MİMAR KİMLİĞİNİN İNŞASI VE MİMARLIK MEDYASINDA TEMSİLİ

Kıymet BAŞARANOĞLU
161401101

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Mimarlık Anabilim Dalı
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Yekta ÖZGÜVEN

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Aralık, 2018

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Kıymet BAŞARANOĞLU'nun " Mimar Kimliğinin İnşası ve Mimarlık Medyasında Temsili" başlıklı tezi 20/12/2018 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Maltepe Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği"nin ilgili maddeleri uyarınca, Mimarlık Anabilim Dalında yüksek lisans tezi **oy birliğiyle / ~~oy çokluğuyla~~, başarılı / ~~başarısız~~** olarak kabul edilmiştir.

	Unvanı. Adı ve Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı)	: Dr. Öğr. Üyesi Yekta ÖZGÜVEN	.....
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Emel CANTÜRK	.....
Üye (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi)	: Dr. Öğr. Üyesi Tolga SAYIN	.....

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. İlter Büyükdpan

ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI

maltepe üniversitesi	ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI	Doküman No	FR-178
		İlk Yayın Tarihi	01.03.2018
		Revizyon Tarihi	
		Revizyon No	00
		Sayfa	1/1

Revizyon Takip Tablosu

REVİZYON NO	TARİH	AÇIKLAMA
00	01.03.2018	İlk yayın.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI

18../01/2019

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarından bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilmeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; çalışmanın Maltepe Üniversitesinde kullanılan "bilimsel intihal tespit programı" ile tarandığını ve öngörülen standartları karşıladığını beyan ederim.

Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Öğrencinin Adı ve Soyadı

Kıymet BAŞARANOĞLU

K.Yms.

Hazırlayan İlgili Birim	Kalite Koordinatörü Dr. Öğr. Üyesi Şafak GÜNDÜZ	Kurumsal Yetkili Prof. Dr. Belma AKŞİT

(Dokuman No: FR-178; Yayın Tarihi: 01.03.2018; Revizyon Tarihi: ; Revizyon No:00)

İNTİHAL RAPORU

tez-final kontrol

ORIJINALLIK RAPORU

%4	%4	%1	%1
BENZERLIK ENDEKSI	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCI ÖDEVLERI

BIRINCIL KAYNAKLAR

1	polen.itu.edu.tr İnternet Kaynağı	%1
2	www.mimarlarodasiankara.org İnternet Kaynağı	<%1
3	mimarlikdergisi.com İnternet Kaynağı	<%1
4	es.scribd.com İnternet Kaynağı	<%1
5	Submitted to TechKnowledge Turkey Öğrenci Ödevi	<%1
6	webnolojist.blogspot.com İnternet Kaynağı	<%1
7	ondercetin.wordpress.com İnternet Kaynağı	<%1
8	www.scribd.com İnternet Kaynağı	<%1
9	acikerisim.deu.edu.tr İnternet Kaynağı	<%1

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans süresince manevi desteğini hep hissettiğim, yardımlarını hiç esirgemeyen, düşüncelerimi daha geniş bir çerçevede bakmam için cesaretlendirerek destekleyen ve bunun için gerekli motivasyonu sağlayan sevgili hocam Dr. Öğr. Üyesi Yekta Özgüven'e teşekkür ederim. Araştırma süresince çalışmanın gidişatını etkileyecek önemli yorumlarını ve bir o kadar değerli bilgilerini eksik etmeyen Prof. Dr. Uğur Tanyeli hocamada sonsuz teşekkürler.

Ayrıca bu yoğun bir o kadar da zorlu süreçte hep yanımda olan, desteğini hiç eksik etmeden destekleyen hayat arkadaşım eşim Erdoğan Başaranoğlu'na, her zor ve güzel süreçte ilk adımı birlikte attığım sevgili annem Ömür Yurdugül, babam Ali Rıza Yurdugül ve ablam Yüksel Yaşartekin'e tüm iniş çıkışlarda benim yanımda oldukları ve beni sürekli destekledikleri için sevgi ve sabırlarından dolayı teşekkür ederim.

Son olarak benim için değeri sözlerle anlatılamayacak kadar fazla olan, mesleki hayatımın yapı taşı, meslektaşım, hayat görüşünün netliği ile bize ışık tutmuş, disiplinli, çalışkan ve dürüst tavrıyla bizlere hep örnek olan kısa bir süre önce kaybettiğim sevgili dedem Ömer Faruk Tuncel anısına…

Kıymet BAŞARANOĞLU

(Mimar)

Aralık, 2018

ÖZ

MİMARLIK KİMLİĞİNİN İNŞASI VE MİMARLIK MEDYASINDA TEMSİLİ

Kıymet BAŞARANOĞLU
Yüksek Lisans
Mimarlık Anabilim Dalı
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Yekta Özgüven
Maltepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2018

Faaliyet alanının toplumsal bir üretim olması nedeniyle, mimar, çeşitli meslek ve bilgi ağı çerçevesinde üretilen söylemlerin içiçe geçmesiyle varlık kazanmış; mimar kimliği de tarihsel süreç içerisinde farklı biçimlerde tanımlanagelmiştir. Toplumsal bir olgu olarak karşımıza çıkan mimar kimliğinin şekilleniş aşamaları ve toplumsal rollerinin açıklanması, farklılaşan temsiliyet biçimlerini ortaya koyarak mümkün olmaktadır.

Çalışmada, güncel mimar kimliklerinin, tarihsel perspektif aracılığıyla ortaya çıkış evreleri, hem mimari, hem toplumsal, hem de dönemlere özgü kendi iç dinamikleri bağlamında irdelenirken; ve mimar kimliğinin medyadaki görünürlüğünün, temsil araçları ve temsil biçimlerinin de değişimi üzerinden ele alınmıştır. Bu nedenle, tarihsel bir bakış açısıyla, mimar kimliğinin varlık kazanmasından günümüze kadar, sahip olduğu anlamsal içerikleri irdelemekle birlikte, süreç içerisindeki içerik dönüşümlerini ve bağlamlarını ortaya koymak, günümüzdeki meslek alanını anlamak çalışmanın amacı olmaktadır.

Anahtar Sözcükler: 1.Mimar, 2.Mimar kimliği, 3.Toplumsal dinamikler, 4.Mimarlık medyası, 5.Temsil biçimleri.

ABSTRACT

THE IDENTITY CONSTRUCTION OF THE ARCHITECT AND ITS REPRESENTATION ON ARCHITECTURAL MEDIUM

Kıymet BAŞARANOĞLU
Master
Architecture Programme
Thesis Advisor: Assist. Prof. Dr., Yekta Özgüven
Maltepe University Graduate School of Science and Engineering, 2018

The identity of the architect has been constructed due to the context of the profession which is based on social features and discourses developed through several knowledges. In this context, the identity of the architect has been determined in various means historically, but more socially. To introduce the phases of this construction process and various social roles of the architect could be only possible by revealing the different representation techniques as well as representations of the architect on architectural medium.

While the different present identities of the architect are addressed in terms of either architectural or social or specifications of the periods with their historical background, the presence of the architect in architectural medium is discussed on the transformation of the representation tools and forms. Therefore, it is aimed to address the semantic contexts and diversities of the concept of the architect from a historiographical perspective for interpreting the present identiy of the architect and architectural medium.

Keywords: 1.Architect, 2.Identity of the architect, 3.Social dynamics, 4.Architectural medium, 5.Representation.

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI i
ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI ii
İNTİHAL RAPORU iii
TEŞEKKÜR iv
ÖZ v
ABSTRACT vi
İÇİNDEKİLER vii
ÇİZELGELER LİSTESİ viii
ŞEKİLLER LİSTESİ ix
ÖZGEÇMİŞ xii
BÖLÜM 1. GİRİŞ 1
BÖLÜM 2. KEŞİFLER: MİMAR KİMLİĞİNİN MİTLER ARACILIĞIYLA İNŞASI ve TEMSİLİ 5
2.1. Geleneksel Dünyada Mimar Kimliği ve Mitoloji ile İlişkisi 6
2.2. Rönesans'la Birlikte Yeniden Üretilen Mimar Kimliği ve Bireyin İzinde Temsili 10
BÖLÜM 3. ÇATIŞMA ORTAMI: MİMAR KİMLİĞİNİN DÖNÜŞÜMÜ ve YENİ TEMSİL BİÇİMLERİ 23
3.1. Birinci Eşik: Aydınlanma'nın Yeni Mimar Kimliği ve Aklın İzinde Temsili 24
3.2. İkinci Eşik: Endüstrileşme'nin Yeni Mimar Kimliği ve Modernite İzinde Temsili 32
BÖLÜM 4. ÇÖZÜLME SÜRECİ: MODERN MİMAR KİMLİKLERİNİN OLUŞUM ALTMETİNLERİ 42
4.1. Çözülmenin Başlangıcı: Modernizm'in Mimar Kimlikleri 43
4.2. Çözülmenin Edinimi: Günümüz Mimarının Çoğul Kimlikleri 57
BÖLÜM 5. MİMAR KİMLİĞİNİN MODERN MİMARLIK MEDYASINDA TEMSİLİ 73
5.1. Mimarlık ve Medya İlişkisi 74
5.2. Mimarın Özgürlük Alanları: Manifestolardan Mimarlık Dergilerine 81
5.3. Modern Dünyada Mimar İmajı 96
BÖLÜM 6. SONUÇ 116
KAYNAKÇA 121

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1: Beaux-Arts'ın öngördüğü mimarlık anlayışı (Yürekli & Yürekli, 2000, s. 44) 30

Çizelge 2: Bauhaus'un öngördüğü mimarlık anlayışı (Yürekli & Yürekli, 2000, s. 44) 51

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Hendese-i Mülkiye öğrencisinin Beaux-Arts geleneğindeki çizimleri, 1920'ler (Bozdoğan, 2012, s. 45) 31

Şekil 2: LC1-Fauteuil à dossier basculant, Le Corbusier, Pierre Jeanneret, Charlotte Perriand, 1928 (URL-4) 46

Şekil 3: Maison Dom-Ino, Le Corbusier (URL-6) 47

Şekil 4: Theo van Doesburg, Maison Particuliére (URL-9) 50

Şekil 5: Herbert Bayer ve Walter Gropius, Werkbund Sergisi için iç mekân perspektifi, 1930 (URL-10) 53

Şekil 6: Ville Radieuse, Le Corbusier, 1930 (URL-11) 55

Şekil 7: Le Corbusier tarafından yayınlanan kitaplar (URL-12) 56

Şekil 8: Frank Gehry Knoll firmasına tasarladığı mobilya maketiyle (URL-14) 62

Şekil 9:Peter Eisenman'ın 22. Dünya Mimarlık Kongresi'nde Galatasaray forması ile yaptığı konuşmanın haberi (URL-15) 64

Şekil 10: MAXXI-Museum of XXI Century (URL-16) 65

Şekil 11: Alcatel'in 1987 tarihli reklamı (Harvey, 2006, s. 272). 78

Şekil 12: William Caxton tarafından basılan okuma, 1477 (URL-21) 79

Şekil 13: Tayfun Serttaş'ın Mimarlar Mezarlığı Sergisinden Mimar Yazıtları (URL-22) 80

Şekil 14: G dergisinin kapağı, 1926 (URL-23) 83

Şekil 15: Le Figaro gazetesi, 1909 (URL-24) 84

Şekil 16: Architectural Review 'da Banham'ın tanıtım sayfası,1950 ve Fütürist Mimarlık Manifestosu, 1914 (URL-24) (URL-25) 85

Şekil 17:Adolf Loos'un 'Süsleme ve Suç' bildirisinin basıldığı Les Cahiers D'aujourd'hui dergisi (1913) , The Other dergisinin kapağı (1903) (URL-26) (URL-27) 85

Şekil 18: CIAM Kongresi raporu, 1937 (URL-28) 86

Şekil 19: De Stijl ilk sayısı, 1917 ve De Stijl'in dergilerinde yayınlanan ilk bildirisi, 1918 (URL-29) 87

Şekil 20: Archigram Magazine 4. (1964) ve 9. sayının (1970) kapakları (URL-30) 88

Şekil 21: Allgemeines Magazine'nin ilk kapağı, 1789 (Parnell, 2011, s. 4) 89

Şekil 22: John Loudon'un ilk Mimarlık Dergisi'nin kapağı, 1834 (Parnell, 2011, s. 6) . 90

Şekil 23: Architectural Review 1896 ilk sayısının açılış sayfası (URL-31) 91

Şekil 24: L'esprit Nouveau dergisinin ilk sayısı ve Vers une architecture sayfası (URL-24) (URL-32) 93

Şekil 25: AD& C'nın ilk kapağı, 1930 (Parnell, 2011, s. 120) 94

Şekil 26*:* L'architecture D'aujourd'hui ilk sayısı (URL-33) 94

Şekil 27: Mimar Dergisi'nin 1931 yılında çıkan ilk sayısı (URL-34) 95

Şekil 28:Mimarlık Dergisi Mimar imgesiyle Alarko reklam sayfası 1966 (URL-36) . 100

Şekil 29: Loving Frank romanının kapağı (URL-37) 102

Şekil 30: The Independent-Record (URL-35) 102

Şekil 31: The Fountainhead romanının 25.yıl baskısında mimar imajı ve Romanın sinemaya uyarlanan film sahnesinden bir kare (URL-40) (URL-41) 104

Şekil 32: Time Dergisi Frank Lloyd Wright sayısı (URL-43) ve Le Corbusier sayısı kapakları (URL-44) 104

Şekil 33: Le Corbusier'in portresinin basılı olduğu İsviçre Frangı ve mektup pulunda kullanılan portresi (URL-45) (URL-46) 105

Şekil 34: Life Dergisinin Mies sayfası 1957 (URL-47) 105

Şekil 35: Devil In The White City'nin kapağı (URL-48) 106

Şekil 36: Arkitekt Dergisinde yer alan mimar reklamı (URL-49) 107

Şekil 37: Architectural Record'un Frank Lloyd Wright özel sayısından reklam sayfası 1938 (Tanyeli, 2013, s. 318) 107

Şekil 38: Arkitekt Dergisi'nde yayınlanan malzeme reklamı 1938 (URL-50) 108

Şekil 39: Euboolith ilanı, Almanach de I'architecture moderne 1925 (Colomina, 2011, s. 191)..... 109

Şekil 40: Tabanlıoğlu Mimarlık'ın web sayfası ve sosyal medya takip imgeleri (URL-55)..... 114

Şekil 41: EAA web sayfasında sosyal medya linkleri ve EAA adına yayınlanan kitap (URL-56)..... 115

ÖZGEÇMİŞ

Kıymet Başaranoğlu

Mimarlık Anabilim Dalı

Eğitim

Derece	*Yıl*	*Üniversite, Enstitü, Anabilim/Anasanat Dalı*
Ls.	2009-2014	Yeditepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı (Burslu/İngilizce)
Lise	2005-2009	Milli Piyango Anadolu Lisesi

İş/İstihdam

Yıl *Görev*

2017- Rize Beyoğlu Çikolatası/ Bolçi Chocolate Tasarım-Uygulama Projesi (2018)
Rönesans Piazza Avm Elegance Optik Tasarım-Uygulama Projesi (2018)
Aqua Florya Elegance Optik Tasarım-Uygulama Projesi (2018)
Burdur Akyol Otel Konsept Proje (2018)
Kayatur Optik Ofis Projesi Konsept Proje (2018)
Çekmeköy Atay Optik Tasarım-Uygulama Projesi (2018)
Bursa Orhangazi Lens Optik Tasarım-Uygulama Projesi (2017)
Rönesans Hilltown Avm Elegance Optik Tasarım-Uygulama Projesi (2017)
Vadi İstanbul Elegance Optik Tasarım-Uygulama Projesi (2017)

2016- Yaşartekin Mühendislik-Mimari Proje Yürütücüsü: TÜBİTAK, Bilim ve Teknoloji Merkezleri İnteraktif Oyun Alanları Projesi (Freelance)

2016 -2017 Gelişim Mimarlık-Proje Sorumlusu: Konut Projeleri

2015 -2016 DNA Mimarlık-Proje Sorumlusu: Bakû Flame Towers (Uygulama Ekibi), Mistral İzmir (Uygulama Ekibi), Triyap İzmir (Tasarım Ekibi)

2014- 2015 BFTA Mimarlık

Kişisel Bilgiler

Doğum yeri ve yılı : Isparta/1991 Cinsiyet: Kadın

Yabancı diller : İngilizce

GSM / e-posta : 0537 064 2005 / kiymetbasaranoglu@gmail.com

BÖLÜM 1. GİRİŞ

Gerçekte mimarlığın ne olduğu üzerine, yüzyıllardır üretilmiş, yorumlanmış, kabul edilmiş, reddedilmiş birçok tanımlamalar yapılagelmiştir. Ancak bu tanımlamalar ortak bir ifadeye işaret etmekten çok, tanımı yapan kişinin tavrı ve pozisyonu üzerinden üretilen araçlardır. Ortak bir yargıya dönüşememesine rağmen, mimarlığı tanımlama üzerine olan bu çaba, mimarlığın insanın varoluşuna kadar temellenen köklü bir alan olması ile ilintilidir. Dolayısıyla, tarihsel olarak bu kadar derinlere kökenlenmesi, mimarlığın, aynı zamanda oldukça geniş bir anlamsal içeriğe sahip olmasına da neden olmuştur.

Bu doğrultuda, mimarlık üzerine en kapsamlı içeriklerden birini ortaya koyan Hasol, mimarlığı *"insanların yaşamasını kolaylaştırmak ve barınma, eğlenme, dinlenme, çalışma gibi eylemlerini sürdürebilmeleri için gerekli mekânları, estetik, işlevsel gereksinmeleri, teknik ve yönetsel zorunluluklarla bağdaştırarak inşa etme sanatı"* olarak ifade eder (Hasol, 1995, s. 315). Kelimenin sözlük tanımları ise, genellikle, mimarlığı, yapıları tasarlama ve inşa etme pratiği ve/veya sanatı olarak ele alır. Ancak, mimarlığın temel etkinliğinin, insanın kullanımı için mekân üretimi olması, mimarlık alanın da her türlü sosyal olgudan yalıtılmış salt bir meslek pratiğinden öte, toplumsallığın içerisinde faaliyet gösteren toplumsal bir alana işaret etmesini beraberinde getirmiştir. Zaten tam da, bu nedenle, mimarlık toplumsal bir üretim alanını ifade ettiği için, üzerine kesin ve tartışılmaz tanımlamalar üretilemez. Bu bağlamda, mimarlık, toplumsal, ekonomik, kültürel, teknolojik ve işlevsel olmak üzere çeşitli olgulara bağlı olarak biçimlenen bir üretim etkinliğidir (Hasol, 1995, s. 315). Bu olguların, tarihsel olarak, her dönemin kendi iç dinamikleri bağlamında değişiklik göstermesi de, mimarlık üzerine yapılagelen tanımların sürekli değişmesine neden olur.

Mimarlığın bu değişken içeriği ve sınırları, üretim etkinliğini olanaklı kılan aktör olarak mimar için de, değişmez bir tanım yapılamamasına neden olur. Mimar, her ne kadar, kelime anlamıyla sözlüklerde, yapıları tasarlayan ve inşa edilme sürecini gerçekleştiren kişi olarak tanımlanmaktaysa da; bu içerik bir mutlak duruma işaret etmez. Mimar, farklı dönemlerde, kimi zaman bir taş ustası veya bir üst düzey usta, kimi zaman güçlü bir bürokrat, kimi zaman sanatçı veya uygulamacı, kimi zamansa bir

tasarımcı olarak nitelendirilir (Sözen & Tanyeli, 2011, s. 209). Faaliyet alanının toplumsal bir üretim olması nedeniyle, mimar, çeşitli meslek ve bilgi ağı çerçevesinde üretilen söylemlerin içiçe geçmesiyle varlık kazanmış; mimar kimliği de tarihsel süreç içerisinde farklı biçimlerde tanımlanagelmiştir.

Bu doğrultuda, tarihsel bir bakış açısıyla, mimar kimliğinin varlık kazanmasından günümüze kadar, sahip olduğu anlamsal içerikleri irdelemekle birlikte, süreç içerisindeki içerik dönüşümlerini ve bağlamlarını ortaya koymak, günümüzdeki meslek alanını anlamak adına oldukça önemli bir yere sahiptir. Ayrıca, toplumsal bir olgu olarak, söz konusu mimar kimliğinin şekillenişinin yanı sıra; mimarın toplumsal rollerinin açıklanması, ancak temsiliyet biçimlerinin de ortaya konmasıyla olanaklı hale gelecektir.

Bu amaçla, Serdar Erener'in 2017 tarihli Markalaşma Stratejileri ve Marka Yönetimi başlıkı söyleşisinde yer verdiği, "keşif, çatışma, çözülme" kavramları (URL-1), mimarlık tarihi boyunca var olagelen toplumsal ve düşünsel gerçeklikler ile mimar kimliği arasındaki karşılıklı etkileşimi ifade etmek için benimsenmiştir. Mimar kimliğinin tarihsel perspektifte inşası ve bağlantılı olarak temsili, temel olarak üç ana başlığa ayrılmıştır.

"Keşifler: Mimar Kimliğinin Mitler Aracılığıyla İnşası ve Temsili" başlıklı bölümde, antik dönemde, mimar kimliğinin varlığının altyapısını da oluşturan zeminin inşası ele alınmıştır. İlk olarak, bu dönem için, tek iletişim aracı olmaları nedeniyle, mimar kimliğinin mitler aracılığıyla nasıl temsil edildiğine odaklanılmıştır. Geleneksel dünyadaki bu söylencesel üretimlerin, mevcut yapı üretim etkinliği olan ilişkisi ve mimarın özsel niteliği, mimar kimliğinin dönemin sosyo-kültürel olguları etrafında, iktidar temsilleri aracılığıyla nasıl inşa edildiği irdelenmiştir. İkinci olarak ise, modern dünyanın ilk adımlarını oluşturan Rönesans boyunca, ortaya çıkan birey, bireysel düşünce, hümanizm gibi kavramlar için felsefe ve sosyoloji anlatılarına başvurulmuştur. Bu anlatılar ile birlikte, oran ve perspektif başta olmak üzere değişen mimari temsil tekniklerinin karşılıklı etkilerinin, mimarlık üretimi ve ürününü değiştirmesinin, mimar kimliğinin yeniden inşası üzerindeki belirleyici rolü ortaya konmuştur. Günümüz mimar kimliğinin altyapısını da hazırlayan Rönesans boyunca, mimar kimliği üzerine yeniden üretilen mitler ve mitik oluşumlar, ayrıntılarıyla ele alınmıştır.

"Çatışma Ortamı: Mimar Kimliğinin Dönüşümü ve Yeni Temsil Biçimleri" başlıklı bölümde, Aydınlanma düşüncesiyle başlayarak, mimar kimliğinin modernite olgusu çerçevesinde geçirdiği dönüşüm süreci ele alınmıştır. Bu doğrultuda, her ne kadar tarihselliğin akışında birbiri ile süreklilik ilişkisi kursalar da, işaret ettikleri toplumsal farklılıklar nedeniyle, Aydınlanma ve endüstrileşme, modernite kapsamında iki ayrı eşik olarak değerlendirilmiştir. Aydınlanma'nın getirdiği rasyonel-akıl ile devamında endüstrileşmenin getirdiği makineleşme süreçlerinin toplumsal yansıması olan farklı ideolojiler ve yaklaşımlara ilişkin çatışmalar ekseninde, mimarın yeni eğitim, söylem ve eylem biçimleri irdelenmiştir. Bu biçimler aracılığıyla, mimar kimliğinin modern araçlarla temsil edilmeye başlamasıyla, dönemin değişen pratiklerinin farklılaşması ortaya konmuştur. Yapı üretim etkinliğindeki aktörlerin, uzmanlık alanlarının ortaya çıkışıyla mesleki rollerinin ayrışmasının yol açtığı mimar kavramının bu üretim etkinliğindeki yeni rolünün nasıl biçimlendiği sorgulanmıştır.

"Çözülme Süreci: Modern Mimar Kimliklerinin Oluşum Altmetinleri" başlıklı bölümde ise, 20. yüzyıl boyunca, mimarlık ortamının modernizm ve devamında küreselleşme gibi güncel olgular ekseninde yaşadığı dönüşümlerle, modern mimar kimliğinin oluşum süreci ele alınmıştır. Modernizmin işaret ettiği gerek mimari gerekse toplumsal yapıdaki değişimlerin başlangıç evresi, yeni bir dil inşası bağlamında değerlendirilmiş ve başta makine olmak üzere modern yaşam pratiklerinin, mimar kimliği üzerindeki belirleyici etkisi incelenmiştir. Ayrıca, mimarlık ortamında kullanılmaya başlanan modern temsil teknikleri ile birlikte, çeşitlenen ve çoğullaşan mimarlık söylemlerinin mimar kimliğini de nasıl çeşitlendirdiği ve ayrıştırdığı, dönemin önemli mimarları ve bu mimarların çeşitlenen üretimleri aracılığıyla ortaya konmuştur. Diğer taraftan, günümüz mimarının sahip olduğu çoğul kimlik yapısı, güncel ve toplumsal rol oluşumları üzerinden ele alınmıştır. Bu doğrultuda, mimarın, yapı üretimine ek olarak, edindiği yönetici, patron, eğitimci, akademsiyen, yazar, aktivist vb. gibi roller, bu rollerin biraradalığı ve içiçeliği üzerinden açıklanmıştır. Günümüzde, modern medyanın hayat verdiği star mimar kavramının varlığı, mimarlığın ekonomik bir faaliyet niteliğine dönüşmesiyle, mimari yapıların kazandıkları prestij ve ikonik nitelikleri ile olan bağıntıları çerçevesinde değerlendirilmiştir.

"Mimar Kimliğinin Modern Mimarlık Medyasında Temsili" başlıklı bölümde ise, mimarlık ortamının medya ile olan yakın ilişkilerinin nasıl kurulduğu, mimarlığın

yanı sıra; iletişim, pazarlama, markalaşma vb. gibi kavramlar aracılığıyla ele alınmıştır. Modern mimarlık medyasının ortaya çıkışıyla, görsel ve yazılı olmak üzere farklı mecralardaki farklı üretimler, manifestolar, mimarlık süreli yayınları ve reklamlarda, kimi zaman özne kimi zaman ise nesne olarak yer verilen mimar kimliği irdelenmiştir. Böylelikle, mimarın ün kazanması ve bu ün aracılığıyla, popüler kültürde yeni bir yer edinmesinin getirisi olarak şöhret ve devamında star kavramları, mimarın modern medya araçlarındaki varlığı üzerinden sahip olduğu imaj çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Çalışmada, güncel mimar kimliklerinin, tarihsel perspektif aracılığıyla ortaya çıkış evreleri, hem mimari, hem toplumsal, hem de dönemlere özgü kendi iç dinamikleri bağlamında irdelenirken; mimar kimliğinin medyadaki görünürlüğü, temsil araçları ve temsil biçimlerinin de değişimi üzerinden ele alınmıştır. Bu yönüyle, çalışma, birbirinden farklı disiplinlerin söylemlerini ortak bir ilişkisellikle biraraya getirmesi ve mimar kimliğinin, mimarlık ortamını olanaklı kılan her türlü farklı disipline dair söylemin arakesitinde üretilmesi açısından, ileride konu üzerine yapılacak ayrıntılı çalışmalara da zemin hazırlayıcı bir niteliktedir.

BÖLÜM 2. KEŞİFLER: MİMAR KİMLİĞİNİN MİTLER ARACILIĞIYLA İNŞASI ve TEMSİLİ

Mimar ve mimar kimliği üzerine, çeşitli parametrelere bağlı olarak, mimarlık, tarih, sosyoloji vb. gibi farklı disiplinler içerisinden, geçmişten günümüze, çeşitli tanımlar ve tariflemeler yapılagelmiştir. Günümüzde geçerliliğini sürdürmekte olan sanattan anlayan, bilim insanı, felsefeci, filozof, diğer bir ifadeyle entelektüel ve kolektif yapıdaki mimar kimliği de, salt bilginin çok kapsamlılığı ile bağlantılı olarak varlık kazanmıştır.

Ancak, mimarın kimliğine dair tariflemeler, eskisini tamamen yıkmak yerine, bir öncekinin üzerine eklenerek sürekli biçimde geliş(tiril)miş ve kapsamını genişletmiştir. Keskin ve mutlak tanımlamaları yapılamadığı için de, mimar kimliği, toplum içerisinde edindiği ve işaret ettiği "yer" ile farklı dönemler içerinde zenginleşerek mitler haline gelmiştir. Aslında, dönemler arası bu farklılıklar birbirinden ayrı değildir, farklı olmayı haykırsa da amacı farklılık yaratmak değil; şikâyet edileni farklı biçimlerde, değişen temsiliyet araçlarıyla sunmaktır. Dolayısıyla, dönemler arası geçişlerde nesneler sabit kalırken; söylemler değişmekte ve bu değişimlerle, nesneler de olduğundan farklı biçimlerde sunulmaktadır.

Bilgi alanındaki değişimlerle birlikte, farklı alanların temsiliyet biçimleri, algısal ve imgesel olarak zihinlerde yer edinme biçimleri de değişir. Bu nedenle, nesnelerin ya da öznelerin sabit kaldığı, ancak olguyu zihinlere geçirebilen bilgi sisteminin ve bilginin ifade biçiminin değiştiği bir durumdan söz edilebilir. Benzer biçimde, mimar da, tarihsel süreçte önce esnaf, sonra sanatçı, günümüzde ise profesyonel iş insanına dönüşür. Bu noktada, Daley, mimarın, sanatçının hayalci oluşuna karşı küstah tavrını eleştirerek, aslında mimarlığın herkesin ikinci favori mesleği olduğunu söyler (URL-2). Bu söylemin altında yatan nedenlerin kuramsal açıklamalarını anlamak ve anlamlandırmak ise, ancak tarihsel süreç içerisinde farklılaşan mimar kimliklerinin mitlerle olan ilişkisi ve diyaloğu aracılığıyla olanaklı hale gelir.

Bu bağlamda, günümüzde tümel bir yapıya sahip olan mimar kimliğini ortaya koymak ve analizlerini yapmak, ancak entelektüel altyapısını katmanlarına ayırarak mümkün olabilir. Bu ayrışmayı ideolojik olarak en temelden, bir diğer ifadeyle mit olgusuyla açıklamak ise, mimar kimliğinin egosal yaklaşımının altındaki düşünceleri de

ortaya koymak anlamını taşır. Bilginin tözsellik sınırları içinde var olup, kuramsal ve pratik olarak ayrılmadığı bir dönemde mimarın ortaya çıkışı ve varlığını devam ettirebilmesi, aynı zamanda bir bilinmezliği de içerdiği için, kimlik olarak birçok tanımı bünyesinde barındırır. Kavramsal olarak tek bir doğru içerisinde tanımlanamayan, -ancak zihinsel döngü içinde yer alan- özne olarak mimar ve algı olarak mimarlığın edindiği yer, ancak mitler ışığında konumlandırılabilir.

2.1. Geleneksel Dünyada Mimar Kimliği ve Mitoloji ile İlişkisi

"Mimar, doğanın ve zamanın kutsal mimarı olan Tanrı'nın varisidir."

Vasari

Mit kavramı, dönemin olaylarını bilimsel nitelikte tanımlamak için değil; daha çok meydana gelen bir durumu tariflemek amacıyla kullanılır. Mitlerin varoluş amacı, herhangi bir bilgi ürünü ortaya koymak değil; duygu, düşünce, inanç ve toplumsal etkinlikleri, kolektif insanın yaşam formuna getirerek kültürel mirası sürdürmektir (Taş, 2000, s. 71). İnsan, belirli bir düşünce biçimiyle fikirleri olan, nesnel olarak var olmayan bir olguyu düşünme ve ifade etme yetisine sahip karmaşık bir varlıktır. Nesnel olarak var olmayan bir olgunun hayal etme yetisi ile üretilmesi ise, zihinsel gücün yaratısıdır. Nesnel olmayan söylemlerin hayal gücüyle yorumlanma biçimi de, aynı zamanda mitlerin üretilmesini olanaklı kılan bir sezgisel oluşuma işaret eder. Artun'un belirttiği gibi, modern döneme kadar bilginin ve hakikatin kaynağı olarak gösterilen nesneler ve kendi içlerindeki ilişkilerin yansımasını okuyan ve yorumlayan izleyici, kendine göre bir hakikat çıkarır ve bu hakikat ise bugün mit olarak karşılığını bulur. İzleyicinin nesneler arasında kurduğu ilişkilerden çıkardığı mitler, kendi zihninde hikâye yazımına sebep olmakla beraber, matbaadan önce insanın çevresini okuduğu kaynaklardan biri de mimarlık olur (Artun, 2015, s. 79).

Mitler, tarihsel anlamda kesin yargılar içermez; aksine, yazarın anlatımıyla birlikte daha çok kültürel deneyimleri aktarırlar. Zaten, mitoloji kavramı, etimolojik olarak, Antik Yunanca'da "masal" anlamına gelen *mythos* ile "söz, bilim" anlamına

gelen *logos* kelimelerinin birleşiminden[1] meydana gelir (Taş, 2000, s. 57). Ancak mitlerin, bilimsel bir üretim olmadığı halde günümüze kadar ulaşmış olması, toplum tarafından kabul edilmiş, doğruluk payı yüksek, reddedilemez ifadeler oluşundan kaynaklanmaktadır. Mitlerin günümüze kadar gelen bu etkin tavrı, toplumun bilinmeyen geçmişine dair ışık tutan dilbilimsel olgular oluşundandır. Mitlerin göze çarpan ayırıcı özelliklerinden biri de, aşırılıkları konu ederek, yaşanılan deneylerin ötesine geçmeyi zorlayan hikâyesel bir anlatı biçimi oluşudur (Armstrong, 2006, s. 8).

Bu bağlamda, mimar kimliğinin mitler kapsamında ele alınmasının dayanağı, mitlerin kültürel yargılarla meydana gelen değişmez olgular olması ve aynı zamanda mimar kimliğinin edindiği rollerin kuramsal alt metinlerini oluşturmalarıyla ilintilidir. O günkü bilgi alanında, mimar olarak tanınan kişi, iktidarın en yakınında, karar verme mekanizmasının sağ kolu olarak yerini almasıyla tapınılan, her şeyden anlayan, şifa dağıtan, gökyüzü biliminden, matematikten, felsefeden, tıptan anlayan mitsel bir karakterdir. Özne olarak mimarın toplum içinde yerini bu denli sağlamlaştırabilmesinin en büyük gerekçeleri ise, toplumun otonom karar mekanizmalarının dogmatik oluşudur. Mitler ise bu dogmatik oluşum içinden doğan bilgi sistemleridir.

Antik dönemden itibaren mimarın toplumsal yapı içerisindeki konumu, mimar kimliğinin farklı mitler aracılığıyla zihinlerde yer edinmesine sebep olmuştur. Bu mitlerde, mimar kimliği de, algısal olarak, daha çok *figürel*, imgesel ve güç odaklı karakterler olarak kendine yer bulmuştur. Üretme ve yaratma eylemlerinin anlamsal karmaşıklığı ve iç içe geçmişliği ile bağlantılı olan bu durum, aynı zamanda mimar kavramının içeriğini, sorumluluk alanının sınırlarını ve görev tanımını da oldukça geniş ve karmaşık bir hale getirmiştir. Üretilen ile düşlenen arasındaki kaotik ortam ve üretilen ürünün Tanrı'nın yaratımı sebebiyle ortaya çıkan olguyla eş görülmesi, böylelikle mimarın da tanrısallaş(tırıl)masına ve kutsal bir kimlik edinmesine yol açmıştır.

Anlamsal olarak bile mimar, kelimenin başına aldığı ekin de verdiği ağırlık ile, hep *prestij* sahibi olmuş, *idol* olma kaygısı taşıyanlar ve *idol* olanlar arasında yerini almıştır. Bu bağlamda, Antik Yunanca'daki *architectonice* (mimarlık) ifadesi, "köken,

[1] Ancak, Ortaçağ'da pagan yalanlarıyla özdeşleşecek olan *logos* kelimesi, *mythos* kelimesinden ayrışacaktır (Sarapik, 2000, s. 40).

ilke, öncelik" anlamlarındaki *arche* ile "zanaatçı" anlamındaki *tecton* kelimelerinin birleşimiyle oluşmuştur. Mimar kelimesi ise, *architecton*'un *techne*'sinden meydana gelmektedir. Buradaki *techne* ifadesi, teknolojinin yanı sıra, aynı zamanda *poiesis*, yani -Platon'un tanımına göre, yalnızca- yaratma anlamına gelmektedir (Karatani, 2017, s. 53).

Antik dönemden başlayarak, mimarın kutsal bir varlık olarak görülmesi, insanlık için zihinlerde yüceltilmesine zemin hazırlayan bir düşüncedir. Antik dönemin mimarlıkta iz bulduğu tapınaklar, Tanrı'nın evi, ruhani düzene verilen bir geleneksel kültür ürünü olmakla birlikte; mimarın bu ruhani varoluştaki yeri de, olağan süreç içinde tanrısal güce yakışır şekilde olmuştur. Kutsal mimar varlığının ortaya çıkışı, iktidar gücünün dönemler aradalığında farklı biçimlerde var olan düzen üzerindeki hâkimiyeti ile Tanrı'nın tapınaklarda varlığını göstermesi yoluyla ortaya çıkar. Dolayısıyla, antik dönemde, mimar karakterinin geleneksel düşünce biçiminde mit olarak ele alınma sebebi, mitlerin kutsal olanı ortaya koymak amacıyla oluşturulan bir kültür ortamı olmalarının yanı sıra, mimarlığın tapınaklar sayesinde vücut bulmasından kaynaklanır.

Anıtsal mimarlığın tanrısal gücü ve ruhban sınıfının diktesiyle varlığını sürdürmesi, günümüze ulaşan mimar kimliğinin tanrısal-mistik gücünün dayanağı olmuştur. Bu görüşü destekleyecek nitelikteki mitlerden biri, mimarlık tarihinin en ünlü söylencelerinden biri olan Süleyman Tapınağı'nın mimarı Hiram'ın kendisine yöneltilen sorular karşısındaki tutumudur. Hiram, tapınağın yapımı sırasında mesleğinin gizlerine dair sorulan sorulara cevap vermemiş ve bu nedenle öldürülmüştür. Hiram'ın bu tutumunun temelinde ise, sıradan bir mimarlık ürünü olmayan Süleyman Tapınağı'nın, Tanrı'nın buyruğu ve isteği üzerine inşa edildiğine duyulan inanç ve bu inançla bağlantılı olarak, mimarlığın ve mimari bilgilerin de edindiği -daha doğrusu, varoluşsal özü nedeniyle sahip olduğu- tanrısal nitelikler yer alır.

Bu düşünce sistemi, Tanrı'nın bir mimar, "evrenin mimarı" olarak tanımlanması ve bu doğrultuda Tanrı'nın mimarla, mimarın da Tanrı ile eş görülmesi inancıyla biçimlenir (Tümer, 2004, s. 88-89). Mimarın, tapınakların "yaratıcısı" olarak sahip olduğu tanrısal gücü ise, mimar öznenin yaratma edimiyle yüceltilmesinden kaynaklanır. Bu noktada, Kraliçe Hathepsut'un ünlü mimarı Senmut'un *"Kâhinlerin*

tüm yazılarına erişme yetkim var; baştan beri olmuş ve olanlardan haberimin olmadığı hiçbir şey yok." ifadeleri de, mimar karakterinin mistik güç imgesiyle nasıl donatıldığını ve yüceltildiğini göstermesi açısından önemlidir. Mimarın, tanrısal niteliklerine bağlı olarak, sahip olduğu bu mistik güç, bir yandan da, yönetici sınıf ile kurduğu yakın diyaloğu ile de pekiştirilmektedir (Kostof, 2000, s. 5).

Dolayısıyla, antik dönemde, mimar kimliğinin ortaya çıkışı ve mimarın varoluşu, tapınakların varoluşuyla "eş" olarak değerlendirilebilir. Tanrı'nın evi olan tapınakların yaratıcısı olan mimar, böylelikle Tanrı'ya en yakın olanlardandır. Kostof'un da belirttiği gibi, Tanrı'yla iletişimi olan yüce yöneticiler, iktidara yakın olup gizli iktidar isteğiyle kurnazlık yapan da mimar karakterleridir. *"Tapınağın şekli Tanrı olmalı ve alıcı ilahi otoritenin dünyadaki en Yüksek Temsilcisi olmalıdır."* (Kostof, 2000, s. 5).

Mimarın yaratıcı ve Tanrı olarak nitelendirilmesinin, bir diğer düşünsel altyapısı ise, Platon'un düşüncelerine temellenir. Karatani'nin ifadelerine yer verdiği Cornford, antik Yunan düşünürlerini iki ayrı biçimde ele alır: dünyayı yaşayan, büyüyen biçim ya da organizma olarak ele alanlar; dünyayı tasarlanmış bir sanat eseri olarak ele alan yaratmacılar. Bu doğrultuda, ikinci kategoride yer alan Platon'un, dünyayı bir yapım ürünü olarak gören düşünceleri, aynı zamanda mimar olarak Tanrı kavramının da ortaya çıkmasına neden olmuştur. Platon, dünyayı oluşturan bilimler sisteminin, matematik ya da kesin kurallar dizisi ile gerçekleşmediğini; mimar olarak Tanrı'nın yeryüzüne inmiş hali olan Büyük Tanrı Mimar'ın dünyanın yaratıcısı olduğu görüşünü ortaya atmıştır (Karatani, 2017, s. 54). Platon için *idea* ile olmak eylemi aynı olguyu ifade eder ve Platon'a göre mimarlık, yapımlardan oluşan gerçeklik dünyasıdır. Platon, ideal olanın asla gerçek dünyaya yansıtılamayacağı görüşüyle, kendi zihninde yarattığı mimari ile var olan mimari arasındaki farklılık nedeniyle, bir anlamda mimarları küçümser ve hep hayal kırıklığı içinde olmuştur. Zihnindeki ideal mimari metaforu ile dünyevi var olan mimari, düzenden ve idealden çok farklı bir konumdadır. Platoncu düşünceye göre mimari bir ideal, bir düzen içinde olmalıdır ve ideal olmadıkça da, olması gereken yere asla ulaşamayacaktır (Güney & Yürekli, 2004).

Diğer taraftan, Kostof'un da belirttiği gibi, günümüzde mit olarak yerini alan şifacı, yaratıcı mimar figürü olarak yeryüzüne inmiş olan Mısır mimarı, güç temsili

İmhotep dönemler boyunca mimar *prototipi* olarak tapılmaya değer bir özne olarak yerini almıştır. Antik dönemin öznesinin bu varoluş biçimi ise, mimar mitini ortaya çıkarmıştır. Mimarın ortaya koyduğu mimari ürünün "yaratılan" olarak yorumlanması ve yaratma eyleminin de tanrısal bir güç olması, Tanrı'nın gücü ile mimarın mesleki gücünün birbiriyle eş tutularak, mimara tanrısal bir nitelik kazandırmıştır. Yaratma eylemiyle yüceltilen mimarın, antik dönemde ortaya koyduğu mimari ürünlerin anıtsal ve kutsal nitelikleri ile özdeşleştirilmesi de, tanrısal mimar kavramının bir mit olarak günümüze kadar varlığını sürdürmesine neden olmuştur.

2.2. Rönesans'la Birlikte Yeniden Üretilen Mimar Kimliği ve Bireyin İzinde Temsili

"Rönesans miti, yeni dünyalar yaratan adam; Nota bene: Mimarlık insanla konuşur."

Egenter

Antik dönemden itibaren, mimarlığın bilinen ilk eseri olan Vitruvius'un De Architectura'sı, mimarlığın ve mimarların sahip olması gereken özelliklerin yanı sıra, farklı parametrelere bağlı mimarlık ürünlerinin nasıl olması gerektiğini anlatır. Vitruvius, mimarlık ve mimar tanımlamaları yapmaktan öte; teknik ve ideolojik olarak mimarın sahip olması gereken nitelikleri ve idealleri, mimarlığın nasıl yapılması gerektiğini pratik örnekleriyle birlikte sunar. Metnin düşünsel altyapısı ise, mimarlığın sahip olduğu bilgi ağından değil; felsefenin bilgi ağından beslenir. *"Felsefeye gelince; bir mimarı, prensip sahibi ve alçakgönüllü yapar; açgözlü olmadan dürüst, nazik ve adil kılar. Bu çok önemlidir. Çünkü dürüstlük ve doğruluk olmadan hiçbir iş gerektiği gibi yapılamaz. Mimar, tamahkâr olmamalı, aklını bahşişlere takmadan konumunu gururla iyi bir üne erişerek korumalıdır. Bunlar felsefenin öğretileri arasındadır."* (Vitruvius, 1998, s. 6-7). Benzer biçimde, günümüzde de mimari irade, mimar ve mimarlık ortamına her kim dâhil olursa olsun bireysel fikirlerin, mimarlığın tanım dağarcığında boyut değiştirmesiyle birlikte, mimarlık eylemlerinin ve mimar kimliği üzerine yapılan tanımların altyapısı da, felsefi temellere dayanır.

Vitruvius'a göre, mimar, sanat, felsefe, sosyoloji, bilim, yani hemen hemen her şey hakkında bilgisi olan, ideolojik altyapısı güçlü ve yetkin bir kimliktir. Mimar, hem

doğal yeteneklere sahip olmalı, hem de eğitilmeye yatkın olmasının yanı sıra; kalemi güçlü olmalı, iyi geometri, tarih bilmeli, filozofları iyi izlemeli, müzikten, tıptan, hukuktan, yıldızbilimden anlamalıdır (Vitruvius, 1998, s. 4). Mimarın teknik bilgiler dışında her şeyden anlıyor olması gerekliliği, mimar karakterinin çok yönlülüğünün altını çizer. Ayrıca, Vitruvius, mimar tariflemesinin dışında, kitabın mimarlık bilgisi ve pratiği ile ilgili bölümlerinde, yapı üretim sistemleri, malzeme bilgisi vb. gibi mimarın sahip olması gereken özelliklere de yer verir. Bu yönleriyle, Vitruvius'a göre mimar olabilmek, çok kapsamlı bilgi sahibi olmayı gerektirir. Yani mimar, "her şeyi iyi bilen, her şeyden anlayan" bir karakterdir. Vitrivius, mimarın karakterize edilmiş özelliklerinin yanı sıra, mimarlık yapabilmek ya da üretebilmek için de birtakım kurallar dizisi oluşturur. Ancak, bu kurallara göre, ideal mimarlığa ve ideal mimar karakterine ulaşılabilmesi mümkün olacaktır. Bu doğrultuda, Rönesans'ın "dâhi mimar" söylemi, Vitruvius'un "her işin ehli mimar" tariflemesinin üzerine kurulur ve böylelikle Vitruvius'un tariflediği mimar kimliğinin de mitleşmesine neden olur.

Vitruvius'un mimarın nitelikleri üzerine olan bu söylemleri, o kadar etkilidir ki, günümüz mimarının edindiği kimliğin oluşumunda bile büyük rol oynar. Günümüz mimarının sanatçı olarak zihinlerde edindiği yerin altyapısını da oluşturacak olan, Rönesans mimarlarının içinde bulundukları durumu ve mimarlığın ne olduğunu sorgulamalarıyla, yeni söylemler ortaya çıkar ve mimarlık, Rönesans'la birlikte en önemli toplumsal iletişim aracı olarak yeni bir rol üstlenir. Mimarın kontrolcü ve müdahaleci tavrının perde arkasını oluşturan bu söylemler, her şeyden anlayan ve her şeyi bilen bir karakter olarak, mimarın her şeyi tasarlama isteğiyle bağdaştırılabilir. Vitruvius'un ideal mimar ve mimarlık düşüncesinin üzerine sınıflandırılan -ya da sınıflandırılmaya çalışılan- oranlar, yapım teknikleri ve mimarın eğitimi olarak belirtilen tarifler, Rönesans mimarları tarafından yeniden gözden geçirilir. Böylelikle, Rönesans'la birlikte mimari rollere ve mimarlığa damga vuran perspektif, mimaride, her şeyi tasarlayabilme ve tasarlanılanı da en ince ayrıntısına kadar çizme eylemi olarak yer bulur. Bu yer ise, nesnelerin veya öznelerin sabit kaldığı, ancak bilgi alanındaki değişimlerle birlikte temsiliyet biçimlerinin ve araçlarının farklılaşarak, yeni sunum biçimleri edinmeleri ile belirlenir. Böylelikle, geçmiş dönemlerden bir ayrışmayı tanımlayan Rönesans ile birlikte, mimari çizim tekniği ve mimari ifade biçimi de değişikliğe uğrar.

Antik dönemden başlayarak tanrısal, mistik güç sahibi, yaratıcı mimarın gücünün ve kimliğinin temsiliyet aracı olan tapınakların inşası, Rönesans'la birlikte devam etse de; matbaanın ortaya çıkışıyla birlikte, bu güç kesintiye uğrar. Rönesans'la birlikte kilisenin tanımladığı iktidarın baskıcı tavrı, bireyler üzerinde yalnızca tinsel bir süreç olarak devam eder. Bu durum, Rönesans'ın, -aynı zamanda, en etkili tavrı da olan- hümanizmin çıkış noktası olmasıyla ilişkilendirilebilir. Bu doğrultuda, mimarın, bireysel "deha" ile ilişkilendirilen yeni miti de, hümanizmle birlikte varlık kazanır. *"Dehanın bir tanrı armağanı, doğuştan gelen ve başkalarına aşılanması olanaksız bir yaratıcı güç olduğu düşüncesi, dehanın boyun eğdiği, boyun eğmek zorunda olduğu kendine özgü, biriciklik niteliğini taşıyan yasa, dahi sanatçının kendine özgünlüğünün ve başına buyrukluğunun haklılığı bütün bu düşünce çemberi, ilk kez Rönesans toplumda doğar."* (Hauser, 2005, s. 144).

Bireyciliğin kendi bilincine varması ilk kez Rönesans döneminde başlasa da, Rönesans ilk kez kendi bilincine varan bireysellikle başlamış değildir. Sanatta kişiliğin aranması ve takdir edilmesi, sanatın artık nesnel bir *"ne'ye göre değil, ama öznel bir 'nasıl'a göre yönlendirdiğinin bilincine varılmasından çok önce gerçekleşmiştir."* (Hauser, 2005, s. 144). Kimliğin oluşumu ve nasıl ortaya çıktığı konusunda önceliğe sahip bireyselcilik, Rönesans'ın düşünsel altyapısında sanatçıya ve mimara kazandırdığı, günümüzde borçlu olduğu önemli bir fark ediştir. Günümüzde tasarımcı özne konumunda, her şeyi tasarlayabilme yetisine sahip, atalarının saygınlık gücünü halen aynı gerekçelerle elinde tutan, ünlenmiş ve bunun getirileriyle birlikte, güç senfonisini devam ettiren mimar karakterinin sahip olduğu totaliter gücün dayanağı olan bu "benlik" kavramı, bireyselliğin çıkış noktası olarak günümüz mimar kavramının odağına yerleşecektir. Mimarın ben merkezli varoluş sürecinde en temel nokta, Rönesans'ın ortaya çıkardığı benliğin keşfi olmakla birlikte, insan benliğinin keşfinde yapılan keşfin tasviri ise, yeni keşiflerin yolunu açar (Buke, 2003, s. 216).

Öncelikle insan bedeninin keşfi ve bedene olan farklı bakış açıları, yorumlamadaki biçimleri kaydetmiş ve insan bedeninin yorumlanması aracılığıyla benliğin keşfi sağlanmıştır. *"Kişiliğin gücü, bireyin tinsel enerjisi ve kendiliğindenliğin, Rönesans döneminin büyük yaşantısıdır; insan tininin özünü ve bu özün gerçeklik üzerindeki egemenliğini kavrayan dahi, bu enerjinin ve kendiliğindenliğin simgesi niteliğiyle Rönesans'ın idealine dönüşür."* (Hauser, 2005, s. 144). Bireysellik ile

normatif kalıpların yıkılarak, mimari iradenin ve kuramsal anlamda bilginin daha çok soyut alana yaklaşması, mimaride ayrımın ilk basamaklarını oluşturur ve mimaride teori ve pratik ayrımların yapılmasına zemin hazırlar. Ortaçağ'dan bu yana tek bir rol altında tanımlanan mimar karakteri, -çok yönlülüğüyle- her işin ehli mitiyle birlikte Ortaçağ boyunca devam etse de, Rönesans'la birlikte başlayan karakter çatışmaları bireyin doğuşuna neden olur.

Bu bağlamda, Rönesans mimarının dâhi olarak mitleşmesi, sanatın verdiği güçle birlikte, mimar karakterinin bireyselleşip sıyrılmaya başlama eylemi olarak tanımlanabilir. Sanatın ve bilimin tek kişide toplanmasıyla oluşan yeteneklerin çok yönlülüğü, hümanistlerin "evrensel insan" idealiyle ilişkilidir (Hauser, 2005, s. 149). Bu idealle birlikte, çok yönlülük, belli alanlarda uzmanlaşmayı reddederek, birçok alanda bilgi sahibi olmayı getirirken; diğer yandan da tek bir uzmanlık alanının olamayışı, birçok sanatçının "amatörleşme"sine de neden olur. Hümanistlerin "evrensel insan" tanımlamasıyla ve çok yönlülük idealiyle sanatı devam ettirmelerine karşın, bu ilke, bir yandan da kendini sadece mimarlığa vermiş ve mimarlık alanında uzmanlaşmak isteyen mimar karakterlerini ortaya çıkarır. Burada problematik olan ise, çok yönlülük idealiyle birlikte, sanatla olan bağını en üst düzeye çıkaran mimarlığın, kendi içinde kimlik problemleri yaşarken, artık kuramsallıktan uygulamaya geçmeye çalışsa da, -tüm eksikliklerine rağmen- kuramsal tarafın hep üstün kalmasıdır.

Rönesans'la ortaya çıkan dâhi mimar, Rönesans'ın hümanistik düşünsel altyapısından kaynaklanmakla birlikte; antik dönemdeki mimarın mitler izindeki efsanevi karakter tahayyülü, tanrısallıktan "deha" imgesine bürünür. Bu bürünüşün altında yatan sebepler ise, Rönesans'ın getirdiği yeniliklere bağlı, yeni bir oluşum olarak ortaya çıkar. Bu doğrultuda, Kostof'a göre bir mimar, yeni estetik idealler için yeterli teorik bilgiye, perspektif, oran ve anatomi ile ilgili yeterli teknik bilgiye sahip olmalıdır (Kostof, 2000, s. 98). Aklın önderliğindeki disiplin alanları olarak, matematik, geometri ve oran, günümüzde sadece bilimsel olarak algılansalar da; Ortaçağdan Rönesans'a ve Rönesans boyunca, oran, yalnızca matematiksel değil, mimarlığın özünde bulunan bir gerçekliğe referans verir. *"Mimarlık, düzen, düzenleme, armoni, bakışım, uygunluk ve ekonomiye dayanır. Düzen, bir yapıtın bölümlerinin her birine gereken önemi vererek tümünün oranlarına, bakışımlı bir uyum getirir. Niceliğe göre yapılan bir ayarlamadır."* (Vitruvius, 1998, s. 9). Dolayısıyla toplumu da etkileyen ve

ilgilendiren bu gerçeklik, bir yaşam biçimi olarak yerini alır ve her alanda varlığını sürdüren bir kavram haline gelir.

Böylelikle, antik çağın disiplin saplantılı mimar imajından sonra, Ortaçağ ve antik dönem düşüncesinin yeniden ele alındığı Rönesans'ın entelektüel, sorgulayan, dinden koparak felsefeye yaklaşmış, hümanist ve modern insanın yapı taşı olan bireyi ortaya çıkar. Bu bağlamda, Ortaçağ'dan beri süregelen ve Vitruvius'un bir dizi kurallarla ve ideolojilerle belirlediği mimarın varlığı ve mimarın sadece el ustası olma kabulü, Rönesans'la birlikte tekrar sorgulanarak yerini yeni yönelimlere bırakır. Ortaçağ'ın katı kuralları ile şekillenen geleneksel ifade biçimlerinin Rönesans'ın yeni dünya görüşüyle birlikte değişmeye başlaması, mimarın da ifade ve temsil biçimlerinin değişimini zorunlu kılar. Ancak yine de, mimarın düzen ve saplantıya bağlı kalışı, -Vitruvius'un da düşüncelerinin altyapısını oluşturan- mimarlık eğitiminin beslendiği geleneksel yapının bir sonucu olarak var olur.

Mimarlık okullarının açılmasından önce, zanaatkâr ve sanatçıların usta-çırak ilişkisi bağlamında eğitim aldıkları loncalar, rekabet olgusu izinde ilerlemeyen, mimar ve sanatçıların birbirine saygı duydukları geleneksel eğitim ortamları olarak, mimarlık pratiğini "yapı ustası yetiştirmek" olarak tanımlar. Neredeyse Aydınlanma'ya kadar sürecek olan ve mesleğin lonca içinde uygulandığı, kurumlaştığı ve öğretildiği, eleştirilerin olmadığı bu dönemde, mimarın işvereni din veya hükümdar otoritesi olmakla birlikte, yaptığı iş de "yapıt" olarak tanımlanmaktadır. Yapılan işin yapıt olarak adlandırılması, yapıt sahibinin çok özel ve ulaşılmaz bir yere konumlandırılmasına, dolayısıyla da "üstad *(master)*" olarak anılmasına neden olur. Loncalar, işleyiş bakımından, mimarın ya da sanatçının belirli ahlaki kurallar çerçevesinde loncaya bağlılığını ön plana aldığı ve mesleki katılım açısından sıkı kurallara sahip olduğu kadar, meslektaşların birbirlerine etik kurallar çerçevesinde saygı duyması açısından da oldukça önemli bir tavır sergiler. Bir meslek adamının meslektaşlarının zararına olacak şekilde, kendi becerilerini ilan etmesi, meslek sahiplerinin loncadan atılmasına kadar giden bir sürece neden olur (Tanyeli, 2013, s. 317). Kurumsal denetimin çok güçlü olduğu bu lonca sisteminde, aykırı olarak tanımlanan entelektüel davranışlara yer verilmediği gibi; -günümüzde, bu entelektüelleri tanımlayacak olan- mimar, zanaatçı ve sanatçıların eğitimleri de kuramsal bilginin verildiği okullarda değil, taş işçiliği yapan yapı ustası konumunda oldukları yapım alanlarında sürdürülür (Yürekli & Yürekli,

2000, s. 42). Mimar karakterinin, Ortaçağ'ın mimari eğitim ve üretim ortamıyla birlikte biçimlenen bu geleneksel niteliği, Buke'un *"günümüzde çok az gerçek mimar var, çoğunluğun sadece duvar ustası olduğunu düşünüyordu."* ifadeleriyle de somutlaştığı gibi; mimarın, halen mimar nosyonu kazan(a)mamış bir taş işçisi olarak görülmesine yol açar (Buke, 2003, s. 115).

Ancak, Ortaçağ Avrupası'nda taş işçilerinin etkinliklerinin, varoluşsal bir pozisyon, bir yaşam biçimi ve toplumsal dayanışma sistemi olarak düşünülmesi nedeniyle, mimarlık pratiği, sekülerizasyonun yaşandığı öncelikli üretim alanlarından biri olur (Tanyeli, 2014, s. 18). Rönesans'la birlikte ortaya çıkan, yapıların artık bir diğerinin taklit edilmesi yoluyla ortaya konamayacağı ve yapım tekniklerinin zorlayıcı taraflarıyla artık yapının inşasından önce tasarlanması gerekliliği, önceden tasarlayabilme yetisinin de ancak temsil araçlarının gelişimi ve dönüşümüyle mümkün olabilmesi, temsiliyet biçimini önemli hale getirir. Binayı tasarlayabilme yetisinin ve biçiminin yükselmesiyle, mimar karakterinin tasarıyla uygulama arasında yaşamaya başladığı ayrım, pratikte ve teoride yeni görüşleri ortaya çıkarır. Bu doğrultuda, düşünsel çerçevede ideolojileri değiştiren, dönemler boyunca gerçekleşen olayların düşmesi ya da yükselmesi değil; fikir ne olursa olsun o düşünceyi algılama biçimini oluşturan temsiliyet biçimlerinin değişmesi olur. Oran ve ölçek, tasarladığı yapıyı ya da mekânı çizim temelli kontrol edebilme yetisine kavuşan mimarı, diğer el ustalarından ayırır. Mimarın plan, kesit ve görünüş gibi teknik temsiller aracılığıyla bir yapıyı algılaması ve sistemsel olarak çözüme dayalı ürettiği görüş, mimar kimliğinin ana ekseninde kendine yer bulur.

Rönesans'la birlikte mekân kurgusunun değişen işleyişi de, perspektifin yarattığı yeni bakış açılarıyla mimarın görev ve kimlik tanımının geleneksel olandan kopuşuna neden olur. Bu kopuşun ise, yine Rönesans mimarlarının antik dönemden etkilendikleri bazı durumlarla açıklanabilmesi, mimarın, bu dönemde içerisinde bulunduğu kaotik ortamı ve mimar kimliğine ilişkin karmaşayı göstermesi açısından önemli görünür. Bunlardan ilki, plan tipinin tek bir noktadan algılanma biçimi ile Rönesans'ın hümanistik ortamının yarattığı bireyin doğuşuyla alakalı olan durum; ikincisi ise oran ve ölçülerdir. Plan tipinin merkezi olma durumu, perspektifin ana düşüncesidir. Mekân, ancak tek bir merkezden bakıldığında algılanabilir düşüncesi, mimarın ya da bireyin her şeyi ölçülendirme istencini doğurmuştur. Her şeyi ölçülendirme, oranların varlığı, tek

bir odak noktasıyla mekânın algılanışı ise, Rönesans perspektifinin temelidir. Mimarlık ve tüm sanat dalları için model teşkil eden perspektif, bireyin doğuşuyla ortaya çıkan düşünsel ortamda bireyin gördüklerini olduğu gibi aktarma yetisine sahip olmasına imkân vermiş, bireyin gözünde dünyanın akıl ve gerçeklik aracılığıyla kavranış biçimi olarak yerini almıştır. Bu sebeptendir ki, mimar karakteri, Rönesans'la birlikte her şeyi en ince detayına kadar tasarlama, müdahale etme isteğindedir. Rönesans'ın dâhi mimar kavramı da, bu ideolojilere temellenerek ortaya çıkan bir yakıştırmadır. Perspektifin ana olgusu, binayı ve mekânları, ölçü ve oran kapsamında matematikselleştirerek, özünde bireyin algılayış biçimiyle temsil etmektir. Perspektif matematiksel gerçeklikler ışığında mimarlık alanında, teknik özellikleri ve dünya görüşünü, araçsal ve algısal olarak kullanarak çok büyük dönüşümler yaratmıştır. Perspektifin yarattığı yeni algı biçimiyle, mimari temsil araçları da değişmiş; böylelikle mimar, artık diğer zanaat alanlarından ayrılarak plan, kesit ve görünüşlere her an müdahale etme yetisiyle malzeme ve detay hakkında ilerleme şansını bulmuştur.

Böylelikle, temsil araçlarının gelişmesiyle, teori ve pratik arasındaki ayrım gün yüzüne çıkmaya başladığı gibi; zanaatkâr ve sanatçılarla eş tutulan mimar kimliği ve bu düşünceye temellenen lonca sistemi de son evrelerini yaşamaya başlar. Lonca sistemiyle ilişkili olarak mimarın, sanatçı ve zanaatkâr arasında gidip gelen kimlik karmaşası, sanatın, sarayın ve iktidarın himayesi altında parayla satın alınan sipariş usulü isteklerle baş başa kalan sanatçının durumu, Medici ailesinin ön ayak olduğu modern sanat hayatının başlangıcı olan sergilerin yaygınlaşması ve müzelerin açılmasıyla başka bir yola girer. Bu bağlamda, temsil biçiminin değişim kaynağı olan perspektifin yanı sıra, Rönesans'ın en önemli temsillerinden biri olan Medici ailesi ve sanat eğitimini akademi disiplinine taşıyan Vasari'nin ilişkisi, lonca sisteminde sistemsel ve ideolojik olarak oldukça önemli adımlara yol açmıştır. 1563 yılında, Medici ailesinden I. Cosimo'nun himayesinde, Michelangelo ve Vasari yönetiminde kurulan ilk sanat akademisi Floransa'daki Accademia del Disegno, sanatın, zanaattan ve zanaatın örgütlendiği loncalardan kopuşunu başlatan önemli bir harekettir (Artun, 2015, s. 75). Artun'a göre, mimarlık alanının lonca sisteminden ayrılmasına yol açan Vassari, aynı zamanda "modern şöhret inşası"nın da ustasıdır (Artun, 2015, s. 215). Devrim niteliğinde olan bu gelişmeler sayesinde, ressamlar ve heykeltıraşlar, yavaşça, zanaatkârların katından âlimlerin ve filozofların katına yükselerek, lonca sistemine bağlı yapısından sıyrılır ve

akademi çevresinde toplanmaya başlarlar. *"Sanat dünyasında gerçekleşen bu dönüşümler yoğun bir yapılaşmayla birlikte Mimarlık Rönesans'ını tamamlayarak, geleceğin mimarlığına ve mimar karakterinin oluşum sürecinde önemli etkileri bulunan uygulamalarıyla ve düşünsel eserleriyle Alberti, Brunelleschi gibi mimarlar oldukça önemli bir noktada bulunmaktadırlar."* (Artun, 2015, s. 10).

Bu dönüşümle birlikte, Rönesans temelinde, mimar kimliğinin oluşum altmetni, iki başlık altında değerlendirilebilir: Bunlardan ilki, temsil biçimlerinin değişimiyle birlikte, geleneksel biçimlerin yer bulduğu mitler kapsamında mimar kimliğinin yeniden sorgusu; ikincisi ise Rönesans'ın insan üzerinde sosyolojik var oluşunu sağlayan birey ve benlik kavramlarıdır. Benlik ve bireysellik kavramlarının doğuşuyla, modern dünyanın içinde bağımsızlığını ilan etmeye çalışan mimarın statüsünü belirleyen ilkeler, daha çok mimarın toplum içinde edindiği kültürel ve -buna bağlı olarak gelişen- sosyal özellikleri kapsamında ortaya çıkmıştır. Tanrı'nın Michelangelo'yu doğru çizim, ışık ve gölge sayesinde tasarımda mükemmeliyetçiliği öğretmek için gönderdiği gerçeğinin yanında; Alberti'ye göre tasarımın akılda tasavvur edilen çizgi ile açılar sayesinde gerçekleştirilen bütün ve kesinlikli çizgi ifadeleri sayesinde, mimarlık ve çizim büyük itibar kazanarak statü olarak kendini yükseltmeyi başarmıştır (Artun, 2015, s. 78). Tasarımın rasyonelleşmesi, temsil biçimin geçirdiği değişiklik ile birleşince, mimarın görev tanımı da, taş ustalığından çıkmış, çizim yeteneği ile yapının tasarlanma eylemi uygulamadan sıyrılmaya başlamıştır. Temsil aracındaki bu değişiklik, mimar kimliğinin diğer alanlardan ayrılmasına yol açmış; perspektifin, mimarinin doğasına işlemesiyle, mimar tüm kimliklerin yanında esasen sanatçı olarak ana kimliğini edinmiştir.

Mimarın geleneksel lonca sistemi içerisinde edindiği çoklu kimlik karmaşasından çıkışı, bir başka problem olan mimarlık eğitimi sorununu ortaya çıkarmış; mimarlık eğitimi gücünü kaybeden lonca sisteminden akademilere devredilmiştir. Böylelikle, mevcut geleneksel sisteme karşı çıkan eğitimli sanatçıların toplumsal edinimleri ve yerleri aracılığıyla, mimarlık da sanat disiplinleri içerisindeki yerini sağlamlaştırmıştır. Mimarlığın özerk alanının bu yükselişi ise, mimar karakterinin özerkliğini ilan edişinin öncüsü olacaktır. Bu yönüyle, modern mimarın fiilen özerkleşmediği, ancak özerkleşmesi adına gerekli ilkelerin çıkış noktası olan Rönesans, mimarın modern kimliğinin başlangıcı olacak yeniliklere sahip önemli bir süreci tanımlar. Bu süreçte, modern düşüncenin başlangıcı olarak tarihte ilk kez ortaya çıkan

mimari yarışmalar, mimarlık disiplininin özgürleşmesi ve özerkleşmesi, meslekleşme ve mesleğin saygınlaşması adına, mimarlığın bilgi sistemini, yöntem ve tanımlamalarının yeniden yapılmasını sağlayan temsiller olarak varlık kazanır. Mimarlığın, modern dünyada, oluşma ve ilerleme sürecinde ortaya çıkan bir mücadele biçimi olarak, mimari yarışmaların yarattığı ortam, tartışmalar ve yorumlarla ortaya konan farklı düşünsel yaratılar, mimar kimliğinin edindiği bireysel niteliği ön plana taşımaktadır. Rönesans'ın değişen ifade biçimleriyle, açılan mimarlık yarışmaları ve kuramsal mimarlık çalışmaları, mimar kimliğinin, diğer alanlardan ayrılmasının yapı taşı olmuştur. Böylelikle, sanatın ve hümanist kültürün etkinliğini sürdürdüğü, mimarın bireysel olarak zanaatçıdan ayrılmadığı lonca geleneğinden ve loncanın kurallara bağlı yerinde öğrenme sisteminden kopuşla birlikte, modern düşüncenin temellerinin filizlendiği bu dönemde geleneksel mimari üretim sistemine karşı çıkan mimarların kuramsal çalışmaları döneme damga vuracaktır. Özellikle Rönesans İtalya'sında, benliğin özüyle bireyselliğin doğuşu, mimarlık alanındaki belirsizliklere de son verecektir.

Bu noktada, mimarlık tarihi açısından oldukça önemli bir yere sahip Floransa Katedrali'nin inşa süreci, mimarın, mimari pratik ortamında yaşadığı problemlerle nasıl baş ettiğini ve nasıl bir süreçte varlık kazandığını anlamlandırmak adına belirleyici niteliktedir. Yarım kalmış Floransa Katedrali'nin kubbesinin inşası için açılan yarışma, aynı zamanda loncalarda yetişen, sanatçı ve zanaatkârlıktan ayrış(a)mamış mimarın, modern mimara doğru evrimine işaret eder. Asıl mesleği kuyumculuk ve heykeltıraşlık olan Brunelleschi'nin yarışmayı kazanması, mimarın, olgusal olarak sanatçı ve zanaatkârdan ayrışmasını değil; mimarlık alanının sanat ve zanaattan ayrıldığı, mimarlık pratiğinin özerkleştiğinin göstergesi olan bir kırılmayı tanımlar. Monier'e göre, Brunelleschi, geçmişin doğru mimarlık gelenekleri ve çağdaş sanat kültürüyle birleştirdiği yapı alanındaki bilgileriyle, yeni bir çalışma yöntemi ortaya koyar. Burada, Brunelleschi, sarayın desteklediği ressam ve heykeltıraşların ön planda tutulmasıyla, şantiyeyi devam ettiren teknisyenler ile ressamlar arasındaki rekabet ortamının katedralin inşasında yol açtığı güçlükleri engellemek adına, şantiye şefinin, kamuoyunun denetiminde ve hümanist eleştirilerin desteğiyle yeni bir sorumluluk biçimi yüklenmesini benimser (Monnier, 2006, s. 82).

Brunelleschi'nin Rönesans mimarı olarak öne çıkan yanı, dönemin şartlarına göre ileri yapım tekniklerinin yanında, ideolojik olarak lonca sisteminin yarattığı baskın

düzene karşı çıkan yaklaşımlarda bulunmasıdır. Çok yönlü mimar karakterinin Rönesans dönemindeki önemli temsillerinden biri olan Brunelleschi, lonca prensiplerinde yer alan, yerinde yaparak öğrenme sistemine ve bir inşaatın lonca temsilcileri aracılığıyla kolektif biçimde üretilmesine karşı durarak; eski usul iş bölümü uygulamalarını altüst eder ve böylelikle loncaların yıkılmaz görünen iktidarına kesik atar (Monnier, 2006, s. 83). Eserlerinde, perspektifin ve oranlar üzerine kurulu grafik çalışmaların da kullanıcısı olan Brunelleschi, Rönesans'ın yenilikçi temsil ve ifade biçimiyle, mimarlık alanında ve mimar kimliğinin ayrışan niteliklerinin oluşumunda damga vuracak sıçramalar ortaya koyar. Loncaların baskın yönetimsel kurallarına karşın, Brunelleschi'nin, temsil aracıyla mimar kimliğini yeniden şekillendirerek, bu dönüşüm sürecinde yeni ilişkileri tanımlayarak öncü bir rol üstlendiği bu yolda, çok yönlü kimliğiyle sanatçı mimarın edindiği konum, yeni bir düşünsel ortamı tanımlar ve devamında Rönesans boyunca birçok kamu yapısı açılan yarışmalar neticesinde inşa edilir.

Aynı zamanda bir güç simgesi olan bu yapıların, gerek ölçekleri bağlamında oldukça anıtsal ve ihtişamlı olmaları, gerekse de sorunlu tasarım ve yapım süreçleri, mimarın çok yönlü kimliğini karakterize eden önemli bir bileşeni olarak, mimarlık ve mühendislik becerilerinin biraradalığına işaret eder. Rönesans döneminin büyük katedralleri ve kiliselerinin geniş açıklığa sahip tonoz ve kubbelerinin doğru teknik ve yapım yöntemiyle geçilmesi gerekliliği, mimarın, aynı zamanda üstün mühendislik yetisiyle donanmış meslek insanı olmasına neden olur. Bu bağlamda, Monier'e göre, Brunelleschi'nin kubbenin strüktürel sistemine dair çözüm önerisini ve tekniğini, maketlerle ve ölçekli şematik anlatımlarla desteklemesi, mimarın Rönesans döneminde yapının süslemesinden strüktürüne kadar her detayının ve yapımının, kendi sorumluluğunda bulunduğunun bir göstergesidir (Monnier, 2006, s. 83). Dolayısıyla, mimarlıktaki meslekleşme sürecinin Rönesans'a yansımasında, mimarın, yapının her noktasındaki uzmanlık alanından sorumlu olduğu ve alanlar arasında herhangi bir ayrışmanın söz konusu olmadığından söz edilebilir.

Benzer biçimde, Alberti de, Rönesans'ın bireyselleşme sürecinin yansıması olan kurallara karşı gelen çok yönlü bir mimar kimliği ortaya koyar. Ancak, Alberti, daha çok mimarın ve mimarlığın kuramsal altyapısına odaklanarak, temsil aracının değişimiyle mimarın kimlik nosyonu arasındaki ilişkinin ve lonca sisteminin yarattığı

tekil ve özerk olmayan yapının sıyrılmaya başladığı, entelektüel ve hümanist çağrıların yankılandığı bu dönemde, mimarlık teorisi ve mimar karakterinin edindiği yeri statüsel olarak tartışma konusu haline getirir. Bu açıdan bakıldığında, mimarlık alanının özerkleşmesi ve kuramsal metinlerin ortaya çıkışı, mimarlık alanında önemli ayrımların yaşanacağı başlangıçların duyurusu niteliğindedir. Resim ve perspektif üzerine 1450'de De Pictura'yı yayınlayan Alberti, önemli bir kuramcı olmakla birlikte, günümüzün tartışma konularından biri olan eylem alanlarının birbirinden ayrılması sorunsalını, bu iki alanı pratik ve düşünsel olarak birbirinden ayırarak, mimarlık alanında önemli dönüşümlere kaynak olur. Alberti, mimarlığın, resim ve heykel sanatının sahip olduğu saygın, entelektüel ve erişimi zor statüye erişmesini sağlayarak, aynı zamanda mimarı da statüsel ve kuramsal olarak eski lonca sisteminden ayrıştırmış ve mimar karakteri açısından eşik niteliğinde olacak bir ayrıma olanak vermiştir. Monnier'e göre, 1485 yılında yayınladığı De Re Aedificatoria'da ortaya koyduğu düşünceleriyle, Alberti, üslupları modernleştirerek, sağlamlık ve yararlılığı kanıtlayan oranların uyumlarından ortaya çıkan rasyonel güzellik aracılığıyla, mimarlığa kapsamlı amaçlar yüklemektedir. Bu amaçların da modern mimarın statüsünü belirleyen önemli bir öğreti olduğunun yanı sıra, mimarlığın vazgeçilmez ve ayrıcalıklı bir etkinlik olarak yer edinmesi gerekliliğini ifade etmektedir. Alberti'ye göre, sanatçı mimar, üretilen proje üzerinde esas hak sahibi olarak tüm etkinliklerin içinde yer alarak, mimar kimliği ile de etkinliğini üst düzeye çıkarmış olacaktır. (Monnier, 2006, s. 92)

Alberti'nin bütüncül mimar kimliğini oluşturan etkinliklerden biri de, mimarlığın yanında şehircilik kuramı konusundaki yapıtlarıdır. Mimarın, mimari ve kentsel ölçekte, oran ve orantı ilkelerine bağlı kalarak, ideale yakın olanı yapma çabası, Rönesans döneminde kentlerin mimari bir ürün olarak ele alınmasıyla ilişkilidir. Bu nedenle, dönemin önde gelen sanatçı mimarları, tekil mimari ürünlerin ötesinde, mimarlık alanındaki kuramsal çalışmalarla destekledikleri kentsel ölçekte çeşitli şehircilik etkinlikleri de gerçekleştirmişlerdir. Mimarlık alanında olduğu kadar şehircilik alanında da sunduğu kuramsal çalışmalar üzerine ürettiği düşüncelerle, mimarın Rönesans'ın etkisiyle yeniden biçimlenen kimlik biçiminin önemli isimlerinden biri de Leonardo da Vinci'dir. Codex Atlanticus adlı yapıtıyla, kent planlamasına dair yeniliklerin ve ilkelerin neler olması gerektiği konusunda fikirlerini ve çalışmalarını ortaya koyan Leonardo da Vinci (Alsaç, 1978, s. 34), *formal* olarak

“ideal kent” tasarımlarından daha çok, zamanın gereksinmelerini pratik olarak karşılayacak işlevsel çözümlere yönelik kuramsal düşünceler üretmiştir.

Alberti’nin, Brunelleschi’nin ve Leonardo da Vinci’nin kuramsal metinleri, şehircilik çalışmaları, hümanist çevrelerle girdikleri iletişim ağı, tasarım yeteneği ve teknik bilgisi odağında maketlerle projeyi yürütme işlevleri, mimar kimliğinin geleneksel lonca sisteminden ayrışarak, yeni bir kimlik edinmesi açısından oldukça büyük önem taşır. Mimarın yalnızca sanatçı ve mimar kimliğinin ötesinde, Rönesans boyunca gerçekleştirdiği bu gibi etkinlikleri, mimarlık alanında yeni bir dil oluşturma çabasını tanımlamaktadır. Bu dil oluşumunu olanaklı kılan ise, bireyin doğuşuyla birlikte, mimari ifade biçimlerinin, çizimlerin, söylemlerin keşfi aracılığıyla, mimarlık ortamının da yeniden keşfedildiği Ortaçağ-Rönesans aradalığındaki düşünsel ortamdır. Rönesans’a kadar olan sürecin mimar kimliğine olan katkısı, yalnızca düşünsel anlamda kalmış, Rönesans mimarının öznel önemini kazanması, ancak Ortaçağ dünya görüşünün dağılmasıyla mümkün olabilmiştir (URL-3).

Bu düşünsel ortamda, kültür üreticisi olan mimar karakterinin ve mimarlığının göz önüne serilmesini ise, çizimlerin temsil biçimleri sağlamıştır. Mimarinin temsil biçimleri, dönemler boyunca sorgulanan, üzerine birçok düşünce ve tavır dizileri oluşturulan, toplumun entelektüel ve sosyolojik oluşumunun ve dönüşümünün altyapısını oluşturan bir nosyon olarak mimarlığın yarattığı kültür ortamında yerini almıştır. Bu temsil biçimlerinin değişiminin ideolojik altyapısını ve mimar karakterinin ve kimlik oluşumlarının statüsel ve düşünsel değişimine eşik oluşturan, temel anlamda teori ve pratik arasındaki gelgittir. Mimar, ancak taş ustasından ve sanatçıdan ayrılmayı başarabildiği noktada, mimar kimliğine kavuşabilmiş, mimar nosyonuyla anılmaya başlamıştır. *“Gerçek mimar farklı bir şeydi, usta mason'un pratik deneyimini sadece kitaplarda değil, uzun deneyimlerde de öğretilen bir adamın bilgisi ile birleştiren bir adamdı.”* (Kostof, 2000, s. 125).

Mimarın, çağlar boyu, iktidarın odağında, güç sempatisiyle beslenen *prestij* yanlısı karakterler olmasının sebebi, iktidarın yapı yapma sanatını güç yönetimine çevirmesini sağlayan araçlar olmalarıdır. İktidarın kendi güç mekanizması için bilginin yokluğundan yararlanması ve Rönesans’la birlikte bu mekanizmanın bozulması, kendilerince var ettikleri düzenin yıkılmasına sebep olur. Bu açıdan, mimarlık

düşüncesi, daha 15. yüzyıldaki başlangıçlarından bu yana ortama barış, düzen ve disiplin getirmeyi vadeder ve daha önemlisi, çatlak ses çıkarmayı engellemenin disipliner bilgisi olur. Mimar, sahip olduğuna inandığı teknik ve estetik iktidarı kullanarak fiziksel çevreyi bu doğrultuda değiştirmeye taliptir (Tanyeli, 2017, s. 13). Sanatın giderek hâkim olduğu mimarlık alanında pratiğin yanında teorik bilginin ve oranların çok iyi bilinmesi aracılığıyla mimar karakterinin bireyselleşip sıyrılması, böylelikle sanatın verdiği güçle mimarın dâhi olarak mitleşmesi, gelecekte Rönesans çatışmalarına yol açarak başka çok yönlü mitlere geçiş yapacaktır.

BÖLÜM 3. ÇATIŞMA ORTAMI: MİMAR KİMLİĞİNİN DÖNÜŞÜMÜ ve YENİ TEMSİL BİÇİMLERİ

"Vahşetten insancıllığa götüren bir evrensel tarih yoktur, ama sapandan bombaya götüren bir evrensel tarih vardır."

Adorno

Düşünsel bir dönüşüm ile toplumsal bir dönüşüm arasında, her zaman bir örtüşme ya da koşutluk olagelmiştir. Toplumsal olaylar eşiğinde yönetsel ve sosyal yaşamda farklılıkların ortaya çıkışı, yaşam tarzı olarak zihinlere yer etmiş ve mimariyi de derinden etkilemiştir. Bu doğrultuda, mimarın da, kendi mesleki varoluş karmaşasında edindiği epistemolojik yargılar, doğrudan dönemlerin ve toplumsal olayların etkisinde gerçekleşmiştir.

Dönemler, eşik olarak nitelendirilebilecek belirli olaylarla bir sonrakine dönüşürler. Bu dönüşümde ise, ne öncesi tamamen silinir, ne de sonrası tamamen yeni bir biçim temsil eder. Bu bağlamda, antik kalıntıların gün yüzüne çıkması ve Vitruvius'un Mimarlık Üzerine On Kitap'ının bulunuşu, odak noktası doğa ve insan olan antikite düşüncesinin Rönesans'ta etkili olmasına yol açarken; *"Yine 18. yüzyılda yepyeni rasyonalist mimarlık düşüncesi inşa eden öncüler de, Aydınlanma Çağı ortamında ürettikleri ussallığı Antikite'yi hiçe sayarak değil, veri alarak anlattılar."* (Tanyeli, 2017, s. 206).

Antikite'den bu yana gelen din düşüncesinin yaşamın ayrılmaz bir parçası olması gerektiği ve tüm alanlardaki etkisinin Rönesans'la birlikte ayrılmaya başlamasıyla, insan düşüncesi de özgürlüğüne kavuşma yolunda önemli adımlar atmıştır. Böylelikle, mimarlık ortamının temel *kompakt* bilgi alanları olan felsefe, sosyoloji ve sanat dallarının da dönüşen düşünce biçimlerinin yeniliği, sonraki dönemlerde tarihsel eşik noktalarını tanımlayacak olan olayların kıvılcımını oluşturmuştur.

Çeşitli toplumsal dönüşümlerin belirlediği bu eşiklerle birlikte, toplumsal olayların yön verdiği ve toplum yapısının ilişkisellikle etkileşim içinde olduğu mimarlık alanında da, "bunalım" olarak tanımlanabilecek olaylara neden olan farklı görüş ayrılıkları ortaya çıkmıştır. Mimarlık alanındaki bu çatışma ortamını, kuramsal olarak

anlamlandırabilmek, ancak Thomas Kuhn'nun bilim felsefesi üzerine olan kavramsal metinleriyle mümkün olacaktır. *"Bilim çevresi üyelerinin ilk tepkileri, ortaya çıkan ve hemen bir anlam veremedikleri uygunsuzlukları bir biçimde açıklamak, hatta giderek göz ardı etmektir. Ama çözüm getiremedikleri uygunsuzluklar gittikçe çoğalır ve bilim topluluğu bunalıma girer. Kriz içindeki bilim topluluğunda, bilim öncesi döneme benzer hareketli bir arayış çeşitliliği ve bakış açıları çatışması başlar."* (Bozkurt, 1995, s. 376). En başta, kuramsal ve pratik olarak beliren bu görüş ayrılıkları, zamanla birbirinden çok farklı yollara yönelerek çoğullaşmış ve çeşitlenmiştir. Bu doğrultuda, farklı kuramsal gerçekliklerle birlikte, yeni ve farklı sorgulamalar başlamış, bu sorgulamaların -ve bunalımların- yol açtığı çatışmalar eşiğinde oluşturduğu yarıklarla da, mimar kimliği bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu dönüşüm ise, var olan mimar kimliğinin dışında, altyapısını hazırlayan "eşik" niteliğindeki toplumsal olayların etkisiyle biçimlenen bir çatışma ortamı aracılığıyla yeni mimar kimliklerinin ortaya çıkışıyla belirmiştir.

3.1. Birinci Eşik: Aydınlanma'nın Yeni Mimar Kimliği ve Aklın İzinde Temsili

"Bireyler aklın evrensel, hür ve kamusal kullanımlarını birbirlerine yüklediklerinde, Aydınlanma vardır."

Foucault

Bireyin doğuşu ile birlikte gün yüzüne çıkan ve böylelikle çatışmalara harita çizecek olan "benlik", sonrasında Aydınlanma'nın bilim-akıl çağı yargılarıyla dönemsel bir kilit noktası oluşturur. Tarih sahnesinin geleneksel anlatım şekliyle, olayların sadece kronolojik anlatımı içinde oldukça öznel kalan, altyapısına bakıldığında birçok gelişimin ya da olayın kavramsal olarak durduğu nokta, Rönesans'ın "birey"i ve Aydınlanma'nın "aklı"dır.

Aydınlanma'nın bilimsel devrimin dolaysız bir ürünü olduğu ve kendisini meşrulaştırmak için modern bilimin ve modern bilimin teknolojik verilerinden faydalandığı sık sık vurgulanan bir hususdur. *"Karl Popper'a göre bilimler tarihi, sürekli kuramsal savaşımlar tarihidir. Kuramlar da bir önceki bilimsel geleneğin devrimle yenilenmesi üzerine uydukları kendi olgularıyla birlikte ortaya*

çıkmaktadırlar." (Bozkurt, 1995, s. 382). Aydınlanma'nın ortaya atılan bir kıvılcım olduğu yargısı, Bourdieu'nun sosyal dünyayı anlamak fikri ve dünyadaki bütün iktidarları sorgulamakla başlar; sorgulamaların başladığı nokta ise çatışmanın kıvılcımını oluşturmaktadır (Palabıyık, 2011, s. 123). Simmel'e göre, her yeni idealin zeminini çalkantılı değişimler oluşturur; hayatın akıcı hale gelmesi, insanın kusursuzluk yolundaki kesin ilerleyişi ve en önemlisi bireyin özgürleşmesi, önceden nüve halinde olup sonradan bir kıvılcımla ortaya çıkan formlardır (Simmel, 2003, s. 60). Bireyin özgürleşme istenci ise, Aydınlanma'nın yarattığı akıl-bilgi ortamından doğan hareketlerle yer bulur; aklın varlığının, antikiteden beri süregelen insan yaşamının ilişki kurduğu doğanın önüne geçmesiyle de, bilim çağının varlığı kabul edilmiş olur. Bu doğrultuda, Platon'un savunduğu doğru bilgiye ulaşma olguları da, Aydınlanma düşüncesi ile birlikte zihinlerde anlam kazanır: *"Kant'a göre insanlar ergin olmama durumuna bütünüyle kendi hataları nedeniyle düşmüşlerdir. Bu hatanın kökeninde, insanların aklı ya da akıllarını başkasının vesayeti altında kullanmaları yatmaktadır. İnsanların kendi akıllarını kullanmaya cür'et etmeleri Aydınlanma'nın ilk adımını oluşturmaktadır; Latin şair Horatius'un kelimeleriyle, Sapere aude, yani bilmeye, aklını kullanmaya, cür'et et!"* (Çiğdem, 1993, s. 90).

Aydınlanma, yalnızca tarihsel bir dönem değil, entelektüel tavırların ve ideolojilerin temelini oluşturan genel bir tutum birliği olarak algılanmalıdır. Günümüzde var olan çeşitli entelektüel ideolojilerin -bir anlamda- kaynağı olan Aydınlanma'yı anlamak, ayırt edici düşüncelerin yarattığı çizgileri de anlamak anlamına gelir. *"Aydınlanma, gelişen düşünmenin en geniş anlamda, başlangıçtan bu yana insanlardan korkuyu kaldırmak ve onları kendilerinin efendisi durumuna getirmek amacını gütmüştür."* (Horkheimer & Adorno, 1995, s. 19). Kant'ın aklın önderliğinde ilerleme düşüncesinin yer bulduğu bu süreç ile birlikte, insanın düşünsel evrimi ve toplumsal değerin değişmeye başlaması aklın önderliğinde gerçekleşir. Dolayısıyla, Aydınlanma, modern dünyanın oluşumunda dönemselleştirilemeyecek kadar geniş bir çerçevede varlık kazanan ve kavramsal olarak tarih yazımının çok ötesinde kalması gereken bir eşiktir. Bu yönüyle Aydınlanma, mimarlık ortamındaki çatışmaları ve bu çatışmalar aracılığıyla mimar kimliğinin toplumsal yapı içerisindeki dönüşümünü irdeleme yolunda da, mutlak bir düşünsel zemin oluşturmaktadır.

Simmel, çatışmanın belirmesi, çözüme kavuşması ve yeniden ortaya çıkması süreçlerinin kültür evrimini oluşturduğunu; bu kültür ortamının ise hayatın yaratıcı hareketleri, hayata ifade ve gerçekleşme formları sunan birtakım yapıtlar *(artefakt)* aracılığıyla şekillendiğini belirtir (Simmel, 2003, s. 57). Çatışma eksenindeki fikir ayrılıkları bir sonraki ayrılıklara, ayrılıkların yaşandığı keşif döneminden çözülmelere, çözülmelerden ise dönüşümlere geçerek farklı kavramsal ayrılmalara zemin oluşturur. Diğer taraftan, Thomas Kuhn'nun bilim felsefesi adına önerisi olan paradigma kavramı, çatışmalara sebep olan aklın buluşlarına kavramsal bir özgüven kazandırmakla birlikte; bunalımlardan devrimlere geçiş gerçekliği ise, aynı zamanda, mimari kimlik oluşumlarının toplumsal yapı içerisindeki dönüşüm biçimlerini ve süreçlerini irdelemek adına önemli bir yol tanımlar. *"Dönemin verileriyle çözülemeyen güçlükler bunalımlara neden olur. Bu durum da yeni bir bilimsel devrimi gerekli kılar. İşte bu devrimler, bilimin gerçek açılımlarını, büyük ilerlemelerini oluştururlar. Devrim, yerleşme, bunalım, devrim dönüşümü, bilim tarihinin göstermiş olduğu gerçek örüntüdür."* (Bozkurt, 1995, s. 374).

Birçok düşünürün aklı yücelttiği, aklın kullanılış biçimiyle ortaya çıkan yeniliklerin toplumu nasıl ve ne çeşit bir grafikte, nereye getirdiği tartışmalarında, Aydınlanma'nın eleştirel olarak kendini bulduğu yer, toplumun sosyolojik olarak dönüşümünün perde arkasındaki düşünceler olmuştur. Aydınlanma, bireyin içinde olduğu cehalet ve iktidar karmaşasında kaybolmaktan kurtulması için aklın yolunu kullanmasını öngörür ve bu akıl da "araçsal akıl" olarak nitelendirilir. Bu yönüyle, Aydınlanma, öznenin ben ve diğerine ilişkin söylemini kurmasını sağlar, yani öznelere kendi üzerine düşünme yetisi verir (Çiğdem, 1997, s. 27). Ancak, bireyin, aklının farkındalığıyla, ben merkezli çıkar çatışmalarına girmesi ve daha iyiye ulaşma çabası nedeniyle, Aydınlanma düşüncesi, toplumsal değerlerin göz ardı edilerek, bireyi ve toplumu, pozitif aklın varlığıyla din iktidarlığından, geleneklerden, kölelikten kurtaracağına, evrensel bir köleliğe mahkûm etmiştir. Aklın yanlış biçimde kullanılması da, sonuç olarak, toplumsal yapıda çöküşlere ve çeşitli bunalımlara yol açmıştır. Bilim felsefesinin savunduğu, bilimin toplumun cevabını bulamadığı sorular karşısında yaşadığı bunalımlardan yeni keşiflerin ortaya çıktığı yargısı, tam da bu sürece işaret eder. Toplumun yanıtını bulamadığı sorularla yaşadığı bu bunalımlar ise, sosyolojik, ideolojik ve kültürel açıdan, dolayısıyla da, Simmel'in belirttiği gibi, kültürel çatışma

ortamları aracılığıyla toplumları dönüşüme sürüklerken; merkezinde toplumun yer aldığı mimarlık alanında da, mimar karakterinin dönüşümüne ve yeni -ve çok çeşitli- mimar kimliklerinin ortaya çıkmasına neden olur.

Çatışma ortamının ortaya attığı diğer bir söylem, Aydınlanma'nın toplumu kültürel yozlaşmaya sürüklediğinin bir ifade biçimi olarak, teknolojinin getirdiği tek tipleşmenin sanat alanında etkinliğini göstermesidir. Ortaçağ'da yaptığı işlerle ön planda olan sanatçı, hedef kitlesi olan güç sahiplerinin istekleri ve özel siparişler üzerine yapıt ortaya çıkarırken; Fransız Devrimi ile birlikte odağı özgürlük ve eşitlik olan sanatçı, toplum içerisinde edindiği üst kimliğini de kaybetmeye başlar. Bu kaybediş, Endüstri Devrimi'nin yol açacağı, seri üretimin yeni parametrelerinin sanat ortamını ve ürününü biçimlendirdiği, sanatçının eserlerini kime/kim için yaptığını bilmediği, eser ve emek değerinin düştüğü, yapıtların sanatçının istediği değeri görmediği bir süreçle birlikte, sanatçının bu üst kimliğinin "bir anda" statü olarak yok olmasıyla sonuçlanacaktır. Bu durum, sanat ve zanaat ortamından henüz disipliner olarak ayrışmamış olan mimarlık alanında da, çeşitli dönüşümlere ve dolayısıyla da çatışma ortamlarının ortaya çıkmasına yol açar.

Buna yol açan ideolojileri ve ileriki dönemlerde mimarın iletişim ağında maruz kalacağı kültür endüstrisini tartışmak, ancak bu olguları ortaya koyan Frankfurt Okulu aracılığıyla mümkün olacaktır. Bu doğrultuda, Frankfurt Üniversitesi içinde Frankfurt Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü olarak varlığına başlayan ve kurucuları arasında Adorno, Horkheimer ve Marcus'un bulunduğu okul, aslında hem bir okul hem de bir ekoldür[2]; eleştirel düşüncelerin yer bulduğu bir harekettir. Temel olarak Aydınlanma aklının yol açtığı ilerlemeci fikrin ötesinde, toplumun aklın önderliğindeki çöküşüne dair eleştirileri, Marksizm ve Pozitivizm üzerinden üreten (Demir, 2009, s. 63) Enstitü'nün bu yorumları[3], yüzyıl boyunca çeşitli ekollerin etkisini gösterdiği toplumsal yapının odağındaki mimarın yeri ve kimliği ile ilgili araştırmaların da ideolojik alt yapısını oluşturur. Adorno ve Horkheimer'in -Aydınlanma'nın akıl önderliğinde yarattığı dünya görüşüne eleştirel olarak ortaya çıkan tepkisel eylem olan-

[2] Bu noktada, okul kelimesinin Fransızca karşılığının da *école* olduğunu hatırlatmak yerinde olacaktır.
[3] Araştırma alanları arasında, kapitalizm teorileri, sanayi devletinin ve sanayi toplumunun getirdikleri, toplum ve birey ilişkisinin teknoloji kökenli incelemesi, toplumun yeni biçimlenişlerinin yol açtığı sosyolojik ve kültürel çöküşün alt metni olarak felsefe gibi konular yer alır.

Aydınlanmanın Diyalektiği'nde dikkat çektikleri konu, kültür endüstrisi ve kitle kültürü olarak adlandırdıkları teorinin toplumsal yapı içerisindeki hızlı nüfuz edişidir. Bu düşünceye göre, Aydınlanma'nın amacı, başlangıçtan bu yana insanlardan korkuyu kaldırmak ve onları kendilerinin efendisi durumuna getirmektir (Horkheimer & Adorno, 1995, s. 19).

Aydınlanma düşüncesinde Kant'ın cesaret meşalesi olarak gösterdiği akıl, toplumu ileriye götürmenin yanında, eşi benzeri olmayan bir toplumsal çöküşe yol açmıştır. Bottomore'a göre, bu kültürel çöküşün esas kaynağı, modern ve bilimsel bilincin yeni bir tür "barbarlığa" batması sonucu gerçekleştiğidir (Bottomore, 1997, s. 18). Benzer biçimde, Aydınlanmanın Diyalektiği de, toplumun ve dünyanın yaşadığı aklın önderliğindeki ilerlemeci tavrın, aslında ne denli bir barbarlığa sürüklediğini eleştirel bir yargıyla sunar. *"Benjamin'in düşüncesinin etkisi altında Adorno, gerçek sorunun Marksist devrimin başarısızlığı değil, bizatihi medeniyetin başarısızlığı ve barbarlığın zaferi olduğunun farkına varır."* (Delacampagne, 2010, s. 201).

Düşünürlerin eleştirdiği ise bu durumdur. Bu noktada, Çiğdem, insan türünün akıl ve dil sayesinde, evrensel boyutta kendisini kurma sürecinin, Aydınlanma ile ortaya çıktığı savunur (Çiğdem, 1997, s. 16). Bu evrensel aklın yarattığı hâkimiyet, doğanın gücünün artık ortadan kalkmasına, her şeyin pozitif bilim ve bilginin önderliğinde gerçekleşmesine yol açmış; toplumsal yabancılaşmanın da habercisi niteliğinde olmuştur. Dolayısıyla, Aydınlanma aklının önderliğindeki özgürlük arayışları, bir anlamda toplumun özgürlüğe giden yolda bireyselliğini kaybettiği, aklın iradesinin toplumu birbirine yabancılaştırdığı bir nokta olmuştur.

Bağce de, benzer biçimde, Frankfurt Okulu düşünürlerince araçsal rasyonelliğin hiçbir zaman ideolojisindeki özgürlüğü artırmadığına, aksine köle-efendi ilişkisindeki diyalektikten dolayı, insanın doğa üzerindeki baskısının, insanın doğayla bağlantısını yitirmesine neden olduğunu belirtir (Bağce, 2015, s. 11). Aklın yarattığı bilim ve teknoloji aracılığıyla ilerleme düşüncesi, niteliksel olarak pozitif olsa da, insanlığın ve doğanın yok oluşuna davet edilen düşman konumunda olmuştur. Toplumsal yapı içerisinde, Aydınlanma aklının yarattığı çatışma ortamı olarak varlık kazanan bu durum, mimarlık alanı ve dolayısıyla mimar kimliğinin de ideolojik yapısının dönüşümünde belirleyici olmuş; doğa ile bağlantısı kopan sanatçı mimar da, kendini daha önce hiç tecrübelemediği bir ortamın içinde bulmuştur.

Aydınlanma düşüncesiyle biçimlenen ilerleme fikri, mimarlık pratiğini ve düşünsel ortamını da etkilemiş; dahası, bilimin önderliğindeki yeni buluşlar, bilgi ve bilgi üretimi tekniklerindeki ayrışmalar ile birlikte bireyin bu keşifler bağlamında kendi aklının izini sürmesi, mimarlık alanında köklü dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Mimar öznenin kimliğini oluşturan ideolojilerle ilintili olarak, Rönesans'ın perspektif ile yarattığı önemli görüş ayrılıklarından biri Aydınlanma'nın getirdiği yeni mimari temsil araçları olmuştur. Oran ve ölçülerin izinde matematikleştirilen mekân olgusunu yaratan perspektif, Aydınlanma ile birlikte yeni bir dünya görüşü yaratacak olan tasarı geometriye zemin hazırlamıştır. *"Tasarı geometri soyut bir işlevlendirilme ve böylece çok geniş problem alanlarına uygulanabilme imkânına sahiptir."* (Gürer, 2004, s. 109). Böylelikle, Rönesans'ın dâhi mimarının tanımladığı "geleneksel" bilgi sistemi yerini, artık tasarı geometri aracılığıyla öngörülen izdüşüm sisteminin ortaya koyduğu plan-kesit-görünüş gibi mimari kavrayışlarla belirlenen yeni temsil biçimleri almıştır.

Pozitivist düşünce zemininde, Monge tarafından sistemleştirilen tasarı geometri, uzayda tasavvur edilmiş cisimleri izdüşümleriyle birlikte gösteren, mimari temsil ilkelerinin bilimsel bir uygulama alanıdır (Erten Bilgiç & Konak, 2016, s. 3). Üç boyutlu nesneleri -sistematik olarak- iki boyutlu mekâna indirgeme aracı olarak tasarı geometri, temel prensipleri analitik olarak ispatlanabilen bir matematiksel yöntem olarak, aynı zamanda, günümüz mimari temsil biçimlerinin de özünü oluşturur (Gürer, 2004, s. 109). *"Konumu, biçimi ve boyutları zihinde canlandırılan (tasarlanan) 3 boyutlu uzay cisminin ya da cisimlerinin, anlatımlarının, bağıntılarının, problem ve çözümlerinin, iki boyutlu bire resim düzleminde çizimini sağlayan, kendi yöntemleri ile sistemli bir biçimde inceleyen geometriye tasarı geometri denir."* (Düzgün, 2003, s. 9).

Aklın ve pozitif bilimlerin önderliğindeki bu değişim ise, usta-çırak ilişkisinin ve geleneksel öğretilerin hâkim olduğu mimari eğitimden, rasyonel aklın belirlediği belirli bir düzen içindeki bir mimari öğretim sistemine geçişi de zorunlu kılmıştır. Bu öğretim sisteminin öncüsü olarak kurulan akademiler arasında yer alan, Fransız Kraliyeti'nin sanatın gücünü merkezileştirme arzusuyla kurulan Académie Royale d'Architecture, geleneksel bir eğitim modeli ortaya koyan loncalardan sonra, sistemleştirilmiş ilk *formal* mimari eğitim ortamlarından birini tanımlar. *"Demokrasinin geleneklerine göre düzenlenen Institut bünyesindeki güzel sanatlar okulu da, mimarlık eğitiminin köklü değişikliklerine adım attıran olgu olarak Fransız Akademisi, sanat egemenliğinin*

merkezden meşrulaştırılması için atılan önemli ve ilk adım olmuştur." (Dilmaç, 2010, s. 71-72). Akademiler, mimarlık eğitimi alan kişinin "mimarlık öğrencisi" nosyonuyla ayrılmadığı geleneksel usta-çırak eğitimi yerine, mimar kimliğine kavuşturacak olan eğitim ve öğretim ortamını oluştururlar. Bu akademide aldıkları üç yıllık eğitiminin ardından, öğrencilerin "Kraliyet Mimarı" olarak görevlerine başlamaları, mimarların, -özünde olmasa da- meslek grubu olarak özerkliğe kavuştuğunun bir ifadesidir. Ancak, kraliyete ait bu akademiler, Fransız İhtilali'nin ardından toplumsal ve ideolojik çatışmalar ekseninde kapatılmış ve Institute de France adı altında toplanmışsa da, on üç yıl süren eğitim hayatından sonra Institute de France dönemi de sona ermiştir. Yerine ise, yaklaşık üç yüz yıl boyunca serüvenini sürdürecek olan École des Beaux-Arts kurulmuştur.

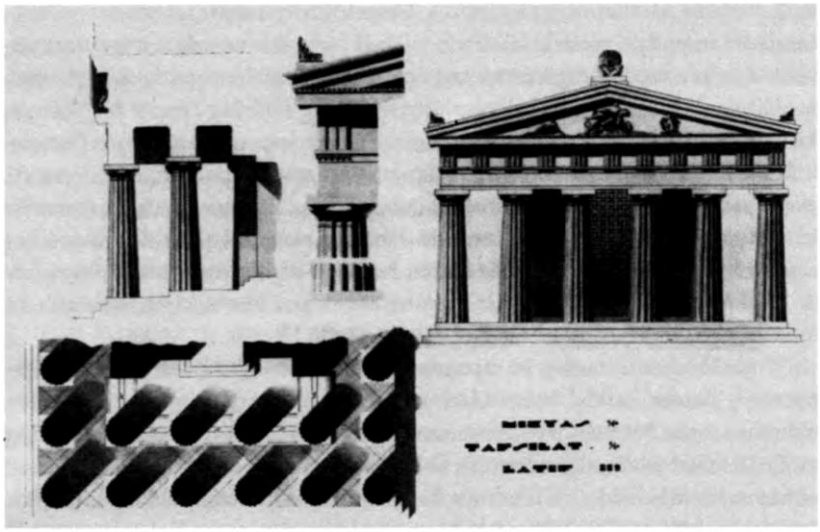
Çizelge 1: Beaux-Arts'ın öngördüğü mimarlık anlayışı (Yürekli & Yürekli, 2000, s. 44)

Zaman akışı	Yavaş
Mimarlığın amacı	Stile ve tipe uygun yapıt
Denetim	Kurumsal
Mimar niteliği	Usta/master
İşveren	Devlet, kapital, burjuvazi
Eğitim sistemi	Beaux-Arts Akademi
Müfredat	Sıkı-formel, önemli
Bilgi alanı	Teknik estetik, tek disiplin
Bilgi niteliği	Kalıcı, inşa edilmiş
Bilgi aktarımı	Tek yönlü aktarım
Eğitici niteliği	Uygulamacı, usta/master
Öğrenci niteliği	Çırak
Eğitim yeri	Okul/yapım yeri
Tarih	Yinelemek için var
Eleştiri	Yok

Mimarlık eğitimindeki etkilerini 20. yüzyılda ve hatta -kısmen de olsa- günümüzde bile devam ettiren École des Beaux-Arts, Rönesans'ın temsil arayışları içerisindeki loncaların usta-çırak ilişkisinin izlerini devam ettirmiştir. Beaux-Arts'ın öngördüğü eğitim modeli, ustasının sözünden çıkamayan çırak olarak nitelendirilen eğitim alan mimarın ve sanatçının, yarı okulda ve yarı üretim yerinde, mimari üsluba ve tipolojiye uygun biçimde yapıtlar ortaya çıkarmasına temellenir. Bu yönüyle, Beaux-

Arts, usta-çırak ilişkisi bağlamında ortaya çıkan ürünün hiçbir şekilde eleştirisinin yapıl(a)madığı bir ortamda, bireyin ve aklın öngördüğü yaklaşımlar yerine, loncaların devamı niteliğinde olan, ancak sistematik bir hale getirilmiş, kurumsal bir eğitim sunar.

Bu eğitim ortamının yanı sıra, Beaux-Arts'ın ortaya koyduğu tasarım ilkeleri ve mimari ürünün nitelikleri de, mimarlık ortamındaki çatışmaların zeminini oluşturur. Bu bağlamda, iktidar ve devletin işveren konumunda olduğu mimarlık pratiğinde, mimari üretim olarak kastedilen olgu, aslında kaliteli yapı üretimidir (Dilmaç, 2010, s. 72). Kaliteli yapı üretimi ise, ancak çırağın ustasından gördüğünü aynen tekrar etmesiyle ortaya çıkan ürün aracılığıyla gerçekleştirilecektir. Zaten, Beaux-Arts'a göre, mimari, ancak eskinin tekrarıyla mümkün olan güzellikle sağlanabilir. *"Academié Royale d'Architecture'ün başından beri savunduğu 'iyi mimarlık' yapının bir takım belirlenmiş kurallara dayanarak biçimlenmesidir."* (Kılıç, 2006, s. 24). Bu güzellik anlayışının ve kaliteli yapı üretiminin özünü de, yapının genel karakterini yansıtan cephe stili ve cephede kullanılan malzemeler oluşturur (Şekil 1). Temsil aracı olarak kâğıda aktarılan mimarlığın, ifade biçimi olarak da eskiz yöntemini savunan ekol, kişinin ancak doğuştan gelen bir yetenekle mimar olabileceğine ve dolayısıyla da, bu yeteneği sayesinde eskiz yapabileceği inancı üzerine temelleniyordu. Mimari ürünün niteliği ve üretimine ilişkin, tekrara düşmüş bir mimarlık anlayışı ortaya koyan bu düşünce biçimi ise, mimarın, bir ifade biçimi olarak kullandığı eskizi, ancak yetenekli olanlar için mümkün olan bir iletişim aracı haline getiriyordu.



Şekil 1: Hendese-i Mülkiye öğrencisinin Beaux-Arts geleneğindeki çizimleri, 1920'ler (Bozdoğan, 2012, s. 45)

Aydınlanma izinde değişen temsil biçimi, rasyonelleşen toplum düzeninde, dönüşen temsil araçlarıyla birlikte mimar karakterinin tasarı geometriyle birlikte üç boyutlu temsil olgusuna geçiş biçimdir. Temsil biçiminin değişmesi demek, mimarın ürettiği mimarlık biçiminin değişmesi, doğal olarak da kimlik ayrışmalarının özü demektir. Bu üç boyutlu temsili, analitik düşünce ve uygulama biçimiyle iki boyutlu sistemde anlayabilme yetisine çevirmesi, mimar karakterinin yeni ifade kaynağı olmuştur. *"Birçok mimarlık tarihçisi taş kesimi için geliştirilen stereometri tekniğini, 15. yüzyılda Rönesans ile birlikte perspektifi, 18. yüzyılda tasarı geometriyi ve 20. yüzyıl başlarında aksonometriyi temsilde ve tasarım geliştirmede eşik dönemler olarak tarif etmektedir."* (Turan, 2011, s. 165).

3.2. İkinci Eşik: Endüstrileşme'nin Yeni Mimar Kimliği ve Modernite İzinde Temsili

"Modern olmak, paradoks ve çelişkilerle dolu bir hayat sürdürmek demektir."

Berman

Modernite, bölünmüş toplum yapısının ve ayrışmış ideolojilerin yapısal bütünlüğünü temsil eden, paradoks içerisindeki çeşitli kavramlar birliği ile varlığını sürdüren bir deneyim tarzıdır. Modern, geleneksel ile "çağdaş" olanın, yeni ile eskinin muhakemesini yapmak için kullanılan bir terim olmakla birlikte; kavramsal olarak, yarattığı çeşitli çatışma ortamlarının da ideolojik zemini niteliğindedir. *"Modernlik, bugünü asgari bir birlik olarak belirlediği ve böylece onu yeni olan ile farklı bir zaman, farklı tarihler ve kültürel adetlerden ileri gelen kalıntı arasında bir kesişim noktası olarak koyduğu için, modern olanın farklı bükümlerinin üretimi mümkün hale gelmiştir."* (Harootunian, 2006, s. 77). Bu yönüyle, türettiği kavramsal ayrışmaların ötesinde, -etkisel olarak değerlendirildiğinde- modernite, toplumun evriliş sürecinin temsiliyeti niteliğindedir. Dolayısıyla, moderniteyi ve modernitenin ürettiklerini anlamak; siyasal, kültürel, entelektüel ve toplumsal iletişimi kavramayı kolaylaştırmasının yanı sıra, aynı zamanda yeni düşünce ortamlarının gelişimini sağlayan etkileşim süreçlerini anlamanın da temel anahtarıdır.

Modernlik, birikimlerin deneyimleme yoluyla ortaya çıkış halidir. Modern olmak, kimine göre çağa ayak uydurma, kimine göre ise geleneklerden kopma durumunu anlamlandırma işidir. Berman'a göre, modern olmak, paradoks ve çelişkilerle dolu hayat sürme eylemi, insana serüven, güç, coşku, gelişme vererek kendini ve dünyayı dönüştürme olanakları vaat eden, bir yandan da sahip olunan her şeyi yok etmekle tehdit eden bir olgudur (Berman, 2000, s. 24-27). Marx'a göre ise, modern dünya çelişkilerle dolu, kaotik, bunalım içinde, çıkar ilişkilerinin parladığı çatlakların oluşturduğu, sadece dünyevi bir haldir. Bu modernlik eleştirisinin hâkim olduğu nokta, sermaye gücünü elinde tutan burjuvazinin, önüne geçen tüm değerleri kendi çıkarları doğrultusunda yok sayması, modernlik adı altında, insanlığın değerinin yok oluşudur (Marx & Engels, 1970, s. 41). Roma'daki şövalyelerle kölelerin, Rönesans'ta zanaatkârlarla çırakların arasındaki ayrımın niteliği, moderniteyle birlikte burjuvazi ile proletarya arasındaki uç noktaya yerleşmiştir.

Giddens'a göre ise, modernlik, toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimi olarak 17. yüzyılda Avrupa'da başlayan ve devamında tüm dünyayı saran hareketler bütünüdür (Giddens, 2010, s. 9). *"Modernlik, Batı Avrupa'da, XVII. yüzyıldaki bir dizi derin toplumsal, yapısal ve entelektüel dönüşümle başlayan ve Aydınlanma'nın gelişmesiyle kültürel bir proje olarak; kapitalist ve daha sonra da komünist endüstri toplumunun gelişmesiyle de toplumsal olarak kurulan bir yaşam biçimi olarak olgunluğa erişen tarihsel bir dönemdir."* (Bauman, 2003, s. 13). Bu bağlamda, modernite, Rönesans bireyi ile devamında Aydınlanma'nın aklını birleştiren, yenilikçi ilerleme fikrinin zihne nüfuz ediş hali olarak tanımlanabilir. *"Modernite, anlık olandır, geçip gidendir, olumsal olandır; sanatın yarısıdır; öteki yarısı ise sonsuz olandır, değişmeyendir."* (Harvey, 2006, s. 23). Özne olarak aklın kendisi dışında başka bir yol olmaması, akıl ve bilim çağıyla birlikte yıkılan geleneksel düşünme biçimlerinin yitikliği, modernitenin temel söylemleri olmuştur. Bu söylemler, bir yandan da, aklın kendini sorguladığı eleştirel kültür ortamlarıdır. Dolayısıyla, modernite, toplumun, söylem ile eylem girdabında, özgür söylemlerini yarattığı bir düşünsel ortam, kurallar dizinde olan her şeye karşı tepkisel bir harekettir. Çiğdem'in Habermas'tan aktardığına göre, *"Modernite geleneğin normalleştirici işlevlerine başkaldırıdır; normatif olan her şeye başkaldırma deyimiyle yaşar. Bu başkaldırı ahlak ve faydanın standartlarını yansızlaştırmanın yoludur."* (Çiğdem, 2010, s. 175).

İdeolojik, birikimsel ve kültürel olarak var olan bir süreçler birliği olarak modernleşme, toplumsal modernitenin de kurumsal altyapısıdır. Modernitenin ruhu ise, Aydınlanma ve Fransız Devrimi'yle birlikte başlayan demokratik oluşumlar, Endüstri Devrimi'yle birlikte gerçekleştirilen iktisadi örgütlenme, evrenselci bir hukuk sistemi ve seküler kültür tarafından oluşmuştur (Çiğdem, 2010, s. 69). Endüstrileşme ile birlikte, teknolojinin, modernliğin merkezinde yer almasıyla; -devamında- modernleşme, aklın önderliğinde sürekli dönüşümlerin yaşandığı bir süreç olmuştur. Dolayısıyla, endüstrileşmenin belirlediği 19. yüzyıl, modernite kavramının, toplumsal ve kültürel yaşama heyecanlı ve aktif bir biçimde nüfuz ettiği, günümüzün düşünsel ideolojilerinin altyapısını oluşturan en önemli eşiklerden birini tanımlamıştır.

Bugünkü anlamıyla modernliğin ilk evrelerini oluşturan endüstrileşme, pazar sistemlerinin oluşumunu, bilimsel devrimi, teknolojik ilerlemeyi ve ulus devletin gelişimini ihtiva etmekle birlikte (Çiğdem, 2010, s. 73); bu gelişmelerin toplum yapısına sızması, köklü dönüşümlere yol açmıştır. Buharlı makineler, demiryolları ve fabrikalarla birlikte, iletişim ve üretim araçlarının değişimi, sermayenin insanlığa nüfuz edişi, göçlerle demografik yıkımların gerçekleşmesi ve bütün bu hızlı yükselişin yarattığı kaygan zemin, modern kavrayışın altyapısını oluşturmuştur.

Bu kaygan zemin, Rönesans'ın bireyinden, aklın sınırlarını zorlayan özgür bireye dönüşmesinin yarattığı düşünce dalgalanmalarıyla, her eşikte olduğu gibi farklı reaksiyonlar ortaya çıkarmış; bu reaksiyonel sürecin yol açtığı düzen(sizlik), ana etmeni olan insan ile diğer insanlar arasındaki yeni ilişkiler, modern dünyanın ayrışmayla kurduğu birliği, modern bireyin de özgürlük alanı haline gelmiştir. Bu özgürlük alanında, "birey", nesnesi olan aklın öngördüğünce, modernliğin çelişkili ve ironik dünyasında yer edinmeye çalışmış; eylem odaklı Rönesans'ın mitleşen nesnesi olan "deha" ile yarışır vaziyetteki, temeli makineleşmeye dayanan buluşların öznesi, durdurulamayan bir haz ve coşkuyla yeni bir varlık biçimi kazanmıştır. Bunu tanımlayan ise, modern dünyanın yarattığı, Tanrı'nın insana verdiği aklın, Aydınlanma ile birlikte doğaya hükmetmesi biçiminde şekil değiştirmesi ve endüstrileşen dünya görüşünün yol açtığı çeşitlenmeler ve bu çeşitlenmelerin odağındaki paradoksal çatışma ortamıdır. Çatışma noktası ise, modernitenin yeniye, iyiye, dünyevi ve nesnel oluşumlara ilerlemesinin yanında; tözsel gerçeklikleri yok eden modern olanın aslında ne kadar modern olduğu sorusunun sorulmasıdır.

Diğer taraftan, moderniteyi bu denli kaotik ve çelişkili yapan da, aslında bu farklı reaksiyonların ortaya çıkmasıyla oluşan çeşitliliktir. Karmaşıklık içinde nereye gittiğini bilmeden coşkuyla harekete geçen ironik bir vaka olan modernliğin ayırt edici özelliği, sorulan sorulara karşı verilen cevapların havada yankılanması, yani ortaya atılan bir görüşün düşünce çeşitliliğine giden bir yol olmasıdır (Berman, 2000, s. 11, 36). Bu çeşitlilik ise, Aydınlanma'dan itibaren, Kant, Descartes, Marx, Rousseau'dan Dostoyevski'ye ve Baudelaire'e uzanan kültürel bir anlatı-tasarı olarak zemin oluşturduğu modernliğin, düşünsel ortam ile akıl tasarısının birleşiminden oluşan bir süreç olmasıyla ilintilidir. Bu sürecin ise, insanlığın odak noktasını kökten değiştiren bu kadar geniş kapsamlı bir olguya işaret ediyor olması, yol açtığı çatlaklarla birlikte büyük bir toplumsal çatışma ortamının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Modernitenin getirileri tartışılmaya değer olmakla birlikte, yol açtığı bu toplumsal ideolojik çatışma ortamında yeniden şekillenen sosyolojik ve ekonomik faaliyetler, mimarlık ortamında da önemli dönüşümlere yol açmıştır. Endüstrileşmenin getirdiği imkânlar, demir ve çelik gibi yeni yapı malzemeleri, seri üretim teknolojileri, yeni ulaşım ve iletişim araçlarının varlığı, mimari üretim biçimini olduğu kadar, mimarın bu üretimdeki sorumluluk alanlarının da değişmesine neden olmuştur. Hatta, bu dönüşümler o kadar köklü olmuştur ki, mimarlık, modern dünya görüşünün, toplumsal ve sosyo-kültürel yapıda yol açtığı "olumlu" ve/veya "olumsuz" gelişmeler açısından, kararlarını ve hislerini, özgür paradigmalarla dışa vurduğu temel etki alanlarından biri haline gelmiş; yüzyıllardır çoğunlukla sanatla bağ kuran mimari, bu toplumsal bunalımın içerisinde kendine yeni bir yer tanımlamak ve yeni bir rol üstlenmek zorunda kalmıştır. Endüstrileşme ve dolayısıyla modernliğin tanımladığı bu çatışma ortamı; bir yandan modern mimarın ve modern mimar kimliklerinin altyapısını tanımlamış; böylece günümüz mimarını var eden alt kimliklerin de var oluş sürecini başlatmıştır.

Endüstrileşme ve kapitalizmin düşünsel altyapısı, aynı zamanda, 19. yüzyılda mimarlık ortamının dönüşüm sürecinin de ideolojik altyapısını oluşturmakla birlikte; sanat ve mimarinin iç içeliğinde yaşanan değişimler, mimarın ve mimarinin yeni kimlik biçimlenişlerinin de alt yapısını tanımlamıştır. Mimarın kimlik ayrışmasının ilk adımı olan, "tasarım ve uygulama" ayrımı Rönesans'la ortaya çıkmakla birlikte, endüstrileşmeyle bu ayrım "projelendirme ve şantiye" olarak daha keskin çizgilerle

netleşmeye yüz tutmuştur. Benzer biçimde, Rönesans'la başlayan zanaat ve sanat ayrışması ise, endüstrileşmenin sağladığı makineleşen üretim biçiminin ve makine gücünün, el işçiliğinin hâkim olduğu zanaatı yok etmeye başladığı bir üstünlüğe dönüşmüştür. Daha önce el işçiliği ve el emeği ile üretim biçiminin tanımladığı zanaat, sanat, tasarım, teknik ve işçiliğin öğreticisi olan atölyeler, artık yerlerini makineleşme ve mühendislik tabanlı büyük ölçekli fabrika üretimlerine bırakmaya başlamış, böylelikle mesleki alan ayrışmalarına yol açmıştır. Yapı üretim etkinliği olarak tanımlanabilecek olan mimarlık alanında da, yeni yapı malzemeleri ve teknolojileri ile yeni yapı üretim yöntemlerinin, zanaattan çok mühendislik becerilerini gerektirmesiyle, inşa etme pratiği daha çok mühendislik alanının sorumluluk sınırları içerisine girmiştir.

Bu üretim yöntemlerini tanımlayan ise, demir ve çelik gibi yeni yapı malzemelerinin kullanımıyla ortaya çıkan yeni yapı inşa teknikleri olmuş; ve bu durum mimarın geçmişten bu yana, yüzyıllardır sürdürdüğü yapım tekniklerinin dışında, hiç de alışık olmadığı bir alan yaratmıştır. Mesleki ayrışmaları ve yeni mesleki organizasyonları zorunlu kılan bu yeni alanın farklılıkları ise, mimarın yetenek ve sorumluluklarının sorgulanmasına yol açmış; yeni üretim teknikleri, yeni yapı tipolojileriyle birlikte, pratikte mimar ve mühendis ayrımını da beraberinde getirmiştir. Böylelikle, mimarlık ve mühendislik disiplinleri birbirinden tamamen ayrılmış; mimari ürünler, artık mimarın özerkliğinde ortaya çıkan eserler değil, mimar ve mühendislerin farklı sorumluluk alanlarındaki etkinliklerinin biraraya gelmesiyle oluşan üretimler haline gelmiştir.

Mimarlık ve mühendislik alanlarındaki bu mesleki ayrımın başlangıç noktalarından birini, Trudaine tarafından, 1747 yılında kurulan Köprüler ve Yollar Okulu ile okulun ilk müdürü olan mühendis Perronet'in yaklaşımları tanımlar. Perronet'in yapı malzemeleri ve yapı sistemlerinde kullandığı yeni tekniklerin yanı sıra; gelenekselciliği reddederek, şantiyelerde yeni bir iş bölümü organizasyonu uygulaması, profesyonel alışkanlıkların standartlaşmasıyla birlikte çeşitli tartışmalara yol açmıştır. Köprüler ve Yollar Okulu ile Blondel'in 1740 yılında kurduğu École des Arts bir süreliğine birleşmişse de; Durand'ın dersleriyle şekillenen Politeknik Okulu'yla birlikte, uygulama ve bilgi sistemindeki mimar-mühendis ayrımı, eğitim sistemindeki formasyon ayrışmasının ifadesi olarak karşılığını bulmuştur (Monnier, 2006, s. 117). Aynı zamanda, Perronet 'in öğrencisi de olan De Prony, Montrricher ve Eiffel gibi isimlerin

öncülük ettiği şantiye, plan, proje ve atölye oraganizasyonlarındaki yenilikler (Monnier, 2006, s. 116-117); değişen yapı malzemeleri ve ilk prefabrikasyon üretimleri olarak tanımalanabilecek yapım teknikleriyle inşa edilen Eiffel Kulesi, Crystal Palace vb. gibi büyük ölçekli yapılar, artık mimarın yönetiminde ortaya çıkan yapıttan daha çok, mühendislik eseri olarak anılan pratiğe dönüşüme işaret ederler.

Bu dönüşümle birlikte, sanatçının tanımladığı zihinsel ve fiziksel olarak insan gücüyle -lonca sisteminden güzel sanatlara uzanan bir perspektifte- var ettiği disipliner sistem ile sanatçının üretimi sanat eseri ve bu eserin üretim biçiminin tanımladığı zanaat ve uygulama birliği de değişime uğrar. Endüstrileşmenin erken dönemlerinde, makinleşen üretim sisteminin ilk hareketi olarak ortaya çıkan *manifaktür*, mimarlık da dahil olmak üzere üretimdeki iş bölümünün ilk adımlarını oluşturur. Yaklaşık olarak 16. yüzyılın ortalarından 18. yüzyıla kadar, aynı becerilere sahip zanaatçıların aralarında işbölümü yapmaları veya çeşitli becerilere sahip zanaatçıların birarada üretimleri biçiminde varlık kazanan *manifaktür* (Sanver, 1967, s. 24), mesleki ayrışma ve uzmanlaşmanın bir sonucu olarak yerini bir parçayı en iyi şekilde yapan parça işçisine bırakır. Böylelikle, kapitalist üretim biçimlerinin etkisiyle işçiler arasında oluşan iş bölümü, lonca düzeninden gelen bütünlüklü zanaatkâr ve sanatçıları, bilgide uzmanlaşmanın tanımladığı çatışma ortamında sanayileşme karşıtı hareketlere sürükler. *"Benim yerime düşünen bir kitabım, vicdanının yerine tutan bir adamım, perhizim ile ilgilenerek sağlığım için karar veren bir doktorum oldu mu, zahmete katlanmama hiç gerek kalmaz artık."* (Kant, 2010, s. 263-264). Makine üretimiyle birlikte sanat, sanatçı ve yapıtların eski değerlerini kaybetmesi, "eski"ye yönelik özlemle birleşerek, yüzyıllardır alışılagelen üretim yöntemlerinin kullanılması gerektiğine dair, endüstrileşmeye tepki niteliğindeki "romantik" söylemler inşa edilir.

Diğer taraftan, mimarın, tasarım ve uygulama alanlarındaki ayrımla edindiği yeni kimliğin yanı sıra, artık endüstriyel biçimde üretilen sanat eserlerinin sahip oldukları tasarım niteliği ve kalitesi de tartışılmaya başlanır; böylelikle mimarlık ve tasarım eğitiminde yeni arayışlar da gündeme gelir. Londra Tasarım Okulu başta olmak üzere, makine üretimi ile tasarım disiplinlerini biraraya getirme hedefiyle, endüstriyel tasarım odaklı birçok tasarım okulu açılır. Akademilerden farklı olarak, endüstri çağına hizmet vermeyi amaçlayan bu okullarda verilen eğitim, Rönesans döneminde olduğu

gibi çizimin yanı sıra, demir işçiliği ve uygulamalarını da esas alır (Artun, 2015, s. 82-84).

Yeni yapı malzemesi, strüktürel ve üretim tekniklerine bağlı olarak gelişen mimar-mühendis ayrımıyla birlikte, bu dönemde erken endüstrileşen kentlerde yaşanan çeşitli toplumsal ve mekânsal problemler de, mimar kimliğinin yeni bir rol üstlenmesine neden olur. Kentlerde yaşanan toplumsal kaosu ortadan kaldırma amacıyla, öngörülen kentsel planlama ve düzenlemeler, mimarın en önemli sorumluluk alanlarından biri haline gelir. Yoğun nüfus artışına hazırlıksız olan kentlerin altyapı eksikliği, düzensiz ve sağlıksız yaşam koşullarının yol açtığı yeni kavramsal üretim olan modern şehir planlaması, şehirci mimar kimliğinin de altmetnini oluşturur. Modern kentsel tasarım pratiklerinin en temel uğraşı alanlarından biri olan konut mimarlığı, mimari üretim ve kültür ortamını kökten değiştirerek, mimar kimliğinin de yeni karakterinin belirler.

Endüstri kentlerinin en büyük problematiği haline gelen havasız, ışıksız, sağlıksız barınma koşullarına sahip işçi sınıfının ortaya çıkışı, toplumsal bir yıkıma neden olmakla birlikte, bu yaşam koşullarının iyileştirilmesi yolunda çeşitli hümanist yaklaşımlar ortaya çıkar. Bu çerçevede inşa edilmeye başlanan işçi konutları ve fabrika-kentler, hızla tamamlanmaları için fabrika sahibi patronların çözümleriyle, mimarın ilk kez deneyimlemeye başladığı bir amaç ve işveren sistemi öngörerek, mimar-işveren-kullanıcı arasındaki ilişkiler zincirinin tarih sahnesindeki önemli kırılmalarından birini tanımlar. Artık, mimar, yalnızca güzellik, kullanışlılık, bezeme ve süsleme konularına odaklanmak yerine; -bunun çok ötesinde-, kapitalist üretim sisteminin tanımladığı yeni birçok sorunla baş etmek zorunda kalmıştır.

Toplumsal sorunlara ve yeni toplumsal ihtiyaçlara dair getirilen bu yeni çözümler, geleneksel mimarlık anlayışıyla üretilemediği gibi, geleneksel mimar kimliğinin de modernite bağlamında geçirdiği dönüşümlere işaret eder. Endüstrileşen kentlerde, toplumsal yaşam üzerine söylemlerin artması ve düşünce ortamlarının geliştirilmesiyle birlikte, mekânsal olarak insan odaklı bir üretim alanı olan mimarlık ile daha büyük ölçekli kentsel bir üretim alanı olan şehircilik arasındaki ayrım da bulanıklaşmaya başlar. Bu bulanıklığın yol açtığı bunalım ortamında, insan-toplum-mekân-kent olgularının arakesitinde biçimlenmeye başlayan mimari pratikler, mimarın da "şehirci mimar" olarak yeni kimlik edinimine yol açar. Bu dönemde, çeşitli

ölçeklerde başarılı ve/veya başarısız uygulamalar gerçekleştirilmişse de; şehirci mimarların toplumsal, mekânsal ve toplumsal sorunların çözümüne dair ortaya koydukları ürünler, -Rönesans döneminde olduğu gibi- daha çok kuramsal çalışmaların ön planda olduğu bir yol izler. "Bahçe kent, uydu kent, bölgeleme *(zoning)*" gibi modern şehirciliğin kuramsal altyapısını oluşturan kavramlar, bu dönemde, şehirci mimarların kentsel mekânı ve toplumsal yapıyı yeniden düzenleme yolundaki düşünsel çalışmaları ile birlikte ortaya çıkar.

Günümüzde "modernist ütopyalar" olarak nitelendirilen olan bu kuramsal yaklaşımların en önemlilerinden biri, hem barınma koşulları yolundaki hem de kentsel ölçekteki öngörüleriyle, 1917 yılında Tony Garnier tarafından ortaya konulan Endüstriyel Kent'tir. Şehirci mimar kimliği ile ön plana çıkan Garnier'in ideolojisi, mimarlığın toplum ölçeğinde yaşam biçimini etkileyen gelişmelere, kentlerin de mimarlığın cevap verdiği düşüncesine temellenir. Garnier'nin düşüncelerinde ifade ettiği, dönemin değişen dinamikleri doğrultusunda, toplumsal oluşumların ve mimarlığın merkezi olarak nitelendirdiği kent ile mimarlık arasında kurduğu -geleneksel örüntülerden uzaklaşan- ilişkisellikle bağlantılı olarak, mimarın, mimari ürünü kentle birlikte ve birarada düşünme yetisi, mimar kimliğinin yaşadığı dönüşümlerin yapısını ortaya koyar (Eşkinat, 1971, s. 13). Mimarlığı, toplumsal organizasyonun ana ögesi olarak gören Garnier'in şehircilik, kent, toplum, insan ve mimarlık ilişkisi üzerinden tanımladığı mimar kimliğinin yeni üretim alanı, ileride ortaya çıkacak olan modernist yaklaşımların toplumsal eğilimleri ile belirlenen modernist mimar kimliğinin oluşumunda da etkili olacaktır.

Bu bağlamda, mimari düşünce sistemiyle birlikte mimari pratik üzerinde de büyük rol oynayan endüstrileşmenin, mimarın yapı üretim etkinliğinde bulunan bir sanatçı-zanaatkârdan toplumu dönüştürücü bir role sahip olan, toplumsal bir aktöre dönüşümüne yol açtığı söylenebilir. Kentsel kaosu ortadan kaldırma söylemine temellenen, fiziksel mekânın yeniden düzenlenmesi aracılığıyla aslında toplumsal düzenleme ideolojisi üzerine temellenen kentsel planlama etkinliklerinin, mimarın başlıca üretim alanı haline gelmesi, aynı zamanda mimar kimliğinin de özsel bir dönüşüm içerisine girmesine neden olur.

Bu dönüşümü belirleyen en önemli etmen ise, endüstrileşmenin yol açtığı teknoloji ve makineleşen üretim biçimleri ile birlikte, yapı üretimi alanında yaşanan mesleki ayrışmalardır. Yeni yapı malzemeleri ve teknolojilerinin kullanımını zorunlu kılan, büyük açıklıklı ve mühendislik bilgisi gerektiren yapıların, artık sanat veya zanaat becerileriyle üretilmesinin imkansız olması, mimarın beceri ve bilgi alanını da zorlamaya başlar; ve yapı üreticilerinin belirli alanlarda uzmanlaşmalarına yol açar. Mimar tarafından çözümü ve yöntemi daha önce tecrübelenmemiş yapı sistemlerinin ve tekniklerinin ortaya çıkışı, profesyonel olarak ayrılan ve meslekte özelleşen yeni kimliklerin ortaya çıkmasına neden olur. Rönesans döneminde ihtişamın göstergesi olarak inşa edilen katedrallerin ve kiliselerin, en yüksek ve en geniş açıklıkla geçilmesi istenen kubbelerinin strüktürel problemlerine dair zihinsel tasarımlar ve çözümler, yeni malzeme ve tekniklerin gelişimiyle birlikte, artık mimarlık değil, mühendislik disiplini içerisinden üretilir. Böylelikle, önceki dönemlerde bir yapının tasarımdan inşasına kadar tüm sürecinden ve her detayından sorumlu olan mimarın görev alanı, yapı üretimindeki iş bölümü aracılığıyla sınırlanır; ve yapı üretimindeki aktörler, mimar ile mühendis kimlikleriyle birbirinden ayrışır.

Bu ayrışma doğrultusunda, mimarın etkinlik gösterdiği yapı alanı da değişir; bu değişim mimar kimliğinin dönüşümünü, -tıpkı modernitenin kendisi gibi- daha da karmaşık bir hale getirir. Antik dönemden itibaren, mimarın etkinlik alanını tanımlayan büyük ölçekli, iktidar ile ilişkili olan anıtsal yapılar, yeni malzeme ve teknolojilerin ortaya çıkışıyla birlikte, mühendisler tarafından üretilmeye başlanır. Endüstrileşmenin iktidarı tanımladığı bu dönemde, köprüler, yollar, fuar yapıları, kütüphaneler, fabrikalar, gar binaları vb. gibi büyük açıklıklı ve ölçekli yapılar, gerektirdikleri strüktürel tasarım bilgisi nedeniyle mühendisler tarafından gerçekleştirilir.

Yüzyıllardır, sanat ve zanaat becerileriyle donanmış yetenekli sanatçı olan mimar ise, sahip olduğu yeni toplumsal rol ile, artık iktidar için değil, toplumu oluşturan her birey için üretim yapan biri haline dönüşür. Böylelikle, anıtsal mimari eserler yerine, “sıradan” bir mimarlık ürünü olarak görülen konut, mimarın en temel etkinlik alanını tanımlamaya başlar. Mimar, bu yeni toplumsal rolüne o kadar bağlanır ki, 20. yüzyılda konut mimarlığı, mimarın en önemli uğraşı alanı haline gelir.

BÖLÜM 4. ÇÖZÜLME SÜRECİ: MODERN MİMAR KİMLİKLERİNİN OLUŞUM ALTMETİNLERİ

Bilim toplumunun cevabını bulamadığı sorularla karşılaştığı anda yaşadığı kriz durumunda, cevabı bulunamayan soruların cevap kaynağı, geçmişte hiç yapılmamış ve uygulanmamış oluşuyla ilişkili biçimde, yeni kurulacak dil olur. Eski uygulama biçimini tekrar etmek yerine, geleneksel çevrelerde hiçbir şekilde tarifi bulun(a)mayan, yeni ideolojiler ve yeni düşünce sistemleri üzerine inşa edilen bu yeni dilin inşa sürecini ise, bu dile hayat veren temsiller ve kendini bu yeni dil aracılığıyla ifade etmenin yollarına dair arayışlar tanımlar. Dolayısıyla, bu süreçte, artık geçerliliğini yitirmiş olan eskiye dair ne varsa hızla çözülmeye başlar ve yeni olanın hayat bulması olanaklı hale gelir. Eski olana karşıt olma durumunun tanımladığı yeni olan, eskinin yeni olana yer açmak için girdiği çözülme sürecindeki, ideolojik ve kavramsal çeşitliliklerin ve çoğul seslerin ışığında varlık kazanır.

Bu bağlamda, endüstrileşmeyle birlikte farklı arayışlar içerisine girmiş olan mimarlık ve mimar kimliği de, modernitenin tanımladığı bu çatışma ortamından, geleneksel çevrelerde tarifi ol(a)mayan yeni bir dil inşa ederek çıkar. Bu doğrultuda, ideolojik ve kavramsal çatışmaların bir ürünü olarak ortaya çıkan modernizm, eskinin yeni olana yer açmak için girdiği çözülme sürecinin de başlangıcını tanımlayan yeni bir ifade biçimi olarak mimarlık ortamını ve belirleyicisi olan mimarın niteliğini de radikal biçimde değiştirir.

Böylelikle, yüzyıllardır mimar olabilmenin dayanağını oluşturan, öncekini çizim ve uygulama aracılığıyla taklit etmeye dayanan geleneksel eğitim sistemi yerini yeni temsil biçimlerine bırakır; ve bu biçimlerin altlığını oluşturan mimarın eğitim ortamı yeniden şekillenerek yeni ifadesini bulma çabası içine girer. Mimar, artık ürünlerini, ideolojilerini, düşündüklerini yeni dilde ifade etmenin yollarını aramaya başlamış; bu arayış sürecinde, yeni mimarlığın ve bu mimarlığa hayat veren yeni mimarın nasıl olması gerektiğine dair birbirinden farklılaşan niteliklerde çeşitli düşünce sistemleri ve temsil biçimleri geliştirmeye başlamıştır.

Mimarlık ortamında ve mimar kimliklerindeki bu çeşitlenmeler, toplumsal yaşam biçimlerinin değişimiyle bağlantılı tüm paradigmalarla başat bir yol izler. Modernitenin başlangıcından bu yana, modernliğin yapıtaşı olan aklın ve bilginin

kendine sarsılmaz bir yer bulduğu insan zihninde, "makine fikri", âdeta canlı bir varlıkmış gibi istediğini dikte etmeye ve tüm dünyayı modern yaşamın paradoksal döngüsüne sürüklemeye başlar. Modern yaşamın "ideal" modern nesnesi olarak görülen makine; üretim, ulaşım, tüketim vb. yaşam alışkanlıklarını değiştirir ve bu alışkanlıklarla ilintili olarak insan yaşamında, bir anlamda tahakkümle süregelen mimarlığın da üretim, temsil ve iletim biçimlerinin çoğullaşarak yeniden yapılandırılmasını zorunlu kılar. Bu yapılandırma, özsel olarak, mimarlığın öznesi olan mimar kimliğinin de çeşitliliğini ve çoğul kimlik oluşumlarını beraberinde getirdiği gibi; bu kimliklerin temsil biçimlerinin de, yeni inşa edilen dil üzerinden yeniden üretilmesine neden olur.

4.1. Çözülmenin Başlangıcı: Modernizm'in Mimar Kimlikleri

"Kahraman, modernizmin hakiki öznesidir. Başka bir deyişle, modernizmi yaşamak kahramanca bir yaradılış gerektirir."

Benjamin

Modernist mimarlığın ve modernizmin tanımladığı, öncekinden farklı uygulamalara ve temsillere sahip olan yeni dilin inşa süreci, modern kentsel yaşamın biçimleniş sancıları arasında birkaç aşamada varlık kazanır. Bu aşamalardan ilki, biçim ile işlev arasındaki bağıntının yok edilmesi aracılığıyla, kişisel ve toplumsal verilerle mekânsal olayları birlikte ele alarak yaşam çerçevesini düzeltmek; ikincisi bazı *avangard* grupların *historisizm* yaklaşımlarına alternatif olarak geliştirilecek çalışmalar; üçüncüsü ise Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra Gropius ve Le Corbusier tarafından bütün *avangard* güçlerin bilimsel ve akılcı verilere dayanarak, eşitlik kavramı içerisinde insan ölçeğini yeniden araştırıp düzenlemek amacıyla tüm güçlerin birleştirildiği dönemdir.

Bu inşa sürecinin ilk adımlarından birini, modernist mimarlığın erken temsilcilerinden biri olan Adolf Loos'un eski olana -yani gelenekselciliğe- yönelik tepkisi ve mekân üzerine ürettiği yeni düşünceler tanımlar. Loos, modern hayatın bireysel deneyim ve toplum olmak üzere birbirinden tamamen ayrışan iki farklı düzeyde sürdürüldüğü savıyla, mimari ürün olan ev olgusu üzerinden, ev ile bireyin toplum

içindeki konumunu ilişkilendirerek ele alır (Colomina, 2011, s. 33). Loos'un içe dönük, kendini dışa kapatmış, sessiz mekân olarak kurguladığı evi ile çözülme sürecinin bir diğer önemli aktörü Le Corbusier'in dışarısı ile ilişki kuran evinin karşıtlıkları, evin, yalnızca bir mekân olmaktan öte, yaşanan toplumsal ilişkilere dair de referanslar içerdiğini gösterir. Loos ve Le Corbusier'nin eve dair görüşleri, evin iç mekânı ile toplumsallığın mekânı olarak "dış"ı ile kurulan iletişimi belirleyen pencerelerin biçimlenişleri ve bu doğrultuda pencerelere yükledikleri anlamlar aracılığıyla birbirinden ayrılırlar. Buğulanmış, net olmayan açıklıklara sahip dar pencereleriyle ev, Loos'a göre, toplumsallığa sahip olmayan bir iç mekân olarak var olurken; Le Corbusier'ye göre ise, yatay ve oldukça berrak olan yatay pencereler, toplum ve dış mekân ile kullanıcı arasındaki kopukluğu kurtarma amacını taşır (Colomina, 2011, s. 133).

Bu doğrultuda, Le Corbusier, mühendislerin problem çözme argümanı ile kurulacak olan yeni mimarlığı ve mimari ürünleri, *"Ev, yaşamak için bir makinedir!"* söylemi üzerinden tarifler (Le Corbusier, 1986, s. 107). Le Corbusier'in benimsediği mimarlık ve makine ilişkisine dair bu söyleminin altında yatan düşünce, mimarlığın işlevsel amacının, insan refahının sağlanması için mimari ürünlerin odak noktası olması gerektiğidir. Endüstrileşme ile birlikte birbirinden ayrışan mühendislik disiplininin mimarlık için gerekli olduğu görüşüyle, gelişen sanayi araçları, malzeme ve yapım tekniklerini benimsemiş olan Le Corbusier için problematik olan, sanayileşmenin yol açtığı toplumsal sorunlardan öte, mimarın sanayi toplumundaki yeridir (Colomina, 2011, s. 153). Modernist mimarlık ortamının oluşumuna da altyapı hazırlayan dönemin otomobil ve uçak vb. gibi her türlü makine ile ortaya çıkan mühendislik ürünleri, mimarın mekâna ve topluma dair ürettiği söylemlerin de değişimi için önemli araçlardır. Dolayısıyla, bu söylem, makineleşme çağında, kimi üretimlerde mimarlığın yerini almaya başlayan mühendislik alanı ile mimarlığın iç içe olması gerekliliğine ilişkin yeni bir farkındalığa işaret eder.

Le Corbusier, bu farkındalıkla, mimarlık ve mekanik üretim arasındaki ilişki üzerinden, yeni bir dil olarak modernist mimarlığın sahip olması gereken makine gibi kompakt yapısını, Towards an New Architecture kitabında, "özünde makine olarak mimarlık" görüşüne temellendirir. Mimarlık ilkelerinin ve standartlarının oluşturulması ve bunun belirli bir disiplin tarafından yönlendirilmesi fikrini savunan Le Corbusier

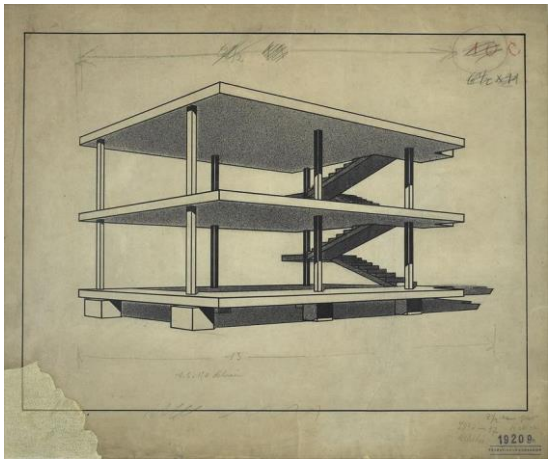
için, "yeni mimari" olarak tanımladığı bu dilde makine, mimarlık ile işlevsellik bağlamında ilişkilendirdiği bir metafordur. Mimariye ve mimari üretimlere yönelik benimsenen bu makine metaforu, bireylerin, ancak mimarlık pratiğindeki standartlaşmayla birlikte, daha düzenli bir ortamda ve daha iyi kalitede bir yaşam sürdürebilme olanağına kavuşabilecekleri ve böylelikle, iyi mimarlığın ortaya çıkabileceği düşüncesiyle ilintilidir. Dolayısıyla, iyi mimarlığı niteleyen işlevselliği tanımlamanın bir temsili olan standartlaşma ve makine aracılığıyla, aslında mimari ürünün ve tasarımının, akıl ve bilim yoluyla biçimlendirilmesi gereğine dair önemli bir vurgu yapar. Le Corbusier'e göre, mühendislik ürünlerinin "özünde" yer alan mantıklı süreç nedeniyle, her probleme dair akılcı bir çözüm bulunabilmekte; ve her problemin çözümü için gerekli olan cevap da zaten oluşumunun "özünde" yer alan mantık içerisinde gizlenmektedir. İşte tam da bu noktada, ancak, özünde yer alan mantık bağlamında üretilen bir mühendislik ürün olan makine gibi olan mimarlık, çağın problemlerine dair çözüm üretebilecektir (Le Corbusier, 1986, s. 110).

Diğer taraftan, evin bir yaşam makinesi olarak tasarlanması düşüncesi, iç mekânda kullanılan mobilyaların da işlevselliğinin ön planda tutulmasına neden olur. Mimarlık eyleminin kullanıcı ile anlam bulduğu bu düşünsel ortamda, asıl amaç kullanıcı odaklı tasarımlar yapmak ise, tasarlanan mekân ya da mobilya fark etmeksizin belirli bir konfor standardında olmalıdır. Bu bağlamda, Le Corbusier'nin "sandalyeler oturmak için yapıldı" ifadesi, tasarımın nesnesi olan sandalyenin kullanıcısı olan insan vücudunun anatomik yapısına uygun olarak biçimlendirilmesi gereğine işaret eder (Le Corbusier, 1986, s. 117) (Şekil 2). Böylelikle, insanı odağına alan modernist mimarlık ortamında ev, kullanıcılar için mekân biçimlenişinden mobilyalarına kadar, bilime vurgu yapan tasarımları ve işlevselliği bağlamında kaliteli bir yaşam sürdürmelerine olanak sağlayacaktır.



Şekil 2: LC1-Fauteuil à dossier basculant, Le Corbusier, Pierre Jeanneret, Charlotte Perriand, 1928 (URL-4)

Le Corbusier'in kuramsal altyapısını temellendirdiği bu makine fikri ve özünde yeni mimarlık söylemi, uygulama alanında kendine, alışılagelen yapım yöntemleri ve malzemelerinin dışında, yeni biçimlenişleriyle yer bulur. Aynı zamanda yeni mimarlığın temsiline de araç ve amaç oluşturacak beş ilkesi (serbestlik alanını sağlayacak taşıyıcı sistem, çatı bahçeleri, zemin kat planının bağımsız tasarımı, yatay pencereler ve cephenin özgürce tasarımı) modernist mimarlığın da ideolojik altyapısını oluşturur (Le Corbusier, 1986, s. 2-4). Le Corbusier'nin, nesnenin eskiden birbirlerine sıkı sıkıya bağlı olan unsurlarını ayrıştırmak ve birbirlerine bağımlı olmaktan kurtarmak amacıyla benimsediği serbestlik, plan biçimlenişini cepheye, pencere biçimlenişini duvara olan bağımlılığından kurtarma amacındadır. Bu bağlamda, yalnızca betonarme taşıyıcılardan oluşan iskelet sistemiyle Maison Domino, mekâna dair her ayrıntının mimarın idealindeki serbestliği yakaladığı ilk projesi olmuştur (URL-5) (Şekil 3). Sonrasında ise, yeni mimarlığa dair arayışlarını, Maison Domino'da taşıyıcı sistem olarak kullandığı betonarme iskeletin yerine; Maison Citrohan'de, -ismini Citroên'e çevirme önerisiyle birlikte- evin otomobil formunda ve otomobilin verimliliği ile tasarlanması fikrini de öne sürerek, paralel kalıp duvarlar aracılığıyla sürdürmüştür (Moos, 2009, s. 88). Yekpare bir mekâna sahip olan evin iç mekânında, oluşturulan galeriler aracılığıyla mekânlar yalnızca yatayda değil, düşeyde de bölünmemiş; böylelikle modernist barınma ilkelerini tanımlayacak olan akışkan bir yaşam alanı tanımlanmıştır (URL-5). Modernist mimarlık ortamının yeni biçim dili olarak beliren, mekânsal oluşumlardaki bu serbestlik, aynı zamanda dönemin mimarlarına da büyük bir özgürlük alanı sağlar.



Şekil 3: Maison Dom-Ino, Le Corbusier (URL-6)

Bu yeni arayışlarla, ev sanatı-mimarlık, sanayi-mimarlık, sosyal konut ve betonarme, modernitenin içsel dönüşümleri ve olumlu/olumsuz getirileriyle birlikte, yeni bir dil olarak ortaya çıkan modernist mimarlığın odağında yer bulur (Monnier, 2006, s. 137-140). Le Corbusier'in makine metaforu ile mimaride standartlaşma fikrini ortaya koyduğu ürünleri ile birlikte, ev, modernist mimarlığın en önemli etkinlik alanı olarak çeşitli tartışma ortamları üretir. Dolayısıyla, kendine özgü ve eleştirel bir ifade takınan modern birey olarak modernist mimarlar, ev olgusu üzerinden ortaya koydukları, mimari ürüne ve bu ürünün biçimlenişinde ona yükledikleri anlamlarla sahip oldukları farklı görüşlerle, modernizm mimarlığı aracılığıyla da çözülme sürecinin başlangıcını tanımlarlar.

Bu çözülme sürecinin en önemli yapıtaşlarından bir diğerini ise, Loos'un *"Süsleme suçtur!"* biçimindeki manifester söylemi oluşturur. Sınırları karıştırmaya çalışan her şey olarak süs, bütün gereksiz sözcükler gibidir. Eskinin kodlarının tekrarlandığı bezemelerin kullanımı yerine, yapıların daha yalın ve sade biçimlenişleri, modernist mimarlığın yeni dil üretimlerinden biri olarak ortaya çıkar; ve böylelikle modernizmin beyaz duvarları, gelenekselcilerin bezemelerine karşı bir yanıt olarak varlık bulur. Bu doğrultuda, Loos, süsü ve bezemeyi yapıların cephelerinde sıklıkla kullanan Art Nouveau temsilcilerinden Wagner'e karşıt olarak; kişisel zevklerin, yapıların toplumu ilgilendiren dış cephelerinde yansıtılmaması gerektiği kanısındadır. Loos'a göre, ev sakinleri, bireyselliklerini "dövme" gibi dışarıda bariz bir biçimde değil; iç mekânlarda kullanılan malzeme, doku ve kişisel eşyalarla göstermelidir. Ev, dışarıya hiçbir şey söylemek zorunda değildir: *"Dış sadece kitabın kapağı, giysisi,*

maskesidir, değer ise içe dâhildir." (Colomina, 2011, s. 32-33). Bu nedenle, Loos'un bezemelerin temsiliyet değerinden arındırılmış olan yalın, sade ve beyaz duvarları, aynı zamanda modernist mimarlığın geçmişin insanlara yük olan kodlarından kurtulmuşluğunun da temsili olur.

Böylelikle, topluma karşı sorumluk içinde olan yapı cephelerinin öznel olmaması gerektiğini savunan Loos, Art Nouveau'nun bireyin ruhuna ve fiziksel yaşam standartlarına olan dayatmacı görüşlerine karşı çıkar. Sanatı her nesnede var etmeye çabalarıyla kullanıcıya boğulmuşluk hissi veren Art Nouveau'nun tamamlanmış mekânlarının, kullanıcıyı içeri girdiği anda öldürdüğü kanısındaki Loos'un, iç mekân çözümlemelerinde de tamamlanmamışlık hâkimdir (URL-7). Dolayısıyla, modernist mimari ürünlerde hareket alanının bırakılmasıyla o mekânı deneyimleyecek olan kullanıcı orada hayat bulur; dahası arzulamaya, hayal etmeye ve gelişmeye devam eder (Colomina, 2011, s. 67).

Bu doğrultuda, Loos, faydacı nesneleri ve mimariyi bir sanat ürünü olarak değil; bireysel yaşam biçimlerinin ayrık arka planı olarak görürken; Loos gibi Wagner kökeninden yetişip karşıt uca yönelen Hoffman ise, değişen yeni tasarım dizisinde estetik ürünler olarak faydacı nesnelerin ve mimarinin yaratılmasına olanak veren bir yol izler (Colomina, 2011, s. 39). Loos ve Hoffman'ın özgün çizimlerde, nesnelerde, mobilyalarda ve modellerde, modern yaşam biçimlerindeki karşıtlıkları, aynı zamanda modernist tasarımcıların sorumluluk alanlarına ve özgürleşmiş bireylerin modern yaşam biçimlerine dair de farklı kesitlerini temsil eder. *"Bir ana konu modern şehir binasıdır: Josef Hoffmann'ın Salzer Apartmanı'ndaki (1902) yatak odasında, objeler sıkı bir kare süsleme sistemi ile düzenlenirken, Loos'un kendi evindeki yatak odası mimar tarafından tasarlanmamış tekstillerin görünümüyle Loos'un tasarım anlayışına göre boş alanların verdiği samimiyet hissi yer ediyor."* (URL-8). Bu doğrultuda, Loos, Hoffman'a atıfta bulunarak, bazı tasarımcıların iç mekânları, insanların içinde iyi yaşaması amacıyla değil de; grafik temsil biçimi olarak fotoğraflarda iyi görünmesi için yaptıklarını ifade eder (Colomina, 2011, s. 64).

Loos ve Hoffman'ın mekâna dair bu farklı yaklaşımları, gelenekselciliğe karşı yeni bir dil olarak varlık kazanan modernizmin ideolojisini, nesnellik ile öznellik arasındaki zıtlıklar üzerinden ortaya koyar. Geleneksel olan ne kadar öznelse, endüstri

ve bilim ürünü de o kadar kamusaldır. Bireyselcilikten uzak Art Nouveau'nun öznelliğine karşı; sanayileşmenin nesnelliğine yönelen modernist mimarlık, insan odaklı ve insanın sosyolojik ve fizyolojik varlığına dikkat çeken yeni bir dildir. *"Modernizmi, modern insanların modernleşmenin nesneleri oldukları kadar özneleri de olmak, modern dünyada sıkıca tutunabilecekleri bir yer bulmak ve kendilerinin bu dünyada evde hissetmek için giriştikleri çabalar olarak tanımlıyorum."* (Berman, 2000, s. 11). Bu yeni dilde, Hoffmann'ın görüntüye yönelik eylemine karşın, Loos'un tüm duyuların etkin olduğu bir mekân anlayışı ön plandadır. Geleneksel yer olgusunun aksine, modern mekân deneyimlenmeden anlaşılamaz; dışarısı sadece imge değil; resim, fotografik bir görüntüdür (Colomina, 2011, s. 31).

Kademelenmeler aracılığıyla sürekliliği, bölücü duvarlarla bütünlüğü sağlanan, süsten arındırılmış bu yeni mekân algısı, nesneler aracılığıyla tarihsel bağlamını oluşturan mimarlık alanında, zihinsel üretimlerin de farklılaşmasına neden olur. Tamamen deneyimlemeye dayanan bu modernist dilde, mekânın kavrayış biçimleri temelden sarsılır; eskinin iki boyutlu kavrayış biçiminin yerini, modernizmin üç boyutlu mekân kavrayışı alır. Bu durum, mimarideki temsil tekniklerinin değişimini zorunlu kılar ve tüm mekânsal ögelerin bütünsel olarak kavranabilmesine olanak sağlayan aksonometri, modernist mimarlığın temsil aracı olarak varlık kazanır. Bu doğrultuda, Rönesans'ın perspektifinin yerini alan Aydınlanma'nın tasarı geometrisi yerini, aksonometriye bırakır. (Şekil 4). 19. yüzyılda daha çok mühendislik okullarında öğretildiği için, mimarlar tarafından ve mimarlık alanında kullanımı daha geç gerçekleşen aksonometri, Bauhaus ile birlikte mimarlık okullarının odağına yerleşir.



Şekil 4: Theo van Doesburg, Maison Particuliére (URL-9)

Aslında, aksonometrinin temel anlamda kabulü, mimarlık, heykel ve resim alanlarında ayrılığa son verme amacındaki De Stijl grubunun sergisinde yer almasıyla eş zamanlıdır. Theo Van Doesburg'un önderliğindeki De Stijl manifestolarındaki ortak yaklaşım, sanat ve yaşam arasındaki buz köprüsünü ortadan kaldırmak ve sanatın kusursuz birliğini nesnel bir sistemde gerçekleştirmektir. *"Artık sanat ve yaşam ayrılamaz. Bu nedenle sanat deyimi kullanılamaz olmuştur. Nesnel bir sistem aranmaktadır."* (Gropius, 1991, s. 52). Böylelikle, Beaux Arts'ın yarattığı kalıplaşmış temsil biçimlerinin ardından, var olanın sorgulanmaya başlamasıyla, De Stijl sayesinde, aksonometrik perspektif nesneyi anlamanın önemli bir yolu olur. Böylelikle, nesnelerin temsil biçimleri gözün tekil odağından çıkararak, nesnenin öznelliği ve nesnenin sapmayan ölçülerinin doğru ifadesi olanaklı hale gelmiş; nesnenin sabit bir göz odağından farklı bakış açılarıyla değerlendirilmesi ve doğru ölçülerle okunması sağlanmıştır. *"Aksonometrik perspektif, gözün bakış uzaklığı, bakan kişinin görsel algıları gibi değişkenlerin hesaba katılmadan, nesnenin özelliklerinin belirli çizim kuralları çerçevesinde temsil edildiği bir temsil yöntemidir."* (Şahin, 2015, s. 51).

Bu doğrultuda, Beaux-Arts'ın 300 yıllık egemenliğinden sonra, yeni toplumsal ve politik gelişmelerin eşiğinde, Grandükalık Saxon Sanat Akademisi ile Grandükalık Saxon Uygulamalı ve Güzel Sanatlar Okulu'nun birleşmesi ile 1919 yılında Weimar'da kurulan Bauhaus, yeni bir oluşum olarak ortaya çıkar. Mimarlık dünyası için yeniliğin başlangıcı sayılacak baskınlıktaki bu okulun (Gropius, Weimar'daki Staatliches Bauhaus'un Programı, 2002, s. 22) öngördüğü mimarlık eğitimi ve mimarlık anlayışı, aynı zamanda mimar kimliğinin çözülme sürecinin de başlangıcını tanımlar. Bauhaus'un kurucularından olan Gropius'un, mimarlığın tasarımla olan bütünlüğünün, ancak tüm diğer dallarla kurduğu iletişim gücüyle sağlanabileceği düşüncesiyle, okulun öğretim programı sanat, zanaat ve teknoloji biraradalığı üzerine yapılandırılmıştır. Tüm görsel sanatların en büyük ortak amacı olan yapı bütünlüğü, ancak, her biri farklı sanat disiplinlerinin aktörleri olan ressam, heykeltıraş ve mimarların birarada olmalarıyla sağlanabilirdi. Dolayısıyla, Gropius için Bauhaus, mimar, sanatçı ve zanaatçı birliğinin oluşturacağı güçle var olacak bir yapıydı. *"Zanaatçı, sanatçı arasında kibir engelleri*

yükselten sınıf ayrımının olmadığı yeni bir zanaatçı loncası kuralım!" (Gropius, 2002, s. 22).

Çizelge 2: Bauhaus'un öngördüğü mimarlık anlayışı (Yürekli & Yürekli, 2000, s. 44)

Zaman akışı	Hızlı
Mimarlığın amacı	Sosyal amaçlı ürün
Denetim	Etik, akıl
Mimar niteliği	İdealist
İşveren	Sıradan halk
Eğitim sistemi	Bauhaus okul
Müfredat	Sıkı-formel, önemli
Bilgi alanı	İşlevsel teknik estetik, tek disiplin
Bilgi niteliği	Kalıcı, inşa edilmiş veya edilmemiş
Bilgi aktarımı	Arayıp aktarım
Eğitici niteliği	Teorisyen, uygulamacı
Öğrenci niteliği	Öğrenci
Eğitim yeri	Okul
Tarih	Yok
Eleştiri	Var

Okulun geleneksel eğitim modeline sahip Beaux-Art'a göre en büyük farkı, eğitim ortamını öğrencinin yaratıcılığını kısıtlayacak her türlü etkenden uzak tutarak, öğrencinin bireysel yaratıcılığını ve hayal gücünü ortaya çıkarmasını sağlamasıdır. Öğrencinin karşılaştığı sorunu çözme biçimini temel alan bu yaklaşımda, asıl amaç, öğrencinin ustasının bilgisi ve mevcut uygulama yöntemleri izinde, adeta onun bir kopyası gibi yetişmesi yerine, kendi çözümlerini geliştirebilmesidir. Bu yönüyle, Bauhaus'un eğitim modeli, bir anlamda tarihin yarattığı mimarlık ortamını tanımadığını duyurmaktadır. Bireysel düşüncelerin önemi üzerine kurulan ekole göre, eğitim vermek için akademide bulunan öğretici danışman, aynı zamanda bir işveren ve patron kimliğindedir. Dolayısıyla, öğrenciler de, lonca sisteminden ayrılmış bireysel pazarda rekabet ortaklarıdır. Bunu tanımlayan ise, Gropius'un, lonca eğitiminden gelen ortak disiplin ortamını, toplumsal ve politik görüşlerin değişmesiyle ortaya çıkan modern harekette uygulama fikrine temellenen, kuramsal yoldan değil daha çok pratik yoldan öğrenmeye dayalı eğitim modelidir. *"Okulun Bauhaus biçimindeki adı bile Almanca'daki Bauhütte (şantitye) kavramıyla kurulmak istenen anlamsal bağlantıyı*

çağrıştırır." (Gropius, 2002, s. 53). Uygulamaya yönelik bu yaklaşımıyla, Bauhaus eğitimi, sadece kuramsal öğreti ortamı değil, yaparak kazanılan pratikle eğitimin gerçekleşeceği inancıyla, Beaux-Arts anlayışıyla ortak paydada buluşur.

Bauhaus'un yerinde yaparak öğrenme ve tasarımda bütünlük ilkesinin izinde, öğrencinin tüm zanaat işlerini öğrenmesi yükümlülüğü ile oluşturulan öğretim programına göre, birçok işlik kurulmuştur. Katı kuralların izinde ezilen bireyselliğin, Bauhaus ile birlikte özgürlüğe kavuşması ve yaratıcılığın öne çıkması, lonca sisteminden gelen usta-çırak eğitimi kapsamında kurulan işliklerle yine ustaların, çırakların ve kalfaların olduğu bir atölyede öğrenme düzeni var olmuştur. Bu durumu Gropius, öğrencilerin okula nasıl kabul edildiklerine dair ifadelerinde şöyle açıklar: *"Yaş ya da cinsiyete bakılmaksızın, iyi olarak tanına ve önceki eğitimi Ustalar Kurulu tarafından yeterli bulunan herkes yer olduğu sürece okula kabul edilir."* (Gropius, 1991, s. 40).

Bauhaus'un eğitim programı üç ana başlık altında şekillenmiştir: Bunlardan ilki olan zanat eğitimi, Gropius'a göre, Bauhaus'taki tüm eğitimlerin temelini oluşturmaktadır ve tüm öğrenciler, bu okuldaki eğitimleri süresince zanaat öğrenmek zorundadırlar (Gropius, 2002, s. 25). Bu doğrultuda, öğrenciler, kurulan işliklerde dokumacılık, mozaik, gravür, marangozluk, seramik ve taş işçiliği gibi zanaat becerilerini öğrenmektedirler. Sanatın öğrenilemeyeceği, zanaatın ise sonradan öğrenilebilir bir olgu olduğuna temellenen Gropius'un sanat ve zanaat arasındaki ayrıma dair düşüncesinde, mimar, bir el sanatçısı olarak kendine yer bulmaktadır. İkincisi olan resim ve çizim eğitimi kapsamında ise, öğrenciler, serbest el çizimi, süsleme, yazı, perspektif, iç mekân tasarımı gibi çeşitlenen alanlarda eğitim almaktadırlar. (Şekil 5). Üçüncüsü ise, Bauhaus'un gelenekten gelen okullardan ayrıştığı en önemli noktalardan birini tanımlayan, endüstri ile zanaatı ve sanatı birleştirme arzusuyla oluşturulmuştur.[4] Bu amaçla, öğrencilere bilim ve mimarlık ilişkisini ön plana alan malzeme bilgisi, anatomi, muhasebe, sanat tarihi, renk kuramları

[4] Bu durum, Bauhaus'un, 19. yüzyılda endüstrileşmeye bir tepki olarak, endüstrinin hâkimiyeti ve gücü karşısında ezilen zanaat ve zanaat işçiliğinin yok oluşuna karşıt olarak biçimlenen Arts and Crafts (Pektaş, 2013, s. 4) ile olan yakın bağları ile ilintilidir.

ve temel tasarım[5] gibi çeşitli alanlarda eğitim verilmektedir. Bauhaus'ta sağlanacak sıkı bir çalışma disiplini izinde, pratik öğrenme ortamının dışında önemli olan diğer bir alan da, öğrencilerin sergiler ve etkinliklerle birlikte halkla ilişki kurmalarının sağlanması olmuştur. Bauhaus'un bu eğitim modeli, o kadar etkili olmuştur ki, günümüzde bile çoğu mimarlık okulunun eğitim programları bu doğrultuda belirlenmektedir.



Şekil 5: Herbert Bayer ve Walter Gropius, Werkbund Sergisi için iç mekân perspektifi, 1930 (URL-10)

Gropius, Bauhaus'u, modern hareketin doğasında zorunlu olarak var olması gereken bir okul olarak görür. Dolayısıyla da, Bauhaus'un ideolojisinde yer alan mimarın eğitim ortamı, düşünsel olarak mimarlığın her şey olduğu ya da olması gerektiği düşüncesinin izlerini taşır. Bauhaus'un üretim ilkeleri kapsamındaki duyurusunda, mimarlık, yapı yapma sanatından oldukça uzak niteliktedir. *"Artık tarihi kıyafetleri bir yana atarak modern giysiler kuşanan modern insan için aynı zamanda, kendine ve çağına uygun, bütün gündelik modern aletlerle donatılmış modern konut gerekiyor."* (Gropius, 2002, s. 27). Bu doğrultuda, mimari üretim, eğitim ve düşünce ortamında, belki de en önemli kırılma noktalarından biri olan, Bauhaus okulu, mimarlığın entelektüel çerçevede edindiği yerin de özünü oluşturan bir başlangıç niteliğindedir.

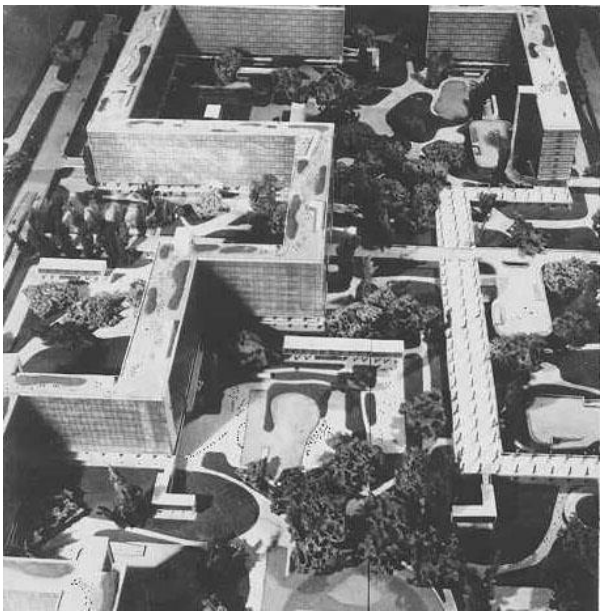
[5] Bu dersler arasında en önemli yeri oluşturan temel tasarım dersleri, mimarın teknik ile sanat bilgisi arasında kalmışlığının altında yatan en büyük yaratıcı güç olarak, günümüzdeki mimarlık eğitiminde etkilerini halen sürdürmekle birlikte, özellikle son yıllarda mimarlık eğitimi tartışmalarının odağında yer almaktadır.

Bauhaus'un ilk kurulduğu yıllarda zanaat odaklı el sanatlarının hâkim olduğu eğitim ortamı, zamanla ders veren öğreticilerin değişmesiyle birlikte biçim değiştirerek; endüstriyel üretim odaklı bir nitelik kazanır. Ki zaten, makine dünyasının hâkim olduğu yeni toplumsal düzen içerisinde, modernist mimarlık görüşünün temelini oluşturan makinelerin, Bauhaus'un eğitim modelindeki yeri de kaçınılmazdır. *"Geçmişin zanaatları değişmiştir, geleceğin zanaatları ise içinde endüstri üretiminin deneysel çalışmalarının yapılabileceği yeni bir üretici birliğe dönüşecektir. Fabrikalarda üretime geçilecek model ve prototipler, laboratuvar işliklerinde varsayıma dayalı spekülatif deneylerden elde edilecektir."* (Gropius, 2002, s. 29). Bu doğrultuda, makineleşmenin etkisel olarak yarattığı ve zorunlu koştuğu yeni yaşam düzeninde, endüstriyel üretimin getirileriyle birlikte, her birey için aynı olan gereksinimlerin standartlaştırılması için ortam hazırlayan, Gropius'un ürün olarak nitelendirdiği mimarlık, modernist mimarlığın temel söylemi olan çağın üslubunun oluşturulması amacındadır.

Bauhaus'un, her bireyin aynı sayılan gereksinimlerini, standartlaşmış ve bireyin özüne indirgenmiş bir ürün olarak gören ideolojisi ile makine çağının standartlaştırılmış toplu üretimleri, elle üretilenden daha ucuz bir ürün ağı sağlamaktadır. Ayrıca, modernliğin anahtarı olan makineler ve taşıtların yarattığı çevre gereksinimleri dâhilinde, kullanılan eşyaların pratikliği -yani işlevselliği-, bu eşyaların belirli tipler dâhilinde üretilmesinin -yani renklerinin sabitliği- yanı sıra; herkesin ulaşabileceği çeşitlilik ortamının da yaratılması olanaklı hale geliyordu. *"Yaşamın gerekleri insanların çoğunluğu için aynıdır. Konut ve donatımları toplu tüketim malları olup, bunların tasarımı tutkudan çok akıl işidir."* (Gropius, 2002, s. 28).

Böylelikle, geleneksel ideolojisinden uzaklaşarak, artık rasyonalist bir düşünce sistemi içerisinde vücut bulan yeni mimarlık, alışılagelmişin dışında yeni birçok ilke, teknik ve uygulamaların da amacı ve aynı zamanda aracı haline gelmiştir. Mimarinin sahip olduğu bu rasyonel tasarım düşüncesinin sonuç ürünü olan endüstriyel tasarımlar, yalnızca malzeme, işlev, form ve teknoloji arasında kurulmaya çalışan uyumun ötesine geçerek, yaşam biçimlerinde kurulmaya çalışılan özdeşliğe dikkat çeker. Üretilen standart tipler arasında kurulacak olan düzen, aynı zamanda toplum içerisinde sağlanabilecektir (Artun, 2015, s. 90).

Tasarıma ve üretim sürecine dair bu düşünce biçimi ise, geleneksel mimar kimliğinin de artık çözülmeye ve farklı biçimlerde varlık kazanmaya başladığına işaret eder. Bu bağlamda, makineleşmenin gerekliliğinden doğan yeni mimarlık anlayışının sürüklediği mimar, artık bireysel rekabet içinde kendi "promosyonu"nu yapan, işverene bağımlı olmasından dolayı reklam yoluna başvuran bir kimlik kazanır. Bunun en önemli bileşeni ise, Bauhaus anlayışının temsilcisi olan Gropius'un ve dönemin yaygın görüşü de olan, ürün inşasından fikir inşasına giden idealde, endüstri ve teknolojinin farkındalığında, her şeyi tasarlayabilme yetisine ve arzusuna sahip olan mimar kimliğinin ortaya çıkışıdır.



Şekil 6: Ville Radieuse, Le Corbusier, 1930 (URL-11)

Bu bağlamda, herşeyi tasarlayabilme düşüncesindeki modernist mimarların başlıcalarından biri olan Le Corbusier'in kente ve kent içerisindeki insana dair şehircilik anlamındaki tasarımları, mimar kimliğinin şehirci mimar nosyonuyla yer bulduğu, mimarlığın yeni varlık biçimi olarak, toplum ve kent diyaloglarında etkinliğini sürdürmesine olanak verir. Şehirci mimar olarak tasarımın yanı sıra, kuramsal olarak da çalışmalar gerçekleştiren Le Corbusier'nin Ville Radieuse (Radian City) (Şekil 6) ve Plan Voison'ı ile Frank Lloyd Wright'ın Broadacre City'si gibi örnekler, modern yaşamın nasıl olması gerektiğine dair yalnızca mekânsal değil, aynı zamanda önemli düşünsel öneriler niteliğindedir. Benzer biçimde, yine Bauhaus ekolünden gelen ve tasarımlarının yanı sıra, kuramcı kimliğiyle de öne çıkan Bruno Taut, yeni bir toplum ve

yeni bir mimarlık için görüşlerini Frühlict süreli yayınlarında, insan odaklı şehir planlarını Die Stadtkrone adlı kitabında yayınlamış, Modern Architecture adlı kitabında da yeni şehirlerin nasıl olması gerektiğine dair düşüncelerini ortaya koymuştur (Aslanoğlu, 1976, s. 37-38). Taut gibi, başta Le Corbusier olmak üzere, neredeyse dönemin önemli isimlerinin tamamı makineleşmenin yol açtığı problemlere dair çözüm önerilerini, kentsel ve toplumsal ölçekte öngördükleri yeni yaşam biçimlerini, modernist mimarlıklarının ideolojik altyapısını kuramsal çalışmaları aracılığıyla ifade etme çabasında olmuşlardır. (Şekil 7)



Şekil 7: Le Corbusier tarafından yayınlanan kitaplar (URL-12)

Modernist mimarların kente dair bu eğilimleri, topluma ve insana karşı hümanist bir çerçevede ortaya koyulan mimarlık ürünleri aracılığıyla, mimarın aynı zamanda deneysel çalışmalar da gerçekleştiren bir kimliğe bürünmesine yol açar. Bu doğrultuda, lüks konutların dışında, endüstrileşme ile birlikte kentin sosyolojik ve fiziksel olarak yaşadığı yıkıma karşın yoğun nüfus ve konut problemini çözmek amacıyla Mies Van der Rohe'un tasarım yönetmenliğini üstlendiği sergi ve projelendirme süreci gibi çalışmaları, bu yeni mimarın edindiği toplumsal sorumluluklarına işaret eder. İlk aşamada ulusal olarak planlansa da, sonrasında uluslararası nitelik kazanan çalışma, yaşanan nüfus artışının yol açtığı kötü yaşam koşullarına ve konut problemine çözüm bulmak amacıyla onyedi mimarın deneysel olarak inşa ettikleri evler ve apartman bloklarından oluşan Weissenhofsiedlung projesinde, Mies van Der Rohe'un önderliğinde, Le Corbusier, Pierre Jeanneret, Walter Gropius, Peter Bahrens ve Hans Scharoun gibi önemli modernist mimarlar yer almışlardır.

Bu bağlamda, akılcı, bilim ve mantık ilişkisi özünde geliştirilen modernist mimarlık söylemi, kaygısı sadece mimari ürün üretmek olmayan, toplumsal, kentsel, endüstriyel vb. diğer alanlarda da düşünmeye meyilli ve sözü olan yeni bir mimar kimliği ortaya çıkarmıştır. Mobilyadan heykele, konut gibi tek yapıdan kent planına kadar, tüm tasarım ölçeklerinde tasarım ve üretim yapabilen bu yeni mimar kimliği için, tasarım kavramı bütünsel bir olgudur. Tasarım ürünü olabilecek herşeyi kapsayacak biçimde geniş ölçekli bu tasarlama yetisi, aynı zamanda mimarın toplumsal sorumluluk sahibi, kuramcı, şehirci, eğitimci, yapı ve endüstri tasarımcısı, mobilya tasarımcısı vb. gibi çeşitlenen kimliklere sahip olmasını da beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda, günümüz mimarının çoğullaşan kimliklerinin altyapısını oluşturan modernizm, geleneksel mimar kimliğinin içerisine girdiği çözülme sürecinin yanı sıra, giderek çeşitlenecek olan alt kimliklerin oluşumuna da işaret eder.

4.2. Çözülmenin Edinimi: Günümüz Mimarının Çoğul Kimlikleri

"Mimarlık size ne inşa edebilir diye sormayın, sizin için ne yapabilir diye sorun.
Nereden müşteri bulabilirim diye sormayın, nerede bana ihtiyaç var diye sorun.
Mimarlık yapmayın mimarlığı keşfedin…"

Bouman

Bir "yapma, inşa etme" edimi olan mimarlık, özellikle Rönesans'tan itibaren, "yaratma" eylemi üzerinden, kendine meşru bir zemin oluşturma çabası içerisinde olmuştur. Bu çabada, tasarım ve inşa süreçlerinin en önemli parçasını oluşturan mimar da, daima yaptığı işi "anlamlı kılma" arzusuyla, kendine bir "yaratıcı/yaratan" özne olarak rol biçmekle birlikte; bu eylemin meşruiyet zemini ise, mimarlığın gerçekte ne olduğu üzerine yapılan çeşitli tanımlamalar aracılığıyla inşa edilmeye çalışılmıştır. Bu inşa sisteminde, mimarlık ne kadar geçmişe kökenlenirse, ne kadar geniş kapsamlı olursa ve ne kadar toplumla ilişki kurarsa, sistemin de o kadar güçlü nitelikte olduğu düşünülmüş; ve bu niteliğin sarsılmaz gücünün ise, zaten mimarlık etkinliğinin "özünde" bulunan yaratma eylemi ile ilişkisinden kaynaklandığı varsayılmıştır. Bu bağlamda, mimarlık üzerine yapılan tanımlamalar da, yaratma eyleminden aldığı güçle

birlikte, kutsallık, bütünsellik, yücelik vb. kavramlar aracılığıyla, sürekli biçimde -günümüzde bile- yinelerek üretilegelmiştir.

Bu üretimlere göre, bina yapımıyla gerçekleştirilen tinsel bir düzen olarak görülen mimarlık, insanın en soylu düşüncelerinin, coşkusunun, insanlığının, inançlarının ve dininin kristalleşmiş anlatımıdır (Gropius, 1991, s. 33). Bu anlatım, insan bedenince belirlenen ideal düzen tarafından hükmedildiği dereceye kadar, kozmik düzen tarafından oluşturulan düşüncenin kusursuz birliğini taklit eden (Rubio, 1997, s. 166) mimarlığın, duyguları, düşünce ortamı aracılığıyla heyecanlandıran hisler bütünü olarak, tüm sanatların en eski ve yüce olanı olduğu düşüncesi üzerine inşa edilir (Loudon, 1834, s. 294). Mimarlık mesleğini, diğer tüm profesyonel mesleklerden ayıran en temel olgu olan, diğer mesleklere nazaran görece sahip olduğu varsayılan "üstünlük" de, bu "yüce"liğinden kaynaklanır. Dolayısıyla, yapılan tanımlarda, mimarlık hiçbir zaman, diğer profesyonel uzmanlık alanları ile eş bir yere konumlandırılmaz ve hiçbir zaman "herhangi" bir profesyonel mesleki alana işaret etmez. Aksine, daima, diğer mesleki alanların profesyonel sınırlarından ve kapsamlarından fazlasını içerir, neredeyse yaşamın temel koşullarından biri olarak, toplumla başat bir rol atfedilir. Mimarlığın, insanlığın varoluşunu ve bu varoluşun sürdürülmesini olanaklı kılan önemi de buradan kaynaklanır; -en azından mimarlık üzerine yapılan çeşitli tanımlarda böyle ifade edilir.

Bu bağlamda, insanları mutlu edecek türden yaşanabilir çevreler yaratma mesleği ve sanatı olan mimarlık etkinliği, keyifli olduğu kadar da zor ve ciddi bir iştir (Hasol, 2012, s. 10). Bu kadar zor ve ciddi olması ise, yaratımı olan sonuç ürünün yalnızca fiziksel bir mekân olmaktan öte, insanın psikolojik ve ruhsal yönüyle olan bağıntısından kaynaklanır. Bu doğrultuda, mimarlığın fiziksel ürünleri, temel olarak insan eylemlerini kendi içerisinde barındırdığı gibi (Ching, 2011, s. IX), Le Corbusier'ye göre, mimarlık, ham malzeme aracılığıyla duygusal ilişkiler kuran, yarara dönük gereksinimlerin ötesinde yer alan, plastik nesne, düzen ruhu, bir amaç birliği, ilişkilerin anlamı ve tutku, cansız taştan coşku yaratan olgular bütününe işaret eder. (Corbusier, 1991, s. 47) Duygulara ve yarattığı hislere dair, Arthur Korn, 1923 tarihli Çözümleyici ve Ütopyacı Mimarlık adlı deneme yayında, mimarlığı, düzenleme eğilimi, güdüye yönelen müzik, kucaklama ve çözülmeyi ifade eden bir simge olarak değerlendirir. (Korn, 1991, s. 62)

Mimarlık, makine gibi, metro gibi anlamlı kolektif bir yapıdır. Bu kolektif yapısı da, öğesel, ekonomik, işlevsel ve biçimi olmayan açık sistemler bütünü olmasından kaynaklanır (Korn, 1991, s. 62). Yücel, mimarlığın sahip olduğu bu sistem bütünlüğünü, iki kategoriye ayırarak ele alır. Bunlardan ilki, tektonik düzeyde yapı ya da daha kültürel/arkitektonik düzeyde mimari olan "nesne olarak mimari"; ikincisi ise kiminin mimarlık mesleği, kiminin ise mimarlık sanatı olarak tanımladığı, beceriyi, edimleri ve eylemleri, profesyonel kural, töre ve değer sistemlerini, örgütlenme bilgi ve biçimlerini, rolleri-statüleri, yetki ve sorumlulukları içeren "inşa etme eylemi"nin kendisidir (Yücel, 2004, s. 13).

Bu noktada, mimar, mimarlık olgusunu ve eylemini icra eden rol sahibidir. Le Corbusier'ye göre, mimarın bu rol sahipliği, biçimleri düzenleyerek kendi ruhunun katıksız yaratısı olan bir nizam gerçekleştirmesi, biçimlerle ve kalıplarla duyularımızı derinden etkilemesi ve plastik duyguları uyandırması, yarattığı ilişkilerle içimizde yankılar uyandırması, kendi dünyamızınkiyle uyumlu olduğunu sezdiğimiz bir düzenin ölçüsünü vermesi ile kalbimizin ve kavrayışımızın değişik devinimlerini belirlemesinden kaynaklanır (Corbusier, 1991, s. 45-47)

Bu bağlamda, John Evelyn'a göre, mimarlık sanatı dört özne tarafından somutlaştırılır. Bunlardan, ilki olan *architectus ingenio*, mimarlık tarihini, geometri ve çizim tekniklerini, yeterli derecede astronomi, yasa, tıp, optik vb. konuları bilen kişi olan yönetici/idareci mimardır. İkincisi olan, *architectus sumptuarius*, "para cüzdanı dolan ve taşan" kişi olarak patron mimarken; üçüncüsü olan *architectus manuarius* ise, esnaf, zanaatçı ve işçiye işaret eder. Dördüncüsü olan *architectus verborum*, -kendisinin de yer aldığı- kelimelerin mimarı, dil zanaati becerisi olan, mimari hakkında sözel üretimde ve yorumlarda bulunan kişidir (Çiçekoğlu, 2016, s. 66). Zaten, günümüzde mimarının tek bir ifade ve rol üzerinden tanımlanamayışı da bundan kaynaklanmaktadır. Mimar, artık yalnızca tek etkinlik alanında faaliyet gösteren bir özne değildir; mimar kimi zaman bu rollerin hepsini, kimi zaman ise birkaçını üstlenmektedir. Mimar, artık çoğul kimliklere sahip profesyonel bir meslek insanıdır; varoluşunu da mesleki etkinliğinin gerekli kıldığı çeşitlenen ve farklılaşan pozisyonlar üzerinden gerçekleştirdiği üretkenliği ile tanımlar. Bu üretkenlik alanının çeşitliliğinin geniş sınırları da, -karşılıklı biçimde- bir yandan çoğullaşan mimar kimliklerinin çeşitlenen alt kimliklerinin sürekli biçimde genişleyerek artmasına, daha da çoğullaşmasına neden

olur. Bu bağlamda, mimar kimi zaman hem tasarımcı, *star*, patron, çalışan, akademisyen, aktivist ve yazardır; kimi zaman ise kimliğini yalnızca biri veya birkaçı üzerinden tanımlayan mesleki bir aktördür.

Bu çoğul kimlikleri meydana getiren etmenlerin başında ise, mimarın tasarım gücü gelir. Hiçbir parametrenin ve piyasa şartlarının düşünülmediği bir ortamda kendini var eden bir pratik olarak tasarım, mimari rollere ve kabullenmelere bağlı, mimarın tasarımcı özne olarak anılmasının altyapısını oluşturur. Benzer biçimde, Tanyeli de, tasarımın, yapının kendi ekonomik anlamının dışında, yapıyı eşdeğerlerinden farklı kılan ve bir yapıyı projelendirme aracı olan etkinliği tanımladığından söz eder (Tanyeli, 2017, s. 82). *"Alışılagelmiş günlük nesnelerden, mobilyadan mimarlık ve peyzajdan kentsel planlamaya kadar uzanan ve insan yaratıcılığına dayalı olarak çevreye estetik bir uyum getirmeyi amaçlayan üretim etkinliğidir."* (Hasol, 2009, s. 199). Bu bağlamda, tasarımcı mimarın eylem alanı da, yalnızca mimari pratiğinin tanımladığı yapı etkinliklerinden meydana gelmez; her türlü üretim ve tüketim nesnesi, mimarın tasarım yetisinden hakkını alır. Böylelikle, mimar tasarımcının etkinlik alanı oldukça geniş bir boyuta ulaştığı gibi; mimar da, mimarlığın işaret ettiği yapı üretimi dışında, tasarım olgusunun yer aldığı her eylemde kendine yer edinir, -daha doğrusu- kendine eylem alanı yaratır.

Velde'nin erken modern dönemdeki grafik tasarımları veya Poelzig tarafından yapılan Golem filminin set tasarımı gibi örnekler, tasarımcı mimarın sahip olduğu bu etkinlik alanını göstermesi açısından önemlidir (Tanyeli, 2017, s. 82). Bu bağlamda, Velde, mesleki yaşamının son zamanlarında grafik tasarım alanına odaklanmış ve 1898 yılında Tropon adındaki gıda firması için reklam posterleri hazırlamaya başlamıştır. Tasarımcı mimarın, modern iletişim teknikleri aracılığıyla sahip olduğu bu yeni tasarlama alanı, hem mimar öznenin işaret ettiği hem de firmanın değeri açısından karşılıklı bir alışveriş süreci tanımlar. Öncelikle, firmanın kurumsal imajını oluşturan çeşitli grafik tasarımlar için bir mimara başvuruluyor olması, mimar öznenin kimliğini, grafiksel olarak imge niteliğine dönüşmekle birlikte, aynı zamanda da yaratılan bu mimar imgesinin taşıdığı değeri öne çıkarması açısından önemlidir. Bu süreçte, gönderim, ürün tanımı; gönderim aracı ise mimar imgesidir (URL-13) Dolayısıyla, günümüzde mimarın edindiği çoğul kimlikler ve roller arasından, tasarımcı olarak sıyrılabilmesinin nedeni, sahip olduğu yeteneği değil; mimarlık ürününün ortaya çıkma

evresindeki araçsal bir eleman niteliğindeki tasarım sürecidir. Burada, mimarlık ürünü, işveren için tıpkı diğer alanlarda olduğu gibi, herhangi bir ekonomik faaliyetin nesnesi haline dönüşürken; tasarım ise, ekonomik kazancın yanı sıra, ekonomik faaliyetin marka ve reklam aracılığıyla kazandığı yayılım alanı için belirleyici olan olgudur (Tanyeli, 2017, s. 82).

Tasarımın ve tasarımı gerçekleştiren birey olarak tasarımcının ön plana çıkarılması ise, günümüzde, ekonomik faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde ve arttırılmasında önemli rol oynayan ürün tanıtımı ve pazarlama stratejileri ile ilişkili görünür. Bu pazarlama stratejileri, artık bir ekonomik faaliyet nesnesi haline gelen mimarlık ve/veya tasarım ürününün, mimar ve tasarımcı öznenin bireysel olarak sahip olduğu ün ve bu ünün ön plana çıkarılması aracılığıyla üretilmektedir. "Prestijli" bir projenin reklam afişlerinde veya gazete haberlerinde, tasarımın hangi ünlü mimara ait olduğu ve mimarın bugüne kadar yaptığı diğer prestijli işlerin yanı sıra, eğitimi ve aldığı ödüller vb. gibi mimara özgü özel bilgiler de, tasarım ürünüyle birlikte yer alarak reklam niteliğine dönüşür. Pazarlama ve bağlantılı olarak markalaşma stratejileriyle bağlantılı bu durum, bir yandan da, ismi ön plana çıkarılan mimar ve tasarımcı öznenin ün kazanmasına ve sahip olduğu ünü daha da arttırmasına neden olur.

Aslında mimarın "ün" sahibi olması ve "ünlü mimar" kavramının varlık kazanmasının kökeni Rönesans'a kadar temellendirilebilirse de; söz konusu ün kavramı günümüzde, *"star"* olma durumuna işaret etmektedir. Bu bağlamda, *"star mimar"*ın ünü, toplumsal yapıdaki yapım-yıkım şemasına bağlı olarak değişen sosyolojik ve ideolojik yapılar, küreselleşme pratikleri ile değişen üretim ve yaşam koşullarıyla bağlantılı olarak, kentlerin mimari ürünler aracılığıyla dünya ölçeğinde kendilerine yer edinme çabaları ile tanımlanmaktadır. Mimarın tanrısal güç merkezli şekillenen "yaratan" kimliğiyle yüceltildiği İmhotep'ten Alberti'ye, Walter Gropius'a kadar uzanan tarihsel literatürde yer alan isimler, eserleri ve çalışmalarıyla, en önemlisi ise mesleki çabalarıyla tanınmış ünlü mimarlardır. Ancak, mimarın *star* olma durumu, ünün, etki-tepki arakesitinde, tanınmışlığın eyleme dökülmüş hali olarak belirir.

Mimar, savunduğu mimari yaklaşımlarını, hayat görüşünü, mesleğine dair ideolojik tutumunu medya aracılığıyla toplumsal ölçekte görünür kılarak, ün sahibi olmaktadır. Ün sahibi olmanın getirdiği tanınmışlıkla oluşturduğu kendi marka değerini

de, reklam ve pazarlama araçlarıyla arttırarak sürekli hale getirmekte; ve marka değeri taşıdığının bilinciyle, "ünlü" olmanın bir adım ötesine geçerek *"star"* haline dönüşmektedir. Zaten, *starlaşma*nın öncelikli kıstası, mimarın, *star* olmanın farkındalığı ve geniş kapsamlı mesleki etkinliklerini bu farkındalık ile bağlantılı olarak gerçekleştiriyor olmasıdır; *star mimar* ile ünlü mimar arasındaki temel söylem farklılıkları bu farkındalıktan ileri gelmektedir. Ayrıca, *star mimar*dan hizmet satın almak, hem işveren açısından hem de mimar açısından, sahip olunan prestiji daha da yükselten bir olgudur. Bu bağlamda, Tanyeli'ye göre, Le Corbusier ve Gropius gibi döneminin önde gelen mimarlarının hiçbiri *star mimar* olamamış, ancak "avangard tasarımcı"lar olarak yer almışlardır. Sahip oldukları entelektüel nitelikleri nedeniyle müşterileri nazarında saygınlık kazanmış olmakla birlikte; müşterileri de avangard bir tasarımcıya müşteri olmanın verdiği hazla, bir anlamda entelektüel yatırım yapmaktadır (Tanyeli, 2017, s. 89). Bu bağlamda, tasarımcı star mimar, sahip olduğu ün aracılığıyla, dünyanın farklı yerlerinde bu ünü daha da pekiştirmesini sağlayacak olan çeşitli üretimler gerçekleştirme olanağı bulmasının yanı sıra; tasarımcı *star mimar*ın üretim etkinliği, yalnızca mimari yapılarla sınırlı değildir, entelektüel ve tasarımcı kimliğine bağlı olarak tasarım ürünü olan her türlü nesneyi tasarlama becerisiyle donanmıştır. Tasarımcı star mimar kimliğinin son yıllardaki en önemli temsilcilerinden biri olan Zaha Hadid, meslek hayatı boyunca mimarlık gündemine yöne veren yapılarının yanı sıra, musluk, duvar kâğıdı, sandalye, vazo vb. gibi birçok ünlü firmaya ait ürünlerin tasarımlarını da yapmış; Frank Gehry ise, 1992 yılında ünlü Knoll firması için, malzeme ve tasarımı entegre ederek, yapısal ve estetik açıdan hafif olan mobilya koleksiyonu tasarlamıştır. (Şekil 8)



Şekil 8: Frank Gehry Knoll firmasına tasarladığı mobilya maketiyle (URL-14)

Aslında, günümüz mimarlık söylemlerine damga vuran star mimar kavramının varlık kazanması, mimarlık alanında olduğu kadar, her türlü güncel meslek alanı için belirleyici olan küreselleşme olgusu ile ilintilidir. Metropol kentlerin, küreselleşme pratiklerinin yol açtığı rekabet ortamı içerisinden sıyrılmaları için başvurulan en etkili yollardan biri, *star mimar*lar tarafından ortaya konulan tasarım ürünleridir. Bu bağlamda, küresel kentlerin diğer kentler arasında ön plana çıkmaları -ve bir anlamda *starlaşma*ları- isteğiyle, her türlü kentsel ve mimari üretim için ünlü mimarlara başvurulmakta; marka kentler yaratma çabasıyla da, mimar, reklam aracı olarak kullanılmaktadır. Böylelikle, mimar, bir yandan ün sahibi olurken; bir yandan da *star mimar* kavramı aracılığıyla, tıpkı mimarlık ürünü gibi mimarın kendisi de bir meta haline dönüşmektedir. Herhalde, 2005 yılında İstanbul'da gerçekleştirilen 22. Dünya Mimarlık Kongresi'nde, Peter Eisenman'ın, Galatasaray forması giyerek yapmış olduğu konuşma, bu durumun en iyi göstergesi olmalıdır. Kılınç, bu durumu şöyle ifade eder: *"İstanbul'daki 22. Dünya Mimarlık Kongresi'nin sıkışık programı içinde kendilerine yer bulmaya çalışanların biraraya gelebildikleri ender ortamlardı ana konuşmalar. Genç mimarlardan, bürolardan ya da teorisyenlerden çok, yine yaşça geçkin 'star'ların çoğunluğu oluşturduğu bir konuşmacı kitlesi davet edilmişti İstanbul'a. Günümüz mimarlığına, kent plancılığına, mimarlık kültürüne ve İstanbul'a değin ne söyleyecekleri merak konusuydu gerçi ama, ünlü mimarları ilk defa görecek öğrencilerden başka kimsenin bir sürpriz beklediği de söylenemezdi. Öte yandan, Peter Eisenman, hem mimarlıkta 'star'lık döneminin sonunu ilan eden vaazıyla, hem de içinden Galatasaray forması çıkan bol alkışlı şovuyla ana konuşmacıların da 'star'ı olarak öne çıkan isim oldu."* (Kılınç, 2005). Böylelikle, Eisenman, giydiği formayla birlikte, kendine yalnızca mimarlık gündeminde değil; aynı zamanda başta spor alanı olmak üzere çeşitli platformlarda yer bulmuştur (Şekil 9). Bu durum, Eisenman'ın çok sayıdaki medya kanalında haber olmasına neden olduğu gibi, *star mimar* kavramının varlık kazanmasına temel oluşturan, medya ve öz pazarlama pratiklerinin arakesitinde kurulan ilişkiyi de açıkça göstermektedir.



Şekil 9: Peter Eisenman'ın 22. Dünya Mimarlık Kongresi'nde Galatasaray forması ile yaptığı konuşmanın haberi (URL-15)

Diğer taraftan, mimar bir *star* haline dönüştükçe, mimari etkinlik alanları da genişlediği ve çeşitlendiği kadar, ortaya koymuş oldukları mimari ürünleri de birer *star* haline dönüşmektedir. Mimarın, kendisi gibi yapıları da, bir anlamda güncel "mimarlık modası"nı belirlemekte ve "ikon" olarak yeni nitelikler kazanmaktadır. *Star mimar*lar tarafından tasarlanan bu *ikonik* yapılar, hem işverenin prestijinin artmasına neden olurken; hem de çağdaş mimarlık eserleri olarak bir *star mimar* tarafından tasarlanmalarının getirdiği prestijin somut göstergeleri haline gelmektedirler. Bu bağlamda da, küreselleşme dinamikleri ile belirlenen rekabet ortamında, kentlerde ne kadar çok *ikonik* yapı gerçekleştirilirse, kentlerin de prestijlerinin bir o kadar arttığı ve marka değerinin yükseldiği varsayılmaktadır. Dolayısıyla, *star mimar*lar tarafından gerçekleştirilen bu *"star yapılar"*, mimarın, işverenin ve yapının olduğu kadar, kentlerin de küresel ölçekte dünyaya isimlerini duyurmaları ve açılmaları anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, Frank Gehry'nin Bilbao Guggenheim Müzesi, Zaha Hadid'in Roma MAXXI Müzesi ve Rem Koolhaas'ın CCTV binası gibi star mimarlar tarafından üretilen yapılar, mimari niteliklerinden öte, tasarlayan *star mimar*ın ünü ve *ikonik yapılar* oluşları aracılığıyla, mimarlık gündemine damga vurmaktadırlar.



Şekil 10: MAXXI-Museum of XXI Century (URL-16)

Mimarın ve mimarlığın bir ekonomik faaliyet metası haline geldiği günümüz mimarlık ortamında, her ne kadar mimarlığın özünü tasarım oluştursa da, gerçekleş(tiril)mesini sağlayan temel şart ekonomik parametrelerdir. Dolayısıyla, her şeyin tüketim nesnesi haline geldiği bu şartlar altında, mimarlık etkinliği de ekonomik yapının belirlediği, rekabete, işverene ve piyasa dinamiklerine bağlı olarak şekillenmektedir. Bu durum ise, müşteri-işveren dinamikleri ile ilintili olarak, kendi ofisine sahip olan patron-mimar ya da bu ofislerde görev alan çalışan-mimar olarak kendine bir kimlik tanımlamasına neden olmuştur. Mimarlık üzerine yapılagelen çeşitli tanımlamalarda, mimara atfedilen liderlik rolü ve yönetme gücü, sanat ile içiçe bir eğitim almış olan mimarın, mesleki pratik ortamında üstlendiği organizasyonel pozisyona işaret etmektedir. Bu doğrultuda, yaratıcı özne olarak tüm bu nitelikleri bünyesinde barındıran mimar için yapılagelen "orkestra şefi" tanımının, halen oldukça yaygın biçimde kullanılan bir metafor olduğu gerçeği, mimarın yönetici kimliğine işaret etmektedir.

2013 yılında ARKIMEET kapsamında gerçekleştirilen "Mimarın Çalışanı/Patronu Olur mu?" başlıklı panel, bu doğrultuda, mimarlık ofislerinde yer alan patron-mimar ve çalışan-mimar kavramlarına dair tartışmaları ortaya koyması açısından önemli görünmektedir. Mimarlık ofislerinin çalışma koşulları ve işleyişleri, işverenler, ofislerin kurucusu ve sahibi olan patron-mimarlar, ofislerde mimari üretimi gerçekleştiren çalışan-mimarların üstlendikleri rollerine ilişkin deneyimlerin aktarıldığı bu panelde; Şevki Pekin, ofis sahibi bir patron-mimar olarak, tüm tasarım süreçleri de dahil olmak üzere en ufak ayrıntıya bile müdahale ettiğini, *"Benim gibi herşeye müdahale eden bir mimarla çalışmak korkunç olmalı."* biçiminde ifade eder. Pekin, bu özeleştirisine dayanarak, ofis çalışanlarının uzun süreden beri burada çalışıyor

olmalarını bir ikilem olarak değerlendirmekle birlikte; düzenli çalışma saatlerine dikkat çeker (URL-17).

Nevzat Sayın ise, ofis çalışma saatlerinin esnekliğinden kaynaklanan çalışma düzeninin olumsuzluklarına işaret ederek, özellikle az kişinin çalıştığı küçük bir ofis olmaya çalıştıklarını ve stajyer bile kabul etmediklerini belirtir. Bunun en temel nedenini ise, *"ofisteki çalışma ortamında, herkesin her işi detaylıca öğrenebilmesi"* olarak açıklar (URL-17). Bu doğrultuda, patron-mimarın yönetici konumunda olduğu mimarlık ofislerinde, çalışma saatleri ve çalışma koşulları gibi ofis düzenine ilişkin kararların yine patron-mimarlar tarafından alınması, mimarın sahip olduğu yöneticilik nosyonuna işaret eder. Patron-mimar, tasarımcı kimliğinin yanı sıra, "orkestra şefi" betimlemesinin öngördüğü gibi, ofisin belirli bir kolektif düzen içerisinde işleyişini de yönlendirmektedir. Dolayısıyla, patron-mimarın yönetici -yani, patron- olma durumu, "başmimar" olarak aldığı tasarım kararları doğrultusunda çalışan-mimarlar tarafından sürdürdürülen ofis etkinliğinin koordinasyonunu da ifade eder. Her ne kadar, bu durum, bir yandan da, Beaux-Arts'tan itibaren süregelen mimarın master/üstad olarak ve ortaya çıkan ürünün ise yapıt olarak tanımlandığı mimari geleneği akla getirse de; mimari ürünün tekil üretim yerine, ortak uyum ve iletişimin tanımladığı bir üretim süreciyle ortaya konması kolektif bir deneyimdir. Ancak, yine de söz konusu kolektiflik, ofis içi hiyerarşiler temelinde varlık kazanmaktadır. Aksayan'a göre de, yönetime ilişkin problemler mimarlık ofislerinin en büyük sorunu olmakla birlikte, *"hiyerarşi olmadan, tasarımla yönetim işinin aynı anda yürütülebildiği bir ofis ortamı"* bulunmamaktadır (URL-17).

Benzer biçimde, bir patron-mimar olarak, Tabanlıoğlu da, iş yeri açmanın birçok soruna yol açmak, mimarlık ofisi açmanın da bir müessese açmak anlamına geldiğini belirtir. Mimarlık mesleğinin, uygulamaya dayanan pratik bir alan olarak, mutlaka müşteri ilişkileri bağlamında yürütülerek tecrübe edilmesi gerektiği görüşüyle, bu müessesede, anlık karar alma, planlama, organize etme, liderlik etme, motivasyonu yükseltme, değişimi anlama ve yönetme işi olarak, yönetici pozisyonu ise patron-mimara yüklenmiştir. Bu bağlamda, Tabanlıoğlu ayrıca, mimar her ne kadar yönetici rolünü üstlense de, işveren-mimar ilişkilerini yürütmeye dayalı mimarlık etkinliğini gerçekleştirmenin zorluğuna dikkat çeker (URL-18). Bu bağlamda, Uluoğlu'nun yer verdiği, mimar ve işveren -müşteri- arasındaki ilişkilere dair Muammer Onat'ın

"Muammer Onat, mimarlık okulu açmak yerine, müşteri okulu açmanın çok daha yararlı bir hizmet olacağını söylerdi." ifadeleri, mimarın işverenle olan "imtihan"ını göstermesi açısından önemli bir söylemdir. Mimar için meslek ideolojisinin hâkim olduğu tasarlama algısı ile işverenin sahip olduğu tasarım algısı arasındaki farklılıklara dayanan bu ilişki, işverenin ifadesiyle "mimarların uçması" ve işverenlerin ise "ayaklarının yere sağlam basması" isteğiyle ortaya çıkan gerilimin ifadesidir (Uluoğlu, 2017, s. 70).

Diğer taraftan, Uluoğlu, mimarlık ofislerine dair değerlendirmesinde, mimarlık ofislerinin yaşadığı gerilimlerin öncelikli olarak müşteriler/işverenler, ikinci olarak ise yönetmelikler veya bunlarla bağlantılı çeşitli durumlardan kaynaklandığını belirtir. Bu gerilim ise, aslında, ilk olarak mimarlık etkinliğinin gerçekleştirilmesini olanaklı kılan müşteri/işverene ulaşılması aşamasında ortaya çıkmakla birlikte; süreçte yaşanan karşılıklı diyaloglar ve anlaşmazlıklar, söz konusu mimari etkinliğin ürüne dönüşmesinde tasarım olgusundan daha etkin bir süreci tanımlamaktadır. Bu durumdan yola çıkarak, Uluoğlu, mimarlık ofislerini, mimarlık hizmeti veren ve ürün odaklı olmak yerine müşteri odaklı-tasarım anlamında ön plana çıkamayanlar ile tasarım odaklı olup, ortaya koyduğu ürünün niteliği ve içeriğini ön plana yerleştiren, hizmet verdiği ofis içerisindeki yaklaşımıyla bir mimarlık kültürü oluşturmayı amaçlayanlar diye iki başlıkta kategorize eder (Uluoğlu, 2017, s. 71-72). Bu bağlamda, ünlü mimar ve/veya *star mimar* olarak nitelendirilen tüm mimarların, hemen hemen tamamının mimarlık hizmeti veren bir ofis sahibi oldukları ve Uluoğlu'nun değerlendirmesine göre, tasarım nitelikleri başta olmak üzere çeşitli birçok parametreye bağlı olarak gerçekleştirdikleri ürünler ile ön planda oldukları bilinen bir gerçektir. Ancak, Rand'ın The Fountainhead adlı kitabında yer verdiği, Roark ile Dekan arasında geçen diyalog, bu ilişkiselliği ortaya koyması açısından büyük önem taşır: *"Müşteri dedi Dekan. Müşteri. Her şeyden çok onu düşün. Yapacağın evde yaşayacak olan o. Senin tek amacın ona hizmet etmek. Onun isteklerine, uygun sanatsal ifadeyi kazandırmaya çalışmalısın. Bu konuda tek söylenebilecek şey bu değil mi?"* (Rand, 2003, s. 17).

Hasol ise, tüm bu söylemlerde yer verilen "müşteri" kavramının kullanımına itiraz ederek; "müşteri" kelimesinin, bir malı almak isteyen ya da satın alan kişiye işaret ettiğini belirtir. Hasol'un eleştirisi, serbest meslek alanında bir satış değil, onun yerine bir hizmet söz konusu olduğundan, müşteri kelimesinin meslek sahipleri ile birlikte

kullanılmaması gerektiğine dairdir. İngilizce *"client"* kelimesi ile mimar ve mühendisin işvereni anlamındaki Fransızca *"maitre d'ouvrage"* kelimesinin, günümüzde her türlü üretimi domine eden tüketim ve alışveriş olgusu bağlamında, *"müşteri"* olarak dile yanlış bir çeviriyle geçtiğini belirtir. Mimarlık alanındaki bu dil problemi, mimarın, mimarlık hizmetine karşılık aldığı ücretin, "müşteri"nin, mimara satın aldığı malın fiyatını vermesi biçimindeki ifadesiyle de sürdürülmektedir. Oysa ki, mimarlık hizmetinin karşılığı fiyat değil, İngilizce *"architectural fee"* olarak ifade edilen "ücret"tir (Hasol, 2012, s. 24-25).

Hasol'un söylemleri, mimarlığın ve mimarın bir tüketim nesnesi, hızla tüketilen bir meta haline dönüştüğünü göstermesi açısından oldukça önemli bir noktaya işaret etmekle birlikte; Salt Galata tarafından gerçekleştirilen İşveren Sergisi, *"mimar ve işveren müzakerelerinin üretimlere etkisini"* tartışmaya açar. Mimar ve işveren ortaklığından doğan "doğru" uyumla gerçeklemiş işleri ortaya koymak, örneklemek ve belgelemek amacını taşıyan sergide yer verilen ODTÜ Koleksiyonu, işveren pozisyonundaki dönemin ODTÜ Rektörü Kemal Kurdaş'ın, mimarlara olan desteğini, belgeler, yazışmalar, şantiye raporları ve sözleşmeleri aracılığıyla ortaya koyar. Altuğ ve Behruz Çinici'nin ODTÜ Kampüsü proje yarışmasını kazanmalarıyla başlayan süreçte, yalnızca mimar değil, aynı zamanda işveren de etkin bir rol üstlenmiştir (URL-19). Behruz Çinici, tüm sürece hâkim olan mimar ve işveren uyumunu şöyle ifade eder: *"Buradaki deneyler ve ilk yapım cesaretleri sonucunda olmuştur. Bu da; bir mimar ile duyarlı bir kültür adamı Rektör Kurdaş'ın birlikteki çabaları ve karşılıklı saygınlığa dayalı özverili çalışmalarıyla yaratılmıştır."* (URL-20). Hatta her türlü insiyatifi mimarlara bıraktığı ve böylece büyük destek verdiği için, Kurdaş'ı "başmimar" olarak nitelendirir. Kampüsteki tüm yapıların yaklaşık 20 yıl boyunca süren inşa sürecinde, sonraki yıllarda ek yapıların, Kurdaş ile kurdukları ilişkiye karşıt biçimdeki bir mimar ve işveren ilişkisi çerçevesinde gerçekleştirilmesi nedeniyle; Çinici, ekonomik parametrelerin tanımladığı üretim bu ilişkilerinin olumsuzluklarına dikkat çeker. "*ODTÜ yerleşkesinin tasarım ve inşasında çalışırken, sonraki dönemde üniversitenin yeni yöneticilerinin, başka 5-10 mimardan da teklif isteyeceğiz, kim mimari çalışmalar için en ucuz fiyatı verirse onlara vereceğiz."* (URL-20).

Ancak, günümüzde, mimarın etkinlik alanı -belki de, hâkimiyet alanı demek daha doğru olacaktır-, yalnızca mimarlık ofisleri ve uygulamaları veya müşteri/işveren

ilişkileri bağlamında belirlenmez. Aksine, tasarımcı mimarın sahip olduğu "saf" tasarım, tasarlama ve tasarımcı yetisini aktardığı en önemli mecra, mimarlık okulları olur. Bu durum, tasarımcı ve/veya *star mimar* ile mimarlık okulları arasındaki karşılıklı bir kazanç ortamını doğurmakla birlikte, her ikisi için de beraberinde "prestij" sahibi olmakla sonuçlanır. Tasarımcı ve/veya *star mimar*ın, bir mimarlık okulunda ders veriyor olması, bir yandan o mimarlık okulunun diğer okullara görece prestijini yükselterek, mimarlık ortamındaki kabul düzeyini arttırırken; bir yandan da *star mimar*ın edindiği eğitimci nosyonu, mimari etkinlik ortamındaki artan prestijine işaret eder.

Ünlü mimarın mesleki etkinlikleri sayesinde edindiği prestijin, ürün tanıtımı ve pazarlama stratejileri ile ilintili olarak, gerçekleştirdiği projelerin reklamlarında kullanılıyor olması ve böylelikle, ismi ön plana çıkarılan mimar özne ile bağlantılı olarak, söz konusu projenin daha prestijli hale geldiği inancıyla; isminin mimarlık okullarının akademik kadrosunda yer alıyor olması da, benzer bir prestij kazanımı ortaya koyar. Üstelik bu, markalaşma stratejileriyle bağlantılı olarak, star mimarın da kendi ününe, dolayısıyla da kendi mimari ofisine ve ileride gerçekleştireceği mimari etkinliklerine katacağı prestijle bağlantılı olarak karşılıklı bir kazanımdır. Bu bağlamda, Zaha Hadid'in Columbia Üniversitesi ve Yale Üniversitesi gibi mimarlık okullarında ders vererek kazandığı eğitimci kimliği gibi; Nevzat Sayın, Han Tümertekin, Emre Arolat ve Tülin Hadi gibi ünlü mimarlar, hem tasarımcı mimar, hem patron-mimar, hem de eğitimci mimar olarak kendilerine mimarlık alanında oldukça geniş yelpazede biçimlenen çoğul roller tanımlarlar.

Tasarımcı mimarların akademide yer alması, isimlerinin ve imzalarının, endüstriyel ve mimarlık piyasasında metalaşmasının yanında, akademik olarak eğitim ortamlarına da yön verir. Akademisyen mimar olarak tanımlanabilecek bu ünlü mimar ve mimarlık okulu birlikteliklerinin en bilinenleri arasında; Walter Gropius ve Bauhaus, İstanbul Teknik Üniversitesi ve Emin Onat, Devlet Güzel Sanatlar Akademisi ve Sedad Hakkı Eldem sayılabilir. Bu mimarlar, bir yandan tasarımcı olarak mimari pratik ortamında aktif rol üstlenirlerken ve mimari pratik ortamına yön verirlerken, bir yandan da akademisyen mimar olarak sürdürdükleri kimliklerini aynı zamanda yazınları aracılığıyla da etkin biçimde ortaya koyarlar. Sedad Hakkı Eldem, gerek bir eğitimci/akademisyen, gerekse de yayınları aracılığıyla Türkiye mimarlık tarihinin

yapıtaşlarından biriyken; Tanyeli'ye göre, Emin Onat, mimarlığı araç olarak kullanarak, salt ideale ulaşmaya çalışan, aynı zamanda akademisyen, tasarımcı ve en önemlisi bürokratik rolü ile diğer çağdaşlarından ayrılan önemli bir isimdir (Tanyeli, 2007, s. 272).

Benzer biçimde, Türk mimarlık ortamı için önemli eşiklerden biri olarak tanımlanan ilk mimarlık süreli yayını olan Arkitekt -ilk yıllardaki adıyla, Mimar- dergisinin kurucularından Zeki Sayar, söz konusu yayıncı kimliğinin yanı sıra, tasarımcı ve uygulamacı olarak çeşitli ürünler de ortaya koymuştur. Sayar, bu durumu, tüm meslek hayatının çizmek, yapmak ve inşa etmekle geçtiğini belirterek; mimarın tasarladığı yapıyı sonuna kadar götürmesi gerektiğini, işi ancak inşa ederken öğrenebileceğini ifade eder. (Tanyeli, 2007, s. 141)

Akademisyen mimarın, aynı zamanda sahip olduğu bu yazar ve kuramcı kimliği, Alberti'den başlayan örneklemeleriyle başlamakla birlikte; Adolf Loos'un manifester nitelikteki Süsleme Suçtur başta olmak üzere çalışmaları, Le Corbusier'nin özellikle şehirci mimar olarak ortaya koymuş olduğu kuramsal çalışmaları ve kitapları yayıncı ve kuramcı mimar kimliklerinin başlıcaları arasında sayılabilir. Bauhaus'un etkinlik alanıyla ön plana çıkan Walter Gropius'un da, tasarımcı kimliğinin yanında, uygulamacı, akademisyen, kuramcı, yazar olarak gerçekleştirdiği üretimleri, mimarın sahip olduğu çoğul kimlikleri ortaya koyması açısından oldukça önemlidir.

Diğer taraftan, Gropius, Behrens ve Le Corbusier gibi isimlerin yer aldığı CIAM oluşumu ve kongreleri ile birlikte, devamında gerçekleştirilen çeşitli konut ve şehircilik alanındaki üretimlerinin, toplumun daha iyi şartlarda yaşama hakkı vurgusuyla gerçekleştirilmeleri, mimarın tasarımcı, kuramcı, şehirci vb. diğer kimliklerinin yanı sıra, toplumsal bir yaklaşım ile hümanist tavrın birleştiği bir duruma işaret eder. Bu bağlamda, konut ve yaşam standartlarının iyileştirilmesi yolundaki çeşitli mimari üretimler aracılığıyla, asıl olarak hedeflenen, mimarlık eylem alanının, toplumun ve insanlığın yararına olması gerçeğidir. Bu olgu, mimarın, mimarlık eylemini gerçekleştirirken, topluma karşı olan sorumluluğuna ve dolayısıyla da, mimarlık olan eylemini eleştirel gözle değerlendirerek edindiği, aktivizm ve hümanizm ekseninde biçimlenen bir kimlik oluşumuna yol açar. Tanyeli'ye göre, mimarlık ortamına yönelik yeni bir farkındalık ve bilinç geliştirerek, fiziksel ve toplumsal çevrenin

yapılandırılmasında alternatif biçimler önermenin yanı sıra, çeşitli topumsal sorumluluk projeleri içerinde yer almak, mimarın bu aktivist rolünün inşa süreçlerini oluşturur (Tanyeli, 2017, s. 91). Bu kapsamda, kendi isteği ve amaçladığı bir biçimde, çizgi dışı olması, modernist ve postmodernist yaklaşımlara yönelik eleştirel nitelikteki çıkışları ve tutumu ile Turgut Cansever'i bir aktivist mimar olarak değerlendirir (Tanyeli, 2007, s. 194).

İnsanların kendine ait bir yaşam alanı oluşturmasıyla ortaya çıktığı varsayılan mimarlık, çağlar boyunca çeşitli mimari üsluplar ve bezemeler, oranlar, tanrılaştırılan iktidar odakları, sanayileşmeyle birlikte el işçiliğinin değer kaybederek endüstriyel tasarımların ön plana çıkması, kimi zaman akıl üstü biçimlenene ütopyalar vb. gibi çeşitli olgular çerçevesinde ortaya konmuşsa da; tüm bu mimarlık eylemlerinin asıl odak noktası her zaman için insan ve toplum olagelmiştir. Hatta, Behruz Çinici, mimarın, kağıt üzerindeki tasarımının gerçek fiziksel bir ürüne dönüşme sürecinde, insan ve toplum ilişkilerinin belirleyici etkisini şöyle ifade eder: *"Ülkemizde insan ilişkileri mimar ile eseri arasında uçurumlar açar. Çizgiler tatbikata zor geçer, bunun içindir ki pek çok eserimiz çizgiden öteye geçememiştir."* (Ekincioğlu, 2001, s. 89).

Bu bağlamda da, aktivist mimarın varlık kazanması, öncelikle toplumu ve meslek insanlarını bilinçlendirmek, mimarlık ortamına ilişkin eleştiriler aracılığıyla mesleki disiplini yeniden biçimlendirmek gibi amaçlarla edindiği toplumsal sorumluluğu ile ilintilidir. Buna bağlı olarak da, mimarın, mesleki bilinci aracılığıyla toplumsal bir bilinç oluşturma yolunda kendine yüklediği bu misyon, mesleki ahlak ve etik çerçevesinde edindiği bir roldür. Şentek, mimarın toplumsal sorumluluğunu ortaya koyan bu rolün, yakın zamanlı neoliberal politikaların ve bu politikalara paralel olarak biçimlenen postmodernist yaklaşımların mimarlık ortamındaki varlığına bir tepki olarak, mesleki etik alanında yeni görüşlerin ortaya çıkarak ağırlık kazanmasıyla gerçekleştiğini belirtir (Şentek, 2015).

Kurumsal söylemi meslek odaları tarafından oluşturulan mimarlıktaki etik ve toplumsal sorumluluk olguları, büyük ölçüde mimarların aktivist yaklaşımlarını odağına yerleştirir. Bu bağlamda, 2008 yılında TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi tarafından "Mimarlık Alanında Deontolojik (Mesleki Etik) Kodlar" başlığı altında, TMMOB Mimarlar Odası Mimarlık Mesleğini Uygulama, Mimarlar Arası Dayanışma,

Mimarlık Şeref ve Haysiyetini Koruma Yönetmeliği'nden yararlanılarak, mimarların sahip oldukları mesleki etik ve toplumsal sorumluluklarına ilişkin bir içerik hazırlanmıştır (URL-21). Buna göre, mimarın genel yükümlülükleri, *"Mimar, topluma, işverenlerine, meslektaşlarına ve ürettiklerini kullananlara, bilgi ve birikimiyle, mesleki sorumluluk ve görev anlayışı ile hizmet vermelidir."* biçiminde ifade edilirken; devamında ise, mimarın mimarlıkla ilgili sanatlara karşı pozitif bir tutum sergilemesi ve yapı endüstrisinin mevcut bilgi birikimine katkı sağlaması gibi sorumlulukları olduğu belirtilmiştir (URL-21). Mimarın bir meslek insanı olarak, öncelikle meslek alanı içerisindeki sorumluluklarına işaret edilmekle birlikte; bir sonraki madde, topluma karşı yükümlülüklerini açıkça ortaya koymaktadır. *"Mimar, toplum çıkarlarını korumak adına, mesleki faaliyetlerini ve sorumlu oldukları işleri ve hizmetleri düzenleyen yasaların içerik ve özlerine uymalı ve bu tür iş ve hizmetler süresince gerçekleştirdiği mesleki faaliyetlerin toplumsal ve çevresel etkilerini dikkate almalıdır."* (URL-21). Dolayısıyla, mimarın, mimarlık etkinliğini gerçekleştirirken, mimarlık üretimi olan yapının yanı sıra; topluma karşı olan sorumluluğunu da ön planda tutması gereği önemli bir husus oluşturmaktadır.

Mimarın söz konusu sorumluluğu ise yalnızca, ortaya koyduğu mimarlık ürününün kullacılarına karşı değildir; aynı zamanda işverene ve diğer meslektaşlarına karşı olan yükümlülükleri de açıkça belirlenmiştir. Buna göre, *"Mimar, gerçekleştirdiği iş ve hizmetleri bağlılıkla, bilinçli olarak, yetkince ve profesyonel bir biçimde yürütmek ve bunu yaparken gerekli dikkati, beceriyi ve titizliği göstererek bağımsızlığını, tarafsızlığını ve dürüstlüğünü korumak konusunda işverene karşı yükümlülük taşır."* (URL-21). Bu ifadenin devamında ise, mimarın, hizmet karşılığını sadece ilgili hizmet ve iş sözleşmesinde yer alan ücretlere göre alması gerektiğine yer verilir. Bir meslek insanı olaraksa, *"Mimar, bağımsızlık, tarafsızlık, mesleki gizlilik ve dürüstlük kurallarını koşulsuz benimseyerek mesleğin saygınlığını korumakla ve mesleğin itibarını zedeleyecek her türlü tutum ve davranıştan kaçınmakla yükümlüdür"* (URL-21).

BÖLÜM 5. MİMAR KİMLİĞİNİN MODERN MİMARLIK MEDYASINDA TEMSİLİ

İletişim olgusu, insanlık tarihinin başlangıcından itibaren, yaşamın sürekliliğinin özünü oluşturmuş; sahip olunan bilgi ağı ve nesilden nesile aktarılışı ise bilimsel eylemlerin gerçekliği ile var olagelmiştir. İnsanların konuşma yetisinin sonucu olarak kurduğu sözlü iletişimle başlayan bilgi aktarım sürecinde, yazının bulunmasıyla birlikte yazılı iletişime dönüşümü, söylencesel tarihin alternatifi olarak önemli bir eşik tanımlamıştır. Böylelikle, bilginin metin halinde saklanarak, ihtiyaçlar doğrultusunda taşınmasına yönelik yeni bir ortam arayışının sonucu olarak, metnin iletimini sağlayacak olan anıt yazıtlar ortaya çıkmıştır (Çoruh & Hidayetoğlu, s. 182). Matbaanın icadı ile birlikte, yazılı metinlerin dönem şartlarına göre oldukça hızlı dolaşımı, ortak veya farklı tarihlere ve geçmişlere sahip insanların farklı biçimlerde simgelenmiş kültürel kodlarla biraraya gelmesine olanak tanımış ve iletişim ortamını da, ortak bir değer haline dönüştürmüştür. Endüstrileşmenin getirdiği ulaşım ve teknoloji imkânlarıyla birlikte, yazılı ve görsel iletişim kanallarının da gelişmesi, iletişim eylemi ve bu eyleminin nesnesi olan iletinin farklı bir üretim ve dağıtım sistemi içerisine girmesine yol açmıştır.

Yazılı ve görsel kaynakların bu dönüşümü ve çeşitliliği ile ilintili olarak, modern mimarinin içinde üretildiği ve doğrudan temasta olduğu asıl mecra, 20. yüzyılın kültürel ortamını da tanımlayan kitle iletişim sistemleri ve araçları olarak varlık kazanmıştır. Kitle iletişiminin mimarlığa getirdiği -somut getirilerinin ötesinde- en büyük zihinsel yenilik ise, mimarlığı entelektüel bir yolculuk içine alarak; edebiyat, sinema, fotoğraf ve reklam gibi, doğrudan yapı üretimi ile ilişkili görünmeyen çeşitli disipliner sistemlerdeki farklı temsil biçimleri ve ortamlarıyla birlikte dönüştürmesi olmuştur.

Bu doğrultuda, mimarın ve mimarlık alanının geleneksel dünyada tek ileti nesnesi olan yapılarının yerini, düşüncenin, içsel bir olgu olarak kalmanın ötesinde, mimarın ve mimarlığın bir özgürlük alanı olarak dışavurumuyla toplumsal ve kamusal bir nitelik kazanması almıştır. Bu dışavurum biçimini ise, modern dünyanın iletişim araçlarının çeşitliliğinin yanı sıra, bu araçların ideolojik ve zihinsel olarak meydana getirdiği yeni düşünsel yaratılar tanımlamıştır. Özünde modern mimarlığı modern yapan da, kitle iletişim araçlarıyla temasa geçmesi olmakla beraber (Colomina, 2011, s. 14);

yeni kavramlar ve yaklaşımlarla birlikte, mimarlıkta düşünce biçimleri, ifade yolları, fikirler ve temsil biçimleri de değişime uğramış; mimarın ve mimarlık etkinliğinin egemenlik alanları, söylem ve eylemlerin nesnel varoluşlardan kurtularak, yalnızca yapılar ve akademiler değil, baskılar, yayınlar, fotoğraflar, romanlar ve filmler gibi nicesine dönüşmüştür.

5.1. Mimarlık ve Medya İlişkisi

Medya kelimesi, semantik olarak, Latince "aradaki şey, araç" anlamına kökenlenmekle birlikte; yayıncılık (televizyon, radyo vb.), yayımcılık (kitap, gazete, dergi vb.) ve internet gibi tekil ya da çoğul kolektif kitle iletişim araçlarını tanımlamak için kullanılır (URL-22). Pratik ve kavramsal anlamıyla ise, medya, mevcut olan bilgiyi alıcılara aktaran bir iletişim aracı olarak; yazılı, sözlü, işitsel ve görsel bir kolektif yapı sistemidir. Bu bağlamda, medya kavramı, sadece modern dünyanın temsil biçimleri arasında yer alan basılı araçlar olan kitaplar, dergiler vb. ile dijital araçlar olan web sayfaları, sosyal medya vb. ve reklamlar aracılığıyla değil; modern öncesi dünyada mitler, hikâyeler, günlükler ve seyahatnameler aracılığıyla söylencesel olarak var olmuş araçlara da işaret eder. Dolayısıyla, toplum içerisinde, bilginin etkileşimli, yazılı ve görsel biçimde aktarımını sağlayan görsel, işitsel ve algısal tüm iletişim kanallarını medya olarak adlandırmak mümkündür.

Antik dönemde söylencesel olarak ve kulaktan kulağa bilgi iletimi yoluyla başlayan erken medya ortamındaki sözlü iletimin yerini yazılı iletime bıraktığı, anıt yazıtlar ile papirüs bitkisinden üretilen kâğıtlar ve papirüs rulosu biçimindeki el yazmaları, çağdan çağa bilgi aktarımını sağlayan en önemli araçlar olmuşlardır (Dalkıran, 2013, s. 202). Taş üzerine kazıma yolu ile yazılan yazılar, ağaç yaprakları, ağaç kabukları, kil tabletler yerini, ilk kez Çin'de bulunan kâğıt ile birlikte kitaplara bırakmış (Dalkıran, 2013, s. 207-208); tapınak, manastır ve kiliselerde özel olarak hazırlanan yazı atölyelerinde insan eliyle çoğaltılan ve saklanan bu el yazması kitaplar, matbaanın icadına kadar tek yazılı iletişim kanalı olarak varlığını sürdürmüştür. El yazması kitaptan basılı kitaba geçişin yapı taşını oluşturan basımcılık ve matbaa, yine ilk kez Çin'de kullanılan tahta baskı kalıp sistemiyle ortaya çıkmışsa da; 15. yüzyılda Gutenberg'in tipografi denilen değişebilen harflerle baskı yöntemini ve kağıdı

kullanarak ortaya koyduğu matbaa tekniği, modern basılı medyanın başlangıcını tanımlamıştır (Dalkıran, 2013, s. 210).

Çağlar boyunca söylencelerden anıt yazılara, el yazmalarından basılı kitaplara kadar, farklı biçimlerde var olagelen medyanın özünde ise, iletişim olgusu yer alır. Toplumsallığın oluşabilmesinin temeli olan iletişim, toplumsal yapı içerisinde yeniden oluşumu sağlayan olguların ortaya çıkışını, sürdürülmesini, gelişim ve dönüşümünü sağlayan, fiziksel ve düşünsel faaliyetler bütünü olarak; toplumun sosyolojik, ekonomik ve siyasal altyapısını da kuran kavramlar birliğidir (Erdoğan, 2011, s. 48). Bu geniş anlamsal yapısıyla birlikte, iletişimin, insanın biyolojik, psikolojik ve toplumsal varlığını üretebilmesinin ve geliştirilebilmesinin zorunlu koşulu olduğu söylenebilir (Erdoğan, 2011, s. 37). Bu doğrultuda, toplumsal üretimin varlığı ve devamlılığı için gerekli olan iletişim, bireylerin toplum halinde yaşaması için gerekli olan bağları ve bireyler arasındaki etkileşimi de olanaklı hale getirir.

Mimarlık alanının, medya ile olan yakın ilişkileri de, işte tam bu noktada varlık kazanır ve toplumsal bir üretim alanı olarak mimarlık, iletişim olgusunun merkezinde biçimlenir. Mimarlık bilgisinin düşünsel ve pratik bir eylemden, kültürel bir bilgi alanı inşasına dönüşmesi sürecinde etkin rol oynayan iletişim kanalları, mimarlık bilgisinin yaratılan sembolik biçimlerinin alıcıya aktarılmasına aracılık eder. Bu nedenle, medya, mimarlık pratiği ve bilgisinin, ara vermeksizin sürekli bir döngü içinde gelişip değişmesine, hatta dönüşen biçimleriyle yeniden üretilmesine, ideolojik çıkarımların ortaya konmasına aracılık eden açık bir platform haline gelmesine zemin oluşturur. *"Mimari bir iletişim biçimidir ve bu iletişim ortak kurallar olmaksızın gerçekleşmeye koşulludur, çünkü ortak ölçülerle değerlendirilebilecek bir kurallar dizisine uymayan öteki ile birlikte gerçekleşecektir."* (Karatani, 2017, s. 153).

Mimarlıkta yaratılmaya çalışılan anlam tek başına hiçbir ifade kazanamadığı gibi, bu anlam ancak iletişim araçlarıyla birlikte yerini bulur. Mimarlıkta, mevcut şifrelerin kullanılması ve uygulanması ile karşıt sistemlerin yaratılması ve kullanılması olmak üzere iki biçimde yaratılan anlam, fenomenin nesnel olgusunda referans olarak ortaya çıkar ve alıcının zihninde nesnel bir çerçeveye oturur (Fischer, 2015, s. 99). Bu durum ise, mimarlığın ve mimarın ürününü tasarlama ve ortaya çıkarma sürecinde hâkim olanın, iletişim temelli değerler dizisi olduğu gerçeğini hatırlatır. Mimar,

çizimlerini, görüş ve düşüncelerini, yapıtlarını ve/veya yayınlarını, iletişim unsuru temelinde, medya araçlarının sağladığı imkânlar aracılığıyla kamuoyuna açar ve toplumla paylaşır. Diğer bir ifadeyle, mimar tasarımında kullandığı şifrelemeyi, dış dünyada sınırsız olan alıcı kitlesi için oluşturur; medya da, mimari ürünü iletme biçimi olarak; mimar, ürün ve toplum arasındaki etkileşim arakesitine yerleşir.

Antik çağdan beri süregelen farklı bilgi aktarımı araçları ile bağlantılı olarak, mimarlık ortamının ve mimarın, medya ile kurduğu ilişki de, farklı biçimlerde varlık kazanır. Antik dönemde, söylencesel bilgi iletimiyle başlayan mimarlık medyası ve buna bağlı olarak ortaya çıkan mimar kimliği, Rönesans'la birlikte, söylencesel mimarlık ortamının, mimar mitiyle kurduğu ve mimarın mitleştirilmesi ile özdeşleşen, yazılı medyanın oluşumuyla eş zamanlı gelişen bir olgu olarak inşa edilir. Bu bağlamda, sözlü medya ortamında oluşan mimar kimliğine ilişkin mitler de, Rönesans ile birlikte basılı kitaplar aracılığıyla yazılı medya ortamında aktarılmaya başlanır. Medya ve iletişim araçlarının gelişimine bağlı olarak, medyadaki temsil biçimleri de farklılaşan mimar kimliği, moderniteyle birlikte medya ile daha da yakınlaşır ve ayrılmaz görünen ilişkiler kurar. Böylelikle, modern mimarlık medyası, mimarların yapı üretiminden daha yoğun etkinlik kazandıkları bir alana dönüşür.

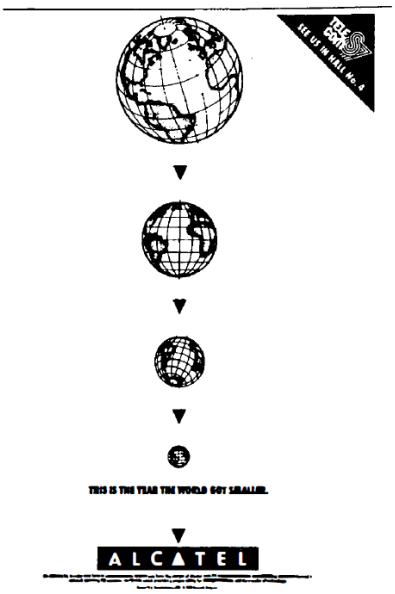
Bu bağlamda, modern dünyanın dinamikleri bağlamında, her toplumdan ve her kesimden ulaşıl(a)mayan tek bir nokta bırakmayacak kadar güçlü bir alan olan medya aracılığıyla yayılan her bir haber, akım ve nitelikli/niteliksiz her türlü ideoloji, toplumsal yaşamda oldukça önemli bir etkiye sahip olmuştur. Hedeflenmiş üretilen-iletilen kodlar açısından bir rol-model biçimi meydana getiren modern medyanın bir biçimi olan fotoğraflama, mimari ürünün grafiksel deneyimi yoluyla gerçeğinden daha iyi bir algılama ve kavrama yaratması nedeniyle, modern dünyada, mimarın yeni bir ifade biçimi haline gelmiş; dahası mimarinin yerini, yeri olmayan medya almıştır (Colomina, 2011, s. 71).

Modern mimarlık ortamını tanımlayan mimarlık eylemi ile toplum arasındaki yeni etkileşim biçimi, mimarlık ürününü, ürünü ortaya koyan tasarımcının topluma aktarmak istediği mesaj niteliğindeki ideolojilerin dışavurumunu sağlayan bir iletişim aracına dönüştürmüştür. *"Louis Sullivan, her cephenin gerisinde, o cepheyi tasarlayan kişinin yüzünün göründüğünü söyler"* (Fischer, 2015, s. 12). Bu dışavurumun yansıması

ise, alıcının algısal davranışlarında yer bulur. Aldo Rossi'nin "tasarım yapmak, seçim yapmaktır" söylemiyle ifade ettiği bu durumda, mimar ister istemez kişisel bir dışavurum yaratacaktır ve bu dışavurum da izleyiciye bir mesaj olarak ulaşacaktır. İzleyici ise, bu iletiyi anlayabilir, anlamayabilir ve ilginç ya da basmakalıp, anlamlı ya da saçma olarak niteleyebilir (Fischer, 2015, s. 12). Bu gönderici-alıcı ilişkisi içinde, Fiske'nin iletişimi kavramsal olarak kategorize ettiği yaklaşımına göre[6], hedeflenen/amaçlanan anlamın iletimi ve üretimi, görsel medya aracılığıyla sağlanır. Bu durumda da, mimarlık alanının gelişen iletişim ağının içinde yerini alması, ideolojik, pratik ve kuramsal olarak donanımlı bir yapıya bürünmesi, hedeflenen amaç doğrultusunda iletim kanalları ile iletilen kodları paylaşması, değerlendirmesi ve yeniden üretmesi, ancak medya ile karşılıklı sahip olduğu sıkı bağlar aracılığıyla olanaklı hale gelir (Fiske, 2003, s. 16).

Bu sıkı bağları var eden ise, modern mimarlık eyleminin, Adorno ve Horkheimer'ın eleştirel teori, kültür endüstrisi ve kitle iletişim kavramları ile ilintili olarak ortaya koyduğu medya, reklam ve marka olgularının ayrılmaz bütünselliğidir. Bu bağlamda, kendi özünde bulunan sosyal boyutları tarafından oluşturulan toplum, yine kendi özündeki sosyal boyutun koruduğu, örf, adet, gelenek ve göreneklerin, sanat, edebiyat ve din değerlerinin oluşturduğu bir bütünlüğe işaret eder. Bu değerler bütününün tanımladığı kültür olgusu ise, farklı toplumların, iletişim kanallarının yarattığı çeşitliliğe bağlı olarak birbirinden haberdar olmasıyla birlikte, tüm dünyaya yayılan ve egemen olan bir etkinlik alanına dönüşür (Şekil 11). Yol açtığı hızlı ve kolay iletişim ve erişim imkânları ile aracılığıyla, bu yayılmayı sağlayan ise, medyadır. Bu bağlamda, medya, mimarlık kültürünün ve mimar kimliğinin oluşum, dönüşüm ve temsil sürecinde büyük rol oynar.

[6] Fiske'ye göre iletişim iki okul ile kategorize edilmektedir. Yapı iletişimi olarak tanımlanan birinci okul, anlamsal doğruluğu artıran kodlamaların gönderici ve alıcı tarafından nasıl yapıldığı, bu kanalların nasıl kullanıldığı gibi konularla ilgilenir. İletişimi, kodlarda yer alan anlamların üretimi ve değişimi olarak gören ikinci okul ise, anlamların üretim aşamasıyla, anlamların yer bulduğu iletilerin insanlarla nasıl etkileşime girdiğine odaklanır (Fiske, 2003, s. 16).

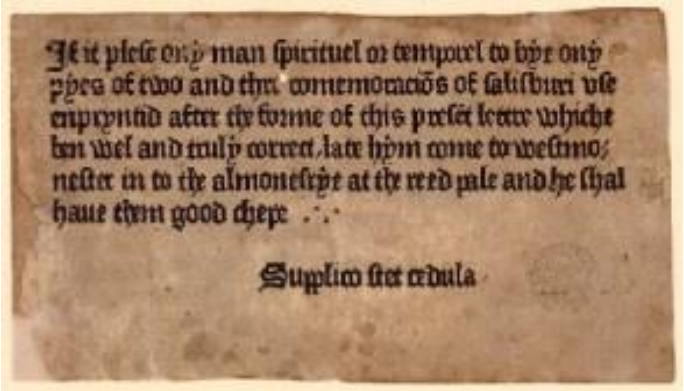


Şekil 11: Alcatel'in 1987 tarihli reklamı (Harvey, 2006, s. 272)

Aynı zamanda toplumsal yaşamı da doğrudan etkileyen bir kültür olgusu olan reklam, modern dünyada üreticinin tüketiciyle iletişim kurmasının da en etkin yoludur. Bu bağlamda, toplum yapısını oluşturan her türlü olgu reklamın hedefindedir. Ele alınan mal ve hizmetleri hoşa gidecek taraflarıyla tanıtarak yeni ihtiyaçların ortaya çıkmasına yardım ederek, bir talep yaratma sanatı olarak tanımlanabilecek olan reklam (Yılmaz, Ergüven, Sandıkçıoğlu, Onay, & Nurtanış Velioğlu, 2012, s. 3), olguların farklı hikâye ediliş biçimi olmakla birlikte, tek başına bir anlam ifade etmez. Ancak belirli dinamikler zincirinde etkinliğini göstererek, imgeleme yoluyla insanların zihninde yer edinir. İmgelerle düşünmek, etraftaki göstergelerin zihinde yer bulduğu ve düşüncenin başkasına iletimiyle yer değiştirecek üretimlerdir. Farklı düşüncelerin ortak noktada buluşmasına olanak veren iletişim gücünün yarattığı göstergeler, kendi zihnimizde yer alan duygu ve düşünceyi başka birine aktarmak için kullanılan olgulardır. Modernitenin yarattığı rekabet ortamında, fiziksel dünyası tamamen göstergelerle çevrilmiş olan modern birey için de, iletişim nesnesi olan bu göstergeler duygu ve düşüncelerin aktarılmasında önemli bir yere sahiptir.

Modernite öncesinde, reklamın, eldeki ürününü satma gayesi içindeki çığırtkanlık ve tellallar aracılığıyla yapıldığı söylenebilirken; Gutenberg'in matbaası, basılı reklam biçimlerini de değiştirir ve günümüz medyası ile reklam ilişkisinin başlangıç noktasını tanımlar (URL-24) Dolayısıyla, reklam, tüketici konumunda

olmayan bireyi, farklı kanallar ve ikna yoluyla etkin bir tüketici konuma getirme yolunda en eski kuramdır. (Şekil 12). Bu bağlamda, modern dünyada, tüketici olmayan bireyin tüketici haline gelebilmesi için reklamın üç evreden oluşması gerekir. Dikkat, farketme ve tanıma kavramına dayalı bilişsel evrede, tüketici ürünü algılar ve tanır. İlgi, değerlendirme, kanı, tercih ve inanmaya dayalı duygusal evrede bilgilendirilmiş olan tüketici, ürünlerle ilgilenme aşamasına geçer. Niyet, davranış ve eyleme bağlı davranışsal evrede, artık ürünü satın almaya karar verir (Çamdereli, 2012, s. 458). Dolayısıyla, tüketimin artması karşılığında üretimin artması, ürün ve üretici çeşitliliğinin genişlemesi, rekabet ortamının doğuşu, üreticileri sektörde yer edinme çabası içine düşürür ve reklama yönelmelerine neden olur.



Şekil 12: William Caxton tarafından basılan okuma, 1477 (URL-24)

Bu bağlamda, mimarlık alanında da, mimari yazıtlar mimarın kendini belli etme ve gösterme aracı olarak ilk reklamlar niteliğindedir. *"Birey göze çarpmak istiyordu; kendini yerleşik biçimlerle mümkün olabileceğinden daha cömert ve daha dikkate değer bir şekilde sunmak istiyordu."* (Simmel, 2009, s. 211). Bireysel benlik farkındalığıyla, kendi eserlerini "bu yapıyı ben yaptım" özgüveni içinde, halka duyurma isteğindeki Rönesans mimarı, mimari yazıtlar aracılığıyla, mimari üretimiyle, üreticisi olarak kendisi arasında bir bağ kurarlar. Mimarın, ismini duyurma çabasının bir ürünü olarak, yapılardaki imzası niteliğindeki bu yazıtlar, modernizmle birlikte, mimarın reklam ve medya aracılığıyla başvuracağı üretimini "satma" yoluna dönüşecektir. *"Sergilemek, her şeyi mimarlık oldurmanın araçlarından biridir."* (Tanyeli, 2017, s. 59). Bu doğrultuda, Tayfun Serttaş'ın, geçmişten günümüze bu mimar yazıtlarının fotoğraflar aracılığıyla belgelendirilmesine dayanan 2014 yılındaki Mimarlar Mezarlığı sergisi, mimarların, kendi isimlerini yapıtları aracılığıyla bir marka haline dönüştürme

çabalarının modern birey kimliği ile olan ilişkisini göstermesi açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Sergide yer verilen, 19. yüzyılın son çeyreğinde İstanbul'da inşa edilen yapıların cephelerinin köşelerine yerleştirilmiş olan bu mimari yazıtlar (URL-25) (Şekil 13), modernist mimarlık alanında, toplumsal yapı içerisinde önemli bir figür haline gelecek olan, mimarlığın ana kahramanlarının, marka değerleriyle birlikte, bireysel varoluş ve kimlik inşa etme sürecine işaret eder.



Şekil 13: Tayfun Serttaş'ın Mimarlar Mezarlığı Sergisinden Mimar Yazıtları (URL-25)

Modernitenin getirileriyle birlikte, mimarlar, yeni mimarlığa dair sahip oldukları farklı ideolojilerini ve görüşlerini tüm dünyaya aktarabilmek için medyayı aktif biçimde kullanmaya başlamışlar; reklam, endüstrileşmeye birlikte "gözden düşen" mimarlık alanına saygınlık kazandırmaya çalışan bir araç haline gelmiştir. Modernizmle birlikte ise, görselliğin teknik virtüözlüğünü yaparak imgelerin büyülü bir şekilde algı dünyasına sunulmasını sağlayan reklam, egemenlik alanını toplumsal ölçeğe taşımıştır. Mimarların ve mimarlığın, toplumun kitlesel arzuları üzerinde, geleneksel dünyaya göre daha hızlı biçimde nüfuz etmelerini sağlayan reklam, bu yönüyle, mimarlık alanında, birçok farklı dinamikle etkileşim içerisine girmiştir. Somut verilerin yanında, toplumun sosyolojik, ekonomik ve politik yanlarıyla beslenen özelleşmiş belirli bir hedef doğrultusunda işleyen medyanın belirlediği bu dinamikler, modernist mimarların görüşlerini ifade ve temsil etme biçimine dönüşmüştür.

5.2. Mimarın Özgürlük Alanları: Manifestolardan Mimarlık Dergilerine

Çeşitli fiziksel, politik, sosyo-kültürel olguların hem amaç ve hem de araç edinilmesi bağlamında, özellikle endüstriyel ve teknolojik gelişimlerle birlikte var olan sınırların aşılmasıyla "dünya"ya açılan insanlık, düşünsel kaos ortamından yeni ufuklara, yeni düşüncelere, kültürlere ve yaşamlara açılmış, sınırlarını oluşturan tüm mevcut normlara karşı bir özgürlük alanı yaratımı içerisine girmiştir. Bu doğrultuda, her ne kadar mimarlık ve mimarlar da çağlar boyunca sonsuz arayışlar içerisinde olmuşlarsa da; özünde yer alan olgular ile elde var olan ve elde edilen arasında geçen süre aralığında, var olanın sınırlayıcılığı ve ulaşılamayanın verdiği hazzın heyacanı arasında gidip gelen mimarlık eylemi, özellikle endüstrileşmenin getirileriyle birlikte, kendine, sınırsız bir özgürlük alanı yaratmıştır.

Birçok farklı açıdan açıklanabilecek olan özgürlük kavramı, kapalı bir kabuk içerisinde ufak bir sızıntıdan görülen ışığın izindeki heyacanla, kaos ortamından hızlı bir kaçış eylemi olarak nitelendirilebilir. Diğer bir ifadeyle, özgürlük ve özgürleşme edimi, kalıpların ve kuralların devamlılığını pratikte sürdüremediği noktada varlık kazanır. Bu bağlamda, Rönesans'ın başkaldırıları ve varlıktan birey olmaya geçilmesi ve Aydınlanma'nın aklı ile yeniye yönelme eğilimiyle başlayan mimarlık alanının özgürleşme sürüveni de, endüstrileşmenin dünyayı algılama, tanıma ve etkin eylemde bulunmaya yönelik yeni tavrı ve modernitenin farklı varoluş çabaları ile tanımlanabilir.

Modernitenin yaşamın özünde hayat bulmuş bir dışavurumu olan özgürlük, modern düşünceyle birlikte yeni eleştirel bakış açılarına sahip olan mimarlık deneyimi ve bu deneyimi gerçek kılan mimar için oldukça önemli bir alan haline gelir. Mimarın özgürleşmesi fikri de, mimarlığın ancak belirli kalıplara göre üretilebileceği ve ancak Vitruvius'un ortaya koyduğu kurallar (cephe örnekleri, sabit yapım teknikleri, düzenler, oranlar vb.) çerçevesinde yeterli bir mimar olunabileceği düşüncesinin ufak bir ışık sızıntısı bulduğu anda varlık kazanır. O anda, sınırlarından kurtulma isteğiyle ortaya konulan, "mimarlık kurallara bağlı olarak mı var olmaktadır, o kurallar olmadan mimarlık yapılamaz mı" sorularına, endüstrinin tanımladığı yeni mimari kültür ortamı aracılığıyla verilen cevaplarla, mimarın, aslında mimarlığın "kuralsız" bir meslek olduğunun bilincine varması, aynı zamanda sınırsız bir özgürlük alanına sahip olması

anlamına da gelir. Modernite düşüncesiyle birlikte ortaya çıkan bu aydınlanma, aslında mimarlığın, onu sınırlarından koparacak olan özgürlüğe ne kadar aç olduğunu da gösterir. Bu nedenledir ki, yeniye olan heyecanı ve açılma isteğiyle, modernist düşünceye dört elle sarılan mimar ve mimarlık, özgürlük yolunda, kendisini ve işlerini sonsuz eleştiri ortamında sergileme ve herkesi kendisinden haberdar etme isteği içerisine girer. Bu amaçla da, mimarlık ortamı, medya ve iletişim kanallarının sağladığı olanakları, sınırlarını aşma yolunda özgürleşmenin aracı olarak benimseyerek, etkin biçimde kullanmaya başlar.

Düşünüleni, yapma idealiyle gerçekleştiren ve bu yönüyle de söylem ile eylem arasındaki iletişim olan mimarlık, bu iletişimin öznesi olan mimarın -uygulama yerine- savunduğu ideolojileri, varoluşları, doğru veya yanlışları topluma duyurma ve paylaşma istenciyle ortaya koyduğu sözlü ve yazılı ifadelerle, yeni bir üretim alanına sahip olur. Böylelikle, mimarlık düşüncesinin ileti biçimi ve mimarların fikirlerinin dışavurumu olarak, modern medya araçlarının olanaklı kıldığı, çeşitli programlar, sergiler, manifestolar, metinler ve dergiler, modern mimarın en temel toplumsal özgürlük alanı olarak hayat bulur.

Modernitenin yeni bilgi alanlarını oluşturan ve farklı düşüncelerin seslenişi olan bu programlar, metinler ve manifestolar, modern dünyanın belirsizlik ortamı içerisinde ortaya çıkarlar. Tehlike anlamı taşıyan, kafa karıştırıcı ve rahatsız edici bir olgu olan belirsizlik (Bauman, 2003, s. 79) ortamından doğan bu manifestolar, söylem sahibi her kim ise onun hakkında bilgi verir ve ideolojisini, yaşam biçimini, hayata ve mimarlığa dair görüşlerini yanısıtır. Bu bağlamda, manifestolar, mimarlık alanının ve mimarın gelişen teknoloji ve kitle iletişim araçlarıyla birlikte, mimarın varoluşunu gösterme ve ifade etme biçimi, dolayısıyla da kendini temsil aracı olarak değerlendirilebilirler. Bu bağlamda, Art Nouveau akımının başlıca temsilcilerinden olan Henry Van de Velde'nin, *"Akılcı düşünülmeli, sanatsal duyarlılığı geliştirmeli! Bugün her birimiz kendisi için bunu yapabilir; ancak çok sayıda insan bunu yaparsa yeni bir toplumsal ortam ortaya çıkacaktır."* (Conrads, 1991, s. 3) ifadeleri önemli görünür. Velde'nin, okulunda ders olarak da verdiği bu ütopyacı yaklaşımı, gelecek için bireylerin nasıl davranması gerektiğini belirtirken; bir yandan da kendini, toplum içerisinde, benliği ve düşünceleri aracılığıyla ortaya koyar.



Şekil 14: G dergisinin kapağı, 1926 (URL-26)

Mimarlık pratiği eyleme geçmeden önce ilk olarak zihinde kurgulanır, kurgulandıktan sonra söyleme, daha sonra ise eyleme geçer. Ancak, manifestoları diğer mimari metinlerden ayıran en önemli özelliği, ideolojik olarak hayal edilenin eylemle iç içe olma durumu, düşlenen olgunun eyleme dökülmesi ve eyleme dökülme biçimindeki yeniliklerdir. Manifestolarda, düşlenen söyleme aktarılırken, ideolojideki kararlılık net ve sert ifadeler aracılığıyla vurgulanır. Bu doğrultuda, Ludwing Mies Van der Rohe'nin, aynı zamanda kurucusu da olduğu 1923 tarihli G dergisinin ilk sayısında, mimarlık ile ilgili ortaya koyduğu tezleri, manifester söylemin kesin ve net yargılarına işaret eder (Şekil 14). *"Tüm estetik spekülasyonları, tüm doktrinleri ve tüm biçimciliği reddediyoruz. Düne değil, yarına değil, yalnızca bugüne biçim verilebilir."* (Rohe, 1991, s. 60)

Mimari söylemin eyleme geçme sürecinde ise, kitle iletişim araçları kullanılır, söylem, grafikler ve çizimlerle de desteklenir. Dolayısıyla, mimari manifestoların diğer metinlerden ayrıldığı bir diğer nokta, mimarın, idealindekini sadece hayal etmesi değil; tasvir yoluyla hayal edileni nasıl gerçekleştireceğini de ortaya koymasıdır. Mimar, bu hedef doğrultusunda elinden geleni yapar ve karşıt görüşlerle savaşmayı tercih eder. Bu bağlamda, Marinetti'nin, Sant'Elia'nın, Chiattone ile birlikte hazırladıkları Yeni Kent için çizim ve planlardan meydana gelen serginin önsözündeki yorumlarını tekrar düzenleyerek yayınladığı bildiri büyük önem taşır. Marinetti, bir sanat hareketi olarak

fütürizmi, 20 Şubat 1909 tarihinde, Le Figaro gazetisinde duyurur (Civelek, 2015, s. 523) (Şekil 15).

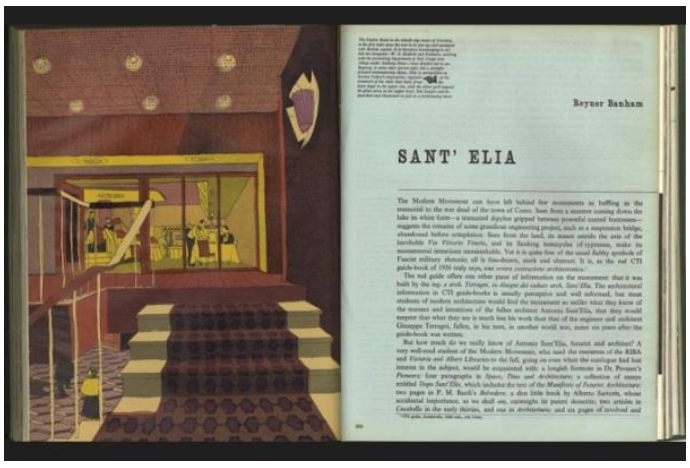

LE FIGARO

Le Futurisme

Échos

Şekil 15: Le Figaro gazetesi, 1909 (URL-27)

Fütürist Mimarlığın Manifestosu olarak yayınlanan bu bildirinin toplumsal ölçekteki tanıtımı ise, Banham tarafından 1955 yılında Architectural Review dergisinde yapılır. Manifestonun önemi, içerdiği ideolojik olarak hayal edilen söylemin, eyleme dönüşümüyle eş zamanlığa sahip oluşudur (Şekil 16). Manifesto, keskin kararlar ve yargılarla, mevcut olanı ve eskiyi yok edip temizleyerek, yenisini yapma iddiasındadır. İddianın kararlılık çerçevesinde ilerlemesi ve bildirinin söylem biçimiyle, manifesto, döneme damga vurar ve oldukça geniş kitlelere ulaşmayı başarır (Marinetti, 1991, s. 60)


Reyner Banham

SANT' ELIA


L'ARCHITETTURA FUTURISTA

Manifesto

Şekil 16: Architectural Review ’da Banham’ın tanıtım sayfası,1950 ve Fütürist Mimarlık Manifestosu, 1914 (URL-27) (URL-28)

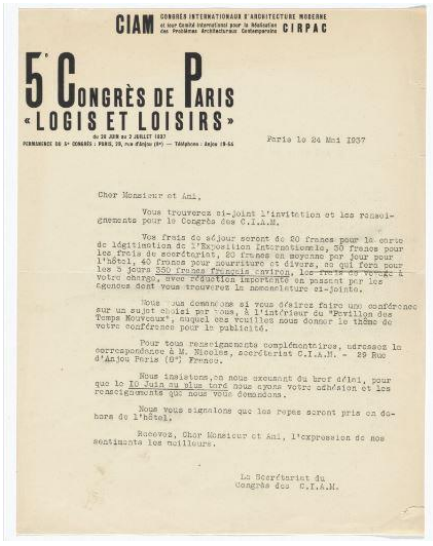
Manifestolar, söylemin zemininde yatan ideolojinin sadece yazılı kaynaklarda yer alması değil, eyleme dökülmesi istemiyle de ortaya konulurlar. Dolayısıyla, yalnızca mimarlık eyleminin pozitif algısı olan yapımları değil, aynı zamanda içinde bulunduğu kriz dönemiyle ilintili olarak yıkımları da konu edinen manifestolar, aynı zamanda, mimarın kendine özgü düşüncesini geniş kitlelere nüfuz ettirme istemiyle, var olan mimarlığa eleştiri niteliğinin ötesinde, var olan mimarlığın yıkıcılığını da tetikler. Bu bağlamda, Adolf Loos, 1908 tarihli bildirisi, Süsleme ve Suç’ta geleneksel mimarinin referanslarını oluşturan süsleme ve bezemeye karşı duruşunu, eleştirileri ve öğütleri ile ortaya koyar. *“Aşağıdaki buluşumu dünyaya duyururum: kültürün evrimi, kullanıma dönük nesnelerin süslemeden arındırılmasıyla eşanlamlıdır.”* (Loos, 1991, s. 8). Geleneksel kodlar yerine, bezemeden arındırılmış, sade ve yalın bir dilin kullanılması gereğini savunan Loos, böylelikle geleneksel mimarinin yerini alacak olan modernist mimarinin de başlangıcına işaret eder. Loos’un aynı zamanda, büyük bir üne kavuşmasına da neden olan bu bildirisinden sonra, geniş bir yaygınlık alanı kazanacak olan modernist yaklaşıma dair görüşlerini, yayınladığı The Other dergisindeki yazıları ile topluma aktarmaya devam eder. (Şekil 17)



Şekil 17:Adolf Loos’un ‘Süsleme ve Suç’ bildirisinin basıldığı Les Cahiers D’aujourd’hui dergisi (1913) , The Other dergisinin kapağı (1903) (URL-29) (URL-30)

Loos’dan sonra, modernist mimarlık alanında, en önemli olan manifester ifadelerden biri, 1928-1957 yılları arasında gerçekleştirilen CIAM (Congres

Internationaux d'architecture Moderne) kongreleri olmuştur (Şekil 18). İsviçre'nin Sarraz kentinde, farklı ulusal grupların bir araya geldiği toplantının konusu yeni mimarlık olarak tanımlanan modernist mimarlığın karşısına çıkan sorunların tartışılmasıdır. Bu tartışmalarda, Le Corbusier ve Giedion başta olmak üzere, modernist söylemin önde gelen isimlerinin odaklandığı kent planlamasının önemi, modern mimarlığın getirisi olan makinelerin toplumsal yapı ve düzen üzerinde yarattığı derin etkinin toplumsal yaşamda yarattığı çıkmaza tepki olarak vurgulanır. Böylelikle, yeni bir mimarlık anlayışıyla, insanların ihtiyaçlarına cevap verebilmek adına, mimarlık pratiğinin de değişime uğraması gerekliği kararlaştırılır. Yayınladıkları bildiride de yer aldığı üzere, zorunlu ve ivedi bir uyum sağlamak için, mimarlığı yeniden doğru düzlemi olan, ekonomik ve toplum-bilimsel düzlemine getirmenin yanı sıra, mimarlığın da geçmişin formüllerini korumayı amaç edinen akademilerin yararsız kıskacından kurtarılması gerekmektedir. Bu amaçla, özellikle, endüstrileşmeyle varlık kazanan işçi sınıfının sahip olduğu kötü yaşam koşulları ile konut alanındaki yetersizlik ve kalitesizliği ortadan kaldırmak için yeni tasarımlar yapılması öngörülür. Bu öngörüde hedeflenen, dikeyde yükselen beton bloklarla insanların daha iyi bir hayat yaşaması fikrinde ise, söylemden çok eyleme geçilmesi etkili olmuş; ve dönemin şartlarının aciliyeti ve vahimliğinden dolayı hızlı şekilde uygulamaya aşamasına geçilmiştir (Conrads, 1991, s. 92).



CIAM CONGRÈS INTERNATIONAUX D'ARCHITECTURE MODERNE
et son Comité international pour la Résolution des Problèmes Architecturaux Contemporains CIRPAC

5e CONGRÈS DE PARIS
«LOGIS ET LOISIRS»

Paris le 24 Mai 1937

Cher Monsieur et Ami,

Vous trouverez ci-joint l'invitation et les renseignements pour le Congrès des C.I.A.M.

Vos frais de séjour seront de 20 francs pour la carte de légitimation de l'Exposition Internationale, 20 francs pour les frais du secrétariat, 80 francs en moyenne par jour pour l'hôtel, 40 francs pour nourriture et divers, 80 qui font pour les 5 jours 350 francs français environ. Les frais de voyage à votre charge, avec réduction importante en passant par les agences dont vous trouverez la nomenclature ci-jointe.

Nous vous demandons si vous désirez faire une conférence sur un sujet choisi par nous, à l'intérieur du "Pavillon des Temps Nouveaux", auquel cas veuillez nous donner le thème de votre conférence pour la publicité.

Pour tous renseignements complémentaires, adresser la correspondance à M. Nicolas, secrétariat C.I.A.M. - 29 Rue d'Anjou Paris (8e) France.

Nous insistons, en nous excusant du bref délai, pour que le 10 Juin au plus tard nous ayons votre adhésion et les renseignements que nous vous demandons.

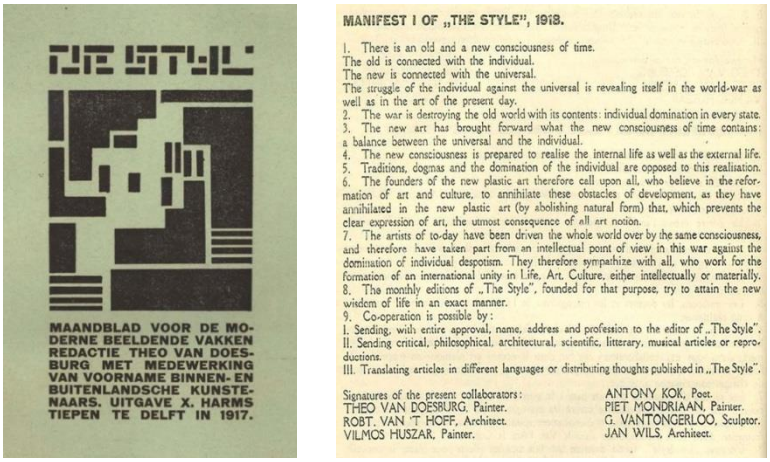
Nous vous signalons que les repas seront pris en dehors de l'hôtel.

Recevez, Cher Monsieur et Ami, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Le Secrétariat du
Congrès des C.I.A.M.

Şekil 18: CIAM Kongresi raporu, 1937 (URL-31)

Bu doğrultuda, manifestolar, mimari yazın olarak, mimarlık alanının kitle iletişim araçları aracılığıyla ulaşmak istediği içerikte etkin bir rol oynar ve mimarın modern dünyada kendine bir yer edinme çabasıyla ilintili, yeni bir temsil biçimi olarak meslek ortamında yer bulur. Bu bağlamda da, manifestolar, mimarın kimliği, kişiliği ve duruşu vb. hakkında ortaya koyduğu izlenimle birlikte, aynı zamanda modern dünyanın dinamikleri içerisinde, rekabet ortamının izin verdiği ölçüde özgür olabilen mimarlar için önemli bir reklam kaynağına dönüşürler. Jencks ve Kropf bu durumu, "Politikacılar ve mimarlar neden manifesto yazar?" sorgulamasını yaptığı The Volcano and the Tablet makalesinde, mimarın tasarladığı yapı grubuna göre farklı alanlarda tanınması gerektiği ve eğer tanınma isteğini yapılarıyla gerçekleştiremiyorsa, bu amacını yazımları ile kendini göstererek gerçekleştirdiği biçiminde açıklar (Jencks & Kropf, 1997, s. 7).



Şekil 19: De Stijl ilk sayısı, 1917 ve De Stijl'in dergilerinde yayınlanan ilk bildirisi, 1918 (URL-32)

Bu yönüyle, daha çok modern hareketin yol açtığı daha somut ve niteliksel gelişmelerin yanında, değişen mimari kültür ortamında, var olana karşıt bir dizi düşüncenin dışavurumu olan manifestolar, yanlızca yazılı metinler halinde yayınlanmazlar. Elde olanın alıcıya iletilmesinde aracı olan mimari temsil biçiminin ve mimarın ifade biçiminin değişmesiyle, az sayıdaki mimari dergilerde, kitaplarda ve sergilerde, söylemin beraberinde yer alan görsel ile birlikte oluşturduğu algının önemi bilinciyle ortaya konulur ve görsel içerikleriyle de okuyucu ya da dinleyici üzerinde etki bırakmayı amaçlarlar. Bu bağlamda, De Stijl grubunun, 1918 yılında çıkarmaya başladığı, aynı isme sahip dergisinde, derginin ikinci yıl sunuş yazısı olarak yayınladığı grubun ilk ve en bilinen manifestosu, değişen temsil araçları ve grafik anlatımlarına işaret eder (Şekil 19). De Stijl'in ideolojisi, Fütürist Manifesto'da olduğu gibi söylemin

ardından eyleme geçmek değil; görsellerle destekledikleri varlıklarını ve düşüncelerini yazılı olarak topluma ilan etmektir. Bu amaçla da, mimar, heykeltıraş ve ressamın ortak bir dilbirliği içerisinde çalışması gereğinden hareketle, sanat ile mimarlığın ayrılmaz bir bütün olduklarının altını çizerler. De Stijl grubu, sanat ve mimarlığa dair bu düşüncelerini, yalnızca aylık olarak yayınladıkları dergi aracılığıyla değil; aynı zamanda çeşitli Avrupa kentlerini dolaşarak yaptıkları konuşmalarla da daha geniş kitlelere aktarmaya çalışmışlardır.



Şekil 20: Archigram Magazine 4. (1964) ve 9. sayının (1970) kapakları (URL-33)

De Stijl'in açtığı bu yolda, mimari temsil biçiminin ve mimarın ifade biçiminin değişmesi ve söylemlerin görsel iletişim kanallarıyla yayılması, manifestoların ortaya konma ve topluma aktarılma biçimlerini de değiştirir. II. Dünya Savaşı sonrasında, savaşın yol açtığı yıkımlarla bağlantılı olarak, mimarlar, daha çok hızlı ve seri üretimin belirlediği yapım etkinliklerine, yani söylemden çok eyleme odaklanır. Bu doğrultuda, mimarlığa olan tepkilerini ve karşıt görüşlerini, çizgi roman tekniği ile topluma aktarma yolunu seçen Archizoom, Superstudio ve Archigram'ın, mimarlığa karşıt görüşlerini grafik anlatımlarıyla sundukları bu dönemde, teknolojinin getirdiği temsil ve ileti araçlarıyla birlikte, mimarın ve mimarlığın özgürleşme süreci de farklı bir yönelime girer (Şekil 20). Daha etkin bir hale gelen grafik anlatıların belirlediği bu süreç, aynı zamanda manifestoların yok oluşuna da işaret eder. Böylelikle, özellikle, 1960 yılından sonra, mimarlık, o güne kadar hiç karşılaşmadığı kolektif bir ortamda varlık bulur ve mimarlar, artık bildiri yayınlamak yerine, yalnızca daha bireysel olan dergiler aracılığıyla görüşlerini aktarmaya ve paylaşmaya başlarlar.

Her ne kadar, mimarlık alanı için bir anlamda hayati önem taşıyan mimarlık dergileri, 1960 sonrasında mimarların en etkin temsil araçlarından biri haline gelmiş ve çeşitlenmişse de, mimarlık alanını da içeren mühendislik-mimarlık arakesitindeki ilk süreli yayınlarının, 19. yüzyıl sonlarında varlık kazandıkları görülür. Mesleki ayrışmaların ortaya çıktığı bu dönemde, özerk bir mimarlık sanatının yaratılması için önemli bir enstrüman niteliğinde olan mimarlık dergileri, mimarlara ideolojilerini, görüşlerini ve pratiklerini dünyanın farklı yerlerindeki insanlara iletmeleri için önemli bir ortam sağlamalarının yanı sıra; mimarlığın tarihsel süreç içerisindeki yerini ve değişen dinamiklerini de anlatmanın aracı olurlar. Van de Velde, mimarlık süreli yayınlarının önemini şöyle ifade eder: *"Almanya'nın uygulamalı sanatlarda ve mimarlıkta sağladığı gelişmeler etkili bir tanıtım yoluyla yabancı ülkelere duyurulmalıdır. Sergilerin yanı sıra, bunun en etkin yolu tanıtıcı süreli yayınlardır."* (Velde, 1991, s. 16). Farklılaşan mimari söylemlerin aktarıcısı olan bu süreli yayınlar, aynı zamanda içerdikleri görsel temsiller aracılığıyla da, mimarlık alanında yazılı olmayan ideolojilerin topluma ve diğer meslek insanlarına iletilme rolünü üstlenirler.

Bu bağlamda, mimarlık süreli yayınlarının öncüllerinden biri olan ve John Carter tarafından 1774 yılında yayınlanmaya başlayan 628 sayfalık *Builder's Magazine*, mimarlık alanına dair tüm bileşenleri bir yerde toplayarak, mimari terimler sözlüğü, bina düzenlemeleri, oranlar, işçilik fiyatları ve mimari örneklerine yer verir. 1789 yılında Almanya'da Gottfried Huth tarafından yayınlanan *Allgemeines Magazin für die Bürgerliche Baukunst* ise, 400 sayfalık mimari çizimleri ile bir dergiden daha çok kitap niteliği taşır (Parnell, 2011, s. 5) (Şekil 21).


Allgemeines

Magazin

für

die bürgerliche Baukunst.

Herausgegeben

von

Gottfried Huth,

Erſten Bandes, erſter Theil.

Mit Kupfern.

Weimar, 1789.

Şekil 21: Allgemeines Magazine'nin ilk kapağı, 1789 (Parnell, 2011, s. 4)

Bu yayınlardan sonra, aslında mimari anlayışla çıkarılan ilk süreli yayın sayılabilecek olan *The Joumal des Batiments Civils*, müteahhit Maurice-Fran~is-Camille Le Bars tarafından 1800 yılında Paris'te yayınlanmaya başlamıştır. Üçüncü sayısıyla birlikte, reklamlara yer vermeye başlayan dergide, profesyonel duyurular, günün mimarlığına dair kritik yorumlar ve mimari uygulamalara yer verilmekle birlikte, yayınlanan çeşitli teoriler aracılığıyla da bir tartışma platformu oluşturulmaya çalışılmıştır (Parnell, 2011, s. 22). Yine 1834 yılında, John Loudon tarafından yayınlanmaya başlayan *The Architectural Magazine* (Şekil 22), yayın hayatına yalnızca beş yıl süreyle devam edebilmişse de, Loudon'un derginin amacını, ilk sayısının önsözünde şöyle açıklamıştır: *"Mimari derginin amacı, mimarlık alanında halkın zevkini geliştirerek, daha entellektüel bir mimarlık alanı yaratıp, genç mimarları okumaya ve yazmaya teşvik ederek bunu bayanlar için uygun bir çalışma olarak önererek ve genç mimarların okumaya teşvik edilmesi, yazıp ve düşünmelerinin yanında görüp çizmeleri amaçlanmaktadır."* (Loudon, s. 1).


THE
ARCHITECTURAL MAGAZINE,
AND
JOURNAL
OF IMPROVEMENT IN
ARCHITECTURE, BUILDING, AND FURNISHING,
AND IN THE VARIOUS ARTS AND TRADES
CONNECTED THEREWITH.
CONDUCTED BY J. C. LOUDON, F.L.S. G.S. &c.
VOL. I.
LONDON:
LONGMAN, REES, ORME, BROWN, GREEN, & LONGMAN,
1834.

Şekil 22: John Loudon'un ilk Mimarlık Dergisi'nin kapağı, 1834 (Parnell, 2011, s. 6)

1837 yılında aylık olarak yayınlanmaya başlayan *Civil Engineers and Architect's Journal,* 1840 yılında yayınlanmaya başlayan *The Surveyor* ve *Engineers-Architect* dergilerinden sonra; 1836 yılında yeni kurulmuş olan *Institute of British Architects (IBA)*, İngiltere'deki mimari süreli yayınlarının yaygınlık kazanmasında

önemli rol oynamıştır. Düzenli yayın hayatının devamında, *Transactions* ve *The Proceedings* dergileri 1893 yılında birleşerek, toplantı bildirilerinin ve raporlarının da yer aldığı *The Journal of the R.I.B.A* yayın hayatına başlamıştır. Benzer biçimde, *The British Architect, The Architect* ve *Building News* dergileri, 1855 yılında biraraya gelmişlerse de, *The Architect*, 1971 yılında ayrılarak, yayın hayatına bireysel olarak devam etmiştir. Yine bu dönemde, E.W. Abrams' Talbot Newspaper tarafından, 1895 yılında, haftalık olarak *Builders' Journal* ve 1896 yılında da, aylık olarak yayınlanan *Architectural Review* (Şekil 23), hedef kitlesi olan sanatçı ve zanaatkârlara ulaşma amacıyla yayın hayatına başlamıştır (Parnell, 2011, s. 9).


THE ARCHITECTURAL REVIEW:
A MAGAZINE FOR THE ARTIST,
ARCHÆOLOGIST, DESIGNER AND
CRAFTSMAN:

THE WORK OF JOHN L. PEARSON
R.A. BY JOHN E. NEWBERRY.
PART I. ECCLESIASTICAL.

Şekil 23: Architectural Review 1896 ilk sayısının açılış sayfası (URL-34)

Yapı üretimi alanında teori ve uygulamanın yanısıra, süreli yayıncılık kavramının da doğuşuna işaret eden bu dergiler, bir yandan da yapı etkinliğinde bulunan mimarlık ve mühendislik gibi meslekleraras dinamiklerin 19. yüzyılda içerisinde bulundukları farklılaşma ve ayrışma süreçlerine işaret ederler. Söz konusu yayınlar aracılığıyla, yapı üretimi endüstrisindeki diğer mesleklere göre, başka bir konuma erişen mimarlıkta, mimarlık süreli yayınları bir anlamda, mesleğin yeni sınırlarını ve içeriğini tanıtma ve tanımlamanın da aracı olarak görülür. Bu yolda, birçok engelle baş etmek zorunda olan mimarlık ortamı ve mimarlar, süreli yayınları, mimarlık mesleğinin, yapım etkinliğinde bulunan diğer disiplinlerden farklı bir yerde olduğunu topluma duyurma amacını taşımışlardır. Bu bağlamda, Parnell'e göre, dönemin mimarlarının, mimari yayınlarla özdeşleşme sürecinde, kendilerini diğer meslek gruplarından ayırt etme

çabaları, iki grupta toplanabilir. Bunlardan ilki, mimarların, diğer hiçbir mesleğin yapamadığı yapı süreci için eşsiz olabilecek bir yolu tespit etmeleri, ikincisi ise yeni bir stil yaratma sürecinde var olmasıdır (Parnell, 2011, s. 9).

Ancak, endüstrileşen modern toplumda, kitle iletişim araçlarının bir yeniden üretim biçimi olarak yerini alması, özellikle 1930'lardan sonra, mimari süreli yayınlarının da amaçlarında ve var oluşlarında değişikliklere neden olur. Böylelikle, daha büyük bir etkinlik ve yayıım alanına erişen mimarlık dergileri, aynı zamanda modernist eğilimlerin ifade biçimi olarak hızla benimsenir. Endüstrileşmeyle birlikte, tüketim toplumunun kendi üretim biçimini sağlayan bir sistem olan kültür endüstrisinin araçları da radyo, sinema, reklam ve süreli yayınlar vb. gibi kitle iletişim araçlarıdır. Bu iletişim araçlarında, iletiyi olanaklı kılan en temel görsel olgu ise fotoğraftır. Bu bağlamda, mimarlık süreli yayınları, mimari ürünün sergi sistemi olarak düşünülürse, fotoğraf da bu yayınların iletişim aracıdır. Mimarlık süreli yayınlarında yer verilen fotoğrafın, sağladığı mekân algısına dair oyunları ve deneyim, modernist mimarinin ifade biçimi olarak mimarlık alanında ve mimarlar arasında tartışmaların odağında kendine yer bulur.

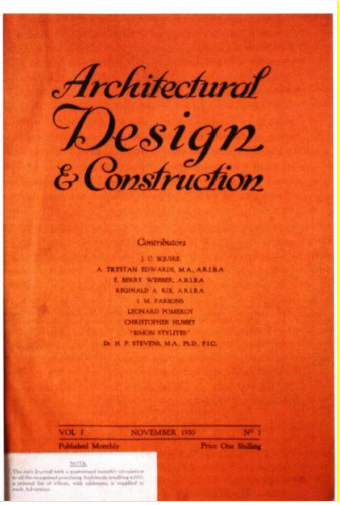
Adolf Loos, modern bireyin eleştirel bakışı ile ürettiği yayınlarında, fotoğrafı yalnızca bir kez kullanırken; kitle iletişimi olarak basın ve basılı medyayı var olan sistemin kültürel olarak yayıldığı iletişim ortamı olarak değil de, kendi içinde bir üretim biçimi olarak gören ve mimarlığın, ancak medya, reklam ve süreli yayınlarla endüstrileşebileceğini düşünen Le Corbusier ise, mimarın ve mimarlığın ifade biçimi olarak fotoğraftan etkin yararlanan isimdir. Dolayısıyla, mimarlığın ancak böyle sistemler dizisiyle endüstrileşeceğini düşünen Le Corbusier'in, endüstrileşme ilgisi de buradan kaynaklanır (Colomina, 2011, s. 107). Bu amaçla, Le Corbusier, endüstrileşmeyi mimarlık alanında etkinleştirmek, mimariyi de endüstrileştirmek amacıyla, 1919 yılında, Amédée Ozenfant ve Paul Dermée ile birlikte, tüm sanat dallarına ve mimariye ilişkin görüşlerini topluma iletmek amacıyla L'esprit Nouveau dergisini kurar (Şekil 24). Urbanisme denemesini de ilk olarak L'esprit Nouveau dergisi aracılığıyla ortaya koyan Le Corbusier'ye göre, dergide yayınlanan fotoğraflar, sanatsal bir proje değil, belgesel bir araç olarak sunulmakta; böylelikle de kitle kültürünün dünyası, yüksek sanat dünyasının kapılarını zorlayarak yeni bir dönemin temsilcisi olduğu gibi; mimarlık alanındaki fikirleri de, toplumsal ve kamusal alanda yer

bulabilmektir (Colomina, 2011, s. 118-119). Le Corbusier, dergiye gelir sağlaması için, broşürlerin tamamını saklayacağı, çeşitli yapı malzemesi reklamlarına yer verdiği gibi, görüntüleri yan yana getirerek ürettiği fikirlerle de mimarlık ve modern reklamcılık arasındaki ilişkilerin tanımlanmasında önemli rol oynar (Colomina, 2011, s. 119).



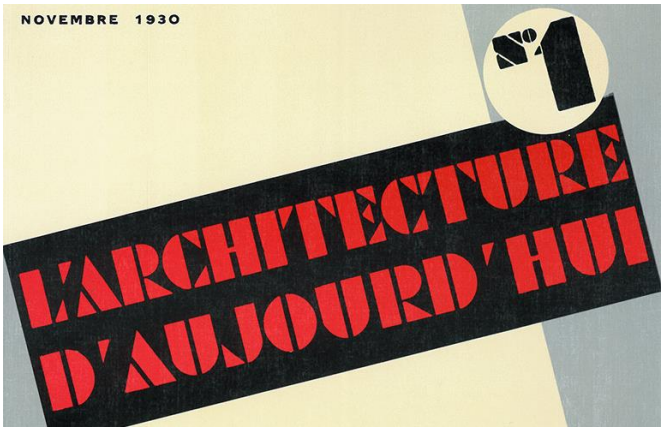
Şekil 24: L'esprit Nouveau dergisinin ilk sayısı ve Vers une architecture sayfası (URL-27) (URL-35)

The Standard Catalogue Company tarafından 1930 yılında yayınlanmaya başlayan *Architectural Design* & *Construction* dergisi, amacını, mimarlar için bilgi merkezi sağlamak olarak belirler. Bu amaçla, dergin ile birlikte, üreticilerin ürün kataloglarının toplandığı bir kütüphane ve mimarların sorularına cevap verebilecek personelin de yer aldığı ofis yapısıyla bir bütün olarak hizmet verir. Zaman içerisinde içerik ve isim değiştiren derginin diğerlerinden ayrılan önemi, mimarlık pratiğine ve uygulama alanına yönelik yeni yapı malzemeleri ve tekniklerin duyurusunu yapmayı misyon olarak yüklenmiş olamsıdır. Bu yönüyle, hem endüstrileşen pratik içerisinde yer alan firmaların devamlılığı sağlanacağı gibi, hem de aynı zamanda yer verilen reklamların ekonomik katkısı nedeniyle derginin devamlılığı sağlanabilecektir. (Parnell, 2011, s. 117-121)



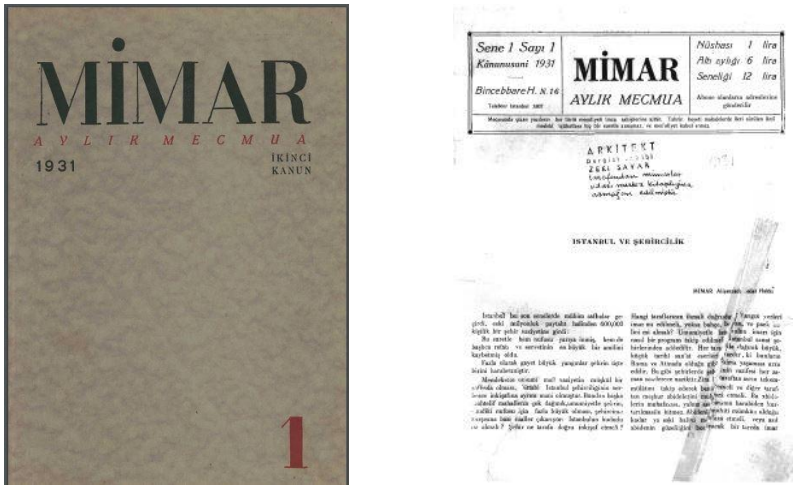
Şekil 25: AD& C'nın ilk kapağı, 1930 (Parnell, 2011, s. 120)

İlk sayısından itibaren Le Corbusier, Robert Mallet-Stevens, Auguste Perret gibi dönemin ünlü isimlerine yer veren L'architecture D'aujourd'hui, 1930 yılında Fransa'da yayınlanmaya başlamıştır (Şekil 26). Tasarım, sanat ve peyzaj gibi alanlarda faaliyet gösteren dergi, ülke sınırlarının ötesinde uluslararası platformda yer almasının yanı sıra, edindiği mimarlık alanını ve mimarları aydınlatmak amacıyla ön plana çıkar. André Bloc tarafından birçok heykel, mimar, ressamın desteğiyle kurulan, Jean Nouvel'in yönetimindeki dergi, modernizmin etkisiyle dönemin çağdaş mimarisini savunmayı hedeflemiştir. 1932 yılında, Perret 'in öğrencisi olan Pierre Vago, derginin baş editörü olmuş, Auguste Perret, Robert-Stevens ve Frantz Jourdain gibi isimlerin aralarında bulunduğu geniş bir muhabir ağına sahip olarak, mimarlık dünyasının ve mimarların referans kaynağı haline gelmiştir (URL-36).



Şekil 26*:* L'architecture D'aujourd'hui ilk sayısı (URL-36)

Eş zamanlı biçimde, Türkiye'de de, en uzun soluklu mimarlık süreli yayını olacak Arkitekt, ilk mimarlık dergisi olarak 1931 yılında yayınlanmaya başlamıştır (Şekil 27). Zeki Sayar, Abidin Mortaş ve Abdullah Kozanoğlu tarafından 1931 yılında Mimar ismiyle yayın hayatına başlayan dergi, 1935 yılında isim değişikliğine giderek, Arkitekt adını almıştır (Özdel, 2010, s. 519). Dergi, gerek editöryel kadrosunun gerekse de dönemin etkin eğilimlerinin etkisiyle, son derece modernist bir yaklaşım benimsemiştir. Bu doğrultuda, ulusal ve uluslararası ölçekte üretilen konutlar, şehir planları, yeni yapı tipleri vb. gibi projelere fotoğrafları ve çizimleriyle yer verilerek, aslında bir anlamda mimarlık ortamına tanıtımı yapılır. *"Memleketin her tarafındaki mimarların kendi malları olan mecmuaya aynı kıskançlığı göstermelerini, dertlerini, fikirlerini ve oldukları yerlerdeki mimari bereketleri resim ve fotoğraflar ile göndermelerini isteriz."* (Galip, 1931, s. 20). Dergide ayrıca, büyük oranda mimarlık ortamından haberlerin yanı sıra, yapı malzemesi fiyatları, yapı malzemelerinin kullanım yöntemleri ve biçimlerine de işaret eden malzeme reklamlarına yer verilir.



Şekil 27: Mimar Dergisi'nin 1931 yılında çıkan ilk sayısı (URL-37)

Bu bağlamda, mimarlık süreli yayınlarında, mimari pratik ortamına dair içerdiği referansı ile bağlantılı olarak ilk olarak yapı malzemeleri reklamalarına yer verildiği görülmektedir. Yapı malzemesi üreten firmaların sahip olduğu ekonomik güç ile de bağlantılı olarak, reklam aracılığıyla dergilerin de ekonomik olarak katkı sağlaması olanaklı hale gelmiş ve böylelikle dergiler uzun soluklu olma yolunda bir süreklilik içerisinde olmuşlardır. Diğer taraftan ise, dergilerde yer verilen reklamlar aracılığıyla tanıtımı yapılan ürünün de, başta meslek insanları olmak üzere, daha geniş bir kitleye

ulaşması ve bilinirliği, böylelikle de ürünün yaygın kullanım alanı kazanması sağlanmıştır. Dolayısıyla, mimarlık ortamında daha önce benzeri yaşanmamış bir biçimde yeniliklerin habercisi olan, mimarlık süreli yayınlarının hedef kitlesi olan mimarlar ve malzeme üreticileri başta olmak üzere yapı üretim etkinliği içerisinde tüm aktörlere kolay ulaşımı, tüm sektörün gerçekleştirilen projeler, yeni malzemeleri teknikler vb. gibi güncel mimarlık ortamından haberdar olmaları oldukça etkin biçimde kullanılmıştır. Böylelikle, mimarlık alanı kendine yeni bir temsil biçimi bulmuş ve bu temsil biçiminden de özellikle dönemin modernist mimarları tarafından çok yaygın olarak yararlanılmıştır. Ancak bu durum, bir yandan da, mimarlık dergilerinin, bir iletişim aracı olarak; mimarlığı Loos'un söyleminde yer alan süs gibi metalaştırmaları, grafik ve fotoğraf gibi temsil araçlarıyla bir tüketim nesnesine dönüştürmelerine de yol açmıştır (Colomina, 2011, s. 43).

5.3. Modern Dünyada Mimar İmajı

Kolektif bir yaşam biçimi olarak mimarlık, toplumsal yapının ve kültürel kimliğin yer bulduğu bir pratik olmakla birlikte, kültürlerin çeşitli iletilerinde yer alan simgeler olarak da tanımlanabilir. Bu iletiler doğrultusunda, mimar da, kolektif yaşamın en önemli bileşenlerinden biri olarak sahip olduğu iletişim gücüyle birlikte, zaman içerisinde toplumda "kabul görmüş" bir meslek insanı haline dönüşmüş; bu kabulü belirleyen ise, mimarın, modern dünyanın tüketim ve kitle kültürü pratikleriyle biçimlenen imajı olmuştur. Bu bağlamda, modern dönemin mimarı, başta ortaya koyduğu mimari üretimlerini paylaşarak sahip olduğu mesleki tanınmışlığın yanı sıra, modern medya aracılığıyla özel hayatını da paylaşarak bireysel bir "şöhret" edinmiştir. Böylelikle, modern medyada değişen temsil biçimleri aracılığıyla, mimarın sahip olduğu ün de, özel hayatlarının gündelik yaşantıya sızmasıyla bir meta haline dönüşmekle birlikte, sahip olduğu tanınırlık ün olgusunun da ötesine geçerek "imaj" niteliği kazanmıştır.

Bu bağlamda, mimarın edindiği bu yeni imajını belirleyen ise, öncelikle, mesleki ve özel hayatları sayesinde kazandıkları "ün"leri üzerine inşa edilen modern mitler olmuştur. Mitlerin mimarlıkla ve mimar kimliği ile kurduğu ilişki, her ne kadar geleneksel dünyanın söylencesel üretimlerine temellense de; zaman içerisinde aklın ve

bilimin getirdiği bir zeminde yeniden biçimlenerek değişiklik göstermeye başlamıştır. Mitlerin evrim sürecine işaret eden bu durum, göstergeler sisteminin yaratısı olarak, temsil araçları ve biçimlerinin değişimi ile ilintilidir. Mitlerin kutsallığa dayanan meşru zeminin artık araştırmaya ve sorgulamaya açık bir sisteme dönüşmesiyle, söylemsel değerler bütünü içerisinde zamansızlaşması ve bu zamansızlığı toplumsal düzenin yapımı ya da yıkımı için kullanması modern dönem mitlerinin doğuşuna neden olur.

Geleneksel mitlerden farklı olarak, modern mitlerin doğuşuna zemin hazırlayan ise modern medya ve temsil teknikleri olur. Bu mitleri olanaklı kılan insanın hareket noktası olan zihnin her yerde aynı olduğu gerçeği ile modern kültür de, bütün insanlarca ortak evrende paylaşılan ve belirli koşullara adapte edilebilen düşünme niteliklerinin farklı araçları (Strauss, 2013, s. 17) olarak, zaman içinde tekrar eden olgular halinde popüler medyanın belirlediği yapıda varlık kazanır. Dolayısıyla, aslında simgesel, duyumsal, mesaj içerikli anlamlandırma sistemi olarak var olan mitler, kültür endüstrisinin yarattığı amaçlı mesajların iletimi olarak medya aracılığıyla etkinliğini sürdürmeye başlar. Medaynın bu modern mitik kahramalanları ise, kurgulanan, amaçlı ve mesajlı ikonik figürler olmakla beraber; medyanın kişileri ve olayları mitleştirme süreci de, olaylara dayalı kahramanlar yaratması ve kahramanları kendi dilinde abartılı bir şekilde sunması olarak gerçekleşir. Benzer biçimde, modern mimar miti de, medya ve reklam aracılığıyla ün sahibi ve sahip olduğu ünü yine medyadaki görünürlüğüne bağlı olarak, gazete, dergi, dizi, film, edebiyat vb. gibi farklı ortamlardaki farklı temsil biçimleri ile sürekli biçimde yükselen bir ivmeyle yarattığı mimar imajı üzerinden, adeta popüler bir kahraman olarak var olur.

Medya tarafından mitleştirilen karakterler ünlü olanlardır; herkes tarafından takip edilen, tanınan medyatik kişiliklerdir. Bu bağlamda, mimari söylem ve eylemleriyle adeta "efsaneleşerek" meslek camiası tarafından benimsenen modern mimar kimliğinin mitleştirilmesi ise, birbirinden farklı üç yol izler. Bu yollardan ilki, Mimar Sinan örneğinde olduğu gibi, ölümünden sonra arşivler ve iletişim araçları yoluyla mitleştirilme; ikincisi, mimarın söylem ve eylemlerine bağlı olarak kendi kendini mitleştirmesi; sonuncusu ise mimarın karşılıklı iletişim halinde olduğu dış etkenler tarafından mitleştirilmesidir. İlki, tarih yazımındaki eksiklikten kaynaklı, çağ atlayan söylemlerin sonucu gelişen söylemlerken; ikincisi, mimarın benimsediği bütünleşik, karakteristik ve en önemlisi mesleki var oluşu ile efsaneleşmiş mimarlara

ilişkin söylemlerdir. Üçüncü söylemin altyapısı ise modern dönemin kitle iletişim araçlarıyla karşılıklı ilişkisi içinde medya tarafından mitleştirilmeye dayanır. İkinci ve üçüncü söylem arasındaki fark ise, mitleştirilen karakterin ün kavramıyla kurduğu ilişkisellik ekseniyle belirlenir.

Mimarın söylem ve eylemlerine bağlı olarak kendini mitleştirmesi, aslında birey olgusunun ortaya çıkışıyla ilişkili olup, bireyin kendi varlığının ve öneminin bilincine varmasıyla gerçekleşir. Modern bireyin modern olma yolundaki ilk adımı olarak bireyselleşme bilinci ise, yaptığı işleri ve kendini önemsemesiyle oluşur. Bu yolda, mimar, kendi hayatına dair anılarını yazdıkları günlükleri, yaptığı işlere dair eskizleri, fotoğrafları, yazışmaları, notları vb. arşivleyerek bir belgeleme etkinliği içerisine girer. Bu doğrultuda, kendine ve dönemine ait her şeyi arşivlemek, artık bireyselleşme bilincine sahip olan modern bireyin kendi kendini tarihselleştirmesi anlamını da taşır (Tanyeli, 2007, s. 16). Bu doğrultuda, birbirinden farklı mimarlık ortamlarına işaret etseler de, Le Corbusier ve Sedad Hakkı Eldem'in tutumları benzerlik gösterir. Le Corbusier, daha meslek hayatının başındayken kendine dair her türlü izi saklama kararı alarak; elektrik, çamaşır faturaları, banka hesap özetleri, kartpostallar, aile resimlerinden, eskizlerine, yanından ayırmadığı eskiz defterine, mobilya firmasıyla gerçekleştirdiği yazışmalara kadar her türlü mesleki belgeyi arşivlemiştir (Colomina, 2011, s. 2).

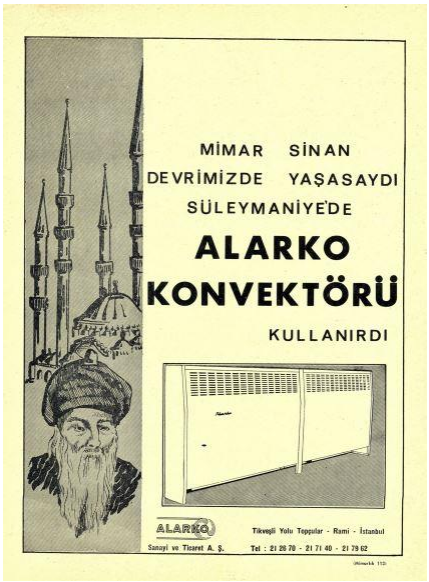
Rönesans'ta bireyin kendi bilincine ilk defa varması ve bireyselleşme eyleminin Türkiye'deki ilk örneği olarak Sedad Hakkı Eldem, sadece yapı üretimiyle değil; aynı zamanda yaptığı işlere dair her türlü eskizi, yazışmayı ve belgeleri titizlikle saklamıştır (Tanyeli, 2001, s. 14). *"Sanatçı kendi bireysel varlığının bilincine herkesten önce kendisi varmalıdır; sanatçıyı Ortaçağ'ın adsız ustası olmaktan çıkarıp bir modern birey haline getiren bu bilinçtir."* (Tanyeli, 2001, s. 14). Bu durum, Eldem'in, Osmanlı elitine özgü adap ve terbiye normlarını içeren, oldukça güçlü ve sınırlı hitabet şekliyle her zaman duvarları olan bir karaktere sahip olmasından, sosyal ve akademi hayatında kimseyle samimi diyaloglar kurmamasından ötürü "yalnız adam" oluşuyla ilintilidir (Tanyeli, 2007, s. 163). Eldem'in bir mit haline gelmesine yol açan da, kendine has karakter yapısı, görüşleri ve mimari eylemleri ve başka örneği olmayan özgün mimari tavırlarının bütünleşik ifadesidir. Dolayısıyla, mimarın modern bir mit olması, meslek insanının tek bir özelliğinden ya da ürettiği tek bir yapıdan oluşan bir söylem değil;

kompakt düşünme biçimiyle öne çıkan çok boyutlu bir yapısal oluşumdur. Tanyeli'ye göre, zaten tam da bu nedenle, Eldem, *"uomo universale"* söylemine uygun Türkiye'deki ilk ve tek mimardır. Bu söylemin dayanağı ise, Eldem'in mitleşmesine zemin hazırlayan mimari çabasının büyüklüğü ve öğretici, tasarımcı, yönetici, yazar gibi taşıdığı çoklu kimlikleriyle oluşan bütünselliğidir (Tanyeli, 2001, s. 17).

Oysa ki, kendinden sonraki döneme bırakılmayan bilgi, bilgi sahibinin de -burada, mimar- bilinmezlikler içinde kaybolmasına neden olduğu gibi, mimarın bu bilinmezliklerden bir mit olarak çıkışına ve ölümünden sonra mitleştirilmesine de yol açar. Tarih yazımındaki eksiklik neticesinde ortaya çıkan bu durumun, temsillerinden biri Osmanlı mimarlık tarihinin en önemli ismi olan Mimar Sinan'dır. Döneminin, birey ve bireyselleşme bilincinin varlık kazanmadığı geleneksel dünya örüntüleri ile bağlantılı olarak, tarih boyunca kendinden hiç bahsetmeyen, ölümünden yüzyıllar sonra başkası tarafından atfedilen bilinçli rolle birlikte, bir efsane mimar kimliğine bürünmüştür. Sinan'ın efsaneleştirme ve dâhileştirme süreci, ulusalcı ideolojinin ilk temsilcilerinden olan Ahmed Cevdet tarafından başlatılmakla beraber, bu söylem zamanla "dâhi Sinan" mitinin oluşmasına ve toplumsal-mesleki yaygınlık kazanmasına neden olmuştur (Tanyeli, 2007, s. 37). Sinan'ın historiyografik kimliği, Osmanlı kültür ortamında, dönemin İtalya'sı ile eş zamanlı birey mimarın olmayışının eksikliğinden ötürü, Rönesans ve sonrasının kavramlarıyla inşa edilmeye çalışılmış; dâhi tahayyülü ile ortaya konulan bu yazımda ise, gerçekleştirilen onca eserin tek müellifi Sinan olmasa da, dâhiliğine atfedilen Sinan'a mal edilmesi, mitleştirme söylemlerinin bir ürünü olarak varlık kazanmıştır (Tanyeli, 2007, s. 17).

Bu noktada dikkat çekici olan, modern söylem ve araçların kullanımıyla mitleştirilen mimar kimliğini, yine modern iletişim kanalları ve temsil araçlarının kullanımıyla nüfuz ederek, toplumsal kabul kazanmış olmasıdır. Dahası, inşa edilen "Koca Sinan" ve "Dâhi Sinan" mitinin, takip eden dönemlerde tekrar edilerek yeniden üretilmesidir. Bu yeniden üretimlerin sürekliliği, zaten inşa edilmiş olan mitin, daha da güçlü bir mit -efsane- niteliği kazanmasına ve zaten sahip olduğu toplumsal kabulün yerini daha da sağlamlaştırmasına neden olur. Böylelikle, tarihsel olarak "idolleştirilen" mimar, toplumsal olarak da sarsılmaz mutlak bir "güven" algısına kavuşur. Bu durum, anlamlandırılan göstergeler bütünü olarak mitin yeniden üretimlerinin, modern dünyanın medya araçlarında, istenilen amaç ve mesaj doğrultusunda iletiler bütünü

olarak kullanılmasıyla sonuçlanır. Mitleştirilen mimar imgesine, görsel mesajlı reklamlarda yer verilerek, kahramanlaşan mimar modern medyanın temsilleri olarak yer almaya başlar; ve daha da "mitleşir". Bu doğrultuda, 1966 tarihli Mimarlık dergisinde yayınlanan Alarko Konvektör reklamında ürüne dair verilmek istenen mesaj, Mimar Sinan'ın toplumsal bellekte işaret ettiği yer aracılığıyla temsil edilir (Şekil 28). İnşa edilen mitten yola çıkılarak, mimarın tarih içinde edindiği yer ile modern dünyanın ürün arasında ilişki kurulur. Böylelikle, mitleştrilen mimar, adeta bir tüketim nesnesi olarak temsil edilen metalardan biri haline dönüşür.

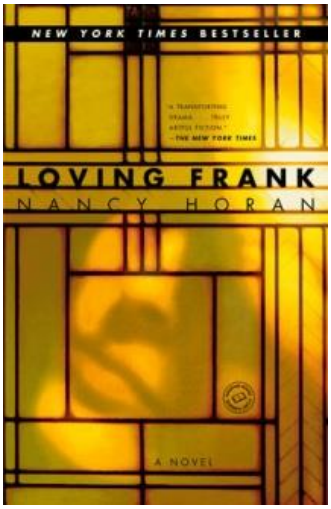


Şekil 28:Mimarlık Dergisi Mimar imgesiyle Alarko reklam sayfası 1966 (URL-38)

Mimarın karşılıklı iletişim halinde olduğu dış etkenler tarafından mitleştirilmesi söylemi ise, mimarın döneminin kitle iletişim araçlarında etkin biçimde yer almasına temellenir. Mimar, medyanın aracı olduğu spekülatif kaynaklı haberler, reklamlar, röportajlar vb. gibi araçlarla medyanın popüler kimliklerinden birine dönüşür. Böylelikle, mimarın, medyadaki görünürlüğü ile sahip olduğu ün, onun diğer mesleki aktörler arasından sıyrılmasına ve bir anlamda mdoern medya kahramanı haline gelmesine neden olur. Ki bu durum, günümüzde star mimar kavramının varlığını olanaklı kılan en önemli etmenlerin başında gelir. Bu bağlamda, Eşkinat, her ikisi de şehircilik alanında önemli çalışmalar gerçekleştirmiş olan -yaklaşık olarak eş zamanlı- iki mimarın, Le Corbusier ve Tony Garnier'in sahip oldukları ün nosyonlarını tartışır. Aynı ideolojik ve mesleki yaklaşımlarla, kuramsal kent çalışmaları ortaya koymalarına

rağmen, döneminde Le Corbusier ünlü bir mimar olarak anılırken, Garnier'nin neden Le Corbusier kadar ünlü olmadığını, medyadaki görünürlükleri üzerinden açıklar. *"Tony Garnier Le Corbusier'in aksine hiç reklam yapmadı, kendisinden hiç bahsetmezdi, fikirlerini ancak öğrencilerine anlatıyordu."* (Eşkinat, 1971, s. 18). Oysa ki, Le Corbuiser, gazeteler, dergiler, ilanlar, reklamla vb. modern medya araçlarında sıklıkla yer alarak, toplumsal ölçekte ün kazanmış olmakla beraber; Savoye ailesi için tasarladığı Villa Savoye aracılığıyla yapının yanı sıra mimarın da medya aracılığıyla ikonlaştırılmasıyla, sürekli gündemde yer almaktadır. Le Corbusier'nin Savoye ailesi olan problemli ilişki süreci ile birlikte, mimarlık ortamında kazandığı görünürlük, medyanın mimarın mitleştirilmesi sürecindeki rolünün de temsilidir. Villa Savoye'nin tasarım ve uygulama süreçlerinden sonra, ailenin yapıyı kullanımında ortaya çıkan problemleri ilettiği şikâyet mektuplarına cevap olarak, Corbusier binanın eşsiz tasarımının mimarlık camiasında ne kadar övüldüğünü belirtmiştir. Bu cevabı olanaklı kılan ise, mitleştirilen mimar karakterinin medyadaki çeşitli temsilleri aracılığıyla sahip olduğu görünürlüğün, mimari sorumlulukların önüne geçmiş olmasıdır. Bir diğer ifadeyle, mitleştirilen mimarın gerçekleştirdiği esere dair medaydaki övgüler, mimarın kulalnıcıya olan yapısal sorumluluklarından ön plana geçmiştir; ve buna yol açan da mimarın medyadaki ünüdür (Gizem Özer, 2015, s. 6).

Ancak, mimarın modern medyada sıklıkla var olarak sahip olduğu görünürlük, ve bu görünürlüğün devamında kazandığı şöhreti göstermesi açısından, Frank Llyod Wright önemli bir kırılma noktası tanımlar. Medyanının yakından ilgilendiği çalkantılar ve dedikodularla dolu özel yaşamı, Wright'ın medyada "haber" niteliği yüksek bir şöhret olmasını sağlamış; bu şöhret ise karşılıklı biçimde, medyada ismine sıklıkla yer verilmesine yol açmıştır. Böylelikle, Wright'ın tasarımlarıyla yakaladığı mesleki başarı ve şöhret -yani, ünlü mimar imajı-, özel yaşamının gazetelerde yer bulmasıyla katlanarak, Wright dönemin medyasında önemli modern şöhretlerden biri haline gelmiştir.



Şekil 29: Loving Frank romanının kapağı (URL-39)

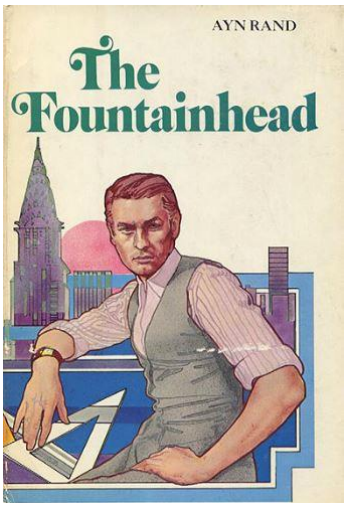
Wright'ın, 1909 yılında yaşadığı sorunlar sonucunda, eşini ve çocuklarını terk edip, müşterisi olan Mamah Cheney ile ilişki yaşaması üzerine, özel hayatı dönemin gazetelerinde yer almış; hatta bu ilişki kurgusal bir hikâye olan Loving Frank romanına konu olmuştur. Bu bağlamda, Wright modern dönem mimarının, mimari üretimlerinin ötesinde, özel hayatının toplum tarafından merak edildiği ve takip edildiği bir medya figürü olarak şöhret kazanması sürecinin de öncüsü olmuştur (URL- 40). 1911 yılında ünlü yapısı Taliesin Evi'ni inşa etmeye başlayan Wright, 1914 yılında büyük bir trajedi yaşamış, "aşk bungalovu" olarak adlandırılan evde çıkan yangın sonucunda Cheney ve çocukları yaşamını yitirmiştir. Bu olay sonucunda, Wright ve Cheney'nin ilişkisi, birçok gazete manşetinde yer bulmuştur (URL- 40) (Şekil 30).

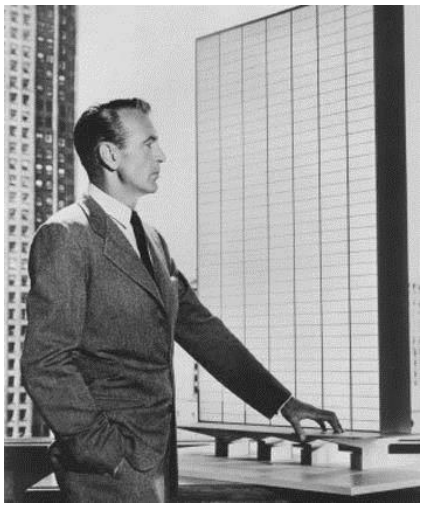


Şekil 30: The Independent-Record (URL- 40)

Wright'ın öncülük ettiği, mimarın mesleki yaşamının yanı sıra; mimarın ve mimarın özel hayatının modern medyada yer alarak gündelik hayata sızmasıyla sahip olduğu yeni mimar imajı, gazete ve dergilerin yanı sıra çeşitli romanlar ve filmlerle de temsil edilmiştir (Şekil 29). Bu bağlamda, mimarlık medyasında mimarın yeri ile ilgili iyi bir örnek teşkil eden, Ayn Rand'ın 1943 tarihli The Fountainhead romanı, Howard Roak adındaki idealist genç bir mimarın hayatını konu alır (Şekil 31). Howard Roak'un hayat hikayesi, kişisel görüşleri ve çıkar ilişkileri doğrultusunda uzlaşmaya varmak yerine, görüşleri doğrultusunda yapılar tasarlamayı hedefleyen kararlı bir mimar olarak anlatılmaktadır (URL-41). Ayn Rand'ın romanında yarattığı Howard Roak karakteri için ilham kaynağının, efsanevi, skandallarla ve spekülasyonlarla dolu bir hayatı olan Frank Llyod Wright olması ilginçtir (URL-42).

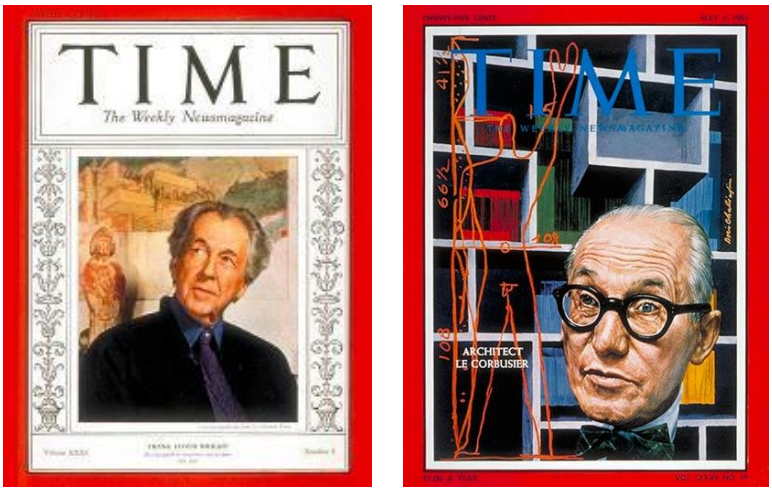
Mimarlık mesleğine dair farklı görüş ve ideolojilere sahip mimarların yaşadığı çatışmalardan yola çıkarak, kalabalığın içinde farklılaşmayı tercih eden mimarın yaratma etkinliğinin biçimini sorgulayan romanda, aynı zamanda medya patronlarının mimarlık mesleğiyle olan ilişkisine de yer verilmektedir. Roman, mimarlığın yaratma etkinliğine ve mimar imajına dair medya ekseninde gelişen olaylar zincirinin yanı sıra, mimarlığın ve mimarın ticari bir etkinlik aracı haline gelmesine yönelik eleştirel bir tartışmadır. *"Çizgi yeteneğini daha iyi değerlendirebileceği bir dal. Mimarlık çok saygın bir meslek," demişti oğluna. Hem bu meslekte en kibar insanlarla karşılaşırsın. Mimarların kariyeri hep parlak olur"* (Rand, 2003, s. 22). Dolayısıyla, günümüzdeki mimarlık ortamına ve mimara dair tartışmaların da öncüsü sayılabilecek bu roman, medyanın mimarlık üzerindeki yönlendirici etksine de işaret etmektedir.





Şekil 31: The Fountainhead romanının 25.yıl baskısında mimar imajı ve Romanın sinemaya uyarlanan film sahnesinden bir kare (URL-43) (URL-42)

Modern dönemin önemli şöhretlerinden biri olarak Wright'ın, medyadaki görünürlüğü bunlarla sınırlı değildir. Haber ve politika içerikli olan Time dergisi, 1938 yılında Şelale Evi projesiyle Frank Lloyd Wright'a yer vermiş, ve devamında dönemin mimarlık akımlarını Amerikan toplumuna aktarmak amacıyla kapağında ünlü mimarlara yer vermeye devam etmiştir (Şekil 32). 1961 yılındaki sayısında, kendisine 10 sayfa ayrılan Le Corbusier, "*o bizim zamanımızın Leonardo'su, dünyanın en büyük mimarı"* sözleriyle yer bulmuştur (URL-44) (Şekil 32).



Şekil 32: Time Dergisi Frank Lloyd Wright sayısı (URL-45) ve Le Corbusier sayısı kapakları (URL-46)

Le Corbusier'in medaydaki varlığı, ölümünden sonra da artarak devam etmiş; ve ünlü mimarın isminin cadde ve sokaklara verilmesinin yanı sıra, 1997 yılında İsveç frangına portresi basılmıştır (Şekil 33). Hatta, Swiss International Bank, banknotun üzerinde yer verilen isimler ile ilgili açıklamasında, Le Corbusier, yaratıcı enerjisiyle insana odaklanmış bir mimar, şehir plancısı, ressam ve kuramcı olması ve teknik alandaki yeniliklere yönelimiyle, bu yaklaşımını konut tasarımı ve kentsel ölçekteki planlamalarında ortaya koyan modernin ustası olarak tanıtılmaktadır (URL-47).



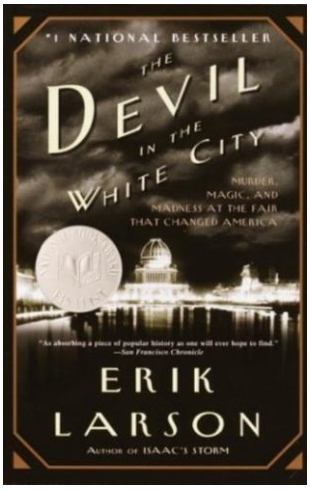
Şekil 33: Le Corbusier'in portresinin basılı olduğu İsviçre Frangı ve mektup pulunda kullanılan portresi (URL-47) (URL-48)

Benzer biçimde, 1957 yılında Life dergisinde, "Usta Mimarın Ortaya Çıkışı" başlığıyla yayınlanan Mies Van Der Rohe ile röportajında, ünlü mimarın yapıtları, düşünce ve görüşlerinin yanı sıra, Mies'in, romantiklerin binalarını sevmediğini, tasarımlarının soğuk ve sert olduğu eleştirilerine karşılık binaları eğlence için değil belli bir amaç için inşa ettiği yolundaki modern mimarlık ortamına dair eleştirilerine de yer verilmiştir (URL-49) (Şekil 34).



Şekil 34: Life Dergisinin Mies sayfası 1957 (URL-49)

Mimar kimliğine, edebiyat alanında yer verilen başka bir örnek ise Erik Larson'ın kaleme aldığı 2003 tarihli Devil In The White City romanıdır (Şekil 35). Roman, Chicago ve Washington kentlerinin master planını hazırlayan, Flatiron'ın mimarı Daniel Burnham ile Central Park'ın tasarımcısı Frederick Law Olmsted'ın yanı sıra, aynı zamanda Daniel Burnham'ın mimarı olduğu 1893 Chicago Dünya Fuarı'nı temel almaktadır (URL-50).

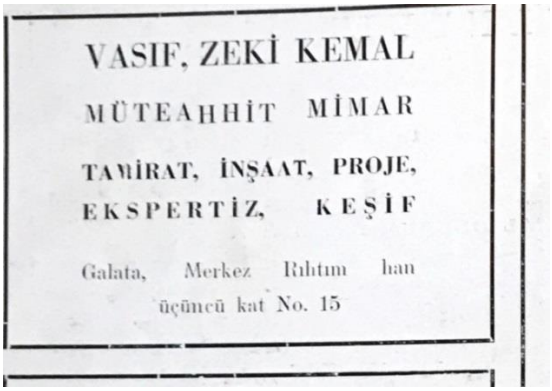


Şekil 35: Devil In The White City'nin kapağı (URL-50)

Tüm bu romanlar, gazeteler, dergilerin yanı sıra, mimar imgesinin medayda varlık kazandığı bir diğer alan da bu mecralardaki reklamlar olmuştur. Ancak bu reklamlarda kullanılan mimar imajı, görsel bir figür olarak doğrudan mimarın kendisinin temsili değil, mimarın yapıları aracılığıyla temsiline ilişkindir. Mimarın, bir meslek insanı olarak sahip olduğu ün ve bunun neticesindeki güvenilirliğinin temsilidir. Dolayısıyla, reklamların, alıcıya gönderilen amaçlı iletiler bütünü olarak, belli bir anlam içinde farklı bileşenlerle yoğrulan yönlendiriciler olmasından hareketle; mimar bu reklamlardaki "gizli özne"dir. Fischer'ın anlamın dört boyutu olarak sınıflandırdığı gönderim, önem sırasındaki yer, anlatım ve değer kavramların yer aldığı anlam boyutları içerisinde (Fischer, 2015, s. 96), mimar imajı, bir imge olarak, reklamların ilişkilendirildiği ve iletilende yol açtığı algı ile bağlantılı olarak kamuoyuna sunulmaktadır.

Mimar karakterinin reklamlarda imge, araç ve amaç olarak kullanımı, mimarın, mimarlık alanının ve kamuoyuna sunulan yapının iletilerde gösterge olarak yer almasıyla mümkün olmaktadır. Aksu ve İyigün'e göre mimar, inşaat malzemesi ve konut pazarlamasında rol model olarak yer almamalı, adı geçen her kavram, kendi içeriğine uygun olarak tanıtılmalıdır (Kazmaoğlu, 2017, s. 79). Kahvecioğlu ise, geçmişin tanrısal rol atfedilen tasarımcı mimar figürü üzerinden güncel mimarlığın faaliyet alanlarını değerlendirmenin doğru olmayacağını, değişen ve gelişen mimarlık formasyonu açısından, mimarlığı bu üretim içinde rol-model olarak ele almanın oldukça mümkün bir durum olduğunu belirtir (Kazmaoğlu, 2017, s. 83). Kanıpak'a göre,

mimarın tanıtımlarda rol-model olarak yer alması tamamen nasıl algılanmak istediğine bağlı bir durum olup, malzeme ya da konuta bağlı bir figür olmaktan rahatsız olup olmayacağı ile ilişkilidir (Kazmaoğlu, 2017, s. 84).



Şekil 36: Arkitekt Dergisinde yer alan mimar reklamı (URL-51)

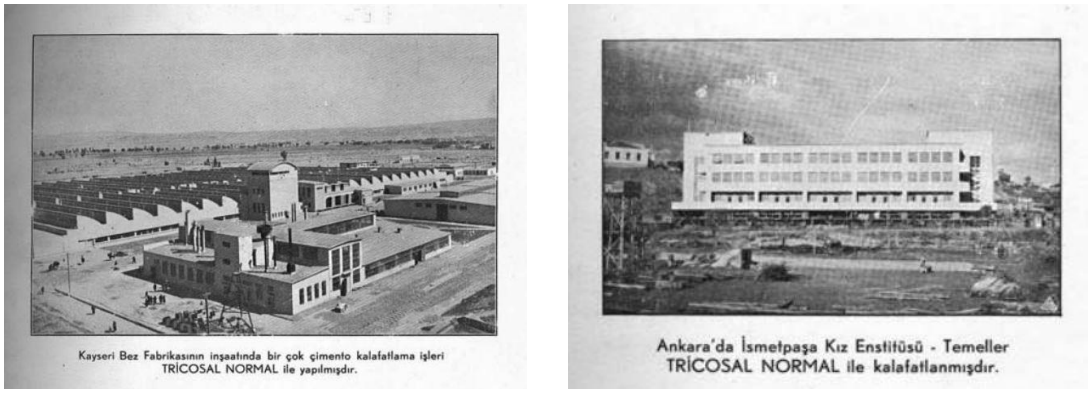
Aksu ve İyigün'ün belirttiği üzere, reklamı yapılan ürünün kendi nitelikleri bağlamında ele alındığı görüşünden hareketle, kimi durumlarda mimar da, bu ürünün kendisi olabilmektedir. Mimarın, miamrlık ortamında var olabilmesi ve daha etkin bir yapı etkinliğinde bulunabilmesinin tek yolu, bir yandan da doğrudan mesleki varoluşunu kamuoyu ile paylaşmaktır. Bir diğer ifadeyle, mimar, doğrudan kendinin reklamını yapmakta ve kendisini imge haline dönüştürmektedir. Bu durumu, özellikle, Arkitekt dergisinin neredeyse tüm sayılarında yer verilen çeşitli mimarlık ofisleri ve uygulamalarının doğrudan tanıtımları ile görmek mümkündür.



Architectural Record'un Frank Lloyd Wright özel sayısında (1938) yapı malzemesi reklamları: "Wright da bunları kullanıyor!"

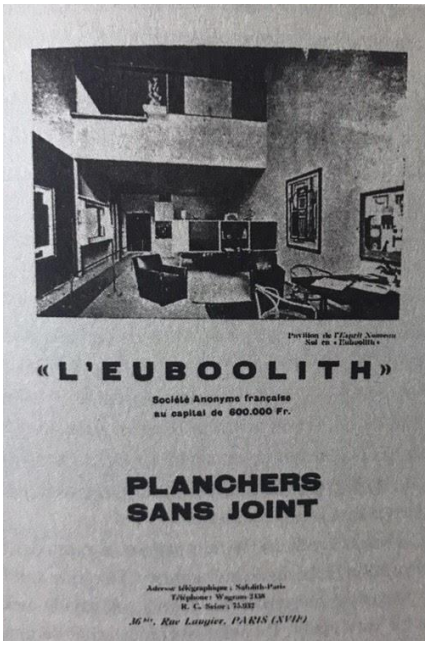
Şekil 37: Architectural Record'un Frank Lloyd Wright özel sayısından reklam sayfası 1938 (Tanyeli, 2013, s. 318)

Ancak diğer taraftan, mimarın, herhangi bir ürün tanıtımı için yalnızca sahip olduğu mesleki kabule referans verecek biçimde yer aldığı çeştili örnekler de söz konusudur. Özellikle başta yapı malzemesi reklamları olmak üzere, çeşitli reklamlarda, mimar güvenilir bir imge olarak kendine yer bulur. Architectural Record'un 1938 yılında Frank Lloyd Wright için hazırladığı özel sayısında, Wright'ın ismi, çeşitli yapı malzemesi reklamları ile birlikte yer alırken (Şekil 37); 1938 tarihli Arkitekt dergisinde, reklamı yayınlanan ürün Tricosal Normal markasıyken, gönderim kaynağı olarak seçilen mimarlık üretimidir (Şekil 38). Reklamda, Kayseri Bez Fabrikası ve Ankara İsmetpaşa Kız Enstitüsü gibi dönemin büyük ölçekli mdoernist yapılarında da söz konusu yapı malzemesinin kullanılmış olduğuna yapılan vurguya ek olarak, reklam metinleri aracılığıyla da, yapıların referans verdiği "güvenilirlik, kabul edilebilirlik, yenilik, güç" vb. gibi gizli kavramlar, markaya ilişkin güven duygusunu yerleştirme amacıyla, mimarın bilinçli bir tercihi olduğu olgusu üzerinden araçsallaştırılmaktadırlar.



Şekil 38: Arkitekt Dergisi'nde yayınlanan malzeme reklamı 1938 (URL-52)

Bu bağlamda, Tanyeli, yapı malzemesi tanıtımı için alanının güvenilir olan önemli isimlerini referans vermenin akıllıca olduğunu söylemekle birlikte, reklamı yapılan ürün ve reklamı yapan mimarın da gündeme gelerek popülaritesini arttırdığını belirtir (Şekil 39). Ayrıca, mimarlık süreli yayınlarının ortaya çıkışıyla birlikte başlayan, mimarlık-reklam ilişkisinin, yıllar içinde gelişim-dönüşüm grafiği ekseninde yalnızca mimar imgesinin kullanımına özelleşmesi, bu yayınların da ekonomik olarak varlıklarını sürdürebilmeleri, yani yer verdikleri reklamlar ile ilintilidir (Tanyeli, 2013, s. 319-320).



Şekil 39: Euboolith ilanı, Almanach de l'architecture moderne 1925 (Colomina, 2011, s. 191)

Kitle iletişim aracı olarak reklamı, daha doğrusu reklam-mimarlık ilişkisini oldukça önemseyen ve sıklıkla kullanan isimlerden biri de Le Corbusier'dir. Le Corbusier'in üretim koşullarına yönelik ilgisi kaçınılmaz olarak, üretimi sürdüren mekanizmalara yönelik ilgisini ortaya çıkarmış, kitle iletişimi ve reklamcılığı oldukça önemsemiş hatta düşüncesine reklamın varlığı ile sanatın toplumdaki yeri kökten sarsılmıştır (Colomina, 2011, s. 156). Kullandığı popüler imgelem, endüstrileşen sanayi toplumunun ürettiklerini tekrar topluma yaymak amacıyla kullandığı reklam olmuştur. Mimar kimliği ile görüşlerini aktardığı kitap ve makalelerinde, modern reklamcılık disiplinin retoriğini ve ikna tekniklerini ödünç alarak, hatta kendi vizyonu doğrultusunda bazılarını manipüle ederek, reklam-mimarlık ilişkisinden aktif biçimde yararlanmıştır (Colomina, 2011, s. 185). Bu doğrultuda, Corbusier, mimari üretimlerinin yanı sıra, bireysel kimliğini de ön plana çıkarmak amacıyla, kullandığı ürünlerin reklam ilanlarında kendi yapılarına yer vermiştir (Colomina, 2011, s. 190).

Reklam ile mimarlık ortamının ilişkisini yakınlaştıran bir diğer etmen ise, küreselleşme ve küreselleşme ile birlikte her alana nüfuz eden yeni pratikler olmuştur. Dünya ekonomisinin piyasa güçlerine verdiği yönle birlikte karşı konulamaz şekilde yapılanan küreselleşme, kentlerin, bu yeni dünya sistematiğinde yeni planlama ve organizasyonları etkin olarak kullanmalarını zorunlu kılmıştır. Bu zorunluluğu

belirleyen ise, yalnızca ticari alışverişler değil, ülkeler ve kentlerin de içerisinde varlık kazandıkları rekabet ortamıdır. Bu küresel rekabet ortamında, kentler, diğer kentler arasından sıyrılma amacıyla, yeni arayışlara girmişler ve marka değerleri ile öne çıkabilmeleri adına, büyük ölçüde pazarlama stratejilerinden yararlanmışlardır. Bauman'a göre *"bu moda deyim hızla bir parolaya, sihirli bir sözcüğe, geçmiş ve gelecek tüm gizlerin kapılarım açacak bir anahtara dönüşüyor. Küreselleşme onsuz mutlu olamayacağımız şey; bazılarına göre ise mutsuzluğumuzun nedeni."* (Bauman, 2006, s. 7) olan küreselleşme, bir "zaman-mekân sıkışması"dır (Harvey, 2006, s. 270). Böylelikle, küreselleşmenin getirisi olan iletişim ağı, bilinmeyenlerin bilinenlere dönüştüğü, mesafelerin yarattığı uzunluğu ortadan kalktığı bir rekabet olgusu ortaya koymaktadır. Rekabet ortamının ortaya çıkardığı marka kavramı ise, bir satıcının malını veya hizmetini diğer satıcılarınkinden farklı olarak tanımlayan bir isim, terim, tasarım, sembol veya başka bir özelliktir (URL-53). Ogilvy'ya göre ise marka, bir ürünün veya hizmetin nitelikli, nitelikleriyle birlikte müşterinin zihninde yarattığı algıların somut toplamıdır. Üreticinin sahip olduğu marka, markanın ismi duyulduğunda potansiyel olarak müşterinin ne düşündüğüne referans verir (URL-54). Rekabetin tanımladığı, marka ve hizmet kavramlarının önemli algı araçları olarak günlük hayata girmesiyle, 20. yüzyıl itibariyle üreticiler, yeni bir pazar oluşturmaya başlamışlar ve mimarlık ortamı ile mimar da bu markalaşma stratejilerinin etkin nesnesi ve öznesi durumuna gelmiştir.

Kentsel rekabetin önem kazandığı küreselleşme olgusu çerçevesinde, "mekânsız ekonomi" ve "coğrafyanın sonu" gibi görüşlerin aksine; üretimin dünya genelinde belirli bir mekânda yoğunlaşması ile bölgesel ve yerel uzmanlaşmalar aracılığıyla (Akturan & Oğuztimur, 2016, s. 118), özellikle metropol kentlerin "pazar"da marka değerlerine vurgu yaparak çeşitli stratejiler izledikleri görülmektedir. Bu stratejilerin yol açtığı dönüşümlerin ise, "özellikle kullanıcı için" gerçekleştirildiği önermesi ise, doğrudan kullanıcı üzerinden tüketimi artırma çalışmalarının bir sonucudur (Stavrides, 2016, s. 31). Bu bağlamda, kentlerin marka değerinin yaratılması amacıyla, öncelikle ünlü mimar kavramından ve ünlü mimarın etkinlik alanından yararlanması, bir yandan pazarlama stratejisi olarak mimarın ve tasarımının imge olarak kullanılması, bir yandan ise medyanın yarattığı ünlü mimar miti aracılığıyla da, hem mimarın kendi reklamını yapmasına hem de işverenin bu şöhretin mitinden faydalanmasına dayanan karşılıklı bir birliktelik ortaya çıkarmıştır.

Bu bağlamda, daha çok sanayi yapılarının bulunduğu bir kentsel mekâna sahip olan Bilbao'da, kentin kalkınma planı çerçevesinde, Guggenheim Bilbao Müzesi'nin inşa edilmesiyle birlikte, kent, bu niteliğinden sıyrılarak, yavaş yavaş turistik bir kimliğe bürünmeye başlamıştır. Böylelikle, dünyanın her yerinde oldukça fazla sayıda turist çeken müzenin tasarımının ve tasarımı yapan mimarın şöhretinin de etkisiyle, dünya çapında bir şöhrete kavuşan kent (Skylakakis & Pollalis, 2005, s. 2-3), söz konusu mimari üretimin ünü aracılığıyla küresel ölçekte tanınırlık ve bilinirlik sahibi olmuştur. Bu doğrultuda, gerçekleştirilen bir diğer önemli mimari etkinlik ise, kentsel dönüşüm programı kapsamında İstanbul-Kartal için açılan master planı yarışmasıdır. Söz konusu yarışmanın, ilk etapta yalnızca uluslararası mimarlara açılması, beraberinde birçok tartışmaya da yol açmıştır. 2005 yılında İBB ve Kartal Belediyesi tarafından ortaklaşa gerçekleştirilen şehircilik atölyesi kapsamında, Türk mimarların davet edilmediği, ancak Zaha Hadid ve Massimiliano Fuksas gibi star mimarların katıldığı yarışmanın kazananı Zaha Hadid olmuştur (URL-55). Katılımcılara dair yapılan eleştirilere verilen, *"Türkiye'de böyle bir projeyi çizecek mimar yok."* (URL-55). söylemi ise, star mimar kimliğinin, kentlerin küreselleşmenin getirdiği rekabet ortamında kendilerine çizdikleri markalaşma stratejilerini göstermesi açısından önemlidir. Dolayısıyla, ünlü mimar, -günümüzde star mimar- mitine sahip mimar, medya aracılığıyla yaratılan, hangi şehre dokunsalar dünyanın çekim merkezi haline dönüştürüyor olmaları olgusuna işaret etmektedir. Mimar tasarımcının şöhreti, bir anlamda kentin de şöhret kazanmasının ve bu şöhreti pekiştirmesinin aracı olarak kullanılmaktadır. Tanyeli, bu karşılıklı şöhret olma durumunu şöyle ifade eder: *"Prada, Herzog de Meuron'la, Koolhaas'la çalışıyor; Mikimoto ve Tod'sa Ito'ya iş veriyor, Fuksas ve Tadao Ando'nun hizmetinden yararlanıyor. Lüks talebi tırmandıkça, tasarım talebi tırmandı. Tasarım talebinin tırmanmasıysa, şöhret talebinin alabildiğine büyümesine yol açtı. Şöhretlerin varlığıysa markaların varlık nedeni oldu."* (Tanyeli, 2013, s. 253).

Bu bağlamda, markalaşmanın aracı olarak reklam, aynı zamanda mimarlık hizmetinin pazarlanması adına da önemli bir yol tanımlamaktaysa da; söz konusu reklam, mimarlık ve pazarlama ilişkileri mimarlık ortamında çeşitli tartışmalara da konu olmaktadır. Bu doğrultuda, Kanıpak, mimarlığın, bir görsele hizmet eden kısa bir metinle ve reklamla pazarlanabilecek bir hizmet olmadığını ve dolayısıyla da, mimarlık

hizmetinin reklam araçlarıyla tanıtılamayacağını, bunun yerine uzun vadeli tanıtım araçlarıyla pazarlanabileceğini ifade eder (Kazmaoğlu, 2017, s. 78-89)

Oysa ki, bir üreticinin veya işletmenin, kendini tüketiciye sunma ve temsil biçimi ile tüketicide yaratmak istediği algı olarak marka kimliği ve bu kimliğin bir bileşeni olarak çeşitli medya platformlarında temsili, -bir anlamda- artık, bir ticari ve ekonomik etkinlik haline dönüşmüş olan mimarlık alanında, günümüzde özellikle mimarlık ofislerinin ve mimarların sıklıkla kullandıkları bir araçtır. Temel olarak, hizmet ettiği -müşteri- portföyünün genişlemesi ve daha fazla bilinir olmak adına başvurulan yollardan biri olarak medyada var olmak, kamuoyu ile iletişime geçmenin ve toplumsal görünürlük kazanmanın yollarından biridir. Bu amaçla, yarışmalar, kitaplar, sosyal medya, mimarların kişisel blogları, mimarlık ofislerinin web sayfaları vb. gibi güncel medya ortamları, günümüzde, mimarlar tarafından oldukça etkin biçimde kullanılmaktadır. Bu doğrultuda, çeşitli mimarlık ofislerinin, kendileri için çizdikleri yol ve kullandıkları araçlar, mimarların temsil etmek istedikleri imaj ile bağlantılı olarak birbirinden farklılık gösterebilmektedir.

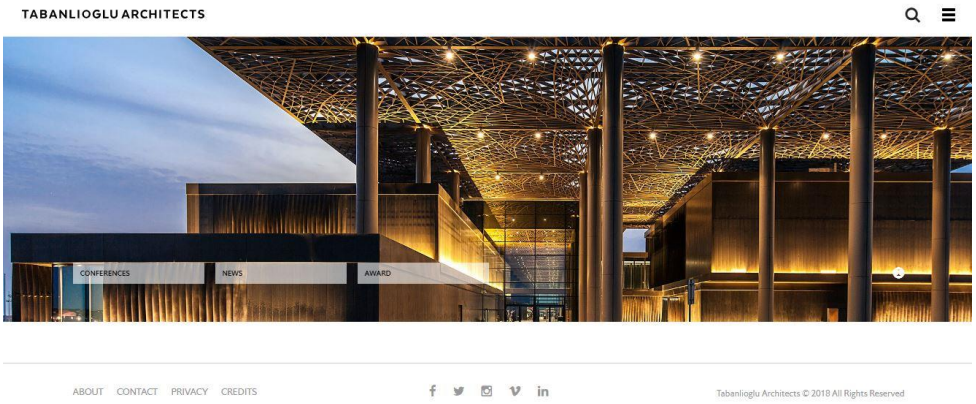
Murat Aksu ve Umut İyigün, sahip oldukalrı mimari ofisin tanıtımı için, öncelikle çok iyi tasarımlar yapmaya, bu tasarımları en iyiler arasında yer almasını sağlamaya gayret ettiklerini ifade etmekle birlikte; daha geniş kitlelere daha hızlı biçimde ulaşmayı olanaklı hale getiren sosyal medya platformalarını yazılı ve görsel temsiller için kullandıklarını belirtir (Kazmaoğlu, 2017, s. 79). Benzer biçimde, Evren Başbuğ da, tanıtım ve temsil araçlarını, sırasıyla sosyal medya, süreli yayınlar ve söyleşilerde yer almak olduğunu söyler (Kazmaoğlu, 2017, s. 81). Adnan Kazmaoğlu ise, farklı biçimde, kendisini eski kuşağa kökenleyerek, ofis tanıtımı için çok fazla çaba göstermediklerini, müşterileri ile neredeyse tamamının süreli yayınlar olan mimarlık mecraları aracılığıyla tanıştıklarını ifade eder (Kazmaoğlu, 2017, s. 84). Diğer taraftan, Esin Tercan ve Ahmet Tercan, tanıtım konusunun mimarlık dışındaki bir disipline işaret etmesi nedeniyle, ofis tanıtımı için aldıkları profesyonel desteğin gerekiliğini vurgular (Kazmaoğlu, 2017, s. 87). Kreatif Mimarlık'ın kurucularından Aydan Volkan da, medya tanıtımları için profesyonel destek almadıkları durumda, yoğun olan mimarlık ve iletişim hattının yönetilmesinin zorlaştığı, bu nedenle, medya tanıtım kısmını profesyonel medya yöneticiliği yapan birine emanet ettiklerini ifade etmektedir (Kazmaoğlu, 2017, s. 89)

Bu anlamda, Kalebodur'la Mimarlar Konuşuyor söyleşileri, mimarların markalaşma yolundaki ideolojilerini ve mimari etkinliklerini topluma sunma biçimleri üzerine önemli bir tartışma platformu tanımlar. Arif Suyabatmaz'ın ve Hakan Demirel'in konuk olduğu söyleşi dizisinde, Abdi Güzer'in Türkiye'de çok fazla tanıtım yapılmadığına karşı yorumuna karşı ikilinin verdiği cevap, mimarların gerçekten iş yapabilmesi ve piyasada tutunabilmesi için reklam ve marka olgularının gerekli olup olmadığını bir kez daha sorgulamaya yol açar. Bu bağlamda, Suyabatmaz, ofisinde tanıtımını yapacak bir dosyanın olmadığını, özel olarak hazırlanmış ve yayınlanmış bir basım yerine, sanal medya aracılığıyla reklam ve tanıtımlarını gerçekleştirdiklerini ifade eder (Suyabatmaz, Demirel, & Güzer, 2017). Sorguç ise, tanıtımın sadece sosyal medya, süreli yayınlar ve konferanslar yoluyla olmadığını, farklı bir yaklaşımla ele alır. *"Mimarlık mecrası sakin kendi kendine yürümenin, agresif davranmamanın terbiyesini uzun yıllar boyu içinde sindirmiş meslek"* olması nedeniyle, bu durumu üzerinden atıp tanıtım, medya ilişkisinde yer edinip edinemeyeceğine çekimser yaklaşarak, müzik, edebiyat gibi başka mecralarda da bilinirliğin sağlanacağını belirtir (Kazmaoğlu, 2017, s. 87)

Diğer taraftan, Güzer'in, Türkiye'deki ofislerin çok fazla tanıtım yapmadıkları ile birlikte, çok fazla yayın yapılmadığı yolundaki saptamaları, mimarların ve mimarlık ofislerinin temsil araçlarının geniş yelpazesine işaret etmesi açısından önemlidir. *"Bazı mimarlar iş almak için kitap yazıyor, bazı mimarlarda kitaba basmak için iş yapıyorlar."* ifadesinin referanslarından biri, büyük bir lansmanla tanıtımı yapılan, Tabanlıoğlu Mimarlık: Saydamlık ve Modernite kitabına ilişkindir (Suyabatmaz, Demirel, & Güzer, 2017). Kazandığı ödüllerle, uluslararası platformda da önemli bir yer edinen Tabanlıoğlu Mimarlık tarafından, dünyanın en iyi kitap tasarımcılarından biri olan Irma Boom'un hazırladığı, editörlüğünü Süha Özkan ve Philip Jodidio'nun yaptığı kitap, ünlü davetlilerin katılımıyla Venedik'in gözde mekânlarından biri olan Cipriani Hotel'de gerçekleşen lansmanda tanıtılmıştır. Tabanlıoğlu çiftinin kitabı imzalayarak misafirlere takdim etmeleri, mimarın medyada edindiği veya edinmeye çalıştığı imajın geldiği yeri göstermesi açısından farklı bir yorumdur (URL-56).

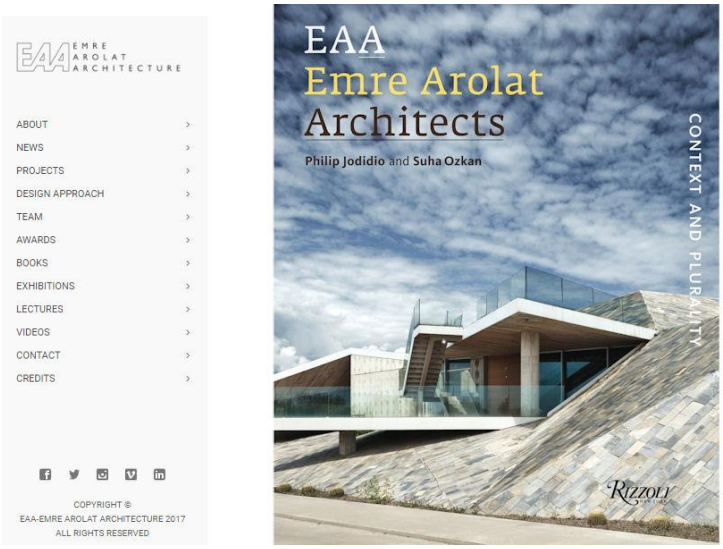
Mimarlığın, artık, mesleki olarak başarılı işler ortaya koymanın yanında, medyada yer alma etkinliğiyle bilinirliği, popülaritesi ve tercih edilme sebebi ile yaratılan imaj doğrultusunda ilerlediği göstermesi açısından, Ertuğ Uçar'ın söz konusu

etkinliğe ilişkin yorumları çarpıcıdır: *"...Marka olmak yuvarlanan bir taş gibi. Tabanlıoğlu artık kendisini durduramaz. Durdurmak da istemez zaten..."* ifadesini kullanmaktadır (İşcan, 2011, s. 85). Diğer taraftan, Tabanlıoğlu Mimarlık'ın web sayfasında, Türkiye için önemli sayılabilecek yapıların mimarı Dr. Hayati Tabanlıoğlu'nun isminin ve işlerinin yer alıyor olması, aslında Hayati Tabanlıoğlu'nun sahip olduğu referanslar aracılığıyla temsil edilen marka kimliğine ve imajına işaret etmektedir. (URL-57)



Şekil 40: Tabanlıoğlu Mimarlık'ın web sayfası ve sosyal medya takip imgeleri (URL-57)

Emre Arolat Architects'in (EAA) web sayfasında, dünyanın en önemli yayıncılarından biri olan Rizzoli Jodidio editörlüğünde gerçekleştirilen çeşitli çalışmalarının yer aldığı Context-Plurality monografisi ve Venedik Uluslararası Mimarlık Festivali'nde sunulmuş olmasının vurgulanması, yine söz konusu mimarın sahip olduğu kimliğin, marka imajı aracılığıyla güçlendirilen temsillerinden biridir (URL-58)



Şekil 41: EAA web sayfasında sosyal medya linkleri ve EAA adına yayınlanan kitap (URL-58)

Bir benzeri, Tabanlıoğlu Mimarlık'ın web sayfasında da görülen durumun, Güzer'in söyleminde yer alan eleştiri çerçevesinde, mimarın markalaşan kimliği ile yayının ticari boyutu arasında kurulabilecek ilişkiyi olanaklı kılar. Türk mimarlık ofisi adına, uluslararası bir yayınevi tarafından yapılan ilk monografi oluşuna yapılan vurgu, Türk mimarlık pratiğinin dünyadaki bilinirliğini artırma yolunda önemli bir gelişme olarak duyurulur. Mimar ve mimarlık ofislerinin marka imajı için etkin bir yol olan böylesi temsiller, mesleki ve toplumsal bağlamda, mimarın markalaşması yolunda önemli bir ortam olarak değerlendirilmektedir.

BÖLÜM 6. SONUÇ

"Bana göre mimar, tasarlayan, yapan, üreten kişidir; sonra arkasından konuşan kişi değildir."

Behruz Çinici

Antikite'den Rönesans'a, Rönesans'tan Aydınlanma ve Modernizme geçiş süreçlerinde, toplumu ve toplumsal yapının değişimini sağlayan fenomenolojik yargılar, insanlığın özünü de dönüşüme sürüklemiş; bireyin var olma çabası bu dönüşümün yarattığı imgelerin kültür ortamında şekillenmiştir. Mimarlık ortamının oluşum ekseninde önemli bir etken olarak yer alan söz konusu kültür söylemi, her dönem belirleyici olmuşsa da, özellikle modern dünyanın getirileri ile yarattığı çatışma ortamı kapsamında, mimarlığın eylem alanıyla doğrudan bir ilişki tanımlamıştır. Bu ilişki, toplumsal dönüşümlere eşik niteliği oluşturan, nesnel yargıların ötesinde, öznel değerlendirmelere yol açan kültür kavramının mevcut potansiyelleri ile ilintili olarak varlığını sürdüregelmiştir.

Bu doğrultuda, tüm kültür normlarının etkin rol oynadığı, mimarın toplumsal yapı içinde edindiği farklı rolleri ve dolayısıyla kimlikleri, ilişkisel bağlamda, toplumsal olarak ve toplum içerisinde kurulan bağlarla açıklamak mümkün olduğu kadar; bu kimliklerin dönüşümünü anlamlandırmak amacıyla, tarihsel perspektiften de değerlendirmeler yapılması oldukça önem taşır. Günümüz düşünsel ortamında, mimarlığın işaret ettiği yeri irdelerken, mimarlık sosyolojisinin kurduğu çok yönlü ilişkiler aracılığıyla, bir anlamda toplumsal süreci de anlamak, arada kalmış kavramları açığa kavuşturmanın bir yolu olarak belirir. Bu yolda, mimarın sahip olduğu kimliklerin inşa süreci ve dönüşümlerinin temelinde, toplumu, toplum içindeki bireyin varlığını, bireyin varlığını nasıl devam ettirdiğini ve -nesnel olarak ele alınamayan- bireylerin birbirleriyle ve olaylarla olan ilişiklerini sorgulamak zorunlu görünür. Mimarın, toplum yapısı içerisindeki "biçimlendirici" bir aktör olarak hangi rollerde varlık kazandığının açıklanması, ancak mimarlığın toplum ile kurduğu ilişkisellik çerçevesinde, mimarlık edinimi başta olmak üzere, sosyoloji, ahlak ve etik olgularıyla sağlam bir zemine temellendirilebilir.

Günümüzde, mimarlık pratiklerinin ve kuramsal gerçekliklerinin zeminini oluşturan olgular, mutlak sosyolojik söylemlerdir. Mimarlık ve toplum ilişkisi, mimarlık

ideolojilerinin ve ortamının arkasındaki gizli güç niteliğindeki en önemli bileşenlerden biri olmakla birlikte; toplum yapısı içerisinde somutlaşan mimarlık eylemi, kullanıcıların tepkisel davranış biçimlerine göre şekil bulmaktadır. Meslek grubu ne olursa olsun bireyin toplumda edindiği yer, bir anlamda zihin hareketlerinin birleşmesiyle, toplumun içerdiği dizgesel ilişkiler ağının özünde şekillenerek yer bulur.

Mimarın yarattığı anlam ve gönderimle şekillenen yaşam biçimi ile mimarlık etkinliğinin uygulama ortamı olarak tanımlanan toplumsal yapı, sahip oldukları çift yönlü etkileşim aracılığıyla sürekli bir devinim ortaya koyar; ve birbirini yeniden biçimlendirir. Bu doğrultuda, mimarın ortaya çıkardığı ürün olarak mekân, ancak kullanıcılar tarafından aktif hale getirilmekle birlikte; mimarın kullanıcı ile kurduğu karşılıklı diyalog da, kullanıcıların etkinlik alanını ve etkinlik biçimini belirler. Mimarın, nesnel fenomenler eşliğinde yarattığı anlamların varlık kazandığı bu ilişkisellik ağı, mimarlık pratiğini olanaklı kılan, mimar, kullanıcı ve ürün arasındaki dinamiklerin belirleyici öznesidir. Mimarlığın, içsel nitelikteki bu ilişkiler ağının ürünü olan toplumsallık ile birliktelik içerisinde olması ise, mimar kimliğinin inşa sürecinin belirleyicisidir.

Toplumsallığın birbirinden çok farklı kurulma biçimleri olmakla birlikte, mimarlık, bu biçimlerin başlıcalarından birini tanımlar. Toplumsallık, beşeri ilişkiler, beslenme pratikleri, teknoloji, dil ve siyaset aracılığıyla kurulabildiği gibi, inşai ve tasarımsal olanaklarla da kurulur. Mimarlık ise, ancak, inşai ve tasarımsal olanaklarla kurulduğunda ortaya çıkar; ya da ancak böylesi bir yolla kurulduğunda mimarlık olarak değerlendirilebilir (Tanyeli, 2017, s. 23-24). Mimarlık eyleminin yaratıcı öznesi olan mimar da, birey olarak toplumsal değişim sürecinden bağımsız varlık kazanamaz. Toplumsal değişim, hem mimarın toplumsal konumunu, hem de -belki de, daha önemlisi- düşünce ve değerlendirmelerini etkiler (Kennedy, 2012, s. 1). O halde, mimarlık ve mimarlığın aktörü olarak mimar, mimari üretimin etki alanı, kullanımı, kabulü ve geri dönüşünün belirlediği üretim etkinliğinde, tekil halde ve tekil üretimle ortaya konulan bir meslek yerine, topluma hizmet eden ve sorumluluğu olan, toplumsal bir mecra tanımlar.

Mimar bireyin edindiği farklı kimliklerin altyapısını oluşturan toplumsal yapı ve bu yapısal bütünlük ile varlık kazanan mimarlık ortamı, tasarım, yapım ve inşa gibi pratik

olguların dışında, mimar kimliğinin en önemli bileşenlerinden biri olan mimari ahlak ve etik çerçevesinde ortaya çıkar. Ötekine karşı sorumluluk olarak tanımlanabilen ahlak (Adugit, 2013, s. 2), insanların birbirleri ile olan ilişkilerinden ortaya çıkan davranışlar bütünüdür (Şimşek, Çelik, & Akgemci, 2014, s. 135-148). Söz konusu ahlak kavramı, mimarlık bağlamında, mekân oluşturma ve üretme süreçlerinde mekânları tasarlama yetisine sahip olan mimarın, ortaya koyduğu mimari üretim aracılığıyla, toplumsal, politik, ekonomik ve kültürel olguların dönüşümünü etkileyebilme potansiyeline işaret eder (Sadri, 2015, s. 91). Diğer bir ifadeyle, tüm meselenin ötekine karşı sorumluluk olduğu ahlak olgusunda, mimarın toplumsal yapı içerisinde edindiği kimlikleri ve rollerin, bağıntısını kuran ve ideolojik zeminin oluşturan olgulardan biri de, mimarın toplumsal sorumluluğuna referans veren etik kavramıdır.

Günümüzde mimar, her türlü mimari tasarım etkinliğini gerçeğe dönüştürürken, topluma karşı sorumlukluklar yüklenmekle birlikte, üretiminin de ancak toplumsal kabulle birlikte kullanıma geçiyor olması, mimarın toplumsal sorumluluğuna işaret eder. Bu doğrultuda, Tümer, Taut'un daha çok mimardan yana takındığı tavırla birlikte; mimarın her arzuyu yerine getirme söyleminin iyi bir alamet olmadığını ifade eder. Devamında ise, yarışma şartnamesinde de yer alan *"yapılacak bina, şehrin ehemmiyeti, devletin büyüklüğü ve kudretiyle mütenasib olmalı ve bunu ifade etmelidir"* (Tümer, 2007) söylemini, mimarın mesleki etkinliğine bir çeşit müdahil olma olarak yorumlasa da; Japonya'nın en büyük mimarı Kobor Enshu'nun, İmparator'un inşaatı tamamlanıncaya kadar yapıyı görmeyeceğine dair aldığı sözün, Katsura Sarayı'nı yapmayı kabul etmesinin şartları arasında yer aldığını belirtir (Tümer, 2007). Aslında bu ifadeler, mimarın etkinlik alanının gücüne ve bu gücün temsiline ilişkin referansları açıkça ortaya koyması açısından oldukça önem taşır.

Mimarın sahip olduğu varsayılan bu gücü ise, mimarlık etkinliğinin ortaya çıktığı ilk günden itibaren, meleki bir yeti olarak barındırdığı "yaratma" eyleminden kaynaklanır. Antik dönemde, üretme ve yaratma eylemleri arasındaki anlamsal içiçe geçmişlik -ki bu karmaşanın, halen güncelliğini koruduğu söylenebilir-, üretilen ürünün yaratım, üreticinin de yaratıcı niteliği kazanmasına neden olur. Bu da, mimari ürünü "yaratma" eylemiyle üreten "yaratıcı" olarak mimarın, tanrısal bir figür olarak inşa edilmesini beraberinde getirir. Dolayısıyla, Tanrı'nın yaratımıyla eşdeğer görülen mimari ürünün yaratımı, mimarın da kutsallaştırılması ve toplumun zihninde yüceltilmesi düşüncesini

eş olarak ortaya çıkarır. Diğer taraftan, bu dönemde, mimar, tanrısal gücü aracılığıyla çeşitli iktidar odakları ile kurmuş olduğu yakın ilişkileriyle de, sahip olduğu gücü pekiştirir. Bunu sağlayan ise, mimarın üretimlerinin büyük ölçüde anıtsal mimarlık ürünleri ve tapınaklar gibi kutsal mekânlar olmasıdır. Mimara atfedilen bu kutsallık ise, bir yandan mimarın söylencesel mitler aracılığıyla varlık kazanmasına, bir yandan da bu mitlerle sahip olduğu kutsallığı daha da artırmasına yol açar. Bu nedenledir ki, mimarın, yaratma olgusuyla kurduğu kopmaz görünen bağlar, halen güncelliğini yitirmez.

Ancak, mimar, antik dönemde güç ve kutsallık aracılığıyla inşa ettiği kimliğine, Rönesans'la birlikte, bireyin ve bireysel düşüncenin ortaya çıkışıyla, yeni edinimler ekler. Bunların başında ise, tasarlama ve inşa etme eyleminin belirlediği mimarlık etkinliği dışında kalsa da, "her konu hakkında bilgi sahibi" olma nosyonu gelir. Bireysel düşünce ile bağlantılı olarak, bireyler arası farklılıkları anlamlandımanın aracı olarak doğuştan sahip olunduğuna inanılan deha kavramının ortaya çıkışı, mimarın zaten sahip olageldiği kutsallığının farklı bir zeminde de olsa, yeniden inşasına yol açar. Bu inşa ise, mimarın içsel olarak sahip olduğu "yaratıcı" nosyonuna, yine içsel olarak sahip olduğu "dâhi" niteliğinin eklenmesiyle, mimara ilişkin mitlerin daha güçlü biçimde üretilmesiyle gerçekleşir. Bu mitler aracılığıyla da, "işinin ehli ünlü mimar" kavramının ortaya çıkışı, mimarın "üstad/master" olarak tanımlanmasına neden olur. Mimar, artık, yalnızca bir taş ustası değil, aynı zamanda kuramsal ve uygulama alanında ürünler veren tasarımcı bir öznedir.

Devamında, Aydınlanma ile başlayan süreç ise, mimar kimliğinin keşfedilmesine dayanan inşa sürecinin sona erişiyle birlikte, yerini sahip olduğu kimliğin dönüşümüne işaret eden bir sürece bırakır. Bu dönüşümlerin belirlediği çatışma ortamında, mimar da, toplum içerisinde edindiği üst kimliğini yavaş yavaş kaybetmeye başlar. Bu kaybediş, endüstrileşme pratikleri ile radikal bir ivme kazanır; ve mimarın -bugünkü ifadeleriyle- sahip olduğu sanatçı, zanaatkâr, mühendis, tasarımcı vb. gibi nosyonların, farklı uzmanlık alanları olarak ayrışmasıyla sonuçlanır. Böylelikle, sahip olduğu sahip olduğu "bütüncül" kimliğini kaybettiği gibi, yapı üretiminin büyük ölçüde endüstri ve teknoloji olanaklarıyla gerçekleştirilmesi de, mimar kimliğinde iç yapısal bir yıkıma neden olur. Dahası, üretimi ancak mühendislik disiplini ile gerçekleştirilebilen yapıların mimarlık ortamını domine etmesi, mimarın yüzyıllardır sahip olduğu yetenek ve becerilerinin de sorgulanmasına yol açar. Böylelikle, mimar, yapı üretiminin karar verici ve uygulayıcı

tek öznesiyken, modernite düşüncesiyle birlikte, kolektif biçimde gerçekleştirilen yapı üretiminde, sorumluluk alanı belirli olan aktörlerden biri haline dönüşür. Bu nokta da, sorumluluk alanı eskisine göre daha sınırlı olan mimar, kendine toplumsal ölçekte, endüstrileşmenin yol açtığı kentsel ve toplumsal kaousu önlemek adına, oldukça önemli bir misyon edinir.

Endüstrileşmenin yol açtığı makineleşme olgusunun, her alandaki etkilerinin, kaçınılmaz olarak mimarlık alanında da ortaya çıkışıyla, mimarlık ortamının içerisine girdiği çözülme süreci, mimarın da, birbirinden farklı amaçlar ve kimlikler kazanmasına neden olur. Artık mimar, modern bir tasarımcı olarak, çeşitlenen ve çoğullaşan söylemler üretmektedir. Mimarın bu farklı söylemleri ise, günümüzde sahip olduğu çoğul kimlik yapısının temelini oluşturur. Bu çoğullukları belirleyen parametereler ise, yalnızca mimarlık etkinliği ile tanımlanmaz. Mimar, iş yeri sahibi olarak yönetici, eğitimci, yazar, tasarımcı, yarışmacı, şehirci, aktivist vb. gibi alt kimlikler inşa eder; kimi zaman bu kimliklerin tanımladığı bir, kimi zaman birkaç, kimi zamanda ise tamamına işaret eden farklı pozisyonlar üzerinden varlığını sürdürür. Mimarın bu farklı pozisyon ve kimlik üretimlerine yol açan ise, "ün" kavramı olur.

Her alanda olduğu gibi, mimari üretimin de, ekonomik faaliyetler çerçevesinde gerçekleştirilmesine dayanan modern pratiklerin yol açtığı ün kavramı, beraberinde pazarlama, tanıtım ve reklam stratejileri gibi, yeni olguların mimarlık alanına dahil olmasına neden olur. Bu olgular ise, mimar kimliğinin, toplumsal ölçekte yeniden temsilini beraberinde getirir. Mimar, artık medyada aktif biçimde yer alan ve medyayı aktif biçimde kullanan bir figür haline gelir. Üstelik bu figürün, temsili ve görünürlüğü de, mimari üretimiyle ve etkinlik alanıyla değil; aksine popüler medyanın dinamikleriyle biçimlenir.

Böylelikle, mimar, modern bir şöhret olarak, "star" olmaya başlar.

KAYNAKÇA

Adorno, T. W. (2007). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi.* (M. T. Nihat Ünlüer, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Adugit, Y. (2013). Göreli Mekanlarda Ahlaki Kayıtsızlık. *FLSF Dergisi (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi)*, 1-24.

Akturan, U., & Oğuztimur, S. (2016). *Kent Markalaşması Kavramının İçeriği ve Gelişimi: Farklı Disiplinler Farklı Yaklaşımlar.* İstanbul: TMMOB Şehir Plancıları Odası.

Alsaç, Ü. (1978). Düşünsel Mimarlık: Rönesans Ütopyaları Aracılığıyla Bir Örnekleme. *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 31-52.

Arif Suyabatmaz, H. D. (2017). Kalebodur'la Mimarlar Konuşuyor. (C. A. Güzer, Röportaj Yapan)

Armstrong, K. (2006). *Mitlerin Kısa Tarihi.* (D. Şendil, Çev.) İstanbul: Merkez Kitaplar.

Artun, A. (2015). *Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi- Estetik Modernizmin Tasfiyesi.* İstanbul: İletişim Yayınları-Sanat Hayat Dizisi.

Aslanoğlu, İ. (1976). Dışavurumcu ve Usçu Devirlerinde Bruno Taut. *O.D.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Dergisi, 2*(1), 35-48.

Bağce, H. (2015). *Frankfurt Okulu.* (H. E. Bağce, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Bahtiyar, S. (2017). Müşteriye. *Arredamento Mimarlık* , 75-78.

Bauman, Z. (2003). *Modernlik ve Müphemlik.* (İ. Türkmen, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z. (2006). *Küreselleşme Toplumsal Sonuçları.* (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Berman, M. (2000). *Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor.* (Ü. A.-B. Peker, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Bottomore, T. (1997). *Frankfurt Okulu* (Cilt Felsefe Dizisi:15). (A. Çiğdem, Çev.) Konya: Vadi Yayınları.

Bozdoğan, S. (2012). *Modernizm ve Ulusun İnşası.* İstanbul: Metis Yayınları.

Bozkurt, N. (1995). *20. Yüzyıl Düşünce Akımları Yorumlar ve Eleştiriler.* İstanbul: Sarmal Yayınevi.

Buke, P. (2003). *Avrupa'da Rönesans Merkezler ve Çeperler* (birinci basım b.). (U. Abacı, Çev.) İstanbul: Litertatür Yayınları.

Cengizkan, N. (2013, Ocak-Şubat). Mimarlık'tan. *Mimarlık*(369).

Charles Jencks, Karl Kropf. (1997). *Theories and Manifestoes of Contemporary Architecture: The Volcano and the Tablet.* London: Academy Editions.

Ching, F. D. (2011). *Mimarlık Biçim, Mekan ve Düzen.* (S. Lökçe, Çev.) İstanbul: Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları.

Civelek, Y. (2015). Manifestoların Perspektifinden: Antonio Sant'Elia Fütürist mi? *Megaron Journal, 10*(4), 522-535.

Colomina, B. (2011). *Mahremiyet ve Kamusallık.* (A. U. Kılıç, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.

Colquhoun, A. (1990). *Mimari Eleştiri Yazıları.* (A. Cengizkan, Çev.) İstanbul: Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı.

Conrads, U. (1991). *20. Yüzyıl Mimarisinde Program ve Manifestolar.* İstanbul: Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı.

Corbusier, L. (1991). Yeni Bir Mimarlığa Doğru: Yönlendirici İlkeler. U. Conrads içinde, *20.Yüzyıl Mimarisinde Programlar ve Manifestolar* (s. 45-48). İstanbul: Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı.

Çamdereli, M. (2012). Reklamın R'si ya da Reklam Söylemine Giriş. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 455-472.

Çiçekoğlu, F. (2016). Mimarlıkta Kavgalar, Çatışmalar, Karşılaştırmalar, Polemikler, Tartışmalar. *Arredamento Mimarlık Dergisi*, 66-70.

Çiğdem, A. (1993). *Aydınlanma Düşüncesi.* İstanbul: İletişim Yayınları.

Çiğdem, A. (1997). *Akıl ve Toplumun Özgürleşimi.* Konya: Vadi Yayınları.

Çiğdem, A. (2010). *Bir İmkan Olarak Modernite.* İstanbul: İletişim Yayınları.

Çoruh, L., & Hidayetoğlu, B. (tarih yok). Dijital Çağda Kitabın Dönüşümü. *Dergipark*, 180-195.

Dalkıran, Ö. (2013). Kitabın Tarihi. *Türk Kütüphaneciliği*, 201-213.

Delacampagne, C. (2010). *20. Yüzyıl Felsefe Tarihi.* (D. Çetinkasap, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Delacampagne, C. (2010). *20. Yüzyıl Felsefe Tarihi.* (D. Çetinkasap, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Demir, S. (2009). Sosyal Bilimlere Eleştirel Bir Bakış: Frankfurt Okulu ve Pozitivizm Eleştirisi. *SAÜ Fen Edebiyat Dergisi*, 59-73.

Didem Erten Bilgiç, Nihan Konak. (2016). Tasarı Geometri, Teknik Resim ve Perspektif Derslerinin, Mimarlık Eğitimi Düşünsel Altyapısına Etkisi ve Prof.Dr. Yılmaz Morçöl. *Mimarlık ve Yaşam Dergisi*, 1-11.

Dilay Güney, Hülya Yürekli. (2004, Mart). Mimarlığın tanımı üzerine bir deneme. *İtü Dergisi/a Mimarlık, Planlama, Tasarım, 3*(1), 31-42.

Dilmaç, O. (2010). Paris Ulusal Güzel Sanatlar Yüksek Okulu ve Sanat Eğitimi Tarihimizdeki Yeri. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 67-89.

Dostoyevski. (2010). *Yeraltından Notlar.* (B. Koçak, Çev.) İstanbul: Kumsaati Yayınları.

Düzgün, A. (2003). *Mimar Ve Mühendisler için Temel Tasarı Geometri.* İstanbul: Birsen Yayınevi.

Ekincioğlu, M. (2001). *Behruz Çinici.* İstanbul: Boyut Yayın Grubu.

Eliade, M. (1993). *Mitlerin Özellikleri.* (S. Fırat, Çev.) İstanbul: Simavi Yayınları.

Emge, C. (2001). *Hegel Mantığı ve Çağımız.* (K. Bahadır, Çev.) İzmir: İlya.

Ercan, T. Ş. (2015, Mart-Nisan). Mimarın Entelektüel "Sermayesi" ve Tasarımda Değerlilik İllüzyonu. *Mimarlık Dergisi*.

Erdoğan, İ. (2011). *İletişimi Anlamak.* Ankara: Pozitif Matbaacılık.

Ertaş, H. (2016, Ocak). Mimarlık/Etik - "Ben Yapmasam"cılığın İnşası. *XXI Mimarlık, Tasarım, Mekan Dergisi*.

Erten Bilgiç, D., & Konak, N. (2016). Tasarı Geometri, Teknik Resim ve Perspektif Derslerinin, Mimarlık Eğitimi Düşünsel Altyapısına Etkisi ve Prof.Dr. Yılmaz Morçöl. *Mimarlık ve Yaşam Dergisi*, 1-11.

Eşkinat, D. (1971). Ondokuzuncu Yüzyıl Tony Garnier ve Endüstri Kenti. *Mimarlık*(11), 12-20.

Fırat, S. (2003). Çevre Etiği Kavramı Üzerine Yeniden Düşünmek. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 106-144.

Fischer, G. (2015). *Mimarlık ve Dil.* İstanbul: Daimon Yayınları.

Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş.* (S. İrvan, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat

Fromm, E. (2002). *Yeni Bir İnsan Yeni Bir Toplum.* (N. Arat, Çev.) İstanbul: Say Yayınları.

Galip, Ö. F. (1931). Birlik ve Mecmua. *Mimar Dergisi*, 20.

Giddens, A. (2010). *Modernliğin Sonuçları.* (E. Kuşdil, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Gizem Özer, Z. S. (2015). The Analysation of Construction and Usage of Le Corbusier's Villa Savoye, Who Was Pioneer of Modernism in Architecture. *International Journal of Scientific and Technological Research*(2), 1-10.

Gropius, W. (1991). Mimarlık Üstüne Yeni Düşünceler. U. Conrads içinde, *20. Yüzyıl Mimarisinde Program ve Manifestolar* (s. 33-35).

Gropius, W. (1991). Weimar'daki Staatliches Bauhaus'un Programı. U. Conrads içinde, *20. Yüzyıl Mimarisinde Program ve Manifestolar.* İstanbul: Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı.

Gropius, W. (2002). *Weimar'daki Staatliches Bauhaus'un Programı.* İstanbul: Boyut Yayın Grubu.

Güney, D., & Yürekli, H. (2004, Mart). Mimarlığın Tanımı Üzerine Bir Deneme. *İTÜ Dergisi/a Mimarlık, Planlama, Tasarım, 3*(1), 31-42.

Gürer, T. K. (2004). *Bir Paradigma Olarak Mimari Temsilin İncelenmesi.* İstanbul: Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Harootunian, H. (2006). *Tarihin Huzursuzluğu.* (M. E. Dinçer, Çev.) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Harvey, D. (2006). *Postmodernliğin Durumu.* (S. Savran, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.

Hasol, D. (1995). *Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü.* İstanbul: Yem Yayınları.

Hasol, D. (1998). *Her Şeyin Mimarı Var.* İstanbul: YEM Yayıncılık.

Hasol, D. (2009). *Mimarlık Cep Sözlüğü.* İstanbul: Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları.

Hasol, D. (2012). *Mimarlar Dik Durur.* İstanbul: Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları.

Hauser, A. (2005). *Rönesansın Serüveni.* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Hegel. (2009). *Fikir Mimarları-1.* (N. Bozkurt, Çev.) İstanbul: Say Yayınları.

Hira, İ. (2000). Sosyal Bilimler: Yasa Koyucu Tasarımdan Yorumcu Tasarıma. *Dergipark*, 81-96.

Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1995). *Aydınlanmanın Diyalektiği.* (O. Özügül, Çev.) İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Hülya Yürekli, Ferhan Yürekli. (2000). Mimarlık Bilgisi ve Aktarımının Serüveni. *Mimarlık Dergisi*(291), 42-44.

Jencks, C., & Kropf, K. (1997). *Theories and Manifestoes of Contemporary Architecture: The Volcano and the Tablet.* London: Academy Editions.

Kant, I. (2010). *Fikir Mimarları-2.* (N. Bozkurt, Çev.) İstanbul: Say Yayınları.

Karatani, K. (2017). *Krizler Haritası.* İstanbul: Metis Yayınları.

Karl Marx, Friedrich Engels. (1970). *Manifesto.* (T. Ağaoğlu, Çev.) İstanbul: Öncü Kitabevi.

Kazmaoğlu, A. (2017, 11). Mimarlık ve Mimar Nasıl Tasarlanır? *Arredamento Mimarlık*(314), 78-89.

Kennedy, N. F. (2012). Mimarlığı Sosyolojik Olarak Anlamak. *Mimarlar Odası Ankara Şubesi*, 1-7.

Kılıç, A. D. (2006). *Vallauri'nin Klasisist Cepheleri.* İstanbul: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Kılınç, K. (2005, Eylül-Ekim). Ana Konuşmacıların 'Starı' Eisenman'ın 'Son Dansı'. *Mimarlık Dergisi*(325).

Koçak, E. (2011). Müzelerde Markalaşmaya Farklı Bir Yaklaşım: Uydu Müzeler. İstanbul.

Korn, A. (1991). Çözümleyici ve Ütopyacı Mimarlık. U. Conrads içinde, *20.Yüzyıl Mimarisinde Programlar ve Manifestolar.* İstanbul: Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı.

Kostof, S. (2000). *The Architect.* California: University of California Press.

Latife Gürer, Hakan Tong, Gül Gürer Alimgil, Eren İpçizade. (2010). *İzdüşümler.* İstanbul: Birsen Yayınevi.

Le Corbusier. (1986). *Towards a New Architecture.* New York: Dover Publications.

Loos, A. (1991). Süsleme ve Suç. U. Conrads içinde, *20.Yüzyıl Mimarisinde Programlar ve Manifestolar* (s. 8-12). İstanbul: Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı.

Loudon, J. C. (1834). *Loudon's Architectural Magazine: Volume 1.* Spottiswoode.

M. Şerif Şimşek, Adnan Çelik, Tahir Akgemci. (2014). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış.* İstanbul: Eğitim Kitabevi Yayınları.

Marinetti, A. S. (1991). Fütürist Mimarlık. U. Conrads içinde, *20. Yüzyıl Mimarisinde Program ve Manifestolar* (s. 21-25). İstanbul: Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı.

Marx, K., & Engels, F. (1970). *Manifesto.* (T. Ağaoğlu, Çev.) İstanbul: Öncü Kitabevi.

Max Horkheimer, Theodor W. Adorno. (1995). *Aydınlanmanın Diyalektiği.* (O. Özügül, Çev.) İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Moles, A. A. (1983). *Kültürün Toplumsal Dinamiği.* (N. Bilgin, Çev.) İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Yayınları.

Monnier, G. (2006). *Mimarlık Tarihi.* (İ. Yerguz, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Moos, S. V. (2009). *Le Corbusier: Elements of a Synthesis.* Rotterdam : 010 Publishers.

Özçetin, B. (2014). Kitap Eleştirisi Hikâyeler, Televizyon ve Yetiştirme:Gerbner'in Medyaya Karşı'sı. *ilef dergisi*, 117-124.

Özdel, İ. (2010). Turkish Architectural Periodicals during the Republican Period, 1923-1980. *Çankaya University Journal of Humanities and Social Sciences*, 517-550.

Özer, B. (2000). *Kültür, Sanat veMimarlık.* İstanbul: Yapı-endüstri merkezi yayınları.

Palabıyık, A. (2011). Pierre Bourdieu Sosyolojisinde 'Habitus', 'Sermaye' ve 'Alan' Üzerine. *Liberal Düşünce*, 121-141.

Parnell, S. (2011). *Architectural Design: The architectural magazine's contribution to the writing of architectural history.* Sheffield : University of Sheffield School of Architecture.

Pektaş, A. N. (2013). *Mimarlık Pratiği İçinde Mimarlık Kavrayışının Dönüşümü.* İstanbul: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü .

Perry, M. (2010). *Marksizm ve Tarih.* (G. Tunçer, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Pevsner, N. (1977). *Ana Çizgileriyle Avrupa Mimarlığı.* (S. Batur, Çev.) İstanbul: Cem Yayınevi.

Popper, K. R. (2010). *Daha İyi Bir Dünya Arayışı.* (İ. Aka, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Rand, A. (2003). *The Fountainhead.* (B. Ç. Dişbudak, Çev.) İstanbul: Plato Film Yayınları.

Rohe, L. M. (1991). Tez Taslakları. U. Conrads içinde, *20.Yüzyıl Mimarisinde Program ve Manifestolar* (s. 60-61). Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı.

Rubio, I. d.-M. (1997). *Namevcut Bedenler.* (E. Özçelebi, Çev.) London: The MIT Press.

Sadri, H. (2015). Mimarlık ve Etik: Mesleki Etik Olur Mu? *METU JFA,* 91-104.

Sanver, M. (1967). *Kapitalizm.* İstanbul: Kitapçılık Ticaret.

Sarapik, V. (2000). Artist and Myth. (Mürk, Çev.) *Folklore*, 39-59.

Shihabi, D. V. (2016). Caractère Types and the Beaux - Arts Tradition: Interpreting Academic Typologies of Form and Decorum. *Athens Journal of Architecture*, 1-23.

Simmel, G. (2003). *Modern Kültürde Çatışma.* (N. K. Tanıl Bora, Çev.) İstanbul: İletişim yayınları.

Simmel, G. (2009). *Bireysellik ve Kültür.* (M. G. Sökmen, Dü., & T. Birkan, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.

Skylakakis, S., & Pollalis, S. (2005). The Vision of a Guggenheim Museum in Bilbao. *Harvard Design School*.

Slater, P. (1998). *Frankfurt Okulu Kökeni ve Önemi Marksist Bir Yaklaşım.* (A. Özden, Çev.) İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Sözen, M., & Tanyeli, U. (2011). *Sanat Kavramları ve Terimleri Sözlüğü.* İstanbul: Remzi Kitabevi.

Stavrides, S. (2016). *Kentsel Heterotopya.* (A. Karatay, Çev.) İstanbul: Sel.

Stefanos Skylakakis, S. P. (2005). The Vision of a Guggenheim Museum in Bilbao. *Harvard Design School*.

Stewart, T. (1991). *Entellektüel Sermaye.* İstanbul: BZD Yayınları.

Strauss, C. L. (2013). *Mit ve Anlam.* (G. Y. Demir, Çev.) İstanbul: lthaki Yayınlan.

Suyabatmaz, A., Demirel, H., & Güzer, A. (2017). Kalebodur'la Mimarlar Konuşuyor. (C. A. Güzer, Röportaj Yapan)

Şahin, S. (2015). *Mimari Tasarım Stüdyosunda Mimari Temsilde Kişiselleşme.* İstanbul: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Şentek, A. (2015, Ocak-Şubat). İsrail'de Mimarlığın Etik Sorunları ve APJP. *Mimarlık Dergisi*(381).

Şentek, A. (2015, Kasım). Meslek Etiği: Etik ve Mimarlık Tartışmaları: Meslekte "Hal ve Gidişat" Üzerine Değinmeler. *Mimarlik Dergisi*.

Şimşek, M., Çelik, A., & Akgemci, T. (2014). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış.* İstanbul: Eğitim Kitabevi Yayınları.

Tanju, B. (2005). Mekan-Zaman ve Mimalıklar. Ş. U. Ayşe Şentürer içinde, *Zaman-Mekan* (s. 168-185). İstanbul: Yapı-Endüstri Merkezi.

Tanyeli, U. (2001, Mart). Mimarlar Reklam Yapar mı? *Arredemento Mimarlık Dergisi*.

Tanyeli, U. (2001). *Sedad Hakkı Eldem.* İstanbul: Boyut Yayıncılık.

Tanyeli, U. (2007). *Mimarlığın Aktörleri: Türkiye 1900-2000.* İstanbul: Garanti Galeri.

Tanyeli, U. (2013). *Rüya, İnşa, İtiraz.* İstanbul: Boyut Yayıncılık.

Tanyeli, U. (2014). Yerötesilik Pratikleri ve Mimarlığın İcadı. *Dosya*(33), 8-22.

Tanyeli, U. (2017). *Yıkarak Yapmak.* İstanbul: Metis Yayınları.

Taş, İ. (2000, Eylül-Aralık). Mit ve Mitik Düşüncenin Yapısı. *Dini Araştırmalar*, 57-72.

Therborn, G. (2015). Frankfurt Okulu. *Frankfurt Okulu.* içinde

Turan, B. (2011). 21. Yüzyıl Tasarım Ortamında Süreç, Biçim ve Temsil İlişkisi. *Megaron, 6*(3), 162-170.

Tümer, G. (2004). *Ve Mimarlık.* İstanbul: Literatür Yayınları.

Tümer, G. (2007). Mimarlık Tarihi: Taut'un Mimarlık Bilgisi Üzerine Notlar. *Mimarlık*.

Tümer, G. (2007, Eylül). Taut'un "Mimarî Bilgisi" Üzerine Notlar. *Mimarlık Dergisi*.

Ulun Akturan, S. O. (2016). *Kent Markalaşması Kavramının İçeriği ve Gelişimi: Farklı Disiplinler Farklı Yaklaşımlar.* İstanbul: TMMOB Şehir Plancıları Odası.

Uluoğlu, B. (2017). Öteki Mimarlıklar. *Arredamento Mimarlık*, 70-80.

Ural, Ş. (2004). Mimari Bir Objenin Felsefi Açıdan Yorumu. Ş. U. Ayşe Şentürer içinde, *Mimarlık ve Felsefe* (s. 24-39). İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi.

Velde, M. V. (1991). Werkbund tez ve karşıtezleri. U. Conrads içinde, *20. Yüzyıl Mimarisinde Program ve Manifestolar* (s. 16-18). İstanbul: Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı.

Vitruvius. (1998). *Mimarlık Üzerine On Kitap.* (S. Güven, Çev.) İstanbul: Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı.

Woods, L. (1997). Manifesto. K. K. Charles Jencks içinde, *Theories and Manifestoes of Contemporary Architecture* (s. 304). London: Academy Editions .

Yılmaz, A., Ergüven, S., Sandıkçıoğlu, B., Onay, A., Nurtanış Velioğlu, M. (2012). *Reklamcılık.* Anadolu Üniversitesi Yayını.

Yücel, A. (2004). Mimarlık Nedir, Mimar Kimdir (Felsefeye Nasıl Başvurur)? Ş. U. Ayşe Şentürer içinde, *Mimarlık ve Felsefe* (s. 12-17). İstanbul: Yapı-Endüstri Merkezi.

Yürekli, H., & Yürekli, F. (2000). Mimarlık Bilgisi ve Aktarımının Serüveni. *Mimarlık Dergisi*(291), 42-44.

URL-1. Serdar Erener - Markalaşma Stratejileri ve Marka Yönetimi: https://www.youtube.com/watch?v=fNbusplukjk;erişim tarihi:10.02.2018 adresinden alınmıştır

URL-2. Royston Daley- Architecture-More Talk-1997: http://www.bc.edu/bc_org/avp/cas/fnart/fa267/RDaley_talk2.html;erişim tarihi:12.04.2018 adresinden alınmıştır

URL-3. Nold Egenter- Toward An Architectural Anthropology: http://home.worldcom.ch/~negenter/014bBaubioE_Tx2.html;erişim tarihi:20.01.2018 adresinden alınmıştır

URL-4. LC1 - Fauteuil à dossier basculant Le Corbusier, Pierre Jeanneret, Charlotte Perriand: http://www.fondationlecorbusier.fr/corbuweb/morpheus.aspx?sysId=13&IrisObjectId=7187&sysLanguage=en-en&itemPos=2&itemSort=en-en_sort_string1%20&itemCount=14&sysParentName=&sysParentId=24;erişim tarihi:10.08.2018 adresinden alınmıştır

URL-5. İhsan Bilgin- Serbest Plan, Serbest Cephe, Serbest Ev: http://v3.arkitera.com/diyalog.php?action=displaySession&ID=62&year=&aID=631;erişim tarihi:12.07.2018 adresinden alınmıştır

URL-6. Maison Dom-Ino: http://www.fondationlecorbusier.fr/corbuweb/morpheus.aspx?sysId=13&IrisObjectId=5972&sysLanguage=en-en&itemPos=102&itemCount=215&sysParentId=65&sysParentName=home;erişim tarihi:10.08.2018 adresinden alınmıştır

URL-7. Bülent Tanju-Adolf Loos Üzerinden Bir Okuma: Modern Mimarlık ve Gelenek: https://www.academia.edu/9994318/Adolf_Loos_%C3%9Czerinden_Bir_Okuma_Modern_Mimarl%C4%B1k_ve_Gelenek;erişim tarihi:07.12.2018 adresinden alınmıştır

URL-8. Ways to Modernism: Josef Hoffmann, Adolf Loos, and Their Impact: http://www.mak.at/en/program/exhibitions/exhibitions?article_id=1381315858644; erişim tarihi: 07.05.2018 adresinden alınmıştır

URL-9. Theo van Doesburg- Contra-Construction Project (Axonometric): https://www.moma.org/collection/works/232 ;erişim tarihi:11.05.2018 adresinden alınmıştır

URL-10. Herbert Bayer: https://www.harvardartmuseums.org/art/220939;erişim tarihi:06.10.2018 adresinden alınmıştır

URL-11. Ville Radieuse, Le Corbusier: www.fondationlecorbusier.fr;erişim tarihi:06.10.2018 adresinden alındı

URL-12. Le Corbusier- Books: http://www.fondationlecorbusier.fr/corbuweb/morpheus.aspx?sysId=25&sysLanguage=en-en&itemPos=1&sysParentId=25&clearQuery=1:07.10.2018 adresinden alınmıştır

URL-13. Tropon, l'Aliment Le Plus Concentré: Tropon, l'Aliment Le Plus Concentré;erişim tarihi:23.05.2018 adresinden alınmıştır

URL-14. Knoll Designer Bios Frank Gehry: https://www.knoll.com/designer/Frank-Gehry;erişim tarihi:24.10.2018 adresinden alınmıştır

URL-15. Ünlü mimar Aslan oldu: https://www.google.com.tr/amp/s/www.webaslan.com/amp/unlu-mimar-aslan-olduSXHBQ13903SXQ;erişim tarihi:08.11.2018 adresinden alınmıştır

URL-16. 11 12, 2018 tarihinde MAXXI-Museum of XXI Century : http://www.zaha-hadid.com/architecture/maxxi/ adresinden alındı

URL-17. (tarih yok). Mimarın Çalışanı/Patronu Olur mu?: http://www.arkitera.com/haber/17739/mimarin-calisani-patronu-olur-mu_;erişim tarihi:20.11.2018 adresinden alınmıştır

URL-18. Mimarlık-Melkan Gürsel Tabanlıoğlu: https://www.youtube.com/watch?v=oJOHBBW1phg;erişim tarihi:14.11.2018 adresinden alınmıştır

URL-19. 09 20, 2018 tarihinde İşveren Sergisi: https://saltonline.org/tr/1668/isveren-sergisi adresinden alındı

URL-20. (tarih yok). 03 10, 2018 tarihinde Çiniciler'in Beton Çocukları: Odtü Yerleşkesi: http://kot0.com/cinicilerin-beton-cocuklari-odtu-yerleskesi/#jp-carousel-28043;erişim tarihi:10.03.2018 adresinden alındı

URL-21. 07 06, 2018 tarihinde Mimarlık Alanında Deontolojik (mesleki etik) Kodlar: http://www.mimarlarodasiankara.org/index.php?Did=3209;erişim tarihi:06.07.2018 adresinden alındı

URL-22. Oxford Dictionaries: https://en.oxforddictionaries.com/definition/media;erişim tarihi:26.11.2018 adresinden alınmıştır

URL-24. Advertising History: http://infoacrs.com/a/adhistory.html;erişim tarihi:27.11.2018 adresinden alınmıştır

URL-25. Studio-X Mimarlar Mezarlığı: http://studiox-istanbul.tumblr.com/post/73500882586/mimarlar-mezarl%C4%B1%C4%9F%C4%B1-cemetery-of-architects;erişim tarihi:23.11.2018 adresinden alınmıştır

URL-26. The Museum of Modern Art Library: http://momalibrary.tumblr.com/page/15;erişim tarihi:08.08.2018 adresinden alındı

URL-27. After The Manifesto: https://www.arch.columbia.edu/books/reader/16-after-the-manifesto#reader-anchor-1;erişim tarihi:12.08.2018 adresinden alındı

URL-28. Antonio Sant'Elia: ‘one of the least understood pioneers of the modern movement: https://www.architectural-review.com/essays/antonio-santelia-one-of-the-least-understood-pioneers-of-the-modern-movement/10006655.article;erişim tarihi:22.08.2018 adresinden alınmıştır

URL-29. 1913: https://blogroche.wordpress.com/2013/02/07/1913/;erişim tarihi:12.09.201 adresinden alınmıştır

URL-30. Graham Foundation: http://www.grahamfoundation.org/grantees/5065-das-andere-the-other;erişim tarihi:12.09.2018 adresinden alınmıştır

URL-31. MoMA: https://www.moma.org/collection/works/198592;erişim tarihi:14.09.2018 adresinden alınmıştır

URL-32. File:De Stijl, Vol. 1, no. 1, Delft, October 1917: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:De_Stijl,_Vol._1,_no._1,_Delft,_October_1917_(detail).jpg;erişim tarihi:15.09.2018 adresinden alınmıştır

URL-33. Manifold: https://manifold.press/cool-zamanlar-genclik-archigram-ve-tarifi-zor-bir-his-uzerine;erişim tarihi:22.09.2018 adresinden alındı

URL-34. Opening page of first issue of 'Architectural Review' 1896: https://www.architecture.com/image-library/ribapix/image-information/poster/opening-page-of-first-issue-of-architectural-review-1896/posterid/RIBA53810.html;erişim tarihi:28.09.2018 adresinden alınmıştır

URL-35. (http://arti.sba.uniroma3.it/esprit/index.php?option=com_artisba&view=catalogo&Itemid=141;erişim tarihi:29.09.2018 adresinden alınmıştır

URL-36. A'A' L'architecture d'aujourd'hui-2017: http://www.larchitecturedaujourdhui.fr/histoire/;erişim tarihi:12.10.2018 adresinden alınmıştır

URL-37. ARKİTEKT: http://dergi.mo.org.tr/detail.php?id=2;erişim tarihi:15.10.2018 adresinden alınmıştır

URL-38. Mimar Sinan: http://dergi.mo.org.tr/dergiler/4/335/4757.pdf;erişim tarihi:12.09.2018 adresinden alınmıştır

URL-39. Loving Frank: https://www.penguinrandomhouse.com/books/82776/loving-frank-by-nancy-horan/9780345495006;erişim tarihi:12.10.2018 adresinden alınmıştır

URL- 40. New York Times- Notes on a Scandal: https://www.nytimes.com/2007/09/23/books/review/Schillinger-t.html ;erişim tarihi:12.10.2018 adresinden alınmıştır

URL-41. Arkitera-Frank Lloyd Wright, Ayn Rand'ın Teklifini Reddetmişti: http://www.arkitera.com/haber/12770/frank-lloyd-wright-ayn-randin-teklifini-reddetmisti;erişim tarihi:11.11.2018 adresinden alınmıştır

URL-42. Films & Architecture: "The Fountainhead": https://www.archdaily.com/267093/films-architecture-the-fountainhead;erişim tarihi:05.07.2018 adresinden alınmıştır

URL-43. The Fountainhead: http://www.steinerag.com/flw/Books/Novels.htm;erişim tarihi:10.07.2018 adresinden alınmıştır

URL-44. 92 Years of Architecture Through Time Magazine Covers: https://www.curbed.com/2015/2/4/9996152/time-magazine-architect-covers;erişim tarihi:15.07.2018 adresinden alınmıştır

URL-45. Frank Lloyd Wright | Jan. 17, 1938: http://content.time.com/time/covers/0,16641,19380117,00.html;erişim tarihi:16.07.2018 adresinden alınmıştır

URL-46. Le Corbusier | May 5, 1961: http://content.time.com/time/covers/0,16641,19610505,00.html;erişim tarihi:22.07.2018 adresinden alınmıştır

URL-47. Swiss National Bank: https://www.snb.ch/en/iabout/cash/series8/design_series8/id/cash_series8_design_10;erişim tarihi:23.07.2018 adresinden alınmıştır

URL-48. Le Corbusier (1887-1965) architect & city planner: https://colnect.com/tr/stamps/stamp/22842-Le_Corbusier_1887-

1965_architect_city_planner-Famous_people-%C4%B0svi%C3%A7re;erişim tarihi:23.07.2018 adresinden alınmıştır

URL-49. Mies van der Rohe and the Poetry of Purpose: https://books.google.com.tr/books?id=rkEEAAAAMBAJ&pg=PA60&source=gbs_toc_r&redir_esc=y&hl=tr#v=onepage&q&f=false;erişim tarihi:10.08.2018 adresinden alınmıştır

URL-50. 'Devil in the White City': A very different time at the fair: https://www.mprnews.org/story/2015/08/24/books-thread-devil-in-the-white-city;erişim tarihi:02.08.2018 adresinden alınmıştır

URL-51. Arkitekt: http://dergi.mo.org.tr/dergiler/2/570/sayi570.pdf;erişim tarihi:05.06.2018 adresinden alınmıştır

URL-52. Arkitekt: http://dergi.mo.org.tr/dergiler/2/570/sayi570.pdf;erişim tarihi: 20.08.2018 adresinden alınmıştır

URL-53. AMA/ Association American Marketing: https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=B;erişim tarihi:11.11.2018 adresinden alınmıştır

URL-54. Forbes-What is a Brand, Anyway?: https://www.forbes.com/sites/jerrymclaughlin/2011/12/21/what-is-a-brand-anyway/#5fd43f922a1b;erişim tarihi:23.08.2018 adresinden alınmıştır

URL-55. Arkitera-Zaha Hadid'in Kartal Planlarında Süreç Nasıl İlerledi?: http://www.arkitera.com/haber/24215/zaha-hadidin-kartal-planlari-kabul-edildi-peki-surec-nasil-ilerledi_;erişim tarihi:06.06.2018 adresinden alınmıştır

URL-56. İyi Biten Herşey İyidir!: https://pelinozgen.wordpress.com/category/murat-tabanlioglu/;erişim tarihi:12.09.2018 adresinden alınmıştır

URL-57. Tabanlioglu: http://www.tabanlioglu.com/;erişim tarihi:25.06.2018 adresinden alınmıştır

URL-58. EAA: http://www.emrearolat.com/about/;erişim tarihi: 06.05.2018 adresinden alınmıştır