

Karizmatik Bir Figür Olarak “Starchitect”

Hakan Sağlam

Mimarlık Bölümü, Mimarlık Fakültesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, hakan.saglam@omu.edu.tr

Özet

Mimarlık dünyasında zamanın şartları içinde, mimarın kendini var edebilmesi ya da bu dünyayı ele geçirme girişimleri Vitruvius’a kadar temellendirilebilir. Mimarın kişisel kabulleri veya karşı çıkışları sonuçta yaygın bir uygulama alanı bulup toplumsallaştığında, sonuç ürünlerin ortak noktası konulan kuralların aynılığı, kolay anlaşılabilmesi, benimsenebilmesi, yaygın bir mimarlık dilinin varlığını gündeme getirmektedir. Çoğunlukla bu mimari dil, sonuç ürünü yaratan mekanizmaları ve etkileşimleri tanımlar nitelikte olmakta, böylece yeni ağ ve bağlantıların algılanabilmesi kolaylaşmaktadır. Mimarlıkta olduğu gibi sanatın ve bilimin hemen her alanında, ortak dili oluşturan girdilerin, yaratıcı etkinliğin merkezinde yer aldığı da bilinmektedir. Bu çalışma kavramsal olarak mimarın çağlar boyunca, stratejik olarak oluşturduğu ortam içinde, kendini konumlandığı ve kabul ettirdiği statüsünün altını çizmeyi amaçlamaktadır. Çalışma kronolojik bir süreç dışında mimarın çizdiği ya da mimara çizilen “star”lık payesini yeniden gözden geçirmeyi, belli bir dünya görüşü çerçevesinde biçimlenen önemli dönüm noktalarını vurgulayarak güncel açıdan tartışmaya çalışmaktadır. Bu bağlamda her dönem yeniden tanımlanan mimarın toplumsal rolü, dolayısıyla da mimarlığın gelişimi, mimari biçim dili ile açıklanmaya çalışılmıştır. Bugün mimarın/ mimarlığın anlaşılması bağlamında tarihsel referanslardan faydalanmak, onun kodlarını, tasarlayan kişi ve ürünü üzerinden genel mimarlığa ilişkin bir örüntünün oluşturulması için yazılı kaynaklar önemli veri birikimi oluşturmuştur. Tarihsel arka plana dayanarak mimarın rolüne ilişkin kavram tartışması yaratılmaya çalışılmıştır. Mimara biçilen rol, ya da çağlar içinde değişen beklenti sonuç ürünün biçiminden çok biçimin arkasındaki mimar kimliğinden kaynaklanmaktadır. Mimar da bu kimliği kendi toplumsal rolünün en geniş perdeden seslendirilebileceği bir enstrümana dönüştürmüştür. Bu dönüşüm süreci çok büyük bir bireysel çabanın ötesinde, üst politik söylemin arzuları çerçevesinde mümkün olabilmektedir. Bu süreç bireysel olarak mimar kimliğinden çok mimarlığın anlaşılabilmesi olarak görülmektedir. Bu süreci anlayabilmek hem birey olarak mimarın hem de mimari biçimi oluşturan etkenlerin görünür kılınmasıyla yeni arayışlara neden olacaktır.

Anahtar Kelimeler: starchitect, starchitecture, mimarın rolü

"Starchitect" as a Charismatic Figure

Abstract

The architect’s ability to create himself/herself within the current conditions of the world of architecture or his/her endeavors to embrace this world can be grounded through Vitruvius. When the personal acceptances or objections of the architect ultimately find a common area of practice and become socialized, the common grounds of the outcome such as uniformity of the established rules, comprehensibility and adoptability revive the existence of the language of architecture. This architectural language generally has nature which describes the mechanisms and interactions creating the outcome. In this way, perceiving the new networks and connections gets easier. It is known that almost in each field of art and science; the inputs creating the common language are also at the center of creative activity, as in architecture. This study aims to emphasize the status of the architect in which he/she located himself/herself and make himself/herself accepted inside the environment he/she strategically crates down the ages. The study tries to review the “star” degree which the architect addresses or addressed to the architect outside a chronological process and discuss the subject from today’s angle by emphasizing the essential milestones formed as part of a specific world perspective. In this sense, the social role of the architect, which is re-defined in each period, hence the development of architecture, is tried to be explained through the language of the architectural style. Today, written sources compose an important data accumulation in terms of benefiting from the historical references as part of the understanding of the architect/architecture and forming a pattern regarding the general architecture over the person who designed its codes and his/her outcome. A concept discussion regarding the role of the architect is tried to be sparked by referring to the historical background. The assigned role of the architect or the expectation changing over the ages results from the “architect identity” behind the style, rather than the style of the outcome. The architect has turned this identity into an instrument through which he/she can vocalize his/her own social role from the highest pitch. This transformation process is beyond a massive self-endeavor and can be possible as part of the desires of the meta political discourse. This process is individually seen as the understandability of the architect, rather than the architect’s identity. Being able to understand this process will open the way for new pursuits through the visibility of the architect as an individual as well as the factors creating the architectural style.

Keywords: starchitect, starchitecture, the role of the architect

GİRİŞ

Star sistemini oluşturan ve dünyaya kabul ettiren Amerikan film endüstrisi, başlangıç yıllarından itibaren star sisteminin avantajlarını keşfederek, özne temelli bir endüstri oluşturmuştur. Öznenin öne çıkarılması gerçekte ekonomik politik ve ideolojik bir yapının sonucu olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda star olgusunun, oluşumu ve anlamı bu kavramlar üzerinden daha net ortaya konabilmektedir. Amerikan sinemasının ilk yıllarından itibaren altı çizilen star sistemi başlangıçta, özneyi ya da endüstri nesnesi olarak aktörü öne çıkarmaz, ama onun sinema sektörünün dev bir endüstriye dönüşmesindeki katalizör ürün olduğunu hemen kavrar. Film izlemekle başlayan serüven önce aktörlerin sonra da star aktörlerin (stactor) filmlerini izlemeye dönüşmüştür. Stactor'ler o kadar ışıklıdırlar ki, o kadar parlak ve uzaktırlar ki gerçekte olan biteni fark etmek çok zordur. Holywood starları ile büyüyen nesil Chanel No.5' in Marilyn Monroe'yu onunda Chanel No.5'i var edip yaşattığını çok zaman sonra fark etmişlerdir.



Şekil 1: M. Monroe ve Chanel No.5 (<https://www.google.com/search?>)

Büyük kitleler bugün dünyanın en önemli turistik merkezleri kabul edilen yerleri hiç fark etmeden filmlerin başrol oyuncusu olarak izleyip hafızalarına kazınmışlardır. Kapitalist düzen doğrudan ya da dolaylı olarak ekonomik getiri sağlayacak her nesneyi filmler aracılığı ile dünya pazarında dolaşıma sunmuştur. Sinema dünyasının bize kazandırdığı star kavramı hızla futboldan sahne sanatlarına, öznenin öne çıkarılabildiği hemen her alanda yaygın kullanım alanı bulmuştur. Özellikle ülkemizde son yıllarda star'lık mertebelere ayrıştırılarak “süper” “mega” gibi ön kavramlarla birlikte kullanılmıştır. Günümüzde yaygın bir kullanım alanı bulunan starlık kavramı Sennet tarafından 18.yüzyıla temellendirilir, “o dönem saray koruması altındaki sanatçılar, politik yıkımlar sonucu kendilerini koruyan ve kollayan üst sınıfın dağılması ile başkentlere akın etmiş, kendi başlarına geçim koşullarını zorlayarak, sanat için sanat yapmaktan vazgeçerek, girişimci kimliklerini kullanmak durumunda kalmışlardır. Saraylardaki hamilerini kaybetmek bir yandan sayısal bir gerilemeye işaret ederken, diğer yandan star sanatçılara olan ilgiyi artırmıştır. Kamuoyu üstün yetenekli birini izlediğini düşünürken aslında o tepki verdikleri, para ödedikleri, ilgi gösterdikleri ve ünlü yaptıkları kişidir.” (Sennet,2010. 372,373) Sanatçının “olağanüstü kalitesi” sanat izlemenin ön şartı olmuştur. Herkes hep en olağan üstü, sanatçıyı görmeyi arzulamaktadır. Sonraki yıllar olayı şöyle formüleştirmiştir, “üretilen harikulade olmalıdır,..sanatçı olağanüstü olmalıdır,...yeni sanatçılar mutlaka “harika çocuk” olarak gösterilmelidir ki bi işe yarasınlar....oyun ya hep ya hiç olarak oynanmalıdır ki, başarı ekonomisi kişinin “çok özel” olana dek, bir hiç olduğunu sürdürübilir.” (Sennet,2010. 373) süreç bütün dünya da aynı temellere oturtularak oynanmaktadır. Yoksa hiç bir şeye değmeyecek, büyük sıfatlarla değerlendirilenler olmazsa sanat da yok olacaktır. Durumu en iyi açıklayanlarda biri olan Eric Bentley “Kahramana Tapınma Yüzyılı” adlı yapıtında 19.yüzyıl ortalarında ortaya çıkan

inandırıcı kahramanlara, starlara duyulan açlığı çözümlenmiştir. Ona göre modern toplumun göstergelerinden biri olan, ‘toplumda kahramanlar, starlar bulma uğraşı’ sürekli düş kırıklığına yol açan bir uğraşıdır. Bunun nedeni de modern toplumdaki kişi dışı kamusal yaşamın çökmesidir.” (Aktaran, Sennet,2010, 369) bu süreçte yapılan en büyük hata, sanatçıların insan üstü, inanılmaz v.d sıra dışı kişilik özelliklerine sahip olduğuna inanılmasıdır. Kamusal alanın hızla gelişimi her şeyi alt üst etmiş basın, tv ya da internet hayatımızda görünür olan herkesi, kapsama alanı içine aldığı her özneyi star aktöre çevirmeyi başarmıştır. Star sisteminin kazandırdıkları o kadar caziptir ki star istemine karşı protest bir oluşum olarak var olan rock müzik grupları bile sonuçta en star olmuşlardır. Giderek hayatın merkezine çekilen sanal ortam, sorunu daha da derinleştirmekten başka bir işe yaramamıştır. Her şey en gerçeğe yakın sanallık olarak var olmaya başlamıştır. Her sanat neredeyse sinema tekniğine dönmüş, oluşturulan her şey gerçek dışı biçimde kolajlarla bir araya getirilerek görünür olmaya hak kazanmıştır. Artık gördüğümüz gerçeklik sanal bir oluşumdan başka bir şey değildir. Bu durum büyük çoğunlukların starlarını yaratmaya yardımcı olmaktadır. Star olmak öyle önemlidir ki , bir gecede dünyanın tüm bilgisi vahi yoluyla, star olan kişiye indirilir. Zaten son dönem ülkemizde her şeyi bilmek için ya Türkiye güzeli ya da makam sahibi olmak yeterlidir, eski bir Türkiye güzelinin dediği gibi güzelliğinizin tescillendiği gece size indirilen “içten gelen bilgilerinizle”¹ her şeyi yapabilirsiniz. Sanat dünyasının küresel ekonomik yapısı her şeyin üstünde egemen olmaya devam etmektedir. Küreselleşmenin özellikle sanat alanındaki etkisi pek çok kaynağa göre, olumsuzlukların nedeni olarak yorumlanmaktadır. Bu süreçte sanat doğrudan bir finans aracına dönüşürken, ekonomik spekülasyonlar tümüyle sanatı ve sanatçıyı ele geçirmiş durumdadır. Tüm bu süreçte sanat eserlerinin alım satımı sanatın değerini belirleyen ana unsur olarak bildiğimiz tüm yargıları kökünden değiştirmiştir. Alım satım değeri pratik hayatı olduğu kadar kuramsal alanı da etkisi altına almıştır. 1990’larda tırmanan bu gelişme, “çağdaş sanatın yoğun olarak piyasalaştırılması, sanat bir lüks, sanatçı da girişimci olmaya yönlendirilmiş, küçük bir sanatçı azınlığı hayal edemeyeceği servetler kazanırken, büyük çoğunluk kaybetmiş, çağdaş sanat ve müzayede evleri bu tuhaf ekonomiyi” yönlendirmişlerdir. (Thompson 2012) Bu durum salt görsel sanatlara özgü olmaktan uzak hayatın hemen alanına farklı biçimlerde nüfuz etmiş, mimarlık ortamı da bu olağan gelişimden payını almıştır.

STARCHITECT VE STARCHITECTURE

Mimarlık dünyası da tüm bu gelişmelere paralel olarak kendi terminolojisini üretmiştir. Türkçe yıldız mimar ya da genel bir kullanımla “starchitect” olarak kullanılan kavram uzun bir süreden beri mimarlığı yönlendiren, farklı bir anlayışla mimarlığa bakan ya da en çok kazanan/kazandıran mimarlar için kullanılmaktadır. Bu çok ünlü mimarlar tarafından tasarlanmış yapıları tanımlamak içinde “Starchitecture” kelimesi türetilmiştir. Koşulların belirlediği durumu iki önemli başlık altında ele almak mümkün görünmektedir. Birinci başlık

Mimarın kendini var edebilmesi için sistemi kullanması, ikincisi ise sistemin kendini var edebilmesi adına mimarı /mimariyi kullanması, olarak açıklanabilir.

Vitruvius’dan günümüze dek gündelik koşullar altında mimar, dünyanın değişen yapılanması için de kendine atfedilen rolü her seferinde yeni baştan kurgulamak zorunda kalmıştır. Bilindiği gibi Vitruvius’un külliyyatı mimarlık dünyasının ilk yazılı kaynağı olarak doğrudan imparatora hitaben yazılmıştır. Bu durum mimarın kendini var edebilmek adına en yüksek mertebeden bir varoluş örneği olarak kabul edilebilir. Aynı biçimde aradan geçen zamana karşın modernizm’in başında, açıkça belirtildiği gibi dönemin öncü star mimarları arasında

¹ <https://www.haberturk.com/demet-sener-in-yillar-once-verdigi-roportaj-ortaya-cikti-magazin-haberleri-1888560-magazin>

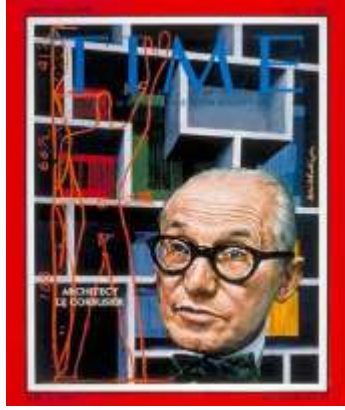
yer alan Le Corbusier'in "kafasını en çok kurcalayan konu, genel olarak toplumsal koşullar değil, bir sanayi toplumunda mimarın durumudur.....eleştirisini tam da sanayi toplumundaki mimarın konumunda bir devrimin söz konusu olduğu noktaya yöneltmiştir." (Colomina, 2011:153) aslında dikkat çekilen altı çizilmesi gereken, oluşan ya da ortaya çıkan bu yeni anlayışın reklam sanayii ve hızla hemen her yere sızan kitle iletişim kanalları ile kurduğu yeni işbirliği ve mimarlığın bu bağlamda yaşadığı dönüşümdür. Sorun mimarın reklam dünyasını ve kitle iletişim araçlarını nasıl kullandığı üzerine odaklanmaktadır. Rönesans döneminde mesleki bir kimlik ve bağımsız sanatçı unvanlarını yakalama fırsatı bulan mimar kendi reklamını da yapmaya başlamıştır. Ancak, bildiğimiz anlamda reklam anlayışını reddeden mimar kimliği gerçekte yaptığı her yapıyı bir reklam aracı olarak kullanmaya başlamıştır. Gerçekte yapı ile ilgisi dışında her yaptığı şeyin arka planda anlattıkları üzerinde duran mimar için her yapı bir kitap gibi anlatmak istediklerini, toplumsal yapıyı, toplumsal yapı içindeki konumunu vb. çok farklı sosyal kültürel birikimi kamusal mekanda kullanıcıların fikirlerine açmakta, yapının kendisi önemli bir iletişim aracına dönüşmektedir. Bunu en iyi başaranlar, kamusal alanda en görünür olup konuşulanlar "starchitect" unvanını taşımaya hak kazanmışlardır. Ancak bu çok özel isimlerin öncü, yıkıcı, devrimci, yaratıcı, vb pek çok üstün yetenekleri olduğu göz ardı edilmemelidir. Onların bu yeteneklerinin mimarlıkla ilgili ya da ilgisiz pek çok alanda dünya çapında etkiler yarattığı da unutulmamalıdır. Bu etki karşılıklı olarak o kadar farklı alanları etkiler ki, aktörler arası ilişki ağlarını çözebilmek neredeyse imkânsız hale gelir. Her dönemin star mimarları bir yandan mimarlığın sosyal, ekonomik, kültürel, psikolojik toplumsal, politik akıllımıza gelecek her tür alan ve gelişimle ilgili çalışmalara öncülük edip, farklı sorunları mimarlık dünyasına taşıyıp mimarlığın çözmesi gerekli sorunları her geçen gün büyüterek karmaşılaştırırken, bir yandan da iletişim dünyasıyla, popüler basınla ilişkilerini en üst düzeyde geliştirerek, bu dünyanın nimetlerinden yararlanmayı da ihmal etmemişlerdir. İlişki nedense o kadar güçlüdür ki mimarlık dekorasyon malzeme kentsel tasarım dergileri dışında pek çok popüler yayına özellikle de 'Time' dergisine kapak olmuşlardır.



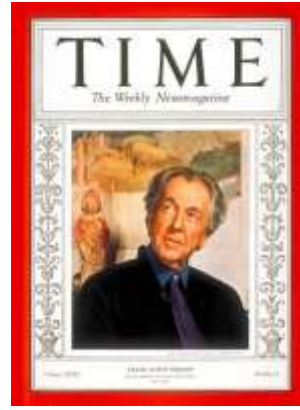
Şekil 2: Time / Philip Johnson
(<https://www.google.com/search>)



Şekil 3: Time / Eero Saarinen
(<https://www.google.com/search>)



Şekil 4: Time / Le Corbusier
(<https://www.google.com/search>)



Şekil 5: Time / Frank Lloyd Wright
(<https://www.google.com/search>)



Şekil 6: Time / Zaha Hadid
(<https://www.google.com/search>)



Şekil 7: Ocean Pearl
(<https://www.google.com/search>)

ERK'İN MİMARİ VE MİMARİYİ KULLANMASI

Mimarinin iletişim gücünü en erken dönemden beri fark eden, erki elinde bulunduran güç, bazen baskı kurup zorlayarak, bazen belli izm'leri destekleyerek bazen de demokratik yolları deneyerek mimariyi en etkin yönetim enstrümanı olarak kullanmayı en üst seviyede gerçekleştirmektedir. Tarihin her dönemi, yönetim erkini elinde tutanların kendi star mimar/mimarlığını oluşturduğuna şahit olmuştur. Bugün dünya üzerinde serbest ticaret hızla gelişirken, sınır tanımaz star mimarlar hemen her coğrafya da iş yapar duruma gelmişlerdir. Yerel, bölgesel, ulusal kavramlarının öne çıkarılmaya çalışıldığı son dönem söylemlerine karşın star mimarlık ofisleri hemen her önemli merkezdeki büroları, uluslararası şirketleri veya her gün daha da büyüyen küresel şirket yapıları içinde varlıklarını sürdürmektedir. Böylece erk'in eline geçen mimar kimliği de mimarlık da kökten değişmiş, markalaşmıştır. Ünlü markalar, marka mimarlarla özdeşleşmiş, üretilen her şey önemli bir tasarım nesnesi olarak ikonlaştırılarak reklam objesine dönüştürülmüştür. Mimarlığın ekonomik bir sektör olarak ele alınması ve kentsel spekülasyonlar tüm bu süreci hızlandıran nedenler olmuşlardır. Uzun bir süredir "...popülerliğini koruyan mimarlar, mimarlık dünyasında hegemonya kurdular. Bu dönemde gerçekleşen projelerin çoğu mimarının ünlü olması nedeniyle değer kazandı. Projelerin ünlü mimarlar ile bağdaştırılmaları yeni bir durum olmasa da, 1997 ile 2000 yılları arasında bu durum daha da belirginleşti. Gehry'nin Bilboa'daki Guggenheim Müzesi, Richard Meier'in Los Angeles'daki Getty Center'ı veya Piano'nun New York City'deki Morgan Kütüphanesi'nin renovasyonu gibi projeleri sadece tasarımlarının özellikleri nedeniyle değil de mimarları sayesinde de ilgi çektiler....Hatırda tutulması gereken önemli bir

başka husus da 1997 ile 2007 arasındaki dönemin, ekonominin iyi olduğu ve finansmanın çok kolay bulunduğu bir dönem olmasıdır. Şu anda finansman temin etmekte sorun yaşayan bazı projeler, o dönemde sırf mimarının ünlü olması nedeniyle bu konuda zorluk çekmemişlerdir. Bu dönem aynı zamanda bu mimarların birçok cesur tasarımı gerçekleştirebilmesine de olanak sağlamıştır. Maalesef birçok projenin gerçekleşmesiyle kaçınılmaz olarak birbirlerini de taklit etmeye başlamışlardır. Bu parlak dönemin sonuna doğru Gehry'den Guggenheim Müzesi için Manhattan'da bir tasarım gerçekleştirmesi istenmişti. Sonra proje geçici olarak askıya alındı. Gehry'den projeyi bir daha tasarlanması istendiğinde bu tasarımın bir önceki tasarımın hemen hemen aynısı olduğu görüldü." (Salkin,2012) Tüm bu olumsuz yaklaşımlara karşın star mimarlar güçlü etkileri ile mimarlık ve diğer oluşumlar üzerinde çok önemli olmaktadır. Sosyal, ekonomik, kültürel politik etkileri tüm dünyayı ışık hızında kat etmektedir. Mimarlık her gün daha çok şaşırtarak daha çok kazandırarak özellikle dünya metropollerinin yeni yüzlerini belirlemektedir. Star mimarların etkileri o kadar büyük olmaktadır ki yapı sektörü gerçekleri görmekten uzak her şeyi uygulanabilir gibi algılamaya başlamaktadır. Ancak her imitasyon -miş gibi olmaktan öteye geçemediği için kaybeden yine mimarlar olmaktadır. Glen Murcutt, bugün herkesin ağzından düşürmediği, çok da belirsiz muğlak yaklaşımlar olarak kalan sürdürülebilirlik, yerellik, kültür ve çevre bağlamı söylemlerini gerçekten özümsemiş bir figür olarak hayatımıza girmiştir. Kendi dünya görüşünü yansıttığı yalın yapıları ile 2002 Pritzker ödülünü almış bir "starchitect" olarak görüşlerini şöyle özetlemiştir. "Star mimarlık konusunu toplumsal bir sorun olarak ele alırsak, pek çok alan gibi mimarlığında star aktörlere özel bir alan açtığı herkes tarafından bilinmektedir. Mimarlık, temeli olan, derin bir anlayışın biçimlenmesi, Çok sesli, derin anlamları içeren, duyarlıklarımızdan beslenen, duyumsanabilir ve şiirsel olanı atlamayan ve tüm bunları mantıkla birleştiren bir sanatken farklı etkenler altında güzellik yarışmalarına dönüştürülmüştür." (Sağlam, 2012, 85) Ülkemiz özellikle mimar kimliği toplumsal rolümüzün anlaşılmasında önemli araştırma alanlarından birini oluşturmaktadır. Mimarın toplumsal rolünü anlamak adına farklı çalışma alanlarının ortak çalışması gerekmektedir. Sorun mimarın rolünü olumlamak ya da reddetmenin ötesinde Osmanlı döneminde başlayıp cumhuriyet sürecinde devam eden farklı kimlik anlayışlarının altını çizmektir. Bu durum "son yıllarda giderek tırmanan biçimde mimarların sansasyonel yeni kimlikleri ve starlaşma süreçleri" (Tanyeli, 2012, 23) olarak öne çıkarılmaktadır. Kimliklerin öne çıkarıldığı bu dönem, mimarının ötesinde farklı alanlar öne çıkmaya başlamıştır. En ünlü starchitect olarak bildiğimiz Sir.N.Foster "Ocean Pearl isimli yatı ve Buckminster Fuller'ın ikonik ve antika değerindeki tasarımı "Dymaxion" isimli arabadan bir tane de kendisi için ürettirmesi" (Kayım,2010) ile tartışılmaya başlanır. Tartışma, ne yazık ki tasarımın ötesinde, daha çok yapılan işlerin dolar bazında ederi üzerinde yoğunlaşmaktadır.



Şekil 8: B. Fuller, jeodezik kubbe ve Dymaxion (Kayım, 2010)



Şekil 9: Sir N. Foster ve Dymaxion (Kayım, 2010)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuçta denebilir ki mimar kimliği çok önemli bir veri olarak karşımızda durmaktadır. Çağlar boyunca sürekli değişen, dönüşen, her dönem verilerine göre yeniden tanımlanıp biçimlendirilen kimlik arayışları önemli bir veri tabanı oluşturmaktadır. Bu arayışları bir strateji olarak ele aldığımızda mimarın bu her dönem değişen koşullara ayak uydurup kendine yeni alanlar açtığı söylenebilir. Diğer yandan özellikle ekonomik erkin kendini var edebilmek adına mimarın adının altını birkaç kez çizdiği, onu uluslara arası arenada destekleyip parlattığı da bir başka gerçeklik alanı olarak karşımızda durmaktadır. Sebebi ne olursa olsun, mimarlık ortamını oluşturan, yönlendiren, derinden etkileyen, etkileri mimarlık camiası dışında çok farklı alanlarda yankılar bulan, bu en yaratıcı, en özgün, en kışkırtıcı ve en özel “star” mimarlar bugün olduğu gibi gelecekte de var olmaya, üretmeye dünya mimarlığının gündemini belirlemeye devam edeceklerdir. Bu nedenle özellikle yeni kuşakların starlık sistemine karşı olarak, ama içlerindeki star ışıklarını hiç kaybetmeden hemen her alanda bu ışıklarını kullanabilmeleri, üretebilmeleri ve gerçekleştirebilmelerinin yolları aranmalıdır.

KAYNAKÇA

- Colomina B., (2011). Mahremiyet ve Kamusalılık, kitle iletişim aracı olarak modern mimari, Metis Yayınları, İstanbul.
- Kayım, Seda. (2010). Star Mimarlar, Süperstar Mimar mı Oluyor? Mimarizm, Mimarlık ve Tasarım Platformu, http://www.mimarizm.com/haberler/star-mimarlar-superstar-mimar-mi-oluyor_116772, s.e.t 14.02.2020.
- Sağlam, H., (2012). “Star Mimarlar üzerine Rusan, Mangado ve Murcutt” Serbest Mimar. no.10, ss.84-89.
- Salkin, Judith. Yıldız Mimarlar ve Projeleri Tartışılıyor, Çev. Serzan Gök, arkitera.com, s. e. tarihi, 14.02.2020.
- Sennett, R., (2010). “Kamusal İnsanın Çöküşü” Çev. S. Durak, A, Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, No 168, İstanbul.
- Tanyeli, U., (2012). Editoryal yazmak üzerine Zeki Sayar anma programı dizisi/ Zeki Sayar’a Armağan, Türkiye Mimarlığı ve Eleştirisi. Ed. Ali Cengizkan, A.Derin İnan, N. Müge Cengizkan, TMMOB Mimarlar Odası, Eylül 2012, Ankara, s. 22,28.
- Thompson, D., (2012). 12 Milyon Dolarlık Köpekbalığı, Sanat Mezat, Çağdaş Sanatın ve Müzayede Evlerinin Tuhaf Ekonomisi, Çev. Renan Akman, İletişim Yayınları 2. Baskı, İstanbul.