktadır. Bazı bankalar gizliliği sağlayabilmek için yine cephede konumlandırılmış reklam panolarına başvururlar (Şekil 62).



Şekil 62. Fortis Bank, İstanbul

2.3.3. Görsel Kimliğin Oluşumunda Etkili Olan Cephe Kurgusu ve Algılama

2.3.3.1. Algılama Kavramı

Algılama, insanın çevresindeki nesnelere, nitelikleri, ilişkileri duyu organları yoluyla tanıması, anlaması, anlamlandırmasıdır. İnsanlar bir çevre içinde yaşayabilmek, yaşamını sürdürebilmek için o çevreyi tanımak zorundadır. O çevreyi tanımak, kavramak algılama olayı ile başlayan bir sürecin sonucudur (Ertürk, 1984).

“Dış dünyadaki fiziksel değişimlerden bizim duyarlı olduğumuz titreşimler duyu organlarında sinir değişimleri yani bir tür elektrik akımı haline dönüşüp beyne gider ve çevre hakkında bilgi verirler. O halde duyu organına etki eden varlıkların tümü uyarıcı bir etkidir. Bu etkilerin zihne gelmesi duyumdur. Duyumun zihin tarafından başka duyularında yardımıyla toptan kavranması anlaşılması demek, algılamak demektir. Bir başka deyişle algı şimdi alınan duyum ile eskiden çeşitli zamanlarda alınan imgeleri canlandırmak, bir küme yapacak şekilde birleştirmek ve bunların hepsini sonuçta bizde duyumu doğuran şey üzerinde toplama gibi önemli ve karışık bir zihin çalışmasıdır.” “Algı için “ geçmişte edindiğimiz deneyimlerle zihnimize depo ettiğimiz model ve tarzların bileşimi ve bunlara ilave edilen kişisel yetenekle ilgili bir mozaiktir” de diyebiliriz” (Gürer, 1990, 58).

James, “algılanan şeyin bir kısmı görülen objelerden duyularımıza gelirken, diğer bir kısmı bekli de daha fazlası zihnimizden gelir” demektedir (Gürer, 1990, 58).

Aksoy’a göre algılama; “insanın psiko-fizik araçlarıyla belirlenmiş bir olgu; kavramsallaştırma ise uygulanan sembolik dizgeler nedeniyle kültür ve eğitimle bağımlıdır” (Aksoy, 1977).

Algılamada uyarıcı ve uyarıcıyı algılayan bireyin özellikleri algısal seçimi etkilerler. Uyarıcılar belli bazı özelliklerine göre kolaylıkla dikkatimizi çekerler. Değişken uyarıcı kolaylıkla dikkat çeker. Uyarıcının büyüklüğü ve şiddeti de dikkat çekmesini kolaylaştırır. Parlak renkler, yüksek sesler, kuvvetli koku hemen dikkatimizi çekerken renkli uyarıcılar renksiz uyarıcılardan daha kolay algılanır. Alıcı ile ilgili değişkenler ise; beklentiler, ilgiler, gereksinimler, inançlar, bireysel değerlerdir (Cüceloğlu, 1991).

Simge ve sembol algılamada önemli yere sahiptir. “Simgesellik dışarıdan gelene içeridekinin özü hakkında ve yaptıkları işler hakkında bilgiler verdiği için başka kendi başına da önemli bir özelliktir. Bir örgütün tüm fiziksel varlığı toplumsal dizgenin bir simgesidir “Toplumsal konumlar ne tür kullanıcıya açıksa ona göre bir simgeselliğe bürünürler: örneğin bir tiyatro binasında müşterinin kullandığı giriş ve fuaye etkileyici bir biçimde tasarlanır, dekore edilir, bezenir. Oysa sanatçı girişi ve kulislerde kesinlikle hiçbir dekorasyon yoktur” (Gür, 1985).

2.3.3.2. Algılama Konusunda Kuramsal Yaklaşımlar

Algılamada geliştirilen kuramlar; Gestalt kuramı, kurgusal yaklaşım, öğrenme kuramıdır.

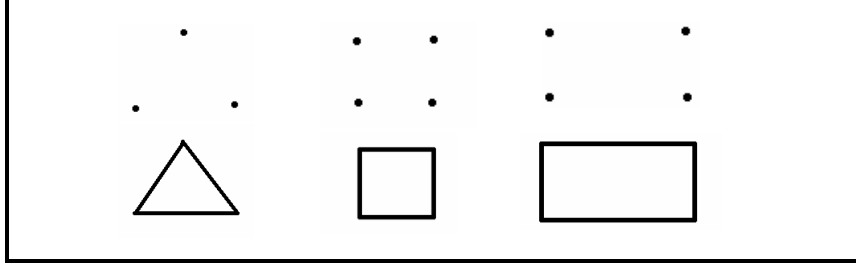
a) Gestalt Kuramı (Bütünlük Psikolojisi)

Müller (1983), Gestalt görüşünde bir “bütüncülük “ anlayışının göze çarpmakta olduğunu ifade etmiştir. “Almanca bir kelime olan Gestalt’in Türkçe karşılığı biçimdir. Gestalt psikolojisi yani biçim psikolojisi tamamen algılamayla ilgili olarak biçimlenir ve bütünün kendisini oluşturan parçaların matematiksel toplamını aşan bir şey olduğu savunulur (Ustaömeroğlu,1998).

Kişi biçime bakarken gördüğü parçaları hemen bütünler ve tüm parçaları bütüne tamamlayarak algılar (Şenyapılı, 1996). Algılama esnasında eksik kalan parçaları kişi gözüyle tamamlar. Gözün böyle ayrı ayrı duran elemanları belli kurallar çerçevesinde tamamlayarak görme eğilimi Gestalt kuralları ile açıklanabilir. Bütünün kendisini oluşturan

elemanlardan fazla olması bu yüzden. Algı sistemi, uyarılara “benzerlik, devamlılık ve yakınlık ilkelerine” göre bütünleştirerek örgütlenmektedir.

Örneğin göz, ayrı ayrı duran üç noktayı hemen bir üçgene, dört noktayı da dörtgene tamamlayarak algılar (Şekil 63). Tamamlanmış olan üçgen, kare ya da dikdörtgen, ayrı ayrı duran üç yada dört noktaya göre çok daha doyurucu biçimlerdir (Şenyapılı, 1996).



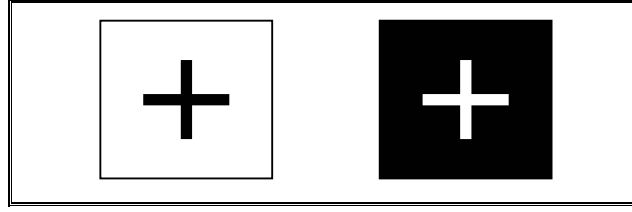
Şekil 63. Gestalt ifadesi

Zihin rasgele ya da bilinmeyen görsel veriyle karşılaştığı zaman veriyi belirli kalıplaşmış tercihlere göre düzenleme yoluna gider. Nesnelerin nasıl düzenlendiğine ilişkin bu tercihler, Gestalt Psikologları tarafından çeşitli ilkeler olarak önerilmiştir (Elmalı, 2005). Algılama olayı “organize” karakteri ile belirlenmekte ve bu organizasyon çeşitli düzeylerde incelenmektedir (Erkman,1973).

Bunları şöyle sıralayabiliriz;

1. Şekil-Zemin İlişkisi

Görsel tasarım öğeleri, görsel ilkeler yardımıyla yüzeysel ya da hacimsel olarak düzenlenerek zemin ya da şekil anlatımları oluştururlar. Yani tüm algılamalarda bir şekil ve bir zemin vardır. Şekil arka yüzeyi oluşturan zemin içinde anlamını kazanır. Görsel alanda şekil bize daha yakındır ve bir nesne izlenimi verir, bir biçimi vardır; zemin ise tanımlanması zor bir madde izlenimi taşır. Şekil ve zeminin birbiriyle yer değiştirdiği algılamalarımız vardır. Bir biçimi önce şekil olarak görürken , daha sonra zemin olarak görebiliriz (Cüceloğlu, 1991), (Şekil 64).



Şekil 64. Şekil-Zemin Anlatımı

Şekil - zemin ilişkisi; şekil - zemin ilişkilerinde şeklin zeminden net bir şekilde ayırt edilmesi istenir. Buna şekil - zemin ilişkilerinde " belirlilik " denir.

Şekil - zemin arasında benzerlik, yakınlık, uygunluk, karakter birliği aranır. Görsel algıda şeklin belirliliğini sağlayan etkiler şekillerin; benzerliği, ölçüsü, yakınlık-uzaklık derecesi, ana formlar, kapanma ve devamlılık(ritm)tır (URL-25, 2006).

2. İki Boyulu Mekansal Organizasyon

Gestalt Kuramına göre, şekillerin daha iyi algılanabilmesi için belirli kurallar vardır. “Bir şekil, nasıl düzensiz ve bağımsız bir takım unsurlardan daha belirli ise , bir şekiller topluluğu da algılanma açısından organize olmadıkça daha kaotik, tesadüfi ve strüktürsüzdür” (Erkman,1973).

- Tamamlama/ En yalın ve en büyük figür/ Süreklilik ve Kapanma
- Yakınlık
- Benzerlik
- Devamlılık
- Ortak Yön
- Ekonomik olma:
- Simetri

3. Üç Boyutlu Mekansal Organizasyon

Görsel çevremiz sadece düz bir yüzeyde iki boyutlu olarak organize olmuş şekillerden oluşmamaktadır. Nesnelerin derinliği ve değişik uzaklıkta bulunmaları, gözümüz iki boyutlu retina tabakasına sahip olmasına rağmen üç boyutlu çevreyi algılamamızı sağlar. Çevremizdeki bu üç boyutlu çevrenin özellikleri şu şekilde sıralanabilir”(Erkman,1973);

- Görünen Büyüklük ve Parlaklık
- Gölgeleme
- Doku Derecelenmesi

- Lineer Perspektif
- Araya Girme

b) Kurgusal Yaklaşım

Algılamada hafızanın önemini belirten kurgusal yaklaşımda algılama bir kurgulama işlemi olarak kabul edilmiştir. Tolan (1991) Kurumsal yaklaşımı “ uyarıcıların sinir sistemini etkilemesiyle oluşan “duyumlar”, bellekte depolanan bir kısım bilgilerin seçilmesi, irdelenmesi ve bu duyumlara eklenmesi ile “algı”lara dönüşür. Belli bir algının örgütlenmesi, beynin (Gestaltçıların önerdiği gibi) doğal yeteneğinin bir ürünü değil, belleğe dayalı bilişsel bir kurgulama işlemidir.” olarak tanımlamıştır (Ülker, 2001).

c) Öğrenme Kuramı

Piaget çalışmalarında, algılama ve öğrenmeyi de içermek üzere her türlü bilginin, ancak bireysel edinimlerin bir takım mantık-matematik yapılar çerçevesinde örgütlenmesiyle kazanılabileceğini göstermiştir. İnceoğlu (1993) öğrenme kuramını; “Algılama ile bilgi birikim arasındaki etkileşim içselleştirme, uygunlaştırma yoluyla sağlanır. Algılamanın mekanizmaları mantık-matematik yapılar ve süreçlerle belirlenirken, duyuşsal kayıtları algı bilgiye dönüşmesinde (yani öğrenmede) temel ölçüt, deneyimin sonuçlarının bireyce anlaşılması, yani kullanılabilir hale getirilmesidir” olarak açıklamıştır (Ülker, 2001).

2.3.3.3. Temel Tasar İlkeleri ve Cephede Kullanımı

Temel tasar ilkeleri, elemanların tek tek kendi aralarında; hem de “bütün” ile ilişkiler içinde düzenlemelerinde yardımcı olmaktadır. Her kompozisyon bu temel elemanların çeşitli oranlarda birleşmiş bir düzenidir. Seçilip belirtilen her eleman ve yapılan her düzenleme bir fikri yansıtır, bir amaca hizmet eder. Aksoy’a (1977) göre herhangi bir biçimin incelenmesi, bu biçimi oluşturan öğelerin ve bu öğeler arasındaki ilişkilerin ve bu biçimle çevre arasındaki karşılıklı etkileşimin belirlenmesi gerekir (Gürer, 1990).

Bir düzenlemede bu ilkelerden biri, birkaçı yada hepsi bir arada kullanılabilir. Hangi ilkelerin birlikte kullanılacağına tasarımı oluşturan kişi karar verir. Yapıtlar, tasarımlar bu ilkelerin yardımı ile oluşturulur.

Bu ilkeler şöyle sıralanabilir;

- Birlik

Bir düzenlemede çeşitli öğelerin bir araya gelerek dengeli bir bütün oluşturmalarıdır. Birbirine zıt olan öğeler bile birlik oluştururken bir uyum ve düzen içinde olmalıdır (insan vücudu örneği, organların uyum içinde çalışması gibi). Birliğin oluşması için önce denge gerekir. Dengesiz birlik olmaz.

Bir yapı karşısında, duygu ve düşünceye hiçbir bulanıklık gelmeden, uyumlu, kendisine bir şey eklenmesi yada çıkarılması gerekliliği duyulmayan bir nitelik olması yapının birlik veya bütünlüğe sahip olması şeklinde yorumlanır (Zevi, 2002)

Birliğe üç yoldan gidilebilir.

1-Uygunluk yoluyla,

2-Egemenlik ve değişkenlik yoluyla

3- Zıtlık yoluyla

Bu üç yoldan en iyi sonuç vereni egemenlik ve değişkenlik yoludur. Bu, her iki görüşün birlikte kullanımındır (Şekil 73).

Birliğin iki çeşidi vardır; statik birlik, dinamik birlik.

Statik birlik, bir kaideye uyarak tekrar edilen elemanlar veya ünitelerdir ve daire kavsinin değişmezliği gibi belirli bir formu ifade eder.

Dinamik birlik; bazı geçiş ve hareketler, değişkenlikler gösteren birlik çeşididir. Bitkiler ve hayvanları örnek verirsek bunlar yaşayan, büyüyen ve bir hareket eden birliktir. Dinamik birlik statik birliğe kıyasla çekirdekten başlayan bir logaritmik spiralin akıcı sürekliliğini gösterir.

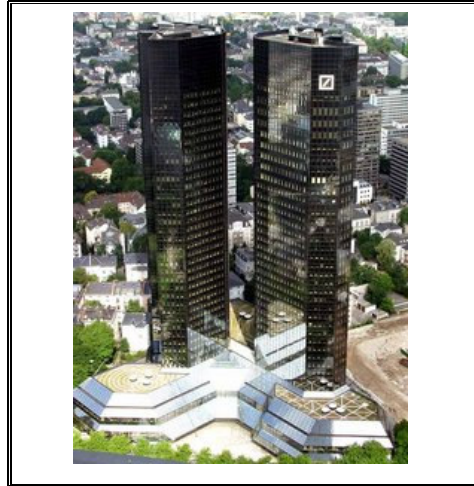


Şekil 73. Abn-Amro Bank World Hqtrs, 1999

- Zıtlık

Birlik, ölü katılığında bir eşitliğin değil zıt öğelerin biresiminin sonucudur. Bir binaya canlı diyebilmemiz için, canlılığının düşey ve yatay, boşluklar ve doluluklar, sivri ve yumuşak biçimler, hacimler, kütleler arası zıtlıkla anlatımı gereklidir (Zevi, 1990). Kontrast-karşıtlık kavramını geniş kapsamları ile ele aldığımızda ise evrende her şeyin karşıtlıklar dengesi içinde oluştuğunu görürüz.

İki ünitenin paylaştıkları boyut ve kalite yoksa burada zıtlık aykırılığı nitelendirir. Zıtlık çeşitliliği ifade eder. Çeşitlilik ilgi uyandırır ve canlılık verir. Çeşitliliğin az olduğu yerde monotonluk başlar ve bu da sıkıcılığı getirir (Gürer, 1990). Bu sosyal yapıda da biçimsel yapıda da böyledir ve zıtlık yoksa hareket yoktur, varlık yoktur, süreç yoktur. Sanat açısından değerli görülen her yapıtta kuşkusuz çok iyi çözümlenmiş kontrast bir denge vardır. Görsel anlamda en önemli belirleyici özellik zıtlık kavramındadır (URL-25, 2006). Zıtlık birçok yönden olabilir. Sadece renk, biçim, çizgi, doku, değer.... vs bakımından hasıl edilen çeşitlilikle ilgi temin edilemez. Eşit olmayan zıtlıklar veya bu elemanlar arasındaki farkların çeşitliliği de ilgi uyandırır (Gürer, 1990), (Şekil 70).



Şekil 70. Ölçü Zıtlığı Headquarters of the Deutsche Bank, Frankfurt, 2003

- Tekrar

Dizayn elemanları ile resim düzlemi üzerinde anlamlı bir bağıntı ve anlamlı bir ifade birliği ararken kurulacak düzende elemanlar birbirinin tamamen aynıysa burada tekrar

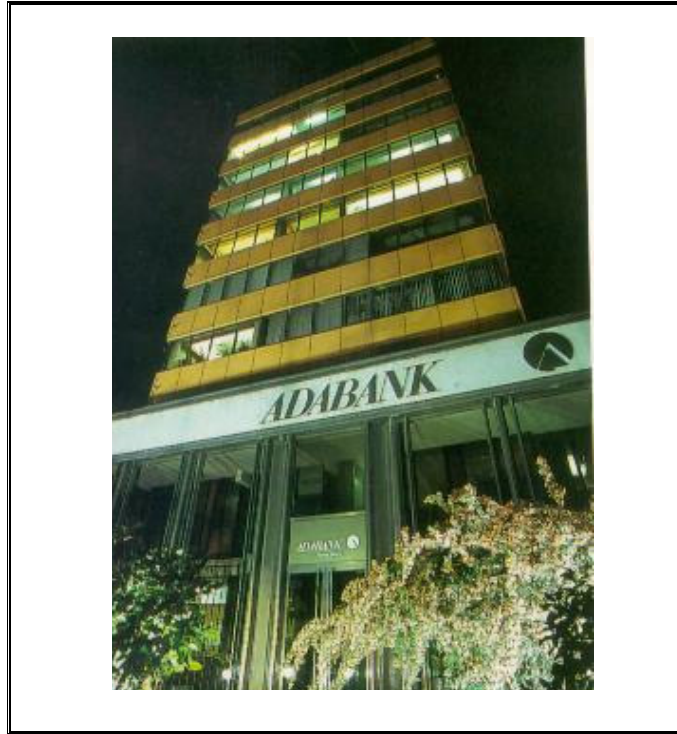
vardır (Gürer, 1990). Birbirine benzer öğeler yan yana görüldüğünde benzerlik birleştirici olur ve tasarım çabuk algılanır, bütünlük, etkisi verir (URL-26. 2006).

Tekrar; tam tekrar, dönüşümlü tekrar ve değişken tekrar olarak üç kısımda incelenebilir.

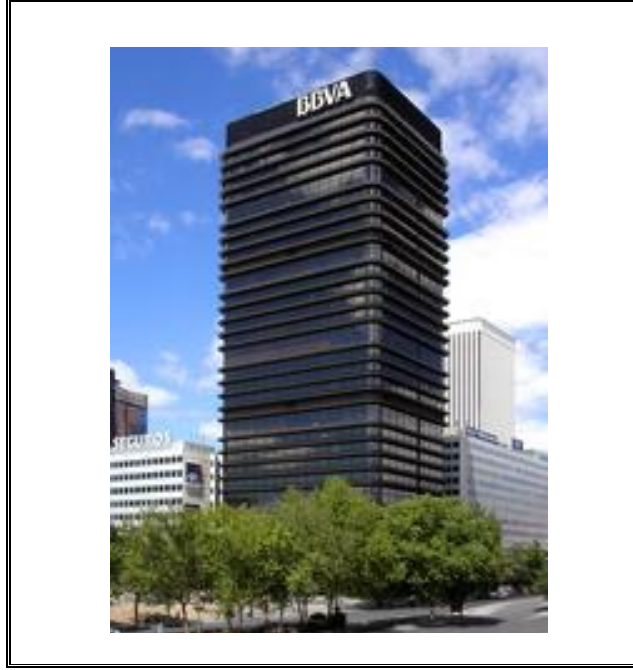
Tam tekrar; öğelerin (biçim, ölçü, renk, doku vb.) eşit aralıklarda, aynı yönde, aynı ölçüde tekrarıdır. Elemanlar arasında değişiklik, zıtlık durumlarının olmadığı, biraz monoton bir düzendir (Şekil 66).

Dönüşümlü tekrar; öğelerin (biçim, ölçü, renk, doku vb.) aynıdır ancak aralık ve yönler değişik kullanılmıştır. Karşılıklı tekrar grupları ve birbirini izleyen değişmelerin tekrarıdır ve tam tekrara göre daha ilginçtir. Tek tek bir biçimlerle olabildiği gibi, biçim kümeleriyle de yapılabilir (Şekil 67).

Değişken tekrar; tabiattaki düzenin başlıca esasıdır. Yüzlerce çeşit kar tanesinin hiçbirinin aynı olmaması değişken tekrara bir örnektir. Burada tekrarın sonsuz değişkenliği söz konusudur (Gürer,1990).



Şekil 66. Adabank, Utarit İzgi, Mecidiyeköy, İstanbul, 1985

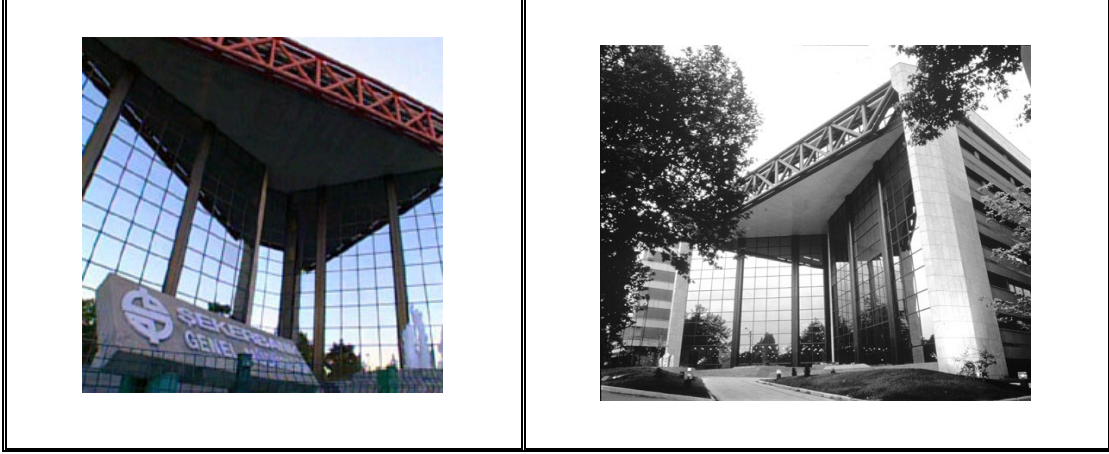


Şekil 67. Banco de Bilbao, Saenz de Oiza Madrid, İspanya, 1981

- Egemenlik/ Odak Noktası

Egemenlik, bir kompozisyonda kullanılan öğelerden birinin ya da bir grubun diğer öğelere göre ölçü, değer, renk, doku bakımından üstünlük sağlamasıdır. Her türlü egemenlik zıtlıkla sağlanır. Tasarımın esas düşmanı yeknesaklıktır. Gözlemcinin bir tasarıma ilgi uyandırabilmesi için hayal gücünü kurcalaması gerekir. Amaç dikkat çekmek ve bakan bireyde haz uyandıran bir düzenleme sağlamaktır. Bu bir kompozisyonda odak noktasının oluşturulmasını sağlamakla gerçekleştirilir. Son derece saf, soyut düzenlemelerde bile odak noktası bakan bireyin dikkatini çekecek; görsel heyecan uyandıracaktır. Birden fazla odak noktası, bir öğe diğerinden ayrılırsa oluşur diyebiliriz (URL-25, 2006).

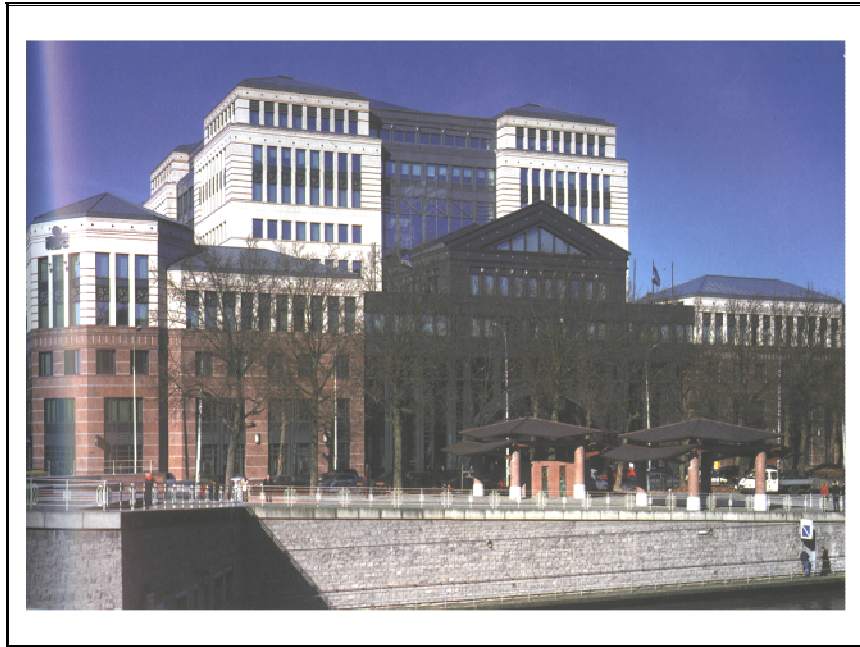
Beklenmeyen, ilginç öğelerle, ölçü büyüklüğü, renk yoğunluğu, doku yoğunluğu, öğelerin çoğu düşey olduğunda yatay formların bir kaçının düzeni kesmesiyle odak noktası oluşturulabilir (Şekil 65).



Şekil 65. Şekerbank Genel Müdürlük Binası, Oral Vural, 1992, Yapı Dalı Birincilik Ödülü

- Simetri

Simetri; eksen olarak alınan bir doğrudan benzeş noktaları karşılıklı olarak aynı uzaklıkta bulunan iki benzer parçanın birbirine göre durumudur (Hasol, 1995). Simetri doğal bir olgudur. Mimari kompozisyonda simetri, çok basit durumlar dışında, işlevsel yada strüktürel zorunluluklar sonucu değil, biçim kaygısıyla aranır. (Kuban, 2002). Zevi'ye göre ise simetri, eksensel karakterli yapıların dengesidir (Zevi, 2002), (Şekil 74).



Şekil 74. KBC Bank Merkez Ofisi, Atelier d'Art Urbain, 1994, Brüksel

- Denge

Denge biçimsel olmayan eksensiz mimarideki simetridir (Zevi, 1990). Bir düzenlemedeki öğelerin biçim, renk, değer, doku, yön, aralık ve ölçüleri kendi aralarında bir karşılaştırma gerekliliği yaratırlar. Bu öğeler ortaya çıkan değerleri açısından tartıldıklarında genel bir denge duygusu vermeli, herhangi bir grup ağır basarak düzenlemenin ağırlık merkezin kendine çekmemelidir (URL-26, 2006). Eğer kompozisyonu oluşturan elemanlar arasındaki etkiler birbirini tamamlar ve daha başka değişiklik gerekmecek şekilde yerleşmiş olurlarsa o dizaynda bir denge hissi elde edilmiş olur. Resim alanı üzerinde, buradaki bütün güçlerin ağırlık merkezi gibi farzedilen bir geometrik merkez vardır. Göz, bir alışkanlık olarak, varsayılan bir merkez veya odak noktası veya optik aksa göre denge arar.

Denge; şekilsel denge ve şekilsiz denge olarak ikiye ayrılır.

a) Şekilsel denge; kompozisyonun iki yanında da eşdeğer veya benzer elemanların olduğu yani bir eksene göre öğelerin aynı durumda tekrar etmesiyle oluşan dengedir (Şekil 71).

b) Şekilsiz denge; kompozisyonun iki yanında birbirinden farklı ve kontrast elemanların dengesidir, yani bir asimetri söz konusudur (Gürer, 1990). Anlatımı oluşturan elemanların, benzerlik, zıtlık, üslup, uygunluk ilişkileriyle renk, biçim, hareket, açık-koyu ile oluşan bu denge, asimetrik dengeyi oluşturur (Şekil 72).



Şekil 71. National Farmers' Bank, [Louis H. Sullivan](#), Owatonna, [Minnesota](#), 1907-1908



Şekil 72. General Bank Tower, Murphy /Jahn ve Yardımcı Mimarlar, Rotterdam,1996

- Harmoni

Dizayn elemanları ile resim düzlemi üzerinde anlamlı bir bağıntı ve anlamlı bir ifade birliği ararken kurulacak düzende elemanlar birbirine benzerse burada harmoniden söz etmek mümkündür. Harmoni her bakımdan orta kararlılık ifade eder. Biçim, ölçü, renk gibi bir veya daha çok elemanları benzer üniteler armoniktir. Harmoni monotonlukla zıtlık arasındadır. Harmoni; fonksiyon harmonisi, biçim ve düzen harmonisi, karakter harmonisi olarak üçe ayrılır (Gürer,1990), (Şekil 68, 69).



Şekil 68. Şekerbank,1956



Şekil 69. Bank of America Corporate Center, Cesar Pelli ve Yardımcıları, Charlotte, U.S.A., 1992

- Uygunluk

İki ya da üç boyutlu biçimler arasında ortak ya da yakın oluş uyumu sağlar. Uygunluk, biçim, ölçü, renk, değer, doku vb. öğelerin birinde ya da birkaçında olabilir. Biçimlerin yönleri ve aralıkları da uygunluk ölçülerinde kullanılabilir.

Temel tasar elemanları dışında formu etkileyen başka değerlerde vardır. Bonta fiziksel formun işaret ettiği değerleri şöyle sıralamıştır (Bonta, 1980);

- Şekil
- Renk
- Malzeme/ Doku
- Formu tamamlayan belirgin detaylar

Ching ise biçimi görsel özelliklerinden bahsederken bunları şekil, ölçü, renk, doku, konum, yönlenme, görsel atalet gibi başlıklara ayırmıştır (Ching, 1979).

Çalışma kapsamında cephe ile ilgili olarak biçim, renk ve dokuya yer verilecektir.

- Renk

Renk ışığın kendi öz yapısına veya cisimler tarafından yayılma şekline bağlı olarak göz üzerinde yaptığı etkidir.

Çeşitli cisimlerden yansyarak gelen ışınların görsel algı sonucu kişide oluşturduğu duygudur. Diğer bir deyişle renk ışığın cisimlere çarptıktan sonra yansyarak görme

duyumuzda bıraktığı etkiye denir. Renk, görsel olarak algılanan, bir çok duygusal etkinliğe sahip olan ve estetik amaçlara hizmet veren bir elemandır.

Bir görme olayında ;

1. Işınlaraın göze gelmesi – Fiziksel
2. Bu ışınların karşısında gözde ortaya çıkan işlemler – Fizyolojik
3. Cismin beyinde algılanması – Psikolojik bir olgudur.

Rengin ışığın niceliğine, saflığına ve dalga boyuna bağılı olarak algılanmasıyla ilgili üç boyut vardır.

a) Renk Değeri (Value): Bir rengin açıklık veya koyuluk derecesini gösterir. Açık mavi ile koyu mavi arasında ton farkı vardır. Siyahtan beyaza doğru gri tonlarını gösteren 10 kademeli bir ton çubuğunda en parlak, ışıklı renk beyaz en koyu ışiksiz renk ise siyahtır. Renklerin değerini siyah ve beyaz ilavesiyle değiştirmek mümkündür.

b) Renk Yoğunluğu (Doyum Derecesi): Rengin doyum kalitesi ya da şiddetinin ölçüsüdür. Spektrumdaki renklerin doyum kalitesi en üst düzeydedir.

c) Renk Türü: Renkler dalga boylarına bağılı olarak değişirler.çevremizde algıladığımız renkler çeşitli dalga boylarının karışımından oluşan renklerdir. Ateşin sarı - kırmızı rengi sıcak renk çağrışımını; buzun mavi - yeşil rengi soğuk renk çağrışımını oluşturması, rengin sıcak ve soğuk renkler olarak ikiye ayrılmasına neden olmaktadır.

Sıcak Renkler : Kırmızı, sarı, turuncu

Soğuk Renkler : Yeşil, mor, mavi

Ara renklerden mor ve yeşil kendilerini oluşturan sıcak ve soğuk renklerin miktarına bağılı olarak değişir. Kesin bir sınır koymak mümkün değildir.

Rengin yapısal niteliklerine bağılı olarak duygusal etkinlikleri aşağıda özetlenmektedir.

1- Renk kullanıldığı mekanı etkilemektedir. Örneğin bir mekanda parlak renklerin yoğun olarak kullanılması heyecan ve neşeli bir etki yaratırken; sakin ve pastel tondaki renklerin dinlendirici bir etki yaratmaktadır.

2- Mekana birlik ya da çeşitlilik kazandırır. Sıcak veya soğuk grup içindeki benzer renk düzeni veya tek renkten oluşan bir düzen birlik duygusuna katkıda bulunurken; farklı renklerden oluşan bir düzen çeşitlilik duygusu vermektedir.

3- Malzemenin öz - niteliğini ifade eder

4- Renk formu belirler. Bir çizgi, iki boyutlu bir yüzey ya da üç boyutlu bir hacim, çevresiyle, geri planıyla karşıt renklerin kullanımıyla belirlenmektedir.

5- Oranları etkiler, yatay çizgilerde zıt renklerin kullanımı genişlik duygusunu, düşey doğrultularda kullanımı ise yükseklik duygusunu uyandırmaktadır.

6- Ölçeği ortaya çıkartır, belli eder. Tek renkli elemanlardan oluşan bir yapının ölçeğini uzaktan belirlemek güçtür, ancak yapı elemanları zıt renklere sahip ise ölçeği uzaktan daha kolay anlaşılacaktır.

7- Ağırlık duygusu oluşturur. Koyu renkli elemanlar ağır, açık renkli elmanlar ise daha hafif görünmektedir (URL-27, 2006).

Renklerin insanlar üzerinde psikolojik etkileri söz konusudur. Bunlar;

Mavi: Koyu tonlarda ya da yoğun olarak kullanıldığında moral bozan, kasvet veren bir etki, açık tonlarda kullanıldığında veya beyazla karıştırıldığında yatıştırıcı ve güven veren bir etki yaratmaktadır.Mavi ayrıca sindirmeyi ve korumayı sembolize eder.

Yeşil: Kullanıldığı mekanda sakin, barışçıl, hassas, yumuşak bir etki yaratmaktadır. Neşe ve sükuneti ifade etmektedir.

Sarı: Kullanıldığı mekanda uyarıcı, neşelendiren, dikkat çeken bir etki yaratmaktadır. genişlemeyi, iletişimi ifade etmektedir.

Kırmızı: Kullanıldığı mekanda heyecanlandırıcı, uyarıcı bir etki yaratır. Beyazla karıştırıldığında cana yakın bir etki uyandırmaktadır. Kırmızı enerji ve gücü ifade eder.

Pembe: Küçük alanlarda kullanıldığında zenginliği ve önemi vurgular, geniş alanlarda ise rahatsız edici bir etki yaratmaktadır.

Kahverengi: Kullanıldığı mekanda mutsuz, kederli ve melankolik bir etki yaratmaktadır. Ancak sarı veya beyazla birleştirildiğinde dinlendirici ve rahatlatıcı bir etki yaratmaktadır.

Gri: Maviye doğru giden tonlarda kullanıldığında kasvetli, beyaza doğru giden tonlarda kullanıldığında ise huzurlu bir etki yaratmaktadır.

Beyaz: Kullanıldığı bir mekanda güneş ışığını yansıtıyorsa uyarıcı, neşeli bir etki yaratmaktadır.

Turkuaz : Canlandırıcı ve serinletici bir etki uyandırır.

Parlak renkler, heyecan duygusu verirken pastel renkler, sakinlik duygusu veririler. Renk malzemenin öz niteliğini ifade eder, formu belirler, oranları etkiler, ölçeği ortaya çıkarır. Renk ayrıca ağırlık duygusu oluşturur. Koyu renkli elemanlar ağır, açık renkli elemanlar ise hafif algılanmaktadırlar. Sıcak ve koyu sıcak renklere sahip elemanlar ön plana çıkarken, soğuk ve açık soğuk renkler ise geri planda kalırlar.

Renkler şu şekilde gruplandırılabilir;

- Ana Renkler : Kırmızı – Mavi – Sarı
- Ara Renkler : Turuncu – Yeşil – Mor
- Tarafsız Renkler : Beyaz – Siyah – Gri
- Kontrast-Zıt Renkler : Sarı – Mor / Kırmızı – Yeşil / Turuncu – Mavi
- Armoni- Bütünleyici Renkler: Mor – Mavi / Kırmızı – Yeşil / Turuncu – Mavi

Renkli uyarıcılar renksiz uyarıcılardan daha kolay dikkatimizi çekerken, renkler arasında da saf renkler karışık renklerden daha çok dikkatimizi çekerler. Tüm renkler arasında da kırmızı ve mavi, sarı ve yeşile göre daha çok dikkat çeker (Cüceloğlu, 1991).

Her öğede olduğu gibi renk öğesinde de doğanın verileri çok zengindir. Doğadaki zengin renk armonileri de çeşitli zıtlıklar içerirler. Doğada serbest bir düzen içerisinde bulunan renkler kendi yerlerini alırlar. Sanatçı ise bu renk yaklaşımlarını kişisel anlatım istekleri doğrultusunda düzenleyerek yorumlar. Renkler bir araya geldiklerinde bir değer kazanırlar veya kazandırılırlar. Renk ilişkileri ya bir uygunluk ya da zıtlık çerçevesi içerisinde oluşur. Renk uygunlukları armoniyi teşkil eder. Genel olarak etkili, güzel, anlaşılır armoniler renk zıtlıklarına dayanırlar. Bir düzenlemede renk armonileri, genel olarak zıt renklerin birliğinden doğan renk uyumlarıdır.

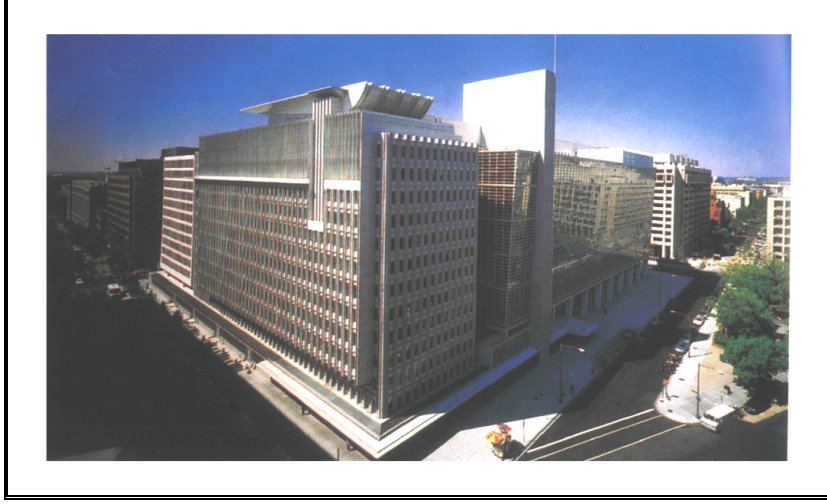
- Biçim

Monge, biçim için; bir nesnenin dış sınırlarıdır tanımı yapmıştır (Divanlıoğlu, 1997). Klee (1961) “biçim; canlı varlık, form; cansız doğadır” olarak biçimi tanımlarken, Hodgden “ formu yaratıcı eylemin zihinde canlandırdığı şey, biçimde kuvvetli konturları olan şekildir” diye tanımlar (Atalayer, 1994), (Tavşan, 2000).

Bir alan, değer, renk ve dokusal farklılıkları nedeniyle sınırları belirlenmiş olarak algılanır ki buna biçim denir.

Her maddenin bir kitesi ve bu kitlenin içinde bulunduğu mekana göre değişik izdüşümleri vardır. Kitle bir hacme sahip olup üç boyutlu iken, iz düşünüm ise bir yüzeye sahip ve iki boyutludur. Bu tanımlamaya göre doğada var olan ve veya insan emeği ile oluşturulan her türlü cinsin tanımlanabilen bir biçimi olduğu söylenebilir (Aksoy,1987).

Doğada var olan her cismin, bir geometrik forma dayalı biçimi vardır. Bazıları da serbest görünümde dirler. Biçimi sınırlayan çizgi karakterleri, biçimin yuvarlak, sivri, keskin, yumuşak niteliklere sahip olmasına katkıda bulunurlar.



Şekil 75. Dünya Bankası Merkez Ofisi, Washington,1960'larda inşa edilen binaların üzerine kurulmuştur.

•Doku

Tüm görsel nesnelerin karakteristik birer dış yapıları vardır. Nesne ve varlıkların dış yapı özellikleri ve bunların objektif etkileri dokuyu (texture) oluşturur. Diğer bir deyişle, doğadaki tüm nesnelerin iç yapılarının işlevsel özelliklerini dışa vuran yüzeysel etkilere “doku” denir. Bu, doğanın yapısal bir özelliğidir. Objelerin dış görünüşlerindeki ayrıcalıkları sağlayan üzerlerindeki dokusal yapı farklılıklarıdır. Yani doku, yüzeyleri oluşturur. Bir yüzey değerlendirmesidir. Gözün gördüğü her şey özel bir dış yüzey yapısına sahiptir. Tasarımcı, yaşayan doğadaki dokusal oluşumlardan yararlanarak yeni yaratım olanakları elde edebilir.

Bir dokunun oluşması için pürüzlü bir yüzey ve uygun ışık gereklidir. Uygun bir ışık girinti ve çıkıntıları yani, dokunun derinliğini verir. Renk değişimi ise dokuya görsel karakter kazandırır (Şekil 76).

Dokunun yapı, renk, ışık, işlenişle etkisi şöyledir;

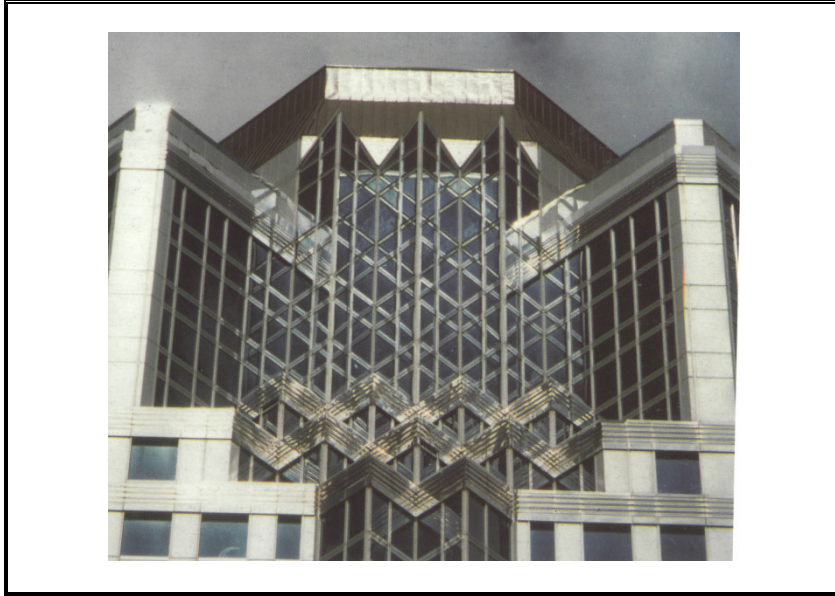
- Dokunun yapı etkisi; sert dokulu yüzeyler yakınlık etkisi, yumuşak dokulu yüzeyler uzaklık etkisi verir.

- Doku ve renk etkisi; sıcak renkli dokular yakınlık etkisi, mat yüzeyli dokular uzaklık etkisi verir.

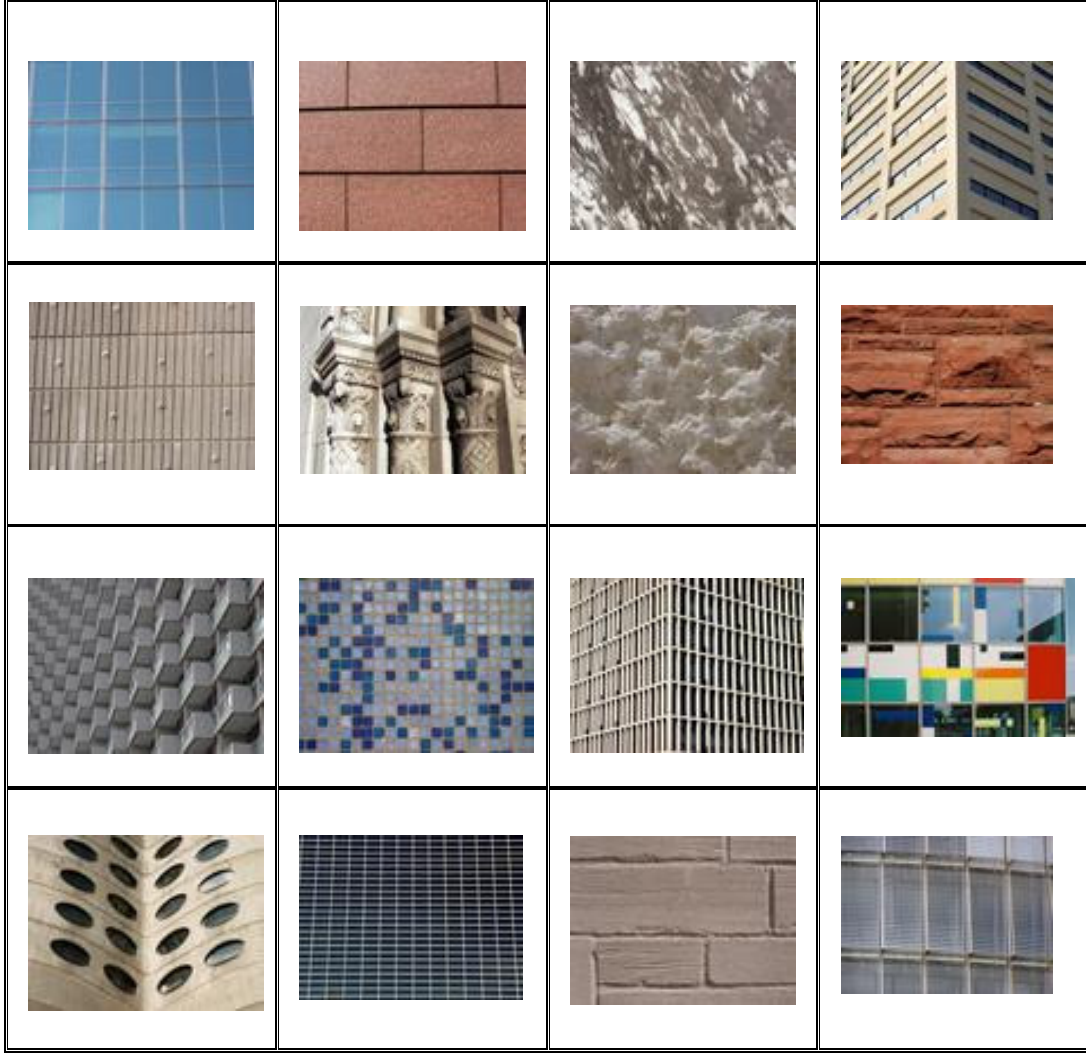
- Dokunun ışıklılık etkisi; parlak yüzeyli dokular yakınlık etkisi, mat yüzeyli dokular uzaklık etkisi verir.

- Dokunun işleniş etkisi; ince ve ayrıntılı işleniş dokulu yüzeyler yakınlık ve keskinlik duygusu verir. Dağınık, ayrıntısız ve belirsiz işlenmiş dokulu yüzeyler uzaklık etkisi verir.

Ayrıca dokunun, yumuşaklık-sertlik, ağırlık-hafiflik, sessizlik-gürültü, huzur-tedirginlik, durgunluk-hareketlilik, sakinlik-heyecanlilik, rehavet-kasvet gibi psikolojik etkiler de yaratır. Yumuşak dokulu yüzeyler; sükunet, rahatlık, monotonluk, soğuk, güçsüz (hastane, lokanta vb. tercih edilir) hissi verirken, sert dokulu yüzeyler, dinamik, uyarıcı, ilgi çekici, güçlü ve daha sıcak, heyecan verici (heykel vs.) his uyandırırılar (Şekil 77).



Şekil 76. İş Bankası Kulesi doku örneği



Şekil 77. Doku örnekleri

2.4. Uygulanan Yöntem

2.4.1. Yöntem ve Teknik

2.4.1.1. Veri Toplama

Trabzon kentinin tarihi açıdan çok eski bir yerleşim olması ve Doğu Karadeniz Bölgesinde ekonomik temelleri elinde tutması Trabzon'u bir ticaret merkezi haline getirmiştir. Bu durum bankalar açısından Trabzon'u tercih etmelerinin önemli bir gerekçesi

olarak sayılabilir. Tez çalışmasında Trabzon'daki banka yapılarının cephe kurguları açılarından incelenmesi için öncelikle banka yapıları tespit edilmiştir.

Trabzon'da 20 bankanın faaliyet gösterdiği, tüm şubeleriyle toplam 65 bankanın mevcut olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunlardan 3'ünün kamu mevduat bankası, 11'inin özel mevduat bankası, 3'ünün özel finans kurumu, 2'sinin yabancı kaynaklı, 1 tanesinin de Merkez Bankası olduğu tespit edilmiştir, ayrıca özel finans kurumları çıkarılan yasa gereği bugün banka statüsünde kabul edilmektedirler. Banka yapılarının kent merkezinde Maraş Caddesi ve Gazi Paşa Caddesinde yoğunlaştıkları gözlenmiş ve çalışma alanı olarak Maraş Caddesi ve Gazi Paşa Caddesi tercih edilmiştir. Sadece Merkez Bankası kent merkezinden uzakta sahil yolu üzerine konumlanmayı tercih etmiştir. Merkez Bankası'nın işleyişi açısından bunun yerinde bir karar olduğunu söylemek mümkündür.

Bankaların günümüz şartlarına uyum sağlayabilmesi için sürekli değişen yapıları çalışmanın tam bir sonuca ulaşmasında güçlükler doğurmaktadır. Bazı bankalar analiz çalışması süresince veya çalışmanın hemen ardından cephelerinde birtakım yenilikler yapmışlar bu durum analizlerin gerçekçi olmasını güçleştirmiştir.

Ekonomik nedenler bankaların yerleşim için mevcut binaları kiralamalarına yada satın almalarına neden olmuştur. Farklı türde ve tipte yapılara yerleşim şekli banka binalarında görsel kimliğin aynı şehirdeki banka şubelerinde farklı farklı yansıtılmasına neden olmuş, farklı malzeme ve renklerde şube tipleri ortaya çıkmıştır. Görsel kimliğin asıl sergilendiği yerin ise kullanım yoğunluğu göz önünde bulundurularak şehir merkezlerinde ki şubeler olduğu tespit edilmiştir.

2.4.1.2. Saptama

Tez çalışmasının konusunu bir analiz ve değerlendirme çalışması olarak tanımlayabiliriz. Doğru analizler yapılabilmesi için doğru bilgi ve doğru tespitlere ulaşılması gerekmektedir. Çalışmanın 3. bölümünde analiz çalışmasında kullanılacak kavramlar açıklanmıştır. Bu verilere ulaşmak için kullanılan bilgi kaynakları üç kısımda incelenebilir:

a) Süreli yayınlar: Literatür araştırması yapılarak banka binaları ile ilgili kaynaklara ulaşılmış ve banka binalarını çeşitli yönlerden ele alan çalışmalar incelenmiştir.

b) Uygulama alanı içinde çıplak gözle yerinde yapılan tespitlerden faydalanılmıştır. Ayrıca banka yapılarının cephelerinin, bankamatiklerinin ve cepheyi özel kılan



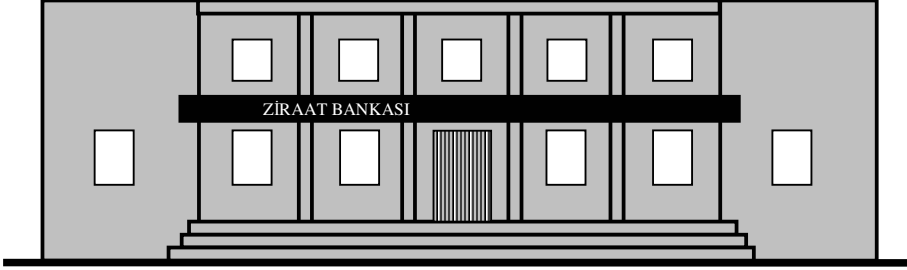




elemanlarının fotoğrafları çekilmiş, bu fotoğraflardan yararlanarak ölçeksiz olarak görsel analizde yararlı olacağını düşündüğümüz şematik çizimleri yapılmıştır. Bu çizimlerde algılamaya kolaylaştırması için saydam yüzeyler, opak yüzeyler, kapı, ve şube tabelası farklı tonlarda renklendirilmiştir.

c) Bankanın bulunduğu bina ile ilgili özel bilgilere ve bankanın görsel kimlik amaçlı çalışmalarına ulaşabilmek için banka yetkilileri ile yapılan görüşmelere başvurulmuştur. Ne var ki bu görüşmelerden banka binası ile ilgili tam bilgilere ulaşmak her banka için mümkün olmamıştır. Bankanın yoğunluğu, binanın banka mülkiyetinde olmayışı gibi sebepler bazı bilgileri farklı kanallar yolu ile elde etme gerekliliği doğurmuş buna rağmen yine de bazı bilgilere tam ulaşamamıştır.



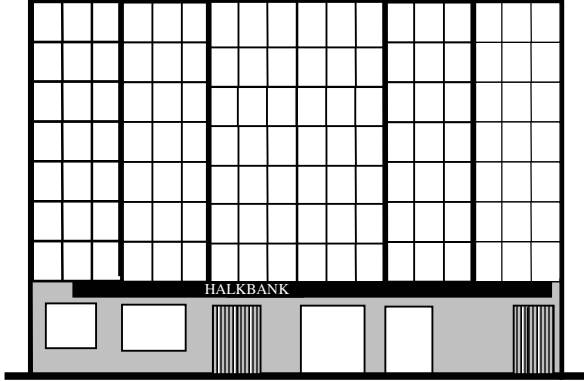
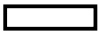



2.4.1.2.1. İrdelenecek Yapılara Ait Kimlik Kartlarının Hazırlanması

Araştırma kapsamında oluşturulan kimlik kartları, banka yetkilileri ile yapılan görüşmeler ve alan çalışması ile yerinde yapılan tespitler neticesinde Trabzon'da 18'i Maraş Caddesinde, 1'i Gazi Paşa Yokuşu'nda en son 1'i de sahil yolunda olmak üzere toplam 20 bankanın merkez şubeleri örneği üzerinde hazırlanmıştır. Bankanın Trabzon'da kuruluş yılı, bankanın binaya taşınma yılı, binanın tasarım amacı, binanın yapılış yılı, cephede değişiklik olup olmadığı ve Türkiye genelinde uygulana bir konsept çalışmalarının olup olmadığı bilgileri verilmiştir. Yerinde çekilen fotoğraflar ve bu fotoğraflar kaynak alınarak şematik olarak yapılan çizimler bankaların kamu mevduat, özel mevduat, özel finans kurumu, yabancı bankalar ve merkez bankası olması sırasına göre verilmiştir (Tablo 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22,).



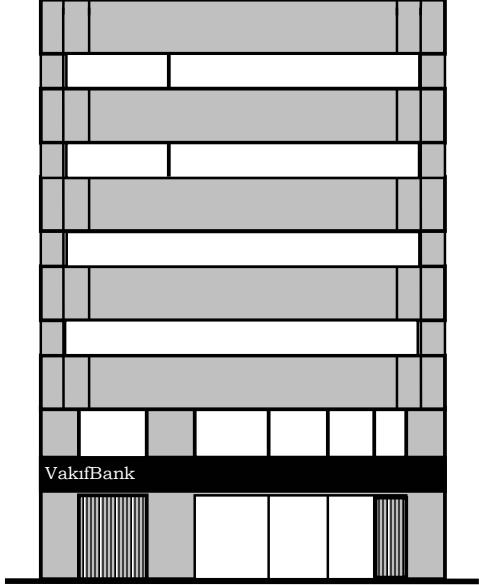




Tablo 3. Ziraat Bankası kimlik kartı

Bankanın Adı: Ziraat Bankası	Logo:  <u>T.C. ZİRAAT BANKASI A.Ş.</u>		
			
			
			
Saydam Yüzeyley	Opak Yüzeyley	Şube Tabelası	Kapı
Trabzon'da Kuruluş Yılı	01/01/1889		
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	1959		
Binanın Tasarım Amacı	Banka		
Binanın Yapılış Yılı	1955		
Cephede Değişiklik Var mı ?	Var		
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Yok		

Tablo 4. Halkbank Kimlik kartı

Bankanın Adı: Halkbank	Logo: 		
			
			
			
Saydam Yüzeyler	Opak Yüzeyler	Şube Tabelası	Kapı
Trabzon'da Kuruluş Yılı	19/12/1955		
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	04.06.2005		
Binanın Tasarım Amacı	Banka		
Binanın Yapılış Yılı			
Cephede Değişiklik Var mı ?	Var		
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Var		



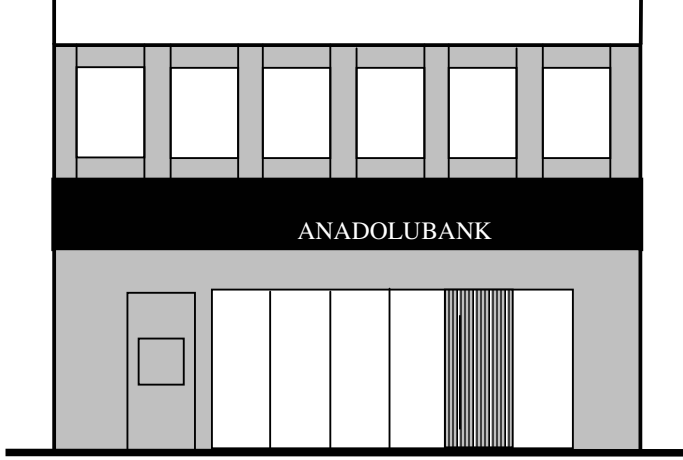




Tablo 5. Vakıfbank Kimlik kartı

Bankanın Adı: Vakıfbank Geleceğin Bankası	Logo: 
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  Saydam Yüzeyler </div> <div style="text-align: center;">  Opak Yüzeyler </div> <div style="text-align: center;">  Şube Tabelası </div> <div style="text-align: center;">  Kapı </div> </div>	
Trabzon'da Kuruluş Yılı	18/08/1964
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	1987
Binanın Tasarım Amacı	Banka
Binanın Yapılış Yılı	1987
Cephede Değişiklik Var mı ?	Var
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Var, Sadece iç mimaride

Tablo 6. Akbank Kimlik Kartı

Bankanın Adı: Akbank		Logo: 	
 			
			
Saydam Yüzeyle	Opak Yüzeyle	Şube Tabelası	Kapı
Trabzon'da Kuruluş Yılı	27/12/1965		
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	1972		
Binanın Tasarım Amacı	İşyeri		
Binanın Yapılış Yılı	1960'lar		
Cephede Değişiklik Var mı ?	Var		
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Var		



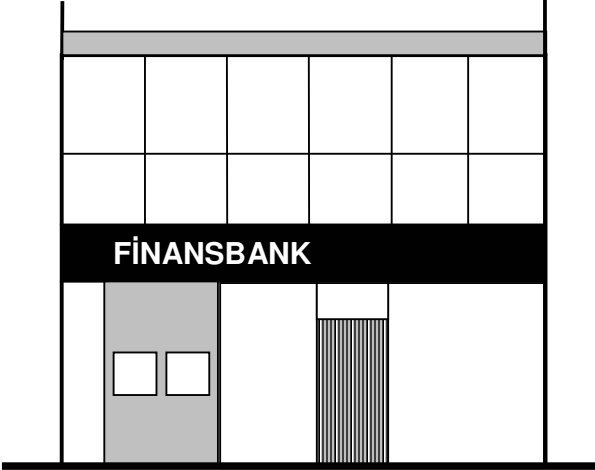




Tablo 7. Anadolu Bank Kimlik kartı

Bankanın Adı: Anadolu Bank	Logo:  ANADOLUBANK		
			
			
			
Saydam Yüzeyler	Opak Yüzeyler	Şube Tabelası	Kapı
Trabzon'da Kuruluş Yılı	02/08/2000		
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	2003		
Binanın Tasarım Amacı	İş yeri		
Binanın Yapılış Yılı	1980'ler		
Cephede Değişiklik Var mı ?	Var		
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Var		

Tablo 8. Denizbank Kimlik kartı

Bankanın Adı: Denizbank	Logo: 		
			
			
 Saydam Yüzeyler	 Opak Yüzeyler	 Şube Tabelası	 Kapı
Trabzon'da Kuruluş Yılı	01/10/1997		
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	01/10/1997		
Binanın Tasarım Amacı	İşyeri		
Binanın Yapılış Yılı			
Cephede Değişiklik Var mı ?	Yok		
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?			

Tablo 9. Finans Bank Kimlik kartı

Bankanın Adı: Finans Bank (Bankacılığın Parlayan Yıldızı)	Logo: 		
			
			
			
Saydam Yüzeyler	Opak Yüzeyler	Şube Tabelası	Kapı
Trabzon'da Kuruluş Yılı	08/11/1999		
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	08/11/1999		
Binanın Tasarım Amacı	İşyeri		
Binanın Yapılış Yılı	1999		
Cephede Değişiklik Var mı ?	Var		
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Var		



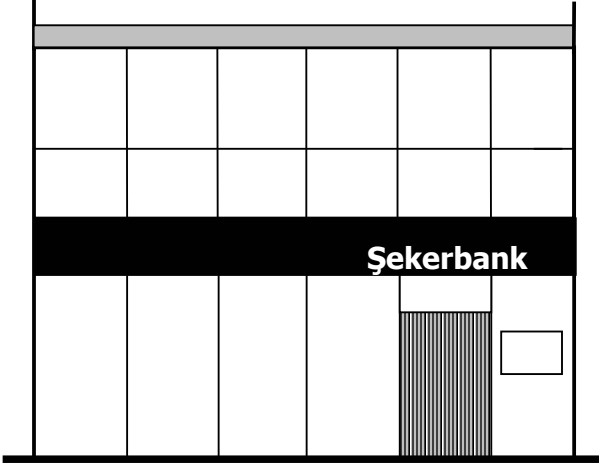




Tablo 10.Koçbank Kimlik kartı

Bankanın Adı: Koçbank Bankam hep yanımda	Logo: 
<div style="text-align: center;">   </div>	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  Saydam Yüzeyley </div> <div style="text-align: center;">  Opak Yüzeyley </div> <div style="text-align: center;">  Şube Tabelası </div> <div style="text-align: center;">  Kapı </div> </div>	
Trabzon'da Kuruluş Yılı	18/06/1996
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	2002, Mayıs
Binanın Tasarım Amacı	
Binanın Yapılış Yılı	
Cephede Değişiklik Var mı ?	Yok
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Var

Tablo 11. Oyakbank Kimlik kartı

Bankanın Adı: Oyakbank (İyiler Mutlaka Kazanır)	Logo: 
 	
 Saydam Yüzeyler	 Opak Yüzeyler
	 Şube Tabelası
	 Kapı
Trabzon'da Kuruluş Yılı	11/01/2002
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	2002
Binanın Tasarım Amacı	İşyeri
Binanın Yapılış Yılı	1970'ler
Cephede Değişiklik Var mı ?	Yok
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Var

Tablo 12. Şekerbank Kimlik kartı

Bankanın Adı: Şekerbank	Logo: 		
			
			
			
Saydam Yüzeyler	Opak Yüzeyler	Şube Tabelası	Kapı
Trabzon'da Kuruluş Yılı	26/05/1982		
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	1999		
Binanın Tasarım Amacı	İşyeri		
Binanın Yapılış Yılı			
Cephede Değişiklik Var mı ?	Yok		
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Yok		



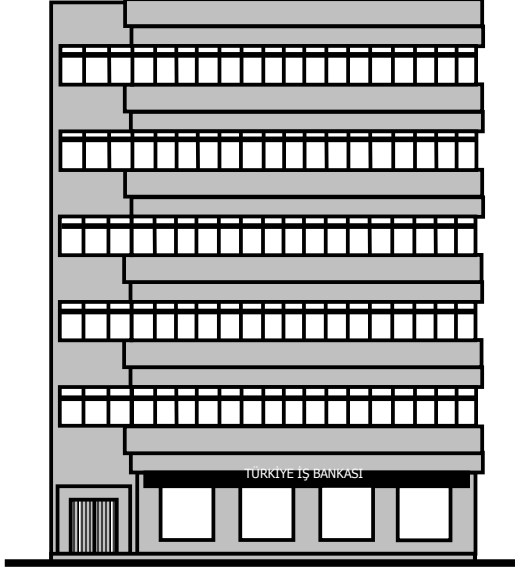




Tablo 13. Türk Ekonomi Bankası Kimlik kartı

Bankanın Adı: Türk Ekonomi Bankası	Logo:  TEB		
			
			
			
Saydam Yüzeyler	Opak Yüzeyler	Şube Tabelası	Kapı
Trabzon'da Kuruluş Yılı	16/02/2002		
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	19/09/2005		
Binanın Tasarım Amacı	2 depolu dükkan, 2 büro, daire		
Binanın Yapılış Yılı	1967		
Cephede Değişiklik Var mı ?	Yok		
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Var		



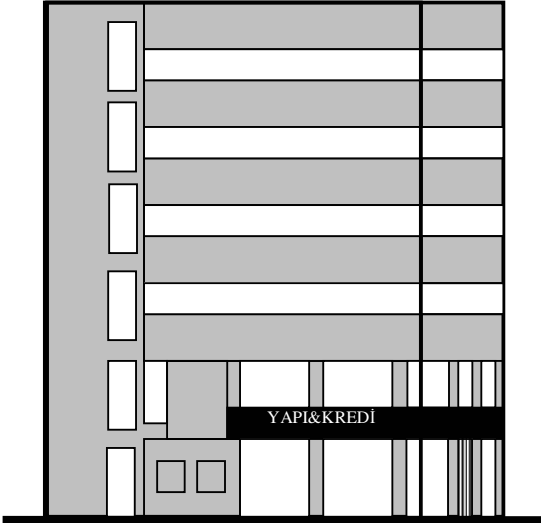





Tablo 14. Garanti Bankası Kimlik kartı

Bankanın Adı: Garanti	Logo: 		
			
			
			
Saydam Yüzeyler	Opak Yüzeyler	Şube Tabelası	Kapı
Trabzon'da Kuruluş Yılı	11/01/1968		
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	1995		
Binanın Tasarım Amacı	İşyeri		
Binanın Yapılış Yılı	1970'ler		
Cephede Değişiklik Var mı ?	Var		
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Var, iç mekanlarda		



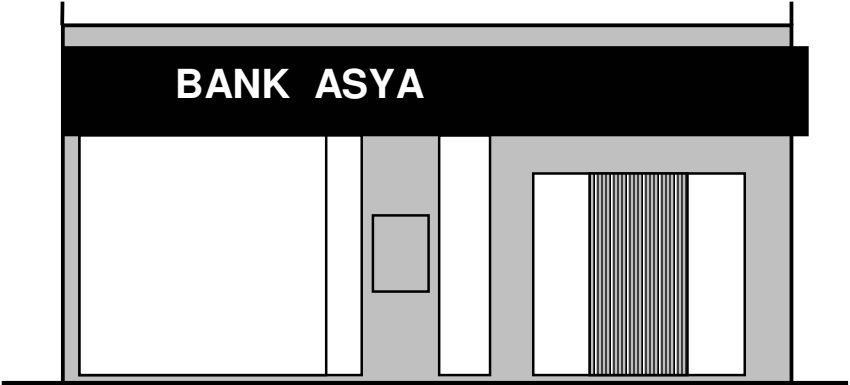




Tablo 15. İş Bankası Kimlik kartı

Bankanın Adı: İş Bankası	Logo: 		
 			
			
Saydam Yüzeyler	Opak Yüzeyler	Şube Tabelası	Kapı
Trabzon'da Kuruluş Yılı	21/01/1928		
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	22/10/1975		
Binanın Tasarım Amacı	Banka		
Binanın Yapılış Yılı	1975		
Cephede Değişiklik Var mı ?	Var		
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Var		


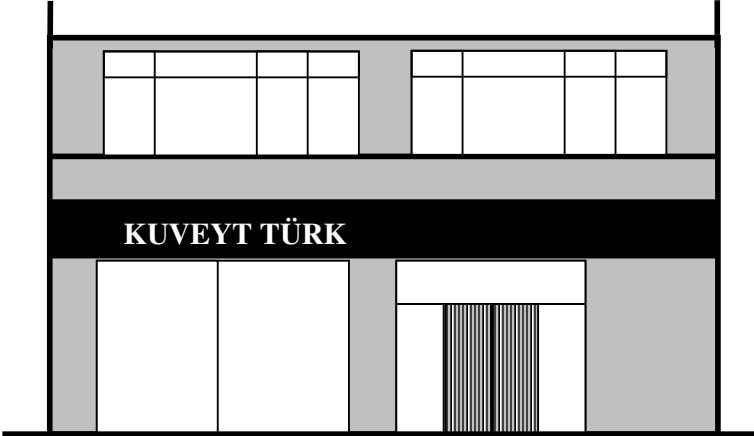


Tablo 16. Yapı Kredi Bankası Kimlik kartı

Bankanın Adı: Yapı Kredi Bankası (Burası Yapı Kredi Fark Burada)	Logo: 
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div>	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  Saydam Yüzeyler </div> <div style="text-align: center;">  Opak Yüzeyler </div> <div style="text-align: center;">  Şube Tabelası </div> <div style="text-align: center;">  Kapı </div> </div>	
Trabzon'da Kuruluş Yılı	13/01/1958
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	1894
Binanın Tasarım Amacı	
Binanın Yapılış Yılı	
Cephede Değişiklik Var mı ?	Var
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Var

Tablo 17. Bank Asya Kimlik kartı

Bankanın Adı: Bank Asya	Logo: 		
			
			
			
Saydam Yüzeyler	Opak Yüzeyler	Şube Tabelası	Kapı
Trabzon'da Kuruluş Yılı	Ocak 2004		
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	Mart 2006		
Binanın Tasarım Amacı	İşyeri		
Binanın Yapılış Yılı	1980'ler		
Cephede Değişiklik Var mı ?	Var		
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Var		



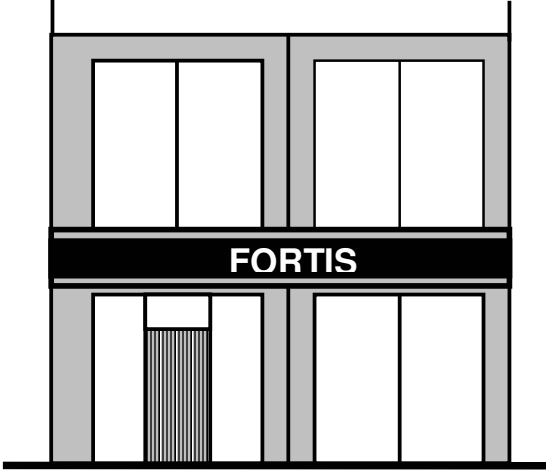




Tablo 18. Kuveyt Türk Kimlik kartı

Bankanın Adı: Kuveyt Türk	Logo:  KUVEYT TÜRK		
			
			
			
Saydam Yüzeyler	Opak Yüzeyler	Şube Tabelası	Kapı
Trabzon'da Kuruluş Yılı	2001, Kasım		
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	01/011/2004		
Binanın Tasarım Amacı			
Binanın Yapılış Yılı	1975		
Cephede Değişiklik Var mı ?	Var		
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Var		

Tablo 19. Türkiye Finans Kimlik kartı

Bankanın Adı: Türkiye Finans (Bankamız Hepimiz İçin)	Logo:  TÜRKİYE FİNANS KATILIM BANKASI
	
	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  Saydam Yüzeyler </div> <div style="text-align: center;">  Opak Yüzeyler </div> <div style="text-align: center;">  Şube Tabelası </div> <div style="text-align: center;">  Kapı </div> </div>	
Trabzon'da Kuruluş Yılı	2006
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	2001
Binanın Tasarım Amacı	İşyeri
Binanın Yapılış Yılı	1964-70'ler
Cephede Değişiklik Var mı ?	Var
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Yok


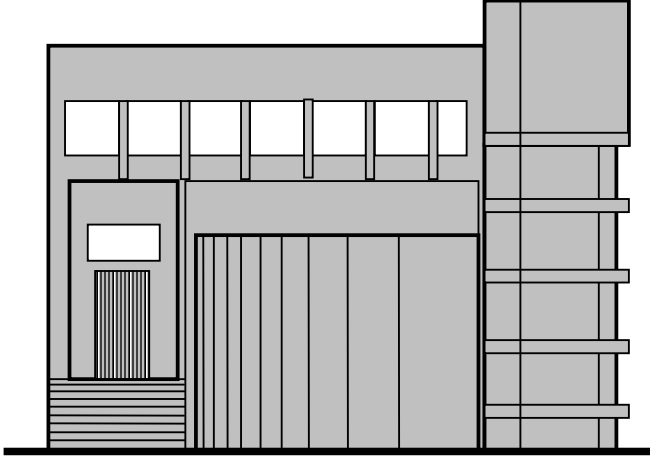




Tablo 20. Fortis Bank Kimlik kartı

Bankanın Adı: FORTIS (Artık Hayatınızda Fortis Var)	Logo: 		
 			
 Saydam Yüzeyler	 Opak Yüzeyler	 Şube Tabelası	 Kapı
Trabzon'da Kuruluş Yılı	05/06/1997		
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	05/06/1997		
Binanın Tasarım Amacı	İşyeri		
Binanın Yapılış Yılı	1990		
Cephede Değişiklik Var mı ?	Yok		
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Var		

Tablo 21. HSBC Bank Kimlik kartı

Bankanın Adı: HSBC Bank (Dünyanın Yerel Bankası)	Logo: 
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  Saydam Yüzeyler </div> <div style="text-align: center;">  Opak Yüzeyler </div> <div style="text-align: center;">  Şube Tabelası </div> <div style="text-align: center;">  Kapı </div> </div>	
Trabzon'da Kuruluş Yılı	19/12/2001
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	19/12/2001
Binanın Tasarım Amacı	Lokanta olarak kullanılmış
Binanın Yapılış Yılı	1950'ler
Cephede Değişiklik Var mı ?	Yok
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Var

Tablo 22. Merkez Bankası Kimlik kartı

Bankanın Adı: Merkez Bankası	Logo:		
			
			
 Saydam Yüzeyler	 Opak Yüzeyler	 Şube Tabelası	 Kapı
Trabzon'da Kuruluş Yılı	1963		
Bankanın Binaya Taşınma Yılı	1995		
Binanın Tasarım Amacı	Banka		
Binanın Yapılış Yılı	1995		
Cephede Değişiklik Var mı ?	Yok		
Türkiye Geneline Konsept Uygulaması Var mı?	Yok		

3. BULGULAR

Yapılan görüşmelerden ve çeşitli kaynaklardan elde edilen bilgiler, çekilen fotoğraflar ve bankaların şematik çizimleri her banka için ayrı ayrı hazırlanan kimlik kartlarında toplanmıştır. Bu kimlik kartlarında bankanın kuruluşu, Trabzon'daki tarihsel gelişimi ve banka binasının yapısal ve görsel özellikleri ile ilgili çalışmalar saptanmıştır.

Cephe kurgusunun irdelenmesi için iki çeşit analiz yönteminden faydalanılmıştır;

- Cephe kurgusunun temel tasar ilkeleriyle irdelenmesi
- Cephe kurgusunu meydana getiren mimari bileşenler analizi

3.1. Cephe Kurgusunun Temel Tasar İlkeleri Açısından Analizi

Cephe kurgusunun temel tasar ilkeleriyle irdelenmesi; bu analiz yönteminde cephe tasarımı yapılırken bankaların hangi tasarım ilkelerini ne yoğunlukla tercih ettikleri, cephenin cazip, dikkat çekici olabilmesi için hangi ilkelerden yararlandığı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Cephe, tasarım farklılıkları göz önüne alınarak zemin kat ve tüm kütle için ayrı ayrı irdelenmiş ve irdeme için birlik, tekrar, zıtlık, simetri, denge, egemenlik ve harmoni/ uygunluk ilkelerinden yararlanılmıştır. Birlik ve zıtlık ilkesi şekil, renk ve ölçü olarak üç gruba ayrılmış, tekrar ilkesi ise tam tekrar, değişken tekrar ve dönüşümlü tekrar olarak gruplandırılmıştır (Ek Tablo1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8).

3.2. Cephe Kurgusunun Mimari Bileşenler Açısından Analizi

Cephe kurgusunu meydana getiren mimari bileşenler analizi için 4 ayrı analiz grubu oluşturulmuş ve 4 ayrı tablo hazırlanmıştır. Bunlar; Kütle Analizi, Yerleşim Düzeni Analizi, Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı Analizi, Cephede Malzeme Kullanımı Analizi ve Cephede Renk Kullanımı Analizi'dir (Ek Tablo 9, 10, 11, 12, 13, 14 ,15, 16).

1.Kütle Analizi

Kütle analizinin yapılabilmesi için 3 kriterden yararlanılmıştır.

- Bina formu

Banka binaları çoğunlukla kent merkezi ve ya belirli bir bölgedeki mevcut yapılardır. Bankalar bu binalara çoğunlukla ya satın alma ya da kiralama yoluyla yerleşmişlerdir. Bu yüzden banka binalarının formunda mevcut yapılaşmaya uyum söz konusudur. Çalışmada bankanın içine yerleştiği katlar dikkate alınmakla birlikte kütle analizinde tüm yapı göz önünde bulundurulmuştur. Kriter olarak da kare, dikdörtgen ve daire seçilmiştir.

- Cephede kullanılan formlar

Cephede kullanılan formlar 5 gruba ayrılarak temel geometrik formlar olan kare, dikdörtgen, üçgen, daire ve organik olarak seçilerek cephede kullanım yoğunluğu ölçülmeye çalışılmıştır.

- Kat sayısı

Bankaların işlevsel ihtiyaçlarına göre kapladıkları alan artmakta buna göre de kat sayısı çoğalmaktadır. Bankanın hizmetleriyle doğru orantılı olarak kat sayısının arttığını söylemek mümkündür. Zemin katların ve bir üst katların tercih edilme yoğunluğundan dolayı kriterler zemin, zemin +1 ve zemin + ? olarak seçilmiştir.

2. Yerleşim düzeni analizi

Yerleşim düzeni analizi için cephe kurgusu için yerleşim yerleri önemli olan girişin yeri, kapı ve ATM incelenmiştir.

- Giriş

Banka binasının cephesine girişin yerleşimi referans oluşturmakta cephe düzeni girişin konumuna göre şekil almaktadır. Bu yüzden giriş kenarda, ortada ve köşede olmak üzere üç başlıkta incelenmiş ve en çok tercih edilen yer belirlenmeye çalışılmıştır.

- Kapı

Bankalar müşteri memnuniyetini göz önünde bulundurarak farklı tiplerde kapı kullanımı yoluna gitmişlerdir. Bazı bankalar kullandıkları kapının kullanışlılık açısından yeterli olmadığı düşüncesiyle daha sonrada değişiklik yaparken bazı bankalar da güvenlik gibi sebeplerle rüzgârlıklı kapıyı tercih etme durumunda kalmışlardır. Kapılar bu çalışmada tek kanatlı, çift kanatlı, fotoselli ve rüzgârlıklı olarak 4 grupta incelenmişlerdir.

- ATM

ATM son yıllarda bankacılık faaliyetlerinin yükünü büyük ölçüde hafifleten bir eleman olarak işlevini sürdürmektedir. Manyetik bir kartla bankaya girmeden geniş bir

işlem olanağı sunan ve her geçen gün işlevleri artan bu ekipmanın bankalarda cephe tipi ve hol tipi olarak iki türlü kullanımı vardır. Hol tipi ise 3 grupta ele alınabilir.

a) Banka şubesinin giriş holüne yerleştirilmiş olan kullanımıdır. Bankanın kapalı olduğu saatlerde 2. kapı kilitlenir veya kepenkler indirilerek güvenlik sağlanır.

b) Banka girişinden ayrı olarak girişi alınan ayrı bir hol düzenleme şeklidir. Bankadan bağımsız olarak sürekli açık konumdadır.

c) Müşteri holünün ATM için kullanıldığı durumdur. Bankanın kapalı olduğu saatlerde kullanılamamaktadır.

3. Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı Analizi

Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların şube tabelası, dış cephe yönlendirme elemanları, kurumsal kimliği ifade eden geometrik form ve reklâm panoları olarak belirlenmiştir.

- Şube Tabelası

Şube tabelası görsel kimliği etkili kılan önemli bir elemandır. Cephede kullanım şekli üç grupta ele alınabilir.

a) Tüm cephe boyunca bant şeklinde kullanımı. Tabela bütün cephe boyunca uzamakta ve görsel olarak cephede bütünlük sağlayan bir eleman olmaktadır.

b) Tüm cephede kısmen bant şeklinde kullanımı. Şube tabelası için belirli bir uzunluk tercih edilmektedir

c) Parçalı ve fon olmadan kullanımı. Bankanın isminin harflerinin tek tek cepheye monte edildiği durumdur.

- Dış cephe yönlendirme elemanları

Dış cephe yönlendirme elemanları bankaların kaldırımdan yürüyen kullanıcılar tarafından da rahatlıkla görülmesini sağlayan, cepheye dik yerleştirilen ve ya kaldırımda bir direk üzerinde konumlandırılan ışıklı levhalardır. Çalışmada, kullanılmıştır ve kullanılmamıştır şeklinde iki seçenek sunulmuştur.

- Kurumsal kimliği ifade eden geometrik form

Kurumsal kimliği ifade eden geometrik form bankanın simgesidir. Şubelerde kurumsal kimlikle birlikte diğer bankalardan ayırt edici özellik olarak kullanılır. Banka bu formla kendini ifade etmeye çalışır. Cephede kullanımında kullanılmıştır ve kullanılmamıştır şeklinde iki seçenek sunulmuştur.

- Reklâm panoları

Reklâm panoları bankaların faaliyetlerindeki yenilikleri en kolay şekilde sergiledikleri panolardır. Cephede kullanımları saydam yüzeylerde olmaktadır. Bazı bankalar reklâm panoları sayesinde gizliliği de sağlama yoluna gitmişlerdir.

Reklâm panolarının cephede kullanımı olasılıkları cephede tamamen, kısmen ve ya hiç kullanılmamıştır şeklindedir.

4. Cephede Malzeme Kullanımı Analizi

Malzeme cephede algılamayı güçlendiren bir eleman olarak öne çıkmaktadır. Çalışmada cephede kullanılan malzemeler saydam yüzeyler ve opak yüzeyler için ayrı ayrı tespit edilmiştir. Banka binalarında zemin kat ve üst kat farklılıkları göz önüne alınmış ve doğru bir analiz çalışması yapabilmek için zemin katlar ve üst katlar için ayrı analiz tabloları oluşturulmuştur. Ancak diğer analiz yöntemlerinden farklı olarak malzeme çeşitliliği nedeniyle olumlu-olumsuz ifadeleriyle sınıflandırma yapmak yerine kullanılan malzemeler direk olarak ifade edilmiştir.

5. Cephede Renk Kullanımı Analizi

Renk analizi yapılırken yine bir gruplandırma yapmak yerine kullanılan renkler direk olarak yazılmıştır. Bu analizle en çok tercih edilen renkler ortaya çıkartılmaya çalışılmış ve kullanıcı beğenisi için nasıl bir renk kullanımı yoluna gidildiği ölçülmeye çalışılmıştır. Bankaların genellikle sadece zemin katlara müdahale yapabilme olanakları da göz önüne alınmış ve zemin kat üst kat ayrımı yapılmıştır.

4. İRDELEME

Trabzon'da seçilen banka örneklerinin, cephe kurgusunun temel tasar ilkeleriyle irdelenmesine ait analizler ve cephe kurgusunu meydana getiren mimari bileşenlere ait analiz çalışmaları sonucunda elde edilen bilgiler her banka için ayrı ayrı irdelenmektedir. Bankalar Kamu Mevduat Bankaları, Özel Mevduat Bankaları, Özel Finans Kurumları, Yabancı Kaynaklı Bankalar ve Merkez Bankası olarak 5 grupta incelenmektedirler.

a) Kamu Mevduat Bankaları

1. Ziraat Bankası

Cephe için bir kurumsal kimlik çalışması bulunmayan Ziraat Bankası'nın Trabzon şubesinde cephede kapılar dışında önemli bir değişiklik yapılmamıştır. Demir kapılar ağır oldukları için üst kısım sabitlendirilerek kanatlar hafifletilmiştir. Son yıllarda bankacılık alanında önemli gelişmeler olmasıyla birlikte kullanılmaya başlanılan otomatik bankacılık ekipmanı ise cephenin dokusunu bozmamak için yan cepheye eklenmiş, yeterli gelmeyince ayrı bir ATM tasarlanmış ve cephedeki ATM'nin karşısında konumlandırılmıştır (Şekil 78).

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Ziraat Bankası'nda şekil, renk ve ölçüde birlik sağlanarak, tam tekrar ögesi kullanılmıştır. Banka simetrik, dengeli ve uyumlu cephesiyle tüm diğer bankalardan bu düzenli kurgusuyla ayrılmıştır. Şube tabelası rengiyle cepheye egemen olmaktadır.

- Malzeme

Doğal taşın dış cephe kaplaması olarak kullanıldığı banka binası 1950'lerin mimari özelliklerini yansıtmaktadır.

- Renk

Taş kaplamanın doğal rengi olan kahverengi, cephede kendini göstermektedir.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

Şube tabelası 1970'li yıllarda binanın üstünde parçalı olarak kullanılmış ancak bugün ön cephenin bir kısmına monte edilmiş durumdadır. Reklam panolarının kullanılmadığı cephede, dış cephe yönlendirme elemanlarına da yer verilmemiştir.

- Yerleşim Düzeni

Giriş; simetrik olan cephenin tam ortasından verilerek, kapı için çift kanatlı kapı tercih edilmiş, iç kısımda bir kapı daha kullanılarak rüzgarlıkları kapı sistemi oluşturulmuştur.

- Kütle

Dikdörtgen formlu binada kare ve dikdörtgen formları kullanılmıştır. Bina zemin ve birinci katlarda hizmet vermektedir.



Şekil 78. Ziraat Bankası cephe detayları

2. Halkbank

Bina 2005 yılında yapılan yeni tasarımıyla banka binası olarak yeniden inşa edilmiş (Şekil 79).

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Zemin katta şekil ve renk birliği sağlanırken dikdörtgen elemanların tekrarıyla değişken tekrar ilkesinden faydalanılmıştır. Tüm kütlede ise şekil, renk ve ölçü birliği sağlanmıştır. Tam tekrar, denge ve uyum ilkeleri de kullanılarak estetik değeri olan bir cephe kurgulanmaya çalışılmıştır.

- Malzeme

Zemin katta opak yüzeylerin kaplama malzemesi olarak granit kullanılırken, üst katlar çağımızın artık alışık olduğu giydirme cephe ile kaplanmıştır.

- Renk

Kurumsal kimlik çalışmasında sadece cephede mavi renk kullanımı dikkate alınarak, logoda mavi ve gri zemin üzerine mavi harfler kullanılmıştır.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

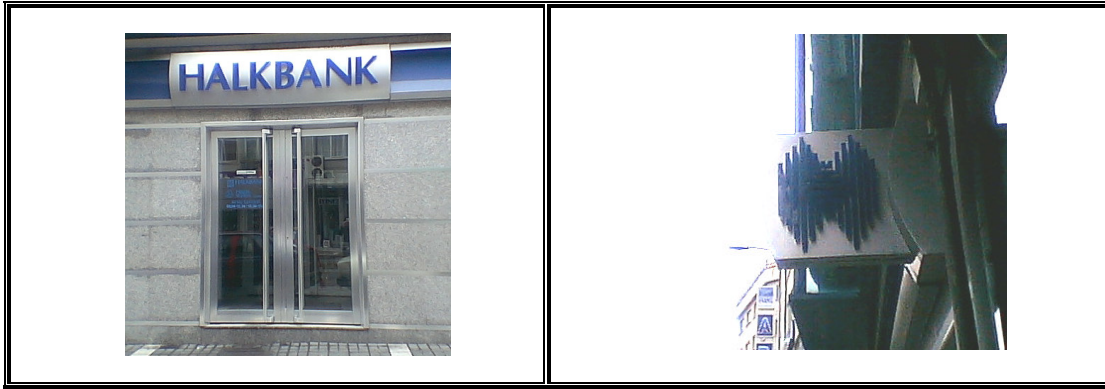
Reklam panolarının kullanılmadığı cephede dış cephe yönlendirme elemanı kullanılarak şube tabelası cephenin bir bölümüne yerleştirilmiştir.

- Yerleşim Düzeni

Cepheyi ortalayarak girişte çift kanatlı kapı kullanılmıştır. ATM, cephe düzenini bozmamak için binanın sol tarafına yerleştirilmiştir.

- Kütle

Dikdörtgen formu binada yine dikdörtgen formlar kullanılmış ve yapı zemin+ 3 kat üzerine inşa edilmiştir.



Şekil 79. Halkbank cephe detayları

3. Vakıfbank

Vakıfbank,1973’de aynı arsa üzerinde başka bir binada faaliyet sürdürürken, kullanılan bina yıkılarak yerine 1987’de şu anki bina inşa edilmiştir. Cephe 2002’de tamamen, Eylül 2005’de kısmen değişiklik yapılmıştır. Kurumsal kimlik çalışması sadece iç mekanlarda yapılmış, cepheye yansıtılmamıştır (Şekil 80).

- Cephe Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Zemin katta şekil ve renk birliği sağlanırken, tekrar dikdörtgen formunun değişken tekrarı ile oluşturulmuş. Dengeli bir cephe uyumu oluşturulmuştur.

- Malzeme

Cephe kaplama malzemesi olarak zemin katta alikobalt kaplama malzemesi, üst katlarda sıva üzerine boya kullanılmıştır. Zemin katın camlarında mukavemetli ısıcam , üst katlarda normal cam kullanılmıştır.

- Renk

Zemin katta gri, üst katlarda açık sarı renk kullanılmıştır.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

Cephede reklam panolarına çok az yer verilmiş. Yönlendirme elemanlarının kullanılmadığı cephede, tüm cepheyi komple geçen şube tabelası kullanılmıştır.

- Yerleşim Düzeni

Giriş binanın sol tarafına yerleştirilmiş ve çift kanatlı kapı kullanılmıştır. Daha sonradan, girişte sıkışıklığa neden olmasına rağmen içeriye ikinci bir kapı güvenlik nedeniyle eklenmiştir. Seksiyonel kapı ve fotoselli kapı teknik servis yetersizliğinden dolayı tercih edilmemiştir. 2005 yılında yapılan değişiklikle bina içinden ayrılan bir mekanla bankamatikler bina içine alınmış ve buraya ayrı bir giriş verilerek bankamatik önlerinde ki uzun kuyruklar önlenmiştir.

- Kütle

Dikdörtgen formlu binada cephe elemanları yine dikdörtgen olarak kullanılmıştır. Banka zemin+ 5 kat ile hizmet vermektedir.



Şekil 80. Vakıfbank cephe detayları

b) Özel Mevduat Bankaları

4. Akbank

2005 yılının mayıs ayında cephe ve iç tasarım bütünüyle değiştirilerek Türkiye genelindeki kurumsal kimlik yansıtılmıştır. Dış cephede ATM cephenin orta kısmından sol tarafa, kapı sol taraftan orta kısma alınmıştır (Şekil 81).

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Zemin katta şekil ve renk birliği sağlanarak dikdörtgen formunun değişken tekrarı kullanılmıştır. Aynı zamanda ölçüsel zıtlık da oluşturulmuştur. Cephede kırmızı renkli şube tabelası egemen konumdadır. Tüm kütlede ise şekil, renk ve ölçü birliğinin yanısıra

tam ve dönüşümlü tekrar ilkesinden de yararlanılmıştır. Cephede denge egemenlik ve uyum bir arada kullanılmıştır.

- Malzeme

Zemin katta malzeme olarak kumlanmış doğal mermer kullanılırken üst katlarda modern bir görüntü oluşturulmak istenmiş ve siyah, mavi renkli cam malzemeler kullanılmıştır. Katlar alüminyum panolarla belirtilmiş ve çatıda uzay kafes sistemi ile sundurma tasarlanmıştır. ATM'lerin üstü cam bir örtü ile örtülmüştür.

- Renk

Zemin katta krem ve kırmızı renkleri kullanılırken üst katlarda açık mavi ve siyah saydam yüzeyler kullanılmıştır. Kurumsal renk olan kırmızı renk cepheyi kısmen geçen şube tabelasında kullanılarak beyaz renkteki Akbank yazısı logo içine yerleştirilmiştir.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

Cephede kısmen kullanılan reklam panolarının yanında, dış cephe yönlendirme elemanına da yer verilmiştir.

- Yerleşim Düzeni

Yapının tam ortasından verilen giriş için tek kanatlı kapı tercih edilmiştir. Cephe tipinde kullanılan ATM'lerden iki tanesi cam örtü ile örtülürken, diğeri için örtü kullanılmamış.

- Kütle

Dikdörtgen formlu binada yine dikdörtgen formlar kullanılarak cephe oluşturulmuş. Banka zemin + 5 kat ile hizmet vermektedir.



Şekil 81. Akbank cephe detayları

5. Anadolu Bank

İş yeri binasının zemin ve birinci katlarının kullanıldığı bankanın cephesinde, temmuz 2005'te kullanım kolaylığı için rüzgarlıklı kapıdan tek kanatlı kapıya geçiş yapılarak bir değişiklik olmuştur. Mevcut bir binada hizmet vermesi nedeniyle zemin kat ve birinci kat tasarımları tamamen birbirinden farklı durumda (Şekil 82).

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Zemin katta şekil, renk ve ölçü birliği yakalanmış ve yine dikdörtgen formlu pencereler tam tekrar edilerek ve uyumlu bir cephe oluşturulmuştur. Logo cephede egemen konumdadır. Tüm kütlede ise şekil ve ölçü birliğiyle birlikte tam tekrar sağlanmış ve ayrı ayrı tasarlanmış olmalarına rağmen kütle dengeli ve uyumlu olmuştur.

- Malzeme

Zemin katta, opak yüzeylerde beyaz renkli alüminyum panel kaplama ve ATM için alikobalt kullanılırken, saydam yüzeylerde mukavemetli ısı cam kullanılmıştır.

- Renk

Kurumsal kimlik çalışması olan Anadolu Bank, cephede beyaz rengi tercih etmiştir. Logo zemini için ayrı bir renk düşünülmemiş ve harfler için siyah renk kullanılmıştır.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

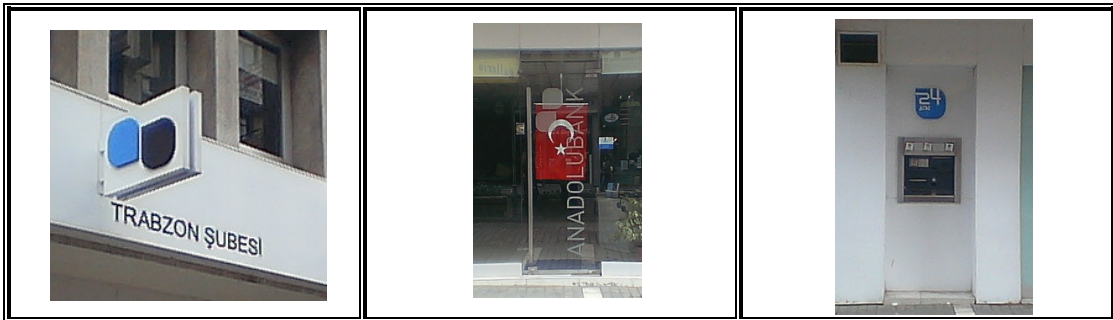
Sadece bir tane reklam panosu ve yönlendirme elemanına yer verilmiştir. Şube tabelası binayı tamamen geçmiş ve cepheyi tamda ortalamayan bir yere tek kanatlı, kolaylıkla algılanamayan, tamamen cam malzemeli bir kapı yerleştirilmiştir.

- Yerleşim Düzeni

ATM, cephe tipi kullanılmış ve cephe içeri çekilerek kullanıcıya mekan sağlanmıştır.

- Kütle

Dikdörtgen formlu cephede yine dikdörtgen formlar kullanılmıştır.



Şekil 82. Anadolubank cephe detayları

6. Denizbank

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Şekil, ölçü ve renk birliğinin sağlandığı cephede tam tekrar ilkesinden de yararlanılarak dengeli bir cephe oluşturulmuştur.

- Malzeme

Zorlu Grand Otel'in zemin katının kullanıldığı şubede opak yüzeyleri sadece kolonlar oluşturmaktadır.

- Renk

Koyu renkli cam malzemenin kullanılması yanında krem renkli kolonlar cephede belirgin durumdadır. Şube tabelası için açıktan koyuya giden mavi tonları kullanılmıştır.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

Şeffaflık ilkesinin ön planda olduğu gözlenen bankada reklam panolarının kısmen kullanıldığı, şube tabelasının tüm cephe boyunca bant şeklinde yer aldığı, Denizbank'ın kurumsal işareti olan gemi dümeni formunun dış cephe yönlendirme elemanı olarak kullanıldığı görülmektedir.

- Yerleşim Düzeni

Girişin bankanın sol tarafında tek kanatlı, algılanması güç cam kapı ile sağlanıldığı gözlenmiştir.

- Kütle

Dikdörtgen formlu binanın cephesinde dikdörtgen formlar kullanılmıştır. Banka çalışanlarının alınan karar gereği banka ile ilgili bilgileri vermemeleri banka hakkında yeterli bilgiye ulaşılmasını engellemiştir (Şekil 83).



Şekil 83. Denizbank cephe detayları

7. Finansbank

1999 yılında kurulan banka, ilk olarak bulunduğu binada hizmet vermeye başlamıştır. İpekyolu İş Merkezi'nin zemin katı ve birinci katında hizmet veren banka dış cephede, zemin katın camlarını mukavemetli ısıcama çevirmek ve ATM eklemek dışında başka bir değişiklik yapmamıştır. Türkiye genelinde konsept çalışması sadece yeni açılan şubelere uygulanabilmektedir (Şekil 84).

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Zemin kat cephesinde sadece renk birliği algılanırken, tüm kütlede şekil, renk ve ölçü birliğinin yanı sıra tam tekrar ilkesi de göze çarpmaktadır. Dengeli cephede logo egemenlik ve uyum sağlanmıştır.

- Malzeme

Opak yüzeyin kullanılmadığı cephede, zemin katta mukavemetli ısıcam, üst katta ise binanın kendi malzemesi olan cam kullanılmıştır..

- Renk

Cephede renk saydam yüzeylerde, siyaha yakın bir tonda kullanılmıştır. Logoda ise gri ve mavi renkleri tercih edilmiştir.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

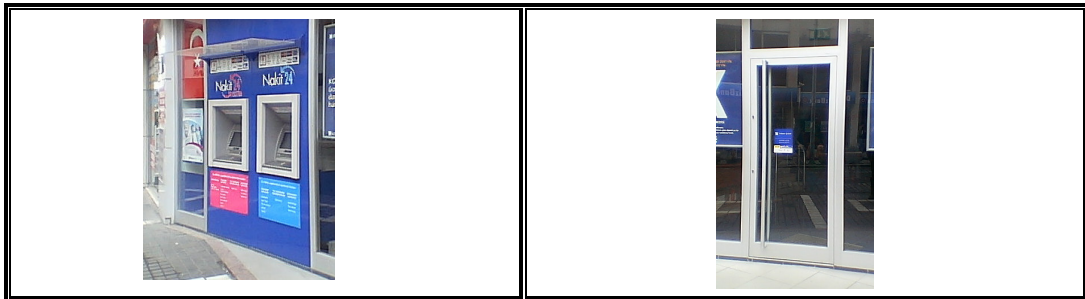
Reklam panoları tüm saydam yüzeylerde kullanılırken, dış cephe yönlendirme elemanına da yer verilmiştir. Şube tabelası bant şeklinde kullanılmıştır.

- Yerleşim Düzeni

Giriş tek kanatlı kapıdan ve orta kısımdan verilmiştir. Cephe tipli, cam malzemeyle örtülmüş iki ATM kapıya yakın olarak yerleştirilmiş ve cephenin çok uzun olmayışı reklam panoları ve ATM'lerin cephede bir tür karmaşa yaratmasına neden olmuştur.

- Kütle

Dikdörtgen formlu binanın cephesinde dikdörtgen formlar kullanılmıştır.



Şekil 84. Finansbank cephe detayları

8. Koçbank

İşyeri binasının zemin kat ve birinci katını kullanan bankanın cephesinde 2002 yılında bu binaya taşındıktan sonra herhangi bir değişiklik yapılmamıştır (Şekil 85).

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Zemin katın cephesinde renk ve şekil zıtlığı olmasına rağmen dengeli algılanan banka, cephede oluşturduğu parlak kırmızı bir çerçeveye egemenliği ve uygunluğu yakalamıştır. Tüm kütlede dönüşümlü tekrar kullanılmış, renk ve ölçü zıtlığının yanında cephe dengeli olmayı başarmıştır.

- Malzeme

Kurumsal kimlik çalışması olan bankanın zemin katında opak yüzeylerde granit ve alüminyum kaplama malzemesini bir arada kullanan tek banka olan Koçbank, saydam yüzeylerde ise mukavemetli ısıcam kullanmıştır. Birinci katta opak yüzeyler binanın kendi yüzeyi olan sıva+ boya ve saydam yüzeyler ise normal camdır.

- Renk

Zemin katta siyah, kırmızı, gri ve mavi renklerinin kullanılmasına karşın, birinci katta açık mavi ve sarı kullanılarak tamamen uyumsuz bir kompozisyon oluşturulmuştur. Logoda beyaz zemin üzerine siyah harfler kullanılmıştır.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

Saydam yüzeylerin neredeyse yarısını kaplayan reklam panolarıyla birlikte cepheyi komple geçen şube tabelası kullanılmıştır.

- Yerleşim Düzeni

Cephede tam ortaya yerleştirilen girişte tek kanatlı kapı kullanılmıştır. ATM'ler cepheye yerleştirilmiş ve örtü elemanı kullanılmamış. Bir ATM'nin kenarlarında şeffaf plaklar kullanılmış.

- Kütle

Dikdörtgen formlu binada, dikdörtgen formlar kullanılmış ve kırmızı büyük bir dikdörtgen çerçeve ile cephe dikkat çekici hale getirilmeye çalışılmıştır. Banka zemin+ 1 kat ile hizmet vermektedir.



Şekil 85. Koçbank cephe detayları

9. Oyakbank

Daha önce market ve Şekerbank şubesi olarak kullanılan binanın cephesinde bankanın 2002 yılında taşındıktan sonra bir değişiklik olmamıştır. Cephede sadece zemin kata müdahale edilebilmiş, birinci katta mevcut binanın cephesinde bir değişiklik yapılmamıştır (Şekil 86).

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Zemin katta şekil, renk ve ölçü birliği sağlanırken, tekrar dikdörtgen formunun değişken tekrarı ile oluşturulmuştur. Logo ve cam malzeme cephede egemenliği oluşturan elemanlar olarak göze çarpmaktadır. Tüm kütlede ise sadece değişken tekrar ve egemenlik ilkesi kullanılmıştır.

- Malzeme

Cephe tasarımı için kurumsal kimlik çalışması olan Oyakbank, tasarımda şeffaflık ilkesini tema olarak almış ve saydam yüzeylerde kullanılan mukavemetli ısıcama ilaveten opak yüzeylerde de cam ve polikor kaplama malzemesi kullanmıştır.

- Renk

Zemin katta beyaz ve cam göbeği renkleri tercih edilirken, üst kat yapının kendi rengi olan açık kahverengi olarak bırakılmıştır.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

Şube tabelası kullanmak yerine logosunu opak yüzeye monte ederek oluşturan banka, beyaz dış duvar üzerine siyah harfler kullanmıştır. İnce kırmızı bir alt çizgi ile logo tamamlanmıştır. Reklam panolarının kullanıldığı cephede, dış cephe yönlendirme elemanlarına yer verilmemiştir.

- Yerleşim Düzeni

Giriş binanın sağ tarafından, tek kanatlı, belirgin bir kapı ile sağlanmaktadır. ATM kapının sağ tarafına yerleştirilmiş ve bina içeri çekilerek bankamatik için alan sağlanarak örtü kullanmaya gerek kalmamıştır. ATM, kapı ile yakın konumlandırılmasına rağmen bankanın maaş alan müşterileri çok olmadığı için kapı-ATM sıkıntısı yaşanmadığı yetkililer tarafından belirtilmiştir.

- Kütle

Dikdörtgen formlu binada, dikdörtgen formlar tercih edilmiştir. Ancak cephede logo için kullanılan elips formu şube tabelası olmadan kullanıldığı için cephe elemanı gibi görünmüş ve cepheyi hareketlendirmiştir. Banka zemin+ 1 kat ile hizmet vermektedir.



Şekil 86. Oyakbank cephe detayları

10. Şekerbank

Mevcut bir işyeri binasının zemin ve birinci katlarını kullanan Şekerbank, cepheye ATM yerleştirmek dışında hiç müdahale etmemiştir (Şekil 87).

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Cephede şekil, renk ve ölçü birliği kullanılmıştır. Tam tekrarın kullanıldığı cephede denge, egemenlik ve uyum da söz konusu durumdadır.

- Malzeme

Renkli cam kullanılan giydirme cephede, opak yüzey kullanılmamıştır.

- Renk

Saydam yüzeylerde mevcut doku değiştirilmezken, logo için yeşil renk tercih edilmiştir.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephe Kullanımı

Reklam panolarının çok az kullanıldığı cephede, dış cephe yönlendirme elemanlarına da yer verilmemiştir. Yeşil renkli şube tabelası tüm cepheyi bant şeklinde geçmiştir.

- Yerleşim Düzeni

Tek kanatlı kapı bankanın sağ tarafına yakın konumlandırılarak hemen yanında tasarlanan ATM için yeşil bir örtü tasarlanmıştır.

- Kütle

Dikdörtgen formlu binada, dikdörtgen formlar tercih edilmiştir. Banka zemin+ 1 kat ile hizmet vermektedir.



Şekil 87. Şekerbank cephe detayları

11. Türk Ekonomi Bankası

Banka bulunduğu binaya 2005 yılında taşınmış ve cephesinde şube tabelası dışında bir değişiklik yapmamıştır (Şekil 88).

- Cephe Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Şekil birliğinin sağlandığı zemin katta, renk zıtlığı kullanılarak cephe hareketlendirmek istenilmiştir. Denge, egemenlik ve uyum ilkelerinden de yararlanılmıştır. Tüm kütlede ise şekil ve ölçü birliği sağlanırken, tam ve değişken tekrarlar birlikte renk ve ölçü zıtlığı da kullanılarak denge sağlanmıştır.

- Malzeme

Kurumsal kimlik çalışması olan banka, cephede saydam ve opak yüzeyleri dengeli olarak kullanmıştır. Zemin katın saydam yüzeylerinde mukavemetli ısıcam,

opak yüzeylerinde presli mermer kullanılmıştır. Birinci katta mevcut yapının düzeni bozulmamış ve sıva üzerine boya ve normal cam kullanılmıştır.

- Renk

Zemin katta opak yüzeyler için krem ve yeşil renkleri ile, şube tabelası için yeşil üzerine geçirilmiş beyaz renkleri tercih edilmiştir.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

Reklam panolarının dengeli kullanıldığı cephede dış cephe yönlendirme elemanına da yer verilmiştir. Şube tabelası cepheyi bant şeklinde tamamen geçmiştir.

- Yerleşim Düzeni

Cephenin tam ortasından verilen girişte çift kanatlı kapı kullanılmıştır.

- Kütle

Dikdörtgen formlu binada, yine dikdörtgen formlar kullanılmıştır. Banka zemin+1 kat ile hizmet vermektedir.



Şekil 88. Türk Ekonomi Bankası cephe detayları

12. Garanti

Daha önce Denizcilik Bankası'nın kullandığı binaya Garanti Bankası 1995 yılında taşınmıştır. Zemin katta cephe olabildiğince şeffaf tasarlanarak şeffaflık, açıklık temaları ifade edilmeye çalışılmıştır (Şekil 89).

- Cephede Temel Tasarım İlkelerinin Kullanımı

Zemin katta şekil, renk ve ölçü birliği ve tam tekrar kullanılmıştır. Dengeli olan cephede logo egemenliği sağlamış ve uygunluk bozulmamıştır. Tüm kütlede şekil ve renk

birliği sağlanırken dikdörtgen pencerelerin dönüşümlü tekrarıyla cephe tamamlanmıştır. Cephede ölçü zıtlığıyla birlikte denge ve uyum yakalanmıştır.

- Malzeme

Tüm binada cephe kaplama malzemesi olarak sadece sıva+boya kullanılmıştır.

- Renk

Beyaz renkli bina, 2002 yılında doğayı temsil ettiği için yeşil renk boyanmıştır.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

Reklam panoları neredeyse tüm saydam yüzeylerde kullanılmış ve dış cephe yönlendirme elemanlarına yer verilmemiştir. Bant şeklindeki şube tabelası zemini yeşil olarak tasarlanmış ve dört yapraklı yonca şeklindeki logoya 2001 yılında 3. boyut kazandırılmıştır.

- Yerleşim Düzeni

Giriş cephenin ortasında tek kanatlı kapıdan verilmiştir. Bankanın yan cephelerine yerleştirilen ATM'ler metal eğrisel örtülerle örtülmüştür. 2003 yılında kapı, merdivene uzak kalması ve iç mekanda yer kaybına sebep olmasından dolayı ATM'nin yanından ön cepheye alınmıştır.

- Kütle

Dikdörtgen formlu binada, yine dikdörtgen formlar kullanılmıştır. Banka zemin+ 4 kat ile hizmet vermektedir.



Şekil 89. Garanti Bankası cephe detayları

13. İş Bankası

1975 yılında İş Bankası için inşa edilen binaya 2005 yılında tadilat yapılmıştır.

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Zemin katta şekil, renk ve ölçü birliği ile birlikte tam tekrarda kullanılmıştır. Egemenlik ilkesinin de kullanıldığı cephede, uyum ve denge söz konusudur. Tüm kütlede yine şekil, renk ve ölçü birliğine yer verilirken, denge, egemenlik ve uyum ilkeleri de tekrar kullanılmıştır.

- Malzeme

Opak yüzeyler için zemin katta granit kaplama, üst katlar için alüminyum panel kaplanma malzemesi kullanılmıştır. Saydam yüzeyler için kendinden renkli ısıcam tercih edilmiştir.

- Renk

Zemin kat için gri ve pembe renklerinin karışımından oluşan bir uygulama yapılırken üst katlar için beyaz tercih edilmiştir. Camlarda siyaha yakın koyu bir renk kullanılmıştır.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

Reklam panolarının kullanılmadığı cephede, dış cephe yönlendirme elemanı bankanın yan cephesine monte edilmiş. Kısmen kullanılan şube tabelasına yay biçimi verilerek modern bir görünüm yakalanmak istenilmiştir.

- Yerleşim Düzeni

Binanın sol kenarındaki girişte çift kanatlı rüzgarlıklıklı kapı kullanılarak güvenlik sağlamıştır. Girişte kapılar paslanmaz çelik kullanılarak oluşturulan formla belirginleştirilmiştir. Bankamatikler en uygun yer olarak düşünülen bankanın sağ tarafındaki çıkmanın altına yerleştirilmiş ve sadece bir bankamatik için metal, eğrisel bir örtü kullanılmıştır.

- Kütle

Dikdörtgen formlu binada, kare ve dikdörtgen formları kullanılmıştır. Banka zemin+5 kat ile hizmet vermektedir (Şekil 90).



Şekil 90. İş Bankası cephe detayları

14. Yapı Kredi Bankası

Yapı Kredi Bankası 1984 yılında taşındığı binada farklı zamanlarda değişiklikler yapmıştır. 2004 yılındaki son tadilatla giriş ön cepheden köşeye almıştır (Şekil 91).

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Zemin katta şekil ve ölçü birliğinin yanında renk zıtlığı kullanılarak çarpıcı bir cephe oluşturulmak istenilmiştir. Pencerelerdeki formun tam tekrarının kullanıldığı cephede denge, egemenlik ve uyum ilkelerinden yararlanılmıştır. Tüm kütlede şekil ve ölçü birliğinin yanı sıra tam ve değişken tekrar ilkeleri de kullanılmıştır. Renk zıtlığının yanında denge, egemenlik ve uyum ilkelerinden yine yararlanılmıştır.

- Malzeme

Kurumsal kimlik çalışması yapılmış olan bankada opak yüzeyler krem renkli, presli mermer ile kaplanırken saydam yüzeylerde renkli, mukavemetli ısıcam kullanılmıştır.

- Renk

Opak yüzeylerde kullanılan krem rengin yanı sıra saydam yüzeylerde de siyaha yakın renk kullanılarak dengeli bir cephe oluşturulmuştur. Şube tabelasında lacivert zemin üzerine beyaz renkte harflerle birlikte, kırmızı ince bir çizgi bütün logo boyunca kullanılmış

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

Reklam panolarına sadece giriş cephesinde yer verilirken, dış cephe yönlendirme elemanı kullanılmamıştır. Şube tabelası cephede kısmen kullanılmıştır.

- Yerleşim Düzeni

Tek kanatlı kapıdan sağlanan girişte bir hol oluşturularak ikinci bir kapı daha kullanılmıştır. ATM giriş holünde sıkışıklığa neden olduğu için dışarıya alınarak, olabildiğince ana giriş kapısından uzaklaştırılmış ve dış etkilerden kullanıcıları korumak için metal eğrisel örtü tasarlanmıştır.

- Kütle

Dikdörtgen formlu binada, yine dikdörtgen formları kullanılmıştır. Banka zemin+ 5 kat ile hizmet vermektedir.



Şekil 91. Yapı Kredi Bankası cephe detayları

c) Özel Finans Kurumları

15. Bank Asya

2006 yılında banka statüsüne geçen ve ismini değiştiren kurum Bank Asya adını alarak şubat ayında logosunu değiştirmiştir (Şekil 92).

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Cephede birlik ilkesi kullanılmazken, ölçü zıtlığına yer verilmiştir. Değişken tekrarın söz konusu olduğu cephede, logo cepheyi dengelerken egemenliği de sağlamıştır.

- Malzeme

Opak yüzeylerde alüminyum kullanılırken saydam yüzeylerde zemin ve üst kat için mukavemetli ısıcam kullanmıştır.

- Renk

İşyeri olarak tasarlanan binanın zemin kat ve birinci katını kullanan banka, tüm Türkiye'deki şubelerinde lacivert renk kullanmıştır.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

Şube tabelası bant şeklinde cepheyi geçmiş ve dış cephe yönlendirme elemanı kullanılmıştır.

- Yerleşim Düzeni

Binanın sağ tarafından verilen giriş tek kanatlı kapı ile sağlanmaktadır.

- Kütle

Dikdörtgen formlu binada, cephe için yine dikdörtgen formu kullanılmıştır. Banka zemin+1 kat ile hizmet vermektedir.



Şekil 92. Bank Asya cephe detayları

16. Kuveyt Türk

Bankanın 2004 yılında taşındığı bina mevcut bir işyeri binasıdır. Cephede 2006 nisan ayında logonun değiştirilmesinden başka herhangi bir değişiklik yapılmamıştır. Bankanın 4 yıldır uyguladığı kurumsal kimlik çalışması 2006 yılında tekrar düzenlenmiştir. (Şekil 93).

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Şekil ve renk birliğinin sağlandığı cephede, değişken tekrar ilkesinden yararlanılmıştır. Dengeli cephede uyumda söz konusu durumdadır.

- Malzeme

Zemin katta granit kaplama malzemesi, üst kat ise mevcut binanın kaplama malzemesi olan sıva ve boya kullanılmıştır.

- Renk

Zemin katta krem renk, üst katta açık mavi renk kullanılmıştır.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

Nisan ayında şube tabelası, kullanıcılardan gelen şikayetler üzerine daha canlı renkler kullanılarak ve ışıklandırılarak değiştirilmiş ve daha modern bir şekilde tasarlanmıştır. Reklam panoları ve dış cephe yönlendirme elemanına da yer verilmiştir.

- Yerleşim Düzeni

Cepheyi ortalayarak girişte müşteri memnuniyeti amaçlı olarak fotoselli kapı sadece Kuveyt Türk'te kullanılmıştır. ATM, bankanın içinde, para transferinde kolaylık ve arızaya erken müdahale için hemen girişte sağda, bankolarla aynı yönde yapılmıştır. Girişte kapının haricinde çalışma saatleri dışında kapı amaçlı kullanılan kepenklerle ikinci bir kapı

yapılmış ve ATM için kapalı bir mekan oluşturulmuştur. Bankanın kapalı olduğu saatlerde bankamatığı kullanabilmek için dış kapıdaki kartlı güvenlik sisteminden geçmek gerekmektedir.

- Kütle

Dikdörtgen formlu binada, dikdörtgen formu kullanılmıştır. Banka zemin+1 kat ile hizmet veriyor.



Şekil 93. Kuveyt Türk cephe detayları

17. Türkiye Finans

Mevcut bir işyeri binasında hizmet veren banka, 2006 yılına kadar Family Finans ismiyle hizmet verirken Mart 2006'da Anadolu Finans ile birleşerek Türkiye Finans adını almıştır. Cephede sadece şube tabelasını değiştiren banka başka bir değişiklik yapmamıştır (Şekil 94).

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Şekil ve ölçü birliğinin sağlandığı zemin kat cephede, bankaların cephelerinde sıkça kullanılan değişken tekrar kullanılmıştır. Renk zıtlığının da kullanıldığı cephede denge sağlamıştır. Tüm kütlede ise şekilsel birliğin yanı sıra tam ve değişken tekrar kullanılmıştır. Renk ve ölçü zıtlığıyla birlikte dengenin ve egemenliğin yakalandığı cephe tamamlanmıştır.

- Malzeme

Opak yüzeylerde alüminyum kaplama malzemesi kullanılırken, saydam yüzeylerde renkli mukavemetli ısıcam kullanılmıştır. Ancak üst katta binaya müdahale edilmeden sıva+boya ve normal cam tercih edilmiştir.

- Renk

Cephede şube tabelası için kırmızı renk, opak yüzeyler için hardal sarısı rengi kullanılmıştır. Bu durum şube tabelası ve diğer elemanlar arasında renk ve boyut uyumsuzluğuna neden olmuştur.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

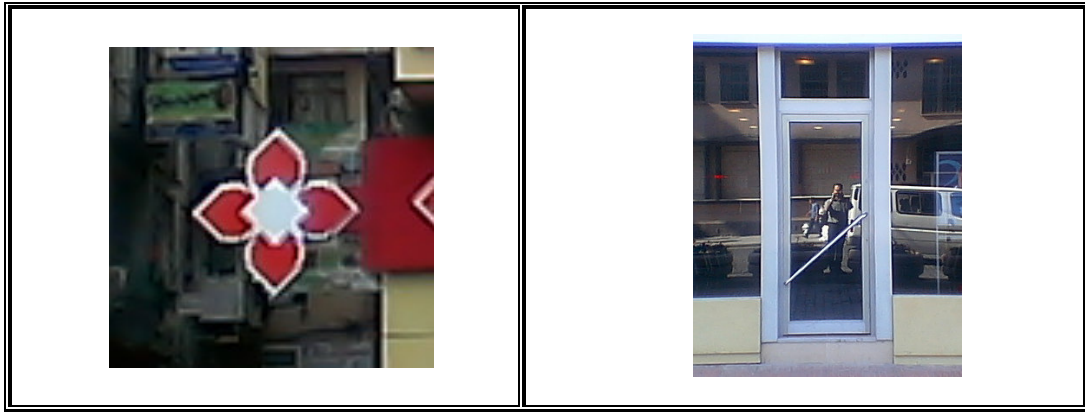
Reklam panolarının çok az kullanıldığı cephede, dış cephe yönlendirme elemanı da oldukça büyük bir boyutta tasarlanmıştır. Şube tabelası bant şeklinde kullanılmıştır.

- Yerleşim Düzeni

Cephe tipinde kullanıma sunulan ATM üzerine metal bir örtü tasarlanmıştır. ATM'nin Bankalar Caddesi'nin yoğunluğu nedeniyle kullanıcıların yaşadığı sıkıntılardan dolayı daha az işlek olan ara sokağa bakan cepheye alınması planlanmaktadır. Cephenin ortaya yakın bir yerine konumlandırılan girişte tek kanatlı, metal elemanlarla belirginleştirilen kapı kullanılmıştır.

- Kütle

Dikdörtgen formlu binada, dikdörtgen formu kullanılmıştır. Banka zemin+ 1 kat ile hizmet vermektedir.



Şekil 94. Türkiye Finans cephe detayları

d)Yabancı Kaynaklı Bankalar

18. Fortis

Banka, bulunduğu binaya 1997 yılında Dışbank'ı satın alarak yerleşmiştir. Konsept olarak Dışbank'ın konseptini kullanan banka kendi konseptini 4 yıl sonra şube sayılarını yeterince arttırdıktan sonra kullanmayı düşünmektedir (Şekil 95).

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Tüm kütlede şekil, renk ve ölçü birliği yakalanmış ve dikdörtgen elemanlar tam tekrar edilmiştir. Dengeli ve simetrik cephede logo kırmızı rengiyle egemenlik sağlamıştır.

- Malzeme

Cephede opak yüzeylerde alikobalt kaplama malzemesi kullanılırken saydam yüzeylerde mukavemetli ısıcam kullanılmıştır.

- Renk

Cephede opak yüzeylerde gri, logoda beyaz ve kırmızı birlikte kullanılmıştır.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

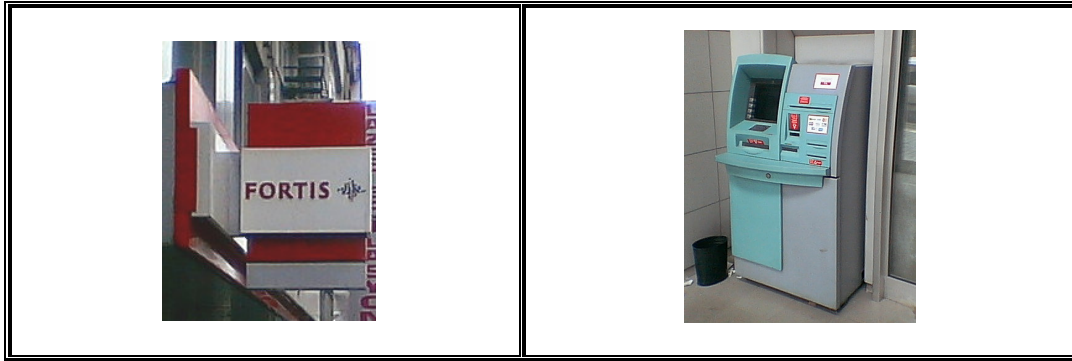
Bina tez çalışmasının yapıldığı dönemde tadilatta olduğu için reklam panolarıyla ilgili bir yorum yapılamamaktadır. Bant şeklinde şube tabelası ve dış cephe yönlendirme elemanı cephede kullanılmıştır.

- Yerleşim Düzeni

Kenara yakın yerleştirilen kapı tek kanatlıdır. ATM için girişte bir hol düzenlenmiştir.

- Kütle

Kareye yakın formu şubede, tüm kütle dikdörtgendir ve cephede dikdörtgen formu kullanılmış.



Şekil 95. Fortis Bank cephe detayları

19. HSBC Bank

1950'li yıllarda yapılan bir binada hizmet veren HSBC Bank, bu binaya 2001 yılında taşınmış. Binada zemin katın dışında, bankaya ait olan birinci ve ikinci katlar cepheden

kolaylıkla algılanamamaktadır. Bu katlar ön cepheden geriye çekilmiş şekilde tasarlanmıştır (Şekil 96).

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Zemin kat cephede şekil, renk ve ölçü birliğinin yanı sıra tam ve değişken tekrarda kullanılmıştır. Ölçü zıtlığıyla birlikte dengenin sağlandığı cephede şube tabelası egemenliği sağlamıştır. Tüm kütlede ise şekil ve renk birliğinin yanında tam tekrar ilkesinden de yararlanılmıştır. Ölçü zıtlığına ek olarak cephe simetrik, dengeli ve uygun durumda bulunmaktadır.

- Malzeme

Kurumsal kimlik çalışması olan banka, opak yüzeylerde beyaz renkli alüminyum kaplama malzemesi, çoğunluğu oluşturan saydam yüzeylerde mukavemetli ısıcam kullanmıştır.

- Renk

Cephede kullanılan beyaz renk, bant şeklinde kullanılan şube tabelası için de kullanılmış ve yazılar siyah harflerle yazılmıştır.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı

Çok az reklam panosu kullanılan cephede cephe yönlendirme elemanı ile de yönlendirme sağlanmıştır.

- Yerleşim Düzeni

Binanın kenarına yerleştirilen girişte tek kanatlı kapı kullanılmıştır. ATM için girişte bir hol tasarlanmıştır. Holdeki ATM'nin mekandan tasarruf için yönünün değiştirilmesi ve telefonlar eklenerek farklı bir hizmet sunulması ve cepheye eklenecek ATM ile ekleyerek hizmet olanaklarının artırılması planlanmaktadır.

- Kütle

HSBC Bank, cephede tüm diğer bankalar gibi dikdörtgen form kullanmıştır.



Şekil 96. HSBC Bank cephe detayları

e) Merkez Bankası

20. Merkez Bankası

Merkez Bankası Trabzon'da diğer tüm bankalara göre çok daha modern ve özgün bir tasarım yapmış ve yerleşim yeri olarak da kent merkezini değil sahil yolunu tercih etmiştir. Merkez Bankası tarihsel nitelikteki biçimsel ne figüratif elemanlar başvurmadan, bir tür yeni modernist anlayış sunmaktadır. Kütlesel ve mekansal anarşizme kaçmadan yaratılan zengin mimari düzey ve yalın anlatımıyla, sıradanlığın egemen olduğu bir ortamda çağının tanığı olarak değerlendirilebilir. Yapı, malzeme ve renk öğelerinde olumlu mesajlar ileten bir tasarım ve uygulama örneğidir. Granit ve alüminyum esaslı kaplama malzemeleri ve seçilen renk, yapının kolaylıkla çevresinden ayrılmasına, algılanmasına ve tanınmasına olanak sağlamaktadır (Usta ve Usta, 1996, 92-96), (Şekil 97).

- Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı

Merkez bankasının özel bir tasarım olması kütleyi bütün olarak incelemeyi gerekli kılmaktadır. Şekil ve renk birliği sağlanan cephede tam tekrar ilkesinden de yararlanılmıştır. Cephesinde dairesel formu tek kullanan banka olan Merkez Bankası egemenliği sağlayarak dengeli bir cephe oluşturmuştur.

- Malzeme

Kaplama malzemesi olarak granit ve alüminyum esaslı kaplama malzemeleri tercih edilmiştir.

- Renk

Yapıda kiremit rengi kullanılmış ve camlar koyu bir renkle renklendirilmiştir.

- Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephe Kullanımı

Cephede reklam panolarına ve dış cephe yönlendirme elemanlarına rastlanmamaktadır.

- Yerleşim Düzeni

Giriş binanın sol tarafından tek kanatlı kapı ile sağlanmıştır.

- Kütle

Kareye yakın formlu binada dikdörtgen, kare ve daire formları kullanılmıştır. Banka zemin+2 kat ile hizmet vermektedir.



Şekil 97. Merkez Bankası cephe detayları

4.1. Karşılaştırmalı İrdeleme

- Cephede temel tasar ilkelerinin kullanımı

Zemin katta, incelenen 20 bankanın % 80'i şekil birliği, % 70'i renk birliği, % 55'i de ölçü birliği ilkesini kullanmış ve çoğunlukla cephelere şekil birliği hakim olmuştur. Zıtlık ilkesinde ise şekil zıtlığı ilkesini tek kullanan banka Merkez Bankası'dır. Renk zıtlığı ilkesini bankaların sadece % 20'si tercih edilmiştir. Bunlardan 3'ünün Özel Mevduat Bankası (Koçbank, TEB, Yapı Kredi Bankası) olması renk zıtlığının dikkat çekme amaçlı kullanıldığını ortaya koymaktadır. Ölçü zıtlığı ilkesi % 20 oranında tercih edilmiştir. Bankaların % 50'si tam tekrar ilkesinden yararlanmış, % 40'ında değişken tekrar ilkesini kullanılmış ve hiçbir banka zemin katta dönüşümlü tekrar ilkesini kullanmamıştır. Tekrar,

birlik ilkesinden sonra en çok kullanılan temel tasar öğesidir. Bankalar cephenin algısını güçlü ve okunur kılmak için bu ilkeyi tercih etmektedirler. Bankaların % 55'i renk egemenliği ilkesinden çoğunlukla şube tabelalarıyla yararlanmış, % 20'si ise şekil egemenliğini kullanmıştır. Zemin katın cephesinde simetriyi kullanan tek banka Ziraat Bankası'dır. Bankalardan % 65'i zemin katta dengeli bir cephe oluşturmuştur. Simetri kullanılsa da cepheler genel olarak dengeli tasarlanmıştır. Bankaların % 60'ı harmoni ve uygunluk ilkelerini zemin kat cephelerinde kullanmıştır.

Tüm kütlede ise 20 bankanın % 85'i şekil birliği ilkesini, % 70'i renk birliği ilkesini, % 65'i ise ölçü birliği ilkesini kullanmışlardır. Birlik ilkesi bankaların çokça tercih ettiği bir ilke olara karşımıza çıkmaktadır. Şekil zıtlığı ilkesi bankalar tarafından tercih edilmemiş, % 25'i renk zıtlığı ilkesini, % 25'i de ölçü zıtlığı ilkesini kullanmışlardır. Bankalardan % 75'i tam tekrar ilkesini, % 40'ı değişken tekrar ilkesini ve sadece % 10'u dönüşümlü tekrar ilkesini kullanmışlardır. Bankalar % 50 oranla renk egemenliği ilkesinden yararlanarak çarpıcı cepheler oluşturmaya çalışmışlardır. % 15 oranında şekil egemenliği ilkesini kullanılmıştır. Sadece % 25 oranında simetri ilkesinden yararlanılmış, % 90 oranında ise denge ilkesi cephelerde yansıtılmıştır. Bankalar yine simetrik olmasalar da dengeli olma ilkesinden yararlanarak cephelerini düzenlenmişlerdir. Bankaların % 70'i egemenlik, uygunluk ilkesini cephelerinde kullanmışlardır (Ek Tablo 17).

- Cephede renk kullanımı

Kamu Mevduat Bankaları zemin katlarda, kahverengi ve gri tonlarını tercih ederken, Özel Mevduat Bankaları; krem, kırmızı, beyaz, cam göbeği, siyah, gri, mavi, yeşil, pembe renklerini, Özel Finans Kurumları; lacivert, krem, hardal sarısı tonlarını, Yabancı Kaynaklı Bankalar; beyaz ve gri renklerini Merkez Bankası ise kiremit ve turuncu rengini tercih etmiştir. Bu katta en çok tercih edilen renkler % 25'erlik oranlarla krem tonları, kırmızı ve gridir. Krem rengin çok dikkat çekmemekle birlikte cepheye bir düzen getirmesi nedeniyle tercih edildiği düşünülmektedir. Üst katlarda Kamu Mevduat Bankaları; kahverengi, mavi ve açık sarı renkleri, Özel Mevduat Bankaları; siyah, açık mavi, gri, açık kahverengi, sarı, krem, yeşil, beyaz renkleri, Özel Finans Kurumları; krem, açık mavi, toprak rengi ve sarı renkleri, Yabancı Kaynaklı Bankalar; zemin katta kullandıkları renkler olan beyaz ve gri renkleri, Merkez Bankası ise kiremit rengini tercih etmiştir. Gerçekte üst katlara çokta müdahale edilemediğini ve bu yüzden üst katlardaki renk tercihlerinin tam da gerçeği yansıtmadığını söylemek yerinde olur.

Logoda zemin için Kamu Mevduat Bankaları; kırmızı, gri ve mavi renkleri ile yazı için; beyaz, mavi, siyah ve sarı renkleri, Özel Mevduat Bankaları zemin için; kırmızı, beyaz, mavi, gri, yeşil, lacivert renkleri, yazı için; beyaz, siyah, kırmızı renkleri, Özel Finans Kurumları zemin için; lacivert, beyaz, kırmızı, yazı için; beyaz, siyah ve altın sarısı renkleri, Yabancı Kaynaklı Bankalar zemin için; beyaz ve kırmızı renkleri, yazı içinse siyah ve kırmızı renklerini tercih etmişlerdir. Logoda en çok tercih edilen rengin % 35 oranla mavi tonları ve % 50 oranla kırmızı olduğu ortaya çıkmıştır. Mavi rengin açık tonlarda kullanıldığında veya beyazla karıştırıldığında yatıştırıcı ve güven veren bir etki oluşturması ve kırmızının enerji ve gücü ifade etmesi, beyazla karıştırıldığında cana yakın bir etki uyandırması tercih edilme nedenleridir (Ek Tablo 18).

- Cephede malzeme seçimi

Zemin katta saydam yüzeyler için, bankaların % 90'ında güvenlik nedeniyle mukavemetli ısıcam, % 10'unda ise normal cam tercih edilmiş. Opak yüzeyler için % 30'u alüminyum kaplama malzemesi kullanırken, % 25'i granit, % 15'i alikobalt kaplama malzemesi, % 10'u doğal taş, % 5'i polikor ve cam, % 5'i kumlanmış doğal mermer ve diğer % 5'i de sıva+boya kullanmıştır. Bazı bankalar alüminyum ve graniti, cam ve polikoru, cam ve alüminyum gibi farklı malzemeleri bir arada kullanarak değişik yaklaşımlar ortaya koymuşlardır. En çok tercih edilen malzeme ekonomik olması ve istenilen şekli alabilmesi nedenleriyle alüminyumdur. Granit de estetik güzelliğiyle en çok tercih edilenler arasındadır. Ancak son zamanlarda alüminyuma göre daha estetik ve ağır duran alikobalt da tercih edilmeye başlamıştır. Üst katlarda saydam yüzeyler için bankaların % 30'u mukavemetli ısıcam kullanırken diğer bankalar üst katlar için güvenlik faktörünü göz ardı ederek normal cam kullanmışlardır. Opak yüzeyler için bankaların % 35'i sıva+boya kullanılırken, % 15'i doğal taş kaplama, % 10'u cam, % 10'u mozaik kaplama, % 10'u alüminyum kaplama, % 5'i sıva+kaleterasit, , son % 5'i ise alikobalt kaplama malzemesi kullanmıştır. Sıva+ boya kullanımının fazla olması binaların kendi kaplama malzemelerinin değiştirilmemesinden kaynaklanmaktadır (Ek Tablo 18).

- Görsel kimliği tamamlayıcı elemanların kullanımı

İncelenen 20 bankadan % 35'i reklam panolarını cephelerinde tüm yüzeylerde kullanılırken, % 45'i kısmen kullanılmış, % 20'sinde ise hiç reklam panosu kullanılmadığı tespit edilmiştir. Reklam panosu kullanılmayan bankalardan ikisi Kamu Mevduat Bankası (Halkbank, Vakıfbank), biri Özel Mevduat Bankası (İş Bankası) ve diğeri ise Merkez

Bankası'dır. Bu durum devlet eliyle kurulan ve işletilen bankaların reklam konusunda rahat davrandıkları, çok da ihtiyaç duymadıklarını ortaya koymaktadır.

Kurumsal renk bankaların % 50'sinde kullanılmış, diğer % 50'sinde ise kullanılmamıştır. Birçok bankanın kurumsal kimlik çalışması olmasına karşın, bu kimliğin iç mimari ile sınırlı kaldığı, cepheye taşınmadığı gözlenmiştir.

Dış cephe elemanları kurumsal renk gibi bankaların % 50'sinde kullanılmış, diğer % 50'sinde ise kullanılmamış.

Bankaların % 65'i şube tabelasını bant şeklinde tüm cephe boyunca kullanmıştır. %25'i ise şube tabelasını kısmen cepheyi bant şeklinde geçen kullanmıştır. Bunlar Kamu ve Özel Mevduat Bankalarıdır (Ziraat Bankası, Halk Bankası, Akbank, İş Bankası ve Yapı Kredi Bankası). Diğer kurumlar böyle bir tercihte bulunmamışlar, olabildiğince şube tabelalarını göstermeye çalışmışlardır. Sadece Özel Mevduat Bankası olan Oyak Bank parçalı ve fon olmadan kullanmıştır (Ek Tablo 19).

- Yerleşim düzeni

Giriş kapısı bankaların % 50'si tarafından binanın tam kenarından ya da kenara yakın bir yerinden verilirken, % 45'i ortadan vermeyi tercih etmiştir. Sadece Özel Mevduat Bankası olan Yapı Kredi Bankası konumunun özelliğini değerlendirmiş ve girişi köşeden vermiştir. Kamu Mevduat Bankaları (Ziraat Bankası, Halk Bankası) çoğunlukla ortadan giriş vermeyi tercih ederken Özel Mevduat Bankaları'nda (Akbank, Finansbank, Koçbank, TEB, Garanti) bu durum yarı yarıya tercih edilmiştir. Özel Finans Kurumlarında (Kuveyt Türk, Türkiye Finans) ise çoğunluğun tercihi girişi ortadan, Yabancı Kaynaklı Bankalarda ise kenardan vermek olmuştur.

Kapı tipi tercihini bankaların % 70'i tek kanatlı olası yönünde kullanırken iken, % 30'u çift kanatlı kapıyı tercih etmiştir. Fotoselli kapı türünü tek kullanan banka Özel Finans Kurumu olan Kuveyt Türk'tür. Kamu Mevduat Bankaları'nın hepsinin çift kanatlı kapı kullanarak, belirgin ve büyük kapılar tercih etmeleri dikkat çekicidir. Bankalar güçlü bir kuruluş oldukları imajını daha kapıda başlatmaktadır. % 16 oranla tercih edilen rüzgarlıklı kapı ise 2'si Kamu Mevduat Bankaları'nda (Ziraat Bankası, Vakıfbank) 2'si ise Özel Mevduat Bankaları'nda (İş Bankası, Yapı Kredi Bankası) olmak üzere toplam 4 bankada kullanılmıştır.

ATM için konum olarak bankaların % 55'i ön cepheyi tercih ederken, % 25'i yan cepheyi tercih etmiştir. % 15'i ATM için girişte bir hol, % 5'i ayrı bir hol düzenlemiştir. Bunlar, 2'si Yabancı Kaynaklı Banka (Fortis, HSBC), 1'i Özel Finans Kurumu (Kuveyt

Türk) olan 3 banka girişte ATM holü düzenlerken sadece Kamu Mevduat Bankası olan Vakıflar Bankası bankadan ayrı bir girişi olan bir hol düzenlemiştir. Kamu Mevduat Bankaları'nın yan cephe kullanımı yada ayrı bir hol düzenlemesi ile ATM'leri göz önünde tutmadıkları, diğer bankalarda ise ön cephenin yoğunlukla tercih edildiği görülmektedir (Ek Tablo 20).

- Kütle

Mevcut binalarda hizmet veren bankaların kütle formu da genellikle tercih edilen dikdörtgen formudur. Sadece Merkez Bankası farklı geometrik formları (kare, dikdörtgen, daire) bir arada binasında kullanmayı başarabilmiştir. Yabancı sermayeli bir banka olan Fortis ise sadece kendi bulunduğu katları kareye yakın bir formda kullanabilmiştir.

Cephede de farklı bir durum söz konusu değil. Neredeyse tüm bankalar dikdörtgen pencereler tercih ederken sadece Merkez Bankası kare pencereler tercih etmiştir. Kamu Mevduat Bankası olan İş Bankası kapıyı kare kullanmış ve Özel Mevduat Bankası olan Oyak Bank logoda elips formunu kullanarak bunu cepheye monte etmiş ve cephe formu gibi göstermiştir. Bunun dışında tüm formlar dikdörtgenin tekrarlarıdır.

Tek katta hizmet veren banka sadece Özel Mevduat Bankası olan Deniz Bank'tır. Bankaların % 50'si zemin+ 1 katta hizmet verirken, % 45'i de zemin+2 ve daha fazla katta hizmet vermektedir (Ek Tablo 30).

5. SONUÇLAR

Bankalar ekonomiyi ayakta tutan temel taşlardan biridir. Bu durum bankaların önemini arttırmış, banka sayıları da yıllar geçtikçe artış göstermiştir. Bir gerçek de; bir çok bankanın rekabet ortamına ayak uyduramamaları sonucu bir yandan kapatılmaları durumudur. Geline nokta, kıyasıya rekabetin sürdüğü bu pazarda ayakta kalabilmenin ciddi gayretlere, önemli miktarlarda paralar harcanarak tanıtımlar yapılmasına, şube çalışanlarının güler yüzünden, kıyafetine, ortamın konforundan, bankanın cephe çalışmalarına kadar bir çok faktöre bağlı olduğunu ortaya koymuştur. Bankalar bu tanıtımların, reklamların ve kimlik çalışmalarının maliyetleri çok fazla olmasına rağmen bu çalışmaları ciddiyle sürdürmektedirler.

Tez çalışmasında ele alınan bankaların cephe kurgusu, müşterinin ilk izlenimi açısından çok önemlidir. Bu nedenle bankalar tüm cephelerini malzemesinden, rengine, şube tabelasından, ATM tiplerine kadar her yerde aynı şekilde tasarlamaya çalışmaktadırlar. Bazı bankalar müşterilerine sundukları cephe düzeniyle, şube tabelası olmadan dahi kolaylıkla algılanmayı hedeflemektedirler.

Araştırmada Trabzon'da şubesi olan 20 banka incelenmiş ve cephelerinde nasıl bir tavır sergiledikleri ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

- Bankalar Trabzon'da kent merkezinde mevcut yapılaşmanın içinde kendilerine bir yer bulmaya çalıştıklarından görsel kimlik çalışmalarını tam olarak yansıtamamışlardır.
- Bazı bankalar kendilerine ait binaları yıkıp yeniden yapma ya da tadilat yaparak düzenleme yoluna gitmişlerse de birkaç banka dışında daha çok iç mekana yönelerek cepheyi memnun edici seviye de tasarlayamamışlardır.
- Cephede reklam panoları saydam yüzeylerde genellikle kısmen kullanılırken, kurumsal renk ve dış cephe yönlendirme elemanları yarı yarıya bir oranla kullanılmıştır. Şube tabelası için tercih bant şeklinde kullanım yönündedir.
- Giriş kapısının yeri ortadan, kenardan ve kenara yakın bir yerden verilmiştir. Köşe kullanımı özel konumlanma dışında tercih edilmemiştir. Tek kanatlı kapı en çok tercih edilen kapı tipidir. ATM için en uygun olarak düşünülen konum ise ön cephedir.

- Binaların neredeyse tamamı dikdörtgen formdadır. Sadece Merkez Bankası'nda kare, dikdörtgen ve daire formu bir arada kullanılmıştır. Cephede kullanılan formlar yine dikdörtgen formdur.

- İrdelenen 20 bankada en çok tercih edilen renklerin krem, kırmızı ve gri tonları olduğu tespit edilmiştir. Logoda ise kırmızı ve mavi tonları çoğunlukla tercih edilen renklerdir.

- Alüminyum, granit ve alikobalt incelenen 20 bankanın genel olarak tercih ettikleri cephe malzemeleridir. Saydam yüzeylerde güvenlik amaçlı mukavemetli ısıcam kullanılırken, üst katlarda ise normal cam kullanılmıştır.

- Zemin ve üst katında hizmet veren bankalar sadece zemin kata müdahale etmişler, burada olabildiğince özellikle renk ve malzeme seçimleriyle konseptlerini yansıtmaya çalışmışlar ancak yapının belli bölgelerine müdahale edememeleri cephenin görsel algıyı güçlendiren temel tasar ilkelerini birlik, tekrar ve denge ilkeleri dışında yeterli seviyede kullanamadıklarını göstermiştir. Üst katlarla, özellikle binanın bankaya ait olmadığı durumlarda hiçbir uyum söz konusu değildir.

Banka şubelerinin cephe tasarımları ile ilgili müşteri memnuniyeti amaçlı çalışmaları renk, malzeme seçimi, görsel kimliği tamamlayıcı elemanlar ve konumlandırma açılarından bazı şubelerde yeterli seviyede olmasıyla birlikte genel olarak mimari değerlerin ele alındığı bu çalışmada cephe kurgularında daha ciddi çalışmalar yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmanın yeni araştırmalara yol gösterici olabilmesi ümit edilmektedir. Banka yetkilileriyle yapılan görüşmeler sırasında bankaların iç kısımlarında da bazı aksaklıklar olduğu tespit edilmiş ve bu konuda da yeni çalışmalar yapılabileceği belirlenmiştir.

6. KAYNAKLAR

- Atalayer, F., 1994, Temel Sanat Öğeleri, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, Eskişehir.
- Ak, M., 1998, Firma/Markalarda Kurum Kimlik ve İmaj, Işıl Ofset Sanayi Limited Şti., İstanbul.
- Ak, M., 2000, Kurumsal Kimlik, www.elegans.com.tr/arsiv/51/sonbahar2000/html, 11 Mart.
- Aksoy, E., 1987, 20. yy. Mimarlığına Estetik Açından Bakış, Maya Matbaası, Ankara.
- Aksoy, Ö., 1977, Biçimlendirme, Karadeniz Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş., Trabzon.
- Anonim , 1949, Yapı Kredi Bankası Bursa Şubesi, Artkitekt, İstanbul, 209, 97-99.
- Anonim, 1951, Bursa Türkiye İş Bankası, Artkitekt, İstanbul, 233-236, 98-102.
- Anonim, 1952, Banka, Türk Ansiklopedisi, Milli Eğitim Basımevi, Cilt No:5, Ankara, 208.
- Anonim, 1981, Banka, Meydan Larousse, Meydan Yayınevi, Cilt No:2, İstanbul.
- Anonim, 1998, Ziraat Bankası, T.C. Ziraat Bankası Eğitim Yayınları, Ankara, 8-12.
- Anonim, 2000, Pamukbank Genel Müdürlüğü, İş-Alışveriş Merkezleri, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul.
- Anonim, 2005, Finansbank İzmir Bölge Müdürlüğü Binası, Yapı Dergisi, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul, 75-78.
- Ayarlıoğlu M., A., 1998, Türk Ticaret Bankacılık Sisteminde Meydana Gelen Yapısal Değişmeler (1970-1996), KTÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Aydemir, Ş., 2004, Kentsel Alanların Planlanması ve Tasarımı, İber Matbaacılık, Akademi Kitabevi Yayınları, Trabzon.
- Aslanoğlu, İ., 1980, Erken Cumhuriyet Dönemi Mimarlığı, İTÜ Mimarlık Fakültesi Basım İşliği, Ankara.
- Biering, H. ve Lorenz, P., 1988, Banken und Sparkassen Architektur, Planung, Einrichtung.
- Başbuğ, F., Y., 1979, Türk Banka İşletmeciliği, Eğitim Yayınları, Bilimsel Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 12.
- Bolay, C., H., 1991, Türk Bankacılık Tarihi, Bankacılar Dergisi, TBB Yayınları, Sayı: 5, 54-55.

- Bonta, J., 1980, Notes for a Theory of Meaning in Design, Sign, Symbols and Architecture, The Pitman Press, Bath.
- Ching, F., D., K., 1979, Mimarlık : Biçim, Mekân ve Düzen, Çeviren: Sevgi Lökçe.
- Cömert S. ve Kıvanç, C., 1999, Türk Bankacılık Sistemi, Harp Akademileri Basım Evi, İstanbul.
- Cüceloğlu, D., 1991, İnsan ve Davranışı Psikolojinin Temel Kavramları, 3. Baskı, Remzi Kitapevi, İstanbul,122.
- Divanlıoğlu, D., 1997, Temel Tasarım, İstanbul.
- Durer, S., Türkiye’de Ticaret Bankalarının Sermaye Yapı ve Yeterliliği, Yapı ve Kredi Bankası İktisadi Araştırmalar Müdürlüğü, Bankacılık Araştırmalar Dizisi, Nr:8, İstanbul, 1988.
- Eldem, S., H., 1971, Akbank Genel Müdürlük Binası, Arkitekt, 343, 12-15.
- Elmalı, D., 2005, Mimaride Saydamlık-Opaklık Kavramları ve Cephelerin Algılanmasına Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon, 35.
- Erkman, U., 1973, Mimaride Etki ve Görsel İdrak İlişkileri, İTÜ Mimarlık Fakültesi, İstanbul, 13.
- Ertürk, S., 1984, Mimari Mekanın Algılanması Üzerine Deneysel Bir Çalışma, Doktora Tezi, KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Genç, U., D., 2001, Ege Bölgesinde’ki Tarihi Banka Yapıları (1915-1930), Yüksek Lisans Tezi, DEÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Gürer, L., 1990, Temel Tasarım, İTÜ Matbaası, İstanbul.
- Gür, Ş. Ö., 1985, Toplumsal İlişki ve Tasarım, KTÜ Mühendislik- Mimarlık Fakültesi Yayınları, Trabzon, 97-98.
- Gönençen, T., 1998, Gelişen ve Değişen Bankacılık Sisteminin Banka Binaları Tasarımına Etkisi ve Kimliklendirmenin Kitle, Mekan, Cephe Ölçeğinde İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi , GÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Hasol, D., 1995, Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul.
- Hazar, N., 1986, T.C. Ziraat Bankası (1863-1983), T.C. Ziraat Bankası Kültür Yayınları, Ankara.
- İnceoğlu, M., 1993, Tutum Algı İletişim, V Yayınları, Ankara.

- Karabey, H., 2000, Kurum Kimliği Grafik + Mimarlık + Endüstri Tasarımı, Arredomento, Sayı 12, 77-79.
- Kazgan, H., 2000, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, Creative Yayıncılık, Ankara
- Karataş, M., 2003, Türk Bankacılık Sisteminde Elektronik Bankacılık ve İnternet Bankacılığında Müşteri Tercihleri Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Klee, P., 1961, The Thinking Eye, George Witternborn Pres, Newyork.
- Kuban, D., 2002, Mimarlık Kavramları, Yem Yayınları, İstanbul.
- Mumcu, Ö., 1996, Kuramsal Kimlik ve Banka Şubeleri, Yüksek Lisans Tezi, MSÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Müller, G., 1983, Semiotik Der Gebaulten Umwelt, Universtüt Trier .
- Okay, A., 1999, Kurum Kimliği, Mediacat Yayınları, Ankara, 127.
- Öçal, T., Çolak Ö., F., Para – Banka, 1988, İmge Kitabevi, Ankara.
- Özcan, Ö., 2002, Türkiye’deki Banka Binalarının, Mimari Mekan ve Büro Tasarım Kriterleri Açısından Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Özen, İ., 1983, İsviçre’de Bankacılık (Ekonomik Yönden Bir Araştırma), Maliye Bakanlığı Tetkik Kurulu Yayını, Bern.
- Reed., E., W., Gill, E., K., 1989, Commercial Banking, Fourth Edition, Prentice Hall, International Editions, Eglewood Cliffs, 07632.
- Aydın, S., 1998, Kimlik Sorunu, Ulusallık ve “*Türk Kimliği*”, Öteki Yayınevi, Ankara.
- Şentürer, A., Ural, Ş., Atasoy, A., 2002, Mimarlık ve Felsefe, Yem Yayınları, İstanbul.
- Şenyapılı, Ö., 1996, Görsel sanatlar ve İletişim, Sanat Yapım Yayıncılık Tic. Ltd. Şti., Ankara.
- Tavşan, C., 2000, Mimari Form İçin Bir Yöntem Araştırması: Çağdaş Mimarlık Akımlarına Bağlı Son Dönem Müze Yapılarından Uygulanması, Doktora Tezi, KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Tarlan, S., 1996, Tarihte Bankacılık, M. ve G. B. Araştırma Planlama ve Koordinasyon Kurulu Yayınları, [Ankara](#)
- Tolan, B., 1991, Sosyal Psikoloji, Adım Yayıncılık, İstanbul.
- Tümay, H., Böke, A., 1994, YAPI, Yapı- Endüstri Merkezi, İstanbul.

- Uehling, J., ve Uehling, J., 2006, Bir Marka Olarak Kurumsal Kişilik, <http://www.mct.com.tr/2c.asp>, 20 Ocak.
- URL-1, Üretken Öğrenciler, <http://www.geocities.com/uretkenogrenciler/yazi/merkan02a.html>, 20 Aralık 2005.
- URL-2, Ziraat Bankası, http://www.ziraatbank.com.tr/kultur_sanat1/gmbina_tarihce.html, 2 Mart 2006.
- URL-3, Halk Bankası, http://www.linkdunyasi.com/Bankalar/Halk_Bankasi.html, 25 Aralık 2005.
- URL-4, Ak Bank <http://www.akbank.com/serv.asp?page=2001&mcat=4,2005>, 3 Mart 2006.
- URL-5, Anadolu Bank, <http://www.anadolubank.com.tr/anadolubankwebsite/content/template2.asp?a=01&b=01,3> Mart 2006.
- URL-6, Denizbank, <http://www.denizbank.com.tr/TR/Hakkimizda>, 4 Mart 2006.
- URL-7, Finansbank, <http://www.finansbank.com.tr/bizitaniyin/index.jsp>, 5 Mart 2006.
- URL-8, Koçbank, <http://www.kocbank.com.tr/kocbank/hakkimizda/01/default.asp>, 5 mart 2006.
- URL-9, Oyak Bank, <http://www.oyakbank.com.tr/oyakbank-tarihcemiz.asp>, 10 Nisan 2006.
- URL-10, Şeker Bank, http://www.sekerbank.com.tr/sekerbank_hakkinda.jsp, 5 Mayıs 2006.
- URL-11, Türkiye Ekonomi Bankası, <http://www.teb.com.tr/TEB/Tarihce.aspx>, 3 Nisan 2006.
- URL-12, Garanti Bankası, http://www.garanti.com.tr/ana_sayfa/garantiyi_taniyin/garanti_bankasi_tanitim.html, 4 Mart 2006.
- URL-13, İş Bankası, <http://www.isbank.com.tr/bizitaniyin/bizitaniyin.html>, 10 Mart 2006.
- URL-14, Yapı Kredi Bankası, http://www.ykb.com.tr/ykb_hakkinda/h_default.shtml, 12 Mart 2006.
- URL-15, Bank Asya, <http://www.asyabank.com/hakkimizda/tarihce.jsp>, 8 Mayıs, 2006.
- URL-16, Kuveyt Türk, <http://www.kuveytturk.com.tr/tr/content/hakkinda1.asp>, 25 Nisan 2006.
- URL-17, Anadolu Finans, <http://www.anadolufinans.com/tr/turkiyefinans/tarihce.asp> 13 Mayıs 2006.

- URL-18, Fortis Bank, http://www.fortis.com.tr/bizkimiz/kurulusundan_bugune_fortis.jsp, 7 Mayıs 2006.
- URL-19, Türkiye'nin Portalı, www.devletim.com, 4 Mart 2006.
- URL-20, Trabzon Valiliği, http://www.trabzon.gov.tr/e_i/ekonomi_tarih.aspx, 27 Nisan 2006.
- URL-21, Türkiye Bankalar Birliği, <http://www.tbb.org.tr/net/donemsel>, 10 Şubat 2006.
- URL-22, Arge, www.arge.com.tr/banka_islev.html, 12 Şubat 2006.
- URL-23, Marjinal, www.marjinal.com.tr/ebulten/devamizle, 3 Nisan 2006.
- URL-24, Cin Fikrim, <http://www.cinfikrim.com/modules.php?op=modload&name=Reviews&file=index&req=showcontent&id=33>, 15 Mart 2006.
- URL-25, Fotoğrafya, http://www.fotografya.gen.tr/issue14/T_tasarim_14_index.html, 20 Mart 2006.
- URL-26, Fotoğrafya, http://www.fotografya.gen.tr/issue-9/T_tasarim_9_index.html, 20 Mart 2006.
- URL-27, Fotoğrafya, http://www.fotografya.gen.tr/issue-15/T_tasarim_15_index.html, 20 Mart 2006.
- Usta, G., ve Usta, A., 1994, Mimarlık, Ankara, 259.
- Usta, G., ve Usta, A., 1996, Trabzon' da Çağının Tanığı Bir Yapı, Yapı Dergisi, İstanbul, 172, 92-96.
- Ustaömeroğlu, A., A., 1998, Mimari Analiz İçin Temel Tasarım Öğe ve İlkelerinin Kullanılması ile Oluşturulan Estetik Ağırlıklı Bir Yöntem Araştırması, KTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Trabzon, 105.
- Ülker F., B., 2001, Kurum Kimliği ve Banka Şubeleri, Sanatta Yeterlilik Tezi, MSÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yazgan, T., 1969, Türkiye'de Bankacılığın Gelişimi, Baylan Basım ve Cilt Evi, Ankara, 11-12.
- Wolf, J., ve Wolf, T., 1995, Lexikon betriebswirtschaft, München:Wilhwlm Heyne Verlag, Çeviren: Okay, A., 1999, Kurum Kimliği, Mediacat Yayınları, Ankara.
- Zevi, B., 1990, Mimariyi Görmeyi Öğrenmek, Fransızcadan çeviren: H. Demir Divanlıoğlu, İstanbul.

6. EKLER

Ek Tablo 1. Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı Analizi.

Ek Tablo 2. Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı Analizi devamı.

Ek Tablo 3. Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı Analizi devamı.

Ek Tablo 4. Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı Analizi devamı.

Ek Tablo 5. Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı Analizi devamı.

Ek Tablo 6. Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı Analizi devamı.

Ek Tablo 7. Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı Analizi devamı.

Ek Tablo 8. Cephede Temel Tasar İlkelerinin Kullanımı Analizi devamı.

Ek Tablo 9. Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı Analizi.

Ek Tablo 10. Görsel Kimliği Tamamlayıcı Elemanların Cephede Kullanımı Analizi devamı

Ek Tablo 11. Kütle Analizi ve Yerleşim Düzeni Analizi.

Ek Tablo 12. Kütle Analizi ve Yerleşim Düzeni Analizi devamı.

Ek Tablo 13. Malzeme Analizi ve Renk Analizi.

Ek Tablo 14. Malzeme Analizi ve Renk Analizi devamı.

Ek Tablo 15. Malzeme Analizi ve Renk Analizi.

Ek Tablo 16. Malzeme Analizi ve Renk Analizi.

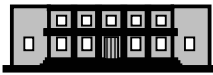
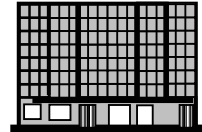
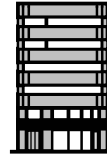
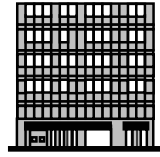
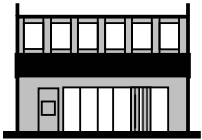
Ek Tablo 17. Cephede malzeme ve renk kullanımının yüzde olarak ifadesi.

Ek Tablo 18. Temel tasarım ilkelerinin cephede kullanımının yüzde olarak ifadesi.


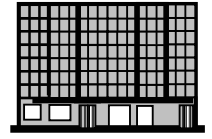
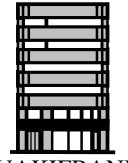

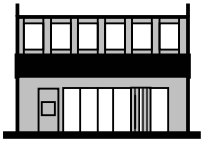
Ek Tablo 19. Görsel kimliği tamamlayıcı elemanların kullanımının yüzde olarak ifadesi.

Ek Tablo 20. Yerleşim düzeni ve kütle kullanımının yüzde olarak ifadesi.


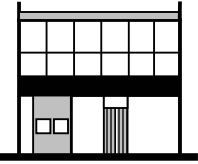
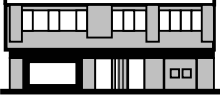
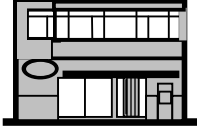
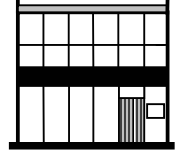
Ek Tablo 1. Cephe de temel tasar ilkelerinin kullanımı analizi

		KAMU MEVDUAT BANKALARI			ÖZEL MEVDUAT BANKALARI		
							
		ZİRAAT BANKASI	HALK BANKASI	VAKIFBANK	AKBANK	ANADOLUBANK	
CEPHEDE TEMEL TASAR İLKELEERİNİN KULLANIMI ANALİZİ	BİRLİK	ŞEKİL	●	●	●	●	
		RENK	●	●	●	●	
		ÖLÇÜ	●				●
	ZITLIK	ŞEKİL					
		RENK					
		ÖLÇÜ				●	
	TEKRAR	TAM	●		●		●
		DEĞİŞKEN		●	●	●	
		DÖNÜŞÜMLÜ					
	EGEMENLİK	RENK	●			●	
		ŞEKİL					●
	SİMETRİ		●				
	DENGE		●		●		
	HARMONİ/UYGUNLUK		●		●		●


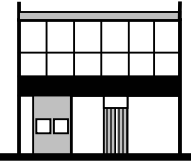
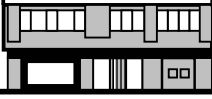
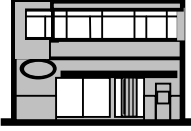
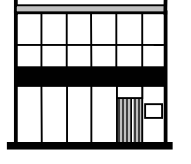
Ek Tablo 2. Cephe de temel tasar ilkelerinin kullanımı analizi devamı

		KAMU MEVDUAT BANKALARI			ÖZEL MEVDUAT BANKALARI		
		 ZİRAAT BANKASI	 HALK BANKASI	 VAKIFBANK	 AKBANK	 ANADOLUBANK	
CEPHEDE TEMEL TASAR İLKELERİNİN KULLANIMI ANALİZİ	BİRLİK	ŞEKİL	●	●	●	●	●
		RENK	●	●	●	●	
		ÖLÇÜ	●	●	●	●	●
	ZİTLİK	ŞEKİL					
		RENK					
		ÖLÇÜ					
	TEKRAR	TAM	●	●	●	●	●
		DEĞİŞKEN					
		DÖNÜŞÜMLÜ				●	
	EGEMENLİK	RENK	●				
		ŞEKİL					●
	SİMETRİ		●	●			
	DENGE		●	●	●	●	●
	HARMONİ/UYGUNLUK		●	●	●	●	●

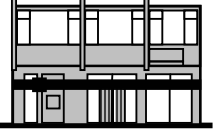
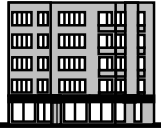
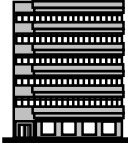
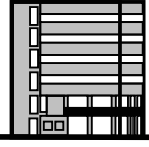

Ek Tablo 3. Cephe de temel tasar ilkel erinin kullanımı analizi devamı

		ÖZEL MEVDUAT BANKALARI					
		 DENİZBANK	 FİNANSBANK	 KOÇBANK	 OYAKBANK	 ŞEKERBANK	
CEPHEDE TEMEL TASAR İLKELE RİNİN KULLANIM ANALİZİ ZEMİN KAT	BİRLİK	ŞEKİL	●			●	●
		RENK	●	●		●	●
		ÖLÇÜ	●			●	●
	ZİTLİK	ŞEKİL					
		RENK			●		
		ÖLÇÜ			●		
	TEKRAR	TAM	●				●
		DEĞİŞKEN				●	
		DÖNÜŞÜMLÜ					
	EGEMENLİK	RENK			●	●	●
		ŞEKİL					
	SİMETRİ						
	DENGE		●		●		●
	HARMONİ/UYGUNLUK		●		●		●

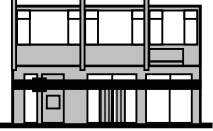
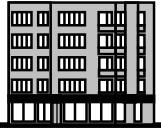
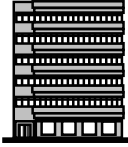
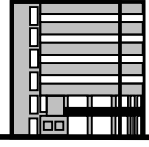

Ek Tablo 4. Cephe de temel tasar ilkelerinin kullanımı analizi devamı

		ÖZEL MEVDUAT BANKALARI					
		 DENİZBANK	 FİNANSBANK	 KOÇBANK	 OYAKBANK	 ŞEKERBANK	
CEPHEDE TEMEL TASAR İLKELERİNİN KULLANIMI ANALİZİ	BİRLİK	ŞEKİL	●	●			●
		RENK	●	●			●
		ÖLÇÜ	●	●			●
	ZİTLİK	ŞEKİL					
		RENK			●		●
		ÖLÇÜ			●		
	TEKRAR	TAM	●	●			●
		DEĞİŞKEN				●	
		DÖNÜŞÜMLÜ			●		
	EGEMENLİK	RENK		●	●	●	●
		ŞEKİL					
	SİMETRİ						
	DENGE		●	●	●		●
	HARMONİ/UYGUNLUK		●	●			●


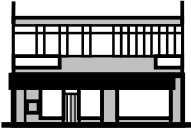
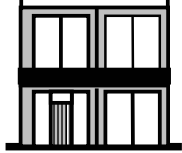
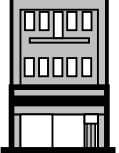
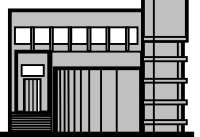
Ek Tablo 5. Cephe de temel tasar ilkelere nin kullanımı analizi devamı

		ÖZEL MEYDUAT BANKALARI					ÖZEL FİNANS K.
							
		TEB	GARANTİ	İŞ BANKASI	YAPI KREDİ	BANK ASYA	
CEPHEDE TEMEL TASAR İLKELERİNİN KULLANIMI ANALİZİ	BİRLİK	ŞEKİL	●	●	●	●	
		RENK		●	●		
		ÖLÇÜ		●	●	●	
	ZİTLİK	ŞEKİL					
		RENK	●			●	
		ÖLÇÜ					●
	TEKRAR	TAM		●	●	●	●
		DEĞİŞKEN	●				
		DÖNÜŞÜMLÜ					
	EGEMENLİK	RENK	●	●	●	●	
		ŞEKİL					●
	SİMETRİ						
	DENGE		●	●	●	●	●
	HARMONİ/UYGUNLUK		●	●	●	●	

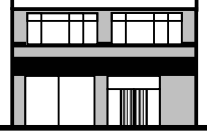
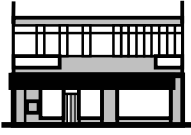
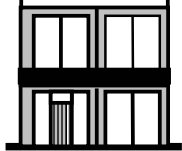
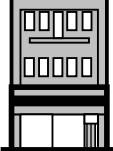
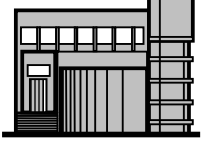
Ek Tablo 6. Cephe de temel tasar ilkelere nin kullanımı analizi devamı

		ÖZEL MEVDUAT BANKALARI					ÖZEL FİNANS K.
							
		TEB	GARANTİ	İŞ BANKASI	YAPI KREDİ	BANK ASYA	
CEPHEDE TEMEL TASAR İLKELERİNİN KULLANIMI ANALİZİ	BİRLİK	ŞEKİL	●	●	●	●	
		RENK		●	●		
		ÖLÇÜ	●		●	●	
	ZITLIK	ŞEKİL					
		RENK	●			●	
		ÖLÇÜ	●	●			
	TEKRAR	TAM	●		●	●	
		DEĞİŞKEN	●	●		●	
		DÖNÜŞÜMLÜ					
	EGEMENLİK	RENK	●			●	
		ŞEKİL					
	SİMETRİ				●		
	DENGE		●	●	●	●	
	HARMONİ/UYGUNLUK			●	●	●	

Ek Tablo 7. Cephe de temel tasar ilkelerinin kullanımı analizi devamı

		ÖZEL FİNANS KURUMLARI		YABANCI KAYNAKLI BANKALAR		MERKEZ BANKASI	
							
		KUVEYT TÜRK	TÜRKİYE FİNANS	FORTIS BANK	HSBC BANK	MERKEZ BANKASI	
CEPHEDE TEMEL TASAR İLKELERİNİN KULLANIMI ANALİZİ	BİRLİK	ŞEKİL	●	●	●	●	
		RENK	●		●	●	
		ÖLÇÜ		●	●	●	
	ZİTLİK	ŞEKİL					●
		RENK		●			
		ÖLÇÜ				●	
	TEKRAR	TAM			●	●	
		DEĞİŞKEN	●	●		●	
		DÖNÜŞÜMLÜ					
	EGEMENLİK	RENK		●	●		
		ŞEKİL				●	
	SİMETRİ						
	DENGE		●		●	●	
	HARMONİ/UYGUNLUK		●		●		

Ek Tablo 8. Cephe de temel tasar ilkelerinin kullanımı analizi devamı

		ÖZEL FİNANS KURUMLARI		YABANCI KAYNAKLI BANKALAR		MERKEZ BANKASI	
							
		KUVEYT TÜRK	TÜRKİYE FİNANS	FORTIS BANK	HSBC BANK	MERKEZ BANKASI	
CEPHEDE TEMEL TASAR İLKELERİNİN KULLANIMI ANALİZİ	BİRLİK	ŞEKİL	●	●	●	●	●
		RENK			●	●	●
		ÖLÇÜ	●		●		
	ZİTLİK	ŞEKİL					
		RENK		●			
		ÖLÇÜ	●	●		●	
	TEKRAR	TAM		●	●	●	●
		DEĞİŞKEN	●	●		●	●
		DÖNÜŞÜMLÜ					
	EGEMENLİK	RENK		●	●	●	
		ŞEKİL					●
	SİMETRİ				●	●	
	DENGE		●	●	●	●	●
	HARMONİ/UYGUNLUK				●	●	●





Ek Tablo 11. Kütle Analizi ve Yerleşim Düzeni Analizi

			KAMU MEVDUAT BANKALARI			ÖZEL MEVDUAT BANKALARI							
			ZİRAAT BANKASI	HALK BANKASI	VAKIF BANK	AKBANK	ANADOLU BANK	DENİZ BANK	FİNANS BANK	KOÇ BANK	OYAK BANK	ŞEKER BANK	
YERLEŞİM DÜZENİ ANALİZİ	GİRİŞ KAPISI	KONUMU	KENARDA			0			0			0	0
			ORTADA	0	0		0			0	0		
			KÖŞEDE										
	TÜRÜ	TÜRÜ	TEK KANATLI	0			0	0	0	0	0	0	0
			ÇİFT KANATLI		0	0							
			FOTOSELLİ										
	ATM	ATM	RÜZGARLIKLİ	0		0							
			ÖN CEPHEDE				0	0	0	0	0	0	0
			YAN CEPHEDE	0	0								
			GİRİŞ H.										
		AYRI BİR H.			0								
KÜTLE ANALİZİ	BİNA FORMU	BİNA FORMU	KARE										
			DAİRE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			DİKDÖRTGEN										
	CEPHEDE K. FORMLAR	CEPHEDE K. FORMLAR	KARE										
			DİKDÖRTGEN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			ÜÇGEN										
			DAİRE										
			ORGANİK										
	KAT SAYISI	KAT SAYISI	ZEMİN						0				
			ZEMİN + 1					0		0	0	0	0
ZEMİN + ?			0	0	0	0							






Ek Tablo 12. Kütle Analizi ve Yerleşim Düzeni Analizi devamı

			ÖZEL MEVDUAT BANKALARI				ÖZEL FİNANS KURUMLARI			YABANCI K. BANKALAR		MERKEZ BANKASI		
			TEB	GARANTİ	İŞ BANKASI	YAPI KREDİ	BANK ASYA	KUVEYTTÜRK	TÜRKİYE FİNANS	HSBC	FORTİS	MERKEZ BANKASI		
YERLEŞİM DÜZENİ ANALİZİ	GİRİŞ KAPISI	KONUMU	KENARDA			0		0			0	0	0	
			ORTADA	0	0				0	0				
			KÖŞEDE											
		TÜRÜ	TEK KANATLI				0							
			ÇİFT KANATLI		0		0	0		0	0	0	0	0
			FOTOSELLİ						0					
	ATM	RÜZGARLIKLİ			0	0								
		ÖN CEPHEDE	0			0	0		0					
		YAN CEPHEDE	0	0	0									
		GİRİŞ H.						0		0	0			
			AYRI BİR H.											
	KÜTLE ANALİZİ	BİNA FORMU	KARE									0	0	
DAİRE														
DİKDÖRTGEN			0	0	0	0	0	0	0	0			0	
CEPHEDE K. FORMLAR		KARE												
		DİKDÖRTGEN												
		ÜÇGEN												
		DAİRE											0	
		ORGANİK												
KAT SAYISI		ZEMİN												
		ZEMİN + 1	0				0	0	0		0			
		ZEMİN + ?		0	0	0				0			0	





Ek Tablo 13. Malzeme analizi ve Renk analizi

			KAMU MEVDUAT BANKALARI			ÖZEL MEVDUAT BANKALARI	
							
			ZİRAAT BANKASI	HALK BANKASI	VAKIFBANK	AKBANK	ANADOLUBANK
RENK ANALİZİ	CEPHE	ZEMİN KAT	Kahverengi	Gri	Gri	Krem, Kırmızı	Beyaz, Cam Göbeği
		BİRİNCİ KAT VE ÜSTÜ	Kahverengi	Mavi	Açık Sarı	Siyah, Açık Mavi, Gri	Açık Kahverengi
	LOGO	Kırmızı, Beyaz	Gri Mavi	Gri, Yeşil, Siyah, Sarı	Kırmızı, Beyaz	Beyaz, Siyah, Mavi	
MALZEME ANALİZİ	ZEMİN KAT	SAYDAM YÜZEYLER	Cam	Mukavemetli Isıcam	Mukavemetli Isıcam	Mukavemetli Isıcam	Mukavemetli Isıcam
		OPAK YÜZEYLER	Doğal Taş Kaplama	Granit	Alikobalt	Kumlanmış Doğal Mermer	Alüminyum panel Kaplama, Alikobalt
	BİRİNCİ KAT VE ÜSTÜ	SAYDAM YÜZEYLER	Cam	Cam	Cam	Mukavemetli ısıcam	Mukavemetli ısıcam
		OPAK YÜZEYLER	Doğal Taş Kaplama	Cam	Sıva + Boya	Cam	Mozaik Kaplama






Ek Tablo 14. Malzeme analizi ve Renk analizi devamı

		ÖZEL MEVDUAT BANKALARI					
							
		DENİZBANK	FİNANSBANK	KOÇBANK	OYAKBANK	ŞEKERBANK	
RENK ANALİZİ	CEPHE	ZEMİN KAT	Krem	-	Siyah, Kırmızı, Gri, Mavi	Beyaz, Cam Göbeği, Kırmızı	-
		BİRİNCİ KAT VE ÜSTÜ	-	Siyah	Mavi, Sarı	Açık Kahverengi	Siyah
	LOGO	Açık ve Koyu Mavi, Beyaz, Kırmızı	Gri, Mavi	Beyaz, Siyah, Kırmızı	Beyaz, Kırmızı, Siyah	Yeşil, Beyaz	
MALZEME ANALİZİ	ZEMİN KAT	SAYDAM YÜZEYLER	-	Mukavemetli Isıcam	Mukavemetli Isıcam	Mukavemetli Isıcam	Mukavemetli Isıcam
		OPAK YÜZEYLER	Taş Kaplama	-	Alüminyum Panel Kaplama, Granit	Polikor, Cam	-
	BİRİNCİ KAT VE ÜSTÜ	SAYDAM YÜZEYLER	-	Cam	Cam	Mukavemetli Isıcam	Cam
		OPAK YÜZEYLER	-	-	Sıva, Boya	Doğal Taş Kaplama	-

Ek Tablo 15. Malzeme analizi ve Renk analizi

		ÖZEL MEVDUAT BANKALARI					ÖZEL FİNANS KURUMLARI
							
		TEB	GARANTİ	İŞ BANKASI	YAPI KREDİ	BANK ASYA	
RENK ANALİZİ	CEPHE	ZEMİN KAT	Krem, Yeşil	Açık Yeşil	Gri, Pembe	Krem, Siyah	Lacivert
		BİRİNCİ KAT VE ÜSTÜ	Krem	Açık ve Bir Ton Koyu Yeşil	Beyaz, Siyah	Krem, Siyah	Krem
	LOGO	Beyaz, Yeşil, Siyah	Koyu Yeşil, Beyaz, Siyah	Lacivert, Beyaz	Lacivert, Beyaz, Kırmızı	Lacivert, Beyaz, Kırmızı	
MALZEME ANALİZİ	ZEMİN KAT	SAYDAM YÜZEYLER	Mukavemetli Isıcam	Mukavemetli Isıcam	Kendinden Renkli Isıcam	Renkli, Mukavemetli Isıcam	Mukavemetli Isıcam
		OPAK YÜZEYLER	Presli Mermer	Sıva, Boya	Granit	Presli Mermer	Alüminyum Panel Kaplama
	BİRİNCİ KAT VE ÜSTÜ	SAYDAM YÜZEYLER	Cam	Cam	Kendinden Renkli Isıcam	Mukavemetli Isıcam	Cam
		OPAK YÜZEYLER	Mozaik Kaplama	Sıva, Boya	Alüminyum Panel Kaplama	Sıva, Kaleterasit	Sıva, Boya

Ek Tablo 16. Malzeme analizi ve Renk analizi

			ÖZEL FİNANS KURUMLARI		YABANCI KAYNAKLI BANKALAR		MERKEZ BANKASI
							
			KUVEYT TÜRK	TÜRKİYE FİNANS	HSBC BANK	FORTİS	MERKEZ BANKASI
RENK ANALİZİ	CEPHE	ZEMİN KAT	Krem	Hardal Sarısı, Kırmızı	Beyaz	Gri	Kiremit Rengi, Turuncu
		BİRİNCİ KAT VE ÜSTÜ	Açık Mavi	Toprak Rengi	beyaz	Gri	Kiremit Rengi
	LOGO	Yeşil, Beyaz, Siyah, Altın Sarısı	Kırmızı, Beyaz	Beyaz, Siyah, Kırmızı	Beyaz, Kırmızı	-	
MALZEME ANALİZİ	ZEMİN KAT	SAYDAM YÜZEYLER	Mukavemetli Isıcam	Renkli, Mukavemetli Isıcam	Mukavemetli Isıcam	Mukavemetli Isıcam	Cam
		OPAK YÜZEYLER	Granit	Alüminyum panel Kaplama	Alüminyum panel Kaplama	Alikobalt	Alüminyum, Granit
	BİRİNCİ KAT VE ÜSTÜ	SAYDAM YÜZEYLER	Cam	Cam	Cam	Mukavemetli Isıcam	Cam
		OPAK YÜZEYLER	Sıva, Boya	Sıva, Boya	Sıva, Boya	Alikobalt	Alüminyum, Granit

Ek Tablo 17. Temel tasar ilkelerinin cephede kullanımının yüzde olarak ifadesi

KAT	TEMEL TASAR İLKELERİ		%	KAT	TEMEL TASAR İLKELERİ		%
	BİRLİK	ŞEKİL	80	TÜM KÜTLE	BİRLİK	ŞEKİL	85
		RENK	70			RENK	70
		ÖLÇÜ	55			ÖLÇÜ	65
	ZITLIK	ŞEKİL	5		ZITLIK	ŞEKİL	-
		RENK	20			RENK	25
		ÖLÇÜ	20			ÖLÇÜ	25
	TEKRAR	TAM	50		TEKRAR	TAM	75
		DEĞİŞKEN	40			DEĞİŞKEN	40
		DÖNÜŞÜMLÜ	-			DÖNÜŞÜMLÜ	10
	EGEMENLİK	RENK	55		EGEMENLİK	RENK	50
		ŞEKİL	20			ŞEKİL	15
	SİMETRİ		5		SİMETRİ		25
	DENGE		65		DENGE		90
	HARMONİ/UYGUNLUK		60		HARMONİ/UYGUNLUK		70

Ek Tablo 18. Cephede malzeme ve renk kullanımının yüzde olarak ifadesi

KAT	YÜZEY	MALZEME	%	KAT	YÜZEY	MALZEME	%	KAT	YÜZEY	RENK	%
	SAYDAM Y.	Mukavemetli ısıcam	90	ÜST KATLAR	SAYDAM Y.	Mukavemetli. ısıcam	30	ZEMİN KAT	SAYDAM Y.	Renkli cam	30
		Normal cam	10			Normal cam	70			Renksiz cam	70
	OPAK Y.	Alüminyum	30		OPAK Y.	Sıva+boya	35		OPAK Y.	Krem tonları	25
		Granit	25			Doğal taş	15			Kırmızı	25
		Alikobalt	15			Cam	10			Gri	25
		Doğal taş	10			Mozaik kaplama	10			Diğer	25
		Polikor	5			Alüminyum	10		Logo	Kırmızı	50
		Kumlanmış doğal mermer	5			Sıva+kaleterasit	5			Mavi tonları	35
		Sıva+boya	5			Alikobalt	5			Diğer	25
		Cam	5								

Ek Tablo 19. Görsel kimliği tamamlayıcı elemanların kullanımının yüzde olarak ifadesi

KAT	GÖRSEL KİMLİĞİ TAMAMLAYICI ELEMANLAR		%
	REKLAM PANOLARI	S.Y. TAMAMEN	35
		S.Y. KISMEN	45
		KULLANILMAMIŞ	20
	KURUMSAL RENK	KULLANILMIŞ	50
		KULLANILMAMIŞ	50
	DIŞ CEPHE YÖNLENDİRME ELEMANLARI	KULLANILMIŞ	50
		KULLANILMAMIŞ	50
	ŞUBE TABELASI	BANT Ş.	65
		KISMEN BANT Ş.	25
PARÇALI VE FON OLMADAN		5	

Ek Tablo 20. Yerleşim düzeni ve kütle kullanımının yüzde olarak ifadesi

KAT	YERLEŞİM DÜZENİ			%	KAT	KÜTLE			%
	GİRİŞ KAPISI	KONUMU	KENARDA	50	TÜM KÜTLE	BİNA FORMU	KARE	5	
			ORTADA	45			DAİRE	5	
			KÖŞEDE	5			DİKDÖRTGEN	100	
		TÜRÜ	TEK KANATLI	70		CEPHEDE KULLANILAN FORMLAR	KARE	5	
			ÇİFT KANATLI	30			DİKDÖRTGEN	100	
			FOTOSELLİ	5			ÜÇGEN	-	
	RÜZGARLIKLİ		20	DAİRE			5		
	ATM	ÖN CEPHEDE	55	KAT SAYISI		ZEMİN	5		
		YAN CEPHEDE	25			ZEMİN + 1	50		
		GİRİŞ H.	15			ZEMİN + ?	45		
		AYRI BİR H.	5						

ÖZGEÇMİŞ

Şükran Aymelek 1980 yılında Kırşehir’de doğdu. İlköğrenimini Uşak Mehmetçik İlköğretim okulunda, orta öğrenimini İzzettin Çalışlar Süper Lisesi’nde tamamladı. 1998 yılında Karadeniz Teknik Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Mimarlık bölümüne girmeye hak kazandı. 2002 yılında bu bölümden mezun oldu. Aynı yıl Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık anabilim dalında yüksek lisans eğitime başladı. Halen bu eğitime devam etmektedir.

Şükran Aymelek evli olup, İngilizce bilmektedir.