

Pruitt Igoe'dan Günümüze Postmodern Çeşitlemeler: Kültürel Dönüşüm ve Tasarıma Yansımalar

Doç. Dr. Lerzan Aras

Özet

Pruitt Igoe konutları 1972 yılında yıkıldığında, modern dönemin kapanmış olduğu simgesel bir anlatımla ifade edilmişti. Aradan geçen 41 yıl içinde, ilk başkaldırısını aşan postmodernizm kendi yolunu çizdi; özellikle de tasarım, mimari ve birey arasındaki ilişki çok farklı tonlara büründü. Seçkin kültür ve halkçı kültür arasındaki sınırların silinmeye başlaması ile sadece 'an'ı yaşamaya çalışan ve tarihle arasındaki gerçek referans noktalarını kaybetmeye başlayan toplumun dönüşen kültürel ortamında tasarımda da farklı bakışlar oluşmaya başladı. Bu çalışmanın amacı, oluşan bu kültürel dönüşümün birey ile ilişkisi bağlamında tasarım ile etkileşimini eleştirel bir bakış açısı ile ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler

Pruitt Igoe
Postmodernizm
Kültürel Dönüşüm
Tüketim Toplumu
Postmodern Tasarım

POSTMODERN ASSORTMENTS FROM PRUITT IGOE TO PRESENT: A CULTURAL TRANSFORMATION AND REFLECTIONS TO DESIGN

Abstract

When The Pruitt Igoe housing complex was demolished in 1972, the closing of the modern period was implied with a symbolic expression. During the passing 41 years, postmodernism break its first rebellion, and went the way alone; especially design, architecture and their relationship with the individual strikes very different attitudes. With the obliteration of frontiers between the elitist culture and pop culture, different perspectives started to occur in the transformative cultural environment of the society, which only tries to seize the presence, and has lost the very essential and true reference points between the history. The aim of this study is to put forward this cultural change into consideration from a critical point of view in the context of design – individual relationship.

Keywords

Pruitt Igoe
Postmodernism
Cultural Transformation
Consumer Society
Postmodern Design

“Post- modernite ne iyimserdir, ne de kötümser.
Yıkıntıdan artakalanlarla oynanan bir oyundur.
'Post' olmamız bundandır... Jean Baudrillard”

Pruitt Igoe Yıkılırken... Bir Dönemin Sonu

'Modern' ve 'postmodern' terimleri uzun yıllar boyunca çeşitli tartışmaların konusu oldu, hâlâ da bu tartışmalar devam ediyor. Özellikle postmodern kavramı, belki de hâlâ içinde yaşadığımız süreç düşünüldüğü için çok tartışmaya konu oldu. Bütün bu tartışmalar çoğunlukla hangi dönemin nerede ve nasıl bittiği, diğerinin ise nasıl başladığı noktasından anlatıldı. Genellikle de mimarlık bu başlangıç ve bitişleri temsil için iyi bir araç olarak kabul edildi. Bu nedenle mimarlık teorisyeni Charles Jencks'in, 15 temmuz 1972'de St. Louis'de Pruitt Igoe konutlarının dinamitlenerek yıkılmasını postmodern dönemin başlangıcı olarak ilan etmesi de kabul gören bir yaklaşım oldu (Jencks, 1991: 23).



Dinamitlenen Pruitt Igoe Konutları
Katherine Bristol, The Pruitt Igoe Myth, JAE, 44 / 3, 1991, s 163

Jencks'in 1977 yılında yaptığı bu açıklamadan bir sene kadar önce de Rowe ve Koetter'in 'Collage City' adlı kitaplarının girişinde yıkımın fotoğrafı kullanılmıştı ve kitabın bu bölümü modern hareketin mimari sosyal devriminin ateş aldığı yönünde bir tanıtıma ayrılmıştı Bristol, 1984:168). Pruitt Igoe'ya özellikle değinilmemişti; ancak verilmek istenen mesaj modern dönem yapılarında sorunlar olabildiği yönünde bir izlenim uyandırıyor. O nedenle 1977 yılında Jencks'in açıklaması şaşırtıcı görünmemiştir.

Elbette ki bu sembolik bir başlangıçtı; ancak yapı, Corbusier döneminin ve CIAM'ın ortaya koyduğu tüm standart kuralları kendinde barındırdığı için, gerçekten de bir ölüm anını simgelemesi olağandı. Burada enteresan olan, mimarının tüm alanlar içinde bir dönemin kapanması adına çok net bir duruşu kabul ettirmiş olmasıydı. Bu yıkımın ardından özellikle 1980'lerden itibaren pek çok yeni toplum ve tüketim teorisinin oluşması da şaşırtıcı değildi. Pruitt Igoe her biri 11 katlı 33 binada 13.000 kişiyi barındırıyordu (Comerio, 1981:26). Bu yıkım, değerlerin yeniden sorgulanması için artık zamanın geldiğinin net işaretiydi.

Bu konutların yıkılışı ile ilgili çok yorum yapıldı. Huyssen, bu yıkılmanın ardından postmodern dönemi tanımlarken, "postmodern şizofreni" kavramını kullanır. Bu dönemde oluşturulan binaların ne zaman ve nerede keyifli bir karmaşaya, ya da hırslı ve başarılı örneklerle dönüşeceğinin bilinmediğini söyler (Huyssen, 1994:). Bu an ile birlikte pek çok kavram sorgulanmaya açıldı; toplumsal, kültürel ve ekonomik anlamda bir yeniden yapılanma sürecine girildi. Aslında hiç bir şeyin bir anda olmasını bekleyemeyiz, her şey bir süreç gerektirir; modern dönemin bireyin psikolojik ihtiyaçlarına cevap vermekte zorlanan standardize, toplumsal ve politik yönünün bireyleri bir noktada farklı arayışlara getireceği belliydi; ancak bunun belli bir an ile özdeşleştirilmesi ve bir sembol oluşturmuş olması önemliydi. Dönemin bitişi ile birlikte bir anda tüm alanlarda sınırlar kaldırılmış gibi oldu. Venturi'nin Mies'in 'az çoktur' (less is more) deyişine gönderme yaptığı,

"Ben, nesnelerin "yalın" olanından çok kıırma olanını, "başına buyruk" olanından çok uzlaşanını, "dosdoğru" olanını değil, çarpıtılmışını, "açıkça dile getirilenini" değil, anlamı belirsiz olanını, sapkın olduğu kadar kişilik dışı olanını, "ilginç" olduğu kadar can sıkıcı olanını. severim (Venturi, 2005:17)."

şeklindeki çıkışı mimarların yeni döneme bakışını da çok net ortaya koyuyordu. Modernlik başta sanat ve estetik olmak üzere tüm toplumsal alanlarda 19. yüzyılın büyük teknoloji devrimi sonucu oluşmuştur. Bilinçli olmamakla birlikte bu gelişim ile gelenekselden kopulmuş ve eşitlik ilkesi temel alınarak yeni bir sosyal yapı örgütlenmiştir. Doğal olarak, bu düzen içinde teknoloji de çok önemli bir yer edinmiştir. Bu, işlevin ön plana geçtiği, standardizasyon ve akılcılık kavramlarının keskinleştiği yüksek kültürü benimseyen seçkin bir dildi. O nedenle Venturi'nin

söyleminin modern dönem bakış açısına keskin bir başkaldırı olduğunu söylemek mümkündür. Sonraki yıllarda da bu bakış açısı ile tasarım şekillendi.

Modernizmin bitiş yılları, teknoloji bağımlılığından ve yüksek kültürün estetiğinden vazgeçilerek, kitle iletişim araçları ve reklamın ön plana çıktığı ve tüketimin heveslendirildiği yıllardı. Yüzyılın başında Adolf Loos'un modernitenin temsilcisi olarak "süsleme suçtur" söyleminden bu yana çok yıl geçmiş ve artık renk, doku, biçim ve süsleme tasarımının her alanında adeta yasallaşmış ve bir gereklilik halini almış, yüksek kültür ile halkçı kültür sınırları silinmişti. İletişim olanaklarının gelişmesi ve eğitim düzeyinin yükselmesinin de bu değişimde katkısı büyüktü. Modern dönemin politik söylemleri de durulmuş, yerini kendini daha fazla merkezde hissetmeye başlayan ve aidiyet duygusu gelişen birey ve istekleri almıştı. Böylece cinsiyet ve ırk konuları da merkezileşerek katı, eski ve değiştirilemez gibi görünen tüm sığ ölçütlerin de reddedildiği bir dönem oluşmaya başlamıştı. Yani; konu sadece tüketimin artması ve bireylerin bundan keyif alması değil, aynı zamanda modernizmin egemen konumunun da değişmesi söz konusuydu. 1970'ler, yıkılan Pruitt Igoe ile birlikte yeni bir dönemin başlangıcını da simgeleyen görüşlerle başlıyordu...

Postmodernizm: Değişen Değerler, Farklı Bakışlar

1960'lar postmodern dönemin yeni yeni kendi söylemini gerçekleştirmeye çalıştığı yıllardı. Bu yeniden yapılandırmada insan psikolojisi üzerine daha çok eğilmeye çalışılıyor; hayatın sade ve düz olandan çıkarak daha renkli olmaya başladığı dönemler de başlıyordu. 1970'lerde Venturi, Brown ve Izenour'un 'Las Vegas'ın Öğrettikleri' (Learning from Las Vegas) adlı kitabı aslında halkçı kültürün kendini nasıl yasalaştırdığını ve özellikle mimarlar için çıkış noktalarının nasıl olabileceğini keskin bir dille ortaya koyarak postmodernizmin temelini de kurduğunu ilan ediyordu. Yapıların mekan, yapı ve programlarının ifade edilmesi için bu kitapta 2 farklı öneride bulunuluyordu. Mekanın tüm mimari sistemlerinin simgesel bir biçim tarafından silindiği, adeta çarpıtıldığı örneklere "ördek", mekanın ve yapısının doğrudan programın hizmetinde olduğu ve bezemesi bunlardan bağımsız uygulanan örneklere de "süslenmiş hangar" adı veriliyordu. (Venturi, Brown, Izenour, 1993: 89) Las Vegas şeridinin parlak, karmaşık ve bağımsız görüntüsü ve 'süslenmiş hangar' duruşu ile oluşan yeni model,

herşeyi mümkün kılarken dekorasyon, alaycılık, tarihselcilik ve derleme adına pek çok yeni kavramı kucaklıyordu. Bu yeni kavramlarla birlikte tasarımcıya düşen rol artık daha fazlaydı ve bu rol yeni yükselmekte olan tüketim toplumunun içinde kendine bir yol bulmak zorundaydı. Postmodernizm, modernizme olan karşıtlığını ifade etme sürecini tamamladıktan sonra, 80'li yıllardan itibaren, kendi söylemini daha net ortaya koymaya başladı. Bu söylem temelini birey ve bireyin isteklerinden ve özellikle de tüketimden alıyordu. Konu doğrudan tüketime bağlanınca öncelikle istekler, beklentiler, arz-talep dengeleri yeniden sorgulanmaya ve ortaya çıkan bu yeni toplumun tanımının yapılmasına çalışılması da doğaldı. Toplumbilimciler, sosyologlar ve felsefeciler arasında oluşan çeşitli tartışmalar içinde en ağır basanları Baudrillard ve Jameson oluyordu. Jameson'un endüstri sonrası toplumu olarak adlandırdığı, Baudrillard için tüketim toplumu olarak tanımlanıyordu.

Jameson, bu dönemin tek bir ana konusu olduğunu söyler. Bu, içinde bulunduğumuz çağdaş sosyal sistemde kendi geçmişini muhafaza edemeyecek kadar tarih duygusunun yitirildiği bir durumdur (Jameson, 1991:125). Postmodernizm, Jameson'un bu ifadesi ile konumlanırken, 1984 yılında yayınlanan Postmodernizm ve Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı (Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism) adlı makalesi ve 1991 yılında yayınlanan Postmodernizm ve Tüketim Toplumu (Postmodernism and Consumer Society) adlı çalışmaları bu konular üzerinde yeni bakış açıları uyandırıyor. Brown, Jameson'ın dönemin farklılık yaratan ekonomik oluşumunun aslında tam bir kültürel olgu olduğundan yola çıktığını ifade etmektedir (Brown, 2005: 736). Aynı bağlamda Chabot'da postmodernin problemini tartışırken, Jameson'un ortaya koyduğu tüm sosyal düzene egemen olan kültürün Ernest Mandel'in Geç Sermayecilik (Late Capitalism) görüşünden etkilendiğini söylemektedir, ki bu da pazar sermayeci, tekel sermayesi ve Jameson'ın eklemesi ile çok uluslu sermayecilik olarak 3 bölümü içermektedir (Chabot,1988:12). Jameson'ın kültürel değişimler için ekonomik bir temellendirme yapması sadece ekonomi ve kültür alanı ile bağlantılı kalmıyordu. Edebiyat, sinema, mimarlık ve genel yaşam biçimleri de bu bağlam içine yerleşiyordu. Aslında böyle bir duruş ile Jameson, 1984 ve 1991'de yaptığı çalışmalara ek olarak farklı, ayırıştırıcı ve sığ olarak tanımlanabilen postmodern kültürü sermayeci ekonomi için yeni bir basamak olarak görüyordu. Gartman'ın 'Post-Fordism' olarak tanımladığı bu yeni bakış açısı Jameson kadar, Harvey, Grossberg, Hall ve

Soja'nın da görüşünü içermekte ve yaşadığımız bu dönemin özellikle de mimarlık alanında toplu üretim ve modernin estetiği arasındaki eş zamanlı ve tek yanlı ilişkiyi ortaya koymaktaydı (Gartman, 1998:120 / 127).

Öte yandan Baudrillard içinde yaşamakta olduğumuz postmodern döneme daha farklı bir bakış açısından yaklaşmaktaydı. Baudrillard'ın 60'ların sonlarındaki çalışmaları, Nesnel Tüketimi (The System of Objects -1968) ve Tüketim Toplumu ('La Societe de Consommation'-1970), sanayi sonrası tüketim toplumunun oluşturduğu göstergelerin, iletişim araçlarının, reklamın ve sanatsal gösterge kültürlerinin anlatımıdır. Modernite çağının gerçek anlamda sona erdiği ve sınırların bulanıklaşmaktan öte yok olduğunu söyler. Bu bulanıklaşan sınırlar ile birlikte yüksek kültürün modernist bakış açısı yerini gerçekliğin tartışıldığı kaygan bir zemine bırakmaktadır ve tüketim nesnesi artık ön plandadır; özellikle de ne için üretildiği değil, ne için tüketildiği sorusu gündemi oluşturmaya başlamaktadır. Baudrillard, 'Nesneler Tüketimi' adlı çalışmasında herşeyin öldüğü, bakışın değiştiği, dönüştüğü ama yine de hiç bir şeyin değişmediği sonucuna varır. Toplumumuz tüm olası devrimleri gerçekleştirmiş olmasına rağmen, bunlar iç devrimler olarak kalmış, bu üretkenliğin birikimi herhangi bir temel yapısal değişikliği destekleyememiştir. (Baudrillard, 1988:182) Aynı şekilde 'Tüketim Toplumu çalışmasında da çağdaş sermayeciliğin temel sorununu sınırsız bir üretkenlikle ürünlerin piyasaya sürülmesi zorunluluğu ile üretimin verimliliğini arttıracak çabalar arasındaki çelişki olarak görür (Baudrillard, 1997: 78).

Bu sıralama ile Baudrillard, aslında tüm karar verme mekanizmasını iktidara vererek, tüketim toplumunun iradesini yasallaştırıyor ve 1980 sonrasında ortaya koyduğu 'taklitler' (simulations), 'suretler' ve 'örnekçeler' (simulacra) kavramları ile de postmodern toplumu modelliyordu. Artık bir şeye benzetmek ve o şeyin taklidi ile mutlu olma dönemi kapanmış; tüm bunların yerini suretler almış ve biz onların gerçekliğine inanmış durumdayız. (Baudrillard, 1983) Bu hızlı dönüşüm 90'lı yıllara kadar iniş çıkışlarla devam etti. Özellikle ekonomik dalgalanmaların ve teknolojik gelişmelerin birbirini izlediği bu dönemlerde 2000'li yılların dağınık, tanımsız ve hatta doyumsuz olarak tanımlanabilecek tüketim anlayışı henüz yoktu. Postmodernizm kendini modernizme aykırı olma noktasından çıkartıp kendi kurallarını koyana kadar geçen süre bir anlamda deneme süreci gibi olmuştu. Sonuç olarak,

postmodernizmin 60'lı yıllarda başlayan, 70'lerde ise doruğa çıkan başkaldırışı 80'lere doğru durulmaya başlamıştı; daha doğrusu, çağrışımlar ve göstergeler değişmeye yüz tutmuştu. 80 öncesi yıllar postmodernizmin eleştirel ve öncü yaklaşımına karşı sıradan olanın tercihi ile betimlenen yaklaşımı insani değerleri ön plana koyma iddiası taşıyordu. Oysa 80'li yıllar devamlı modernist ideolojiye karşı olma krizini yaşamıyordu; aksine kendi içindeki çeşitlilik ve çok seslilikle ilk zamanların iyimserliğinin yitirildiği ve eleştirel bakışların daha fazla ortaya çıktığı düzensiz bir dönemi simgeliyordu. Huyssen'in Postmoderni Haritalandırma (Mapping the Postmodern) adlı çalışmasında ifade ettiği gibi, artık sol karşıt sağ, şimdi karşıt geçmiş, modernizm karşıt gerçekçilik, soyutlama karşıt temsil, ilerici karşıt tarihsellik gibi düzenlemeler içinde kavranamayacak bir gerilim alanı oluşmuştu. (Huyssen, 1994: 125) 90'lı yıllardan günümüze doğru ise artık postmodernizmin kendi çelişkileri, kendi hesaplaşmaları, hatta kendi ötesini ortaya koyma kaygıları başlamıştır. Tüketim toplumunun bir yerden sonra kendi koyduğu kuralları da tüketmeye başlamasının sonucu olarak, önceden belirsiz görünen ve açığa çıkacağı umut edilen hiç bir beklenti yerine gelmemiştir. Daha fazla gizem, gitgide kaybolan suretler, çözülemeyen şifreler, bürokratikleşmiş bir merkezîyetçilik anlayışı ile devrimini gerçekleştiremeyen ve gücünü sadece sosyal ve kültürel akışa bağlayan bir sistemsizlik halini almıştır. Falk, Ambazs ve Beeman'in tanımla, 'postmodern dönem, başarısız olan karmaşık bir sistemin hissedildiği ve inim inim inlediği zamanlardır'. (Falk, Ambazs, Beeman, 1981:63).

Dönüşümler / Tasarım / Hayal Kırıklıkları

Pruitt Igoe'nın yıkılmasından önce, bir dönemin kapanıyor olduğu sinyalleri özellikle tasarım alanında gelmeye başlamıştı. 1960'lı yıllar halkçı hareketin egemenliğinde sayılabilecek, modernin katı doğrucu tasarım anlayışının yerini renge, ucuz ve parlak her türlü malzemeye bıraktığı ve asla geri dönüşün olmayacağını düşünülüyor yıllardı. Whiteley bu dönemi, toplumsal değişimlerin belirtileri olarak tanımlar. Özellikle de zevklerin etkilendiği, daha az tutucu, daha açık fikirli ve daha anlayışlı... Gözlerimizin açıldığı ve tasarımın renkli ve hayalgücünü çalıştırabilen bir yönü olduğunu farkedebildiğimiz dönemler.. (Whiteley, 1985:45) Oysa hemen arkasından gelen 1973'deki uluslararası petrol krizi ve ekonomik gerileme mesleki alanda dalgalanmalara yol açmıştı. Bu nedenle tasarım danışmanlıkları artarak perakendecinin yerine

zincirlerin gündelik yaşamımıza girişi başlamış, bu tarihten itibaren şirket birleşmeleri artarak çoğu halka açılmıştı. Julier, o dönemi şöyle tanımlıyordu:

“Tasarım şirketleri, ki bunların bazıları 50 kişinin üstünde tasarımcı çalıştırıyordu; istekleri yoğunlaşan pazar için adeta fordist bir üretim düzenine geçmişlerdi; yani herkes belli bir işi üstleniyordu ve oldukça standart bir iş ortaya çıkarılıyordu... (Julier, 2012:28).”

Bu düzen 80’li yıllara kadar devam etti. 1980 sonrasında ise markalaşmanın ön plana çıktığı, kullanıcının ya da diğer bir tanımla tüketicinin isteklerinin tasarımcının ortaya koyduğu ürüne daha fazla yansıdığı gözlemleniyordu. Tasarımcının yaratıcı olmanın yanı sıra, belirli satış planlarını hesaba katması ve tüketici ile ilişkisini doğru algılaması gereken bu dönemde yüksek teknolojik olanakların sonuna kadar kullanılması da hedeflenmişti. Yani tüketimin refahı için her şey kabul edilebiliyordu. Ancak bu dönem küreselleşen dünyanın kültürel farkları yok ettiği bir dönemi de simgeliyordu. Otel zincirleri, konulu parklar, turist odaklı marka mekanlar,- ki Disneyland’ler hâlâ çok revaçta,- yoğun ve standart bir üretimin yanında çok hızlı belki biraz da kontrolsüz bir tüketimi gündeme getirmeye başlamıştı. 90’lı yıllara gelindiğinde yeni bir ekonomik gerileme ile başlayan bu hızlı akış ile bir anda küçülmeye başlayan şirketler ile yeniden yaratıcı işlerin ortaya çıkabilmesi için olanak da doğdu. Fordist sistemden tekrar çıkışı da simgeleyen bu yeniden yapılanma tasarımcının yeniden yaratıcı olmasının kapılarını da açıyordu. Julier bu dönemi çok net ve kısa özetler: “Daha iyi, daha hızlı, daha ucuz...” (Julier, 2012:37). Bu sistemde tasarımcıya düşen görev her zamankinden daha fazlaydı. Postmodernizmin göstergelerle oynamayı seven alaycı dili toplum içinde sosyal grupların kendi dillerini oluşturmalarına sebep olacak bir hale gelmişti. Bunun ilk örneklerinden biri Alessi firmasının 1983’de tanınmış postmodernist mimarlara tasarlattığı çay ve kahve setleri ile oluştu. Graves, Hollein, Venturi gibi postmodernizmin keskin örneklerini veren bu mimarların tasarımları elbette kendi bakış açılarından izler taşıyordu ve tüketicinin bu dili çözebilmesi için en azından postmodernist bakış açısının belli kalıplarını bilecek bir bilgi düzeyine sahip olması gerekiyordu; yani bir anlamda marka kimliğine dahil olması bekleniyordu; bu da tasarıma artı bir değer yükliyordu. Ancak; tasarlanan ürünlerin ne kadar gerçek gereksinime yönelik olduğu kısmı hiç bir zaman tartışma konusu bile olmamıştı;

çünkü gereksinim kavramı aslında çok göreceli. Yaşamsal temel ihtiyaçlarının giderildiği noktadan sonra farklı düzlemler oluşuyor. Aynı Maslow'un ihtiyaçlar sıradüzeninde olduğu gibi... Ait olma ve kendini gerçekleştirme düzlemleri, elinde güç olan kullanıcının isteklerinin farklı bir ihtiyaca dönmesine sebep olabiliyor. Aynı bu kahve setlerinde olduğu gibi... Özellikle mimarlık ve tasarım alanında derleme bir tarihselciliğin örnekleri bu dönemden itibaren bolca görülürken, gerçek ve temsillerin de birbirine karışmaya başladığı bir dönem başlamıştı. Foster'ın deyişiyle tutucu postmodernizm sanatçı ya da mimarın 'üslup' ve 'tarih'i ön plana çıkarması ile kendini gösteriyordu. Bu üslup, dönemin ruhunu (Zeitgeist) yansıttığı kadar, kendi imzasını da ortaya koyuyordu (Foster, 1984:72). Postmodernin bu ağır başkaldırışı bir anlamda kullanıcıyı sadece izleyici rolüne de sokuyordu; çünkü oluşturulan göstergeler o kadar çeşitliydi ki, ürünün tüketici tarafından kabul edilme süreci çok hızlı geçiyordu; aslında ya 'evet', ya 'hayır' tonunda hızlı ve keskin bir döneme girilmişti. 1980'lerde Memphis Grubu ve grubun başını çeken Ettore Sottsass'ın çalışmaları da bu hızlı akışı destekler nitelikteydi. Modernizmin renksiz, sade ve anlaşılır geometrisi, renkli, tanımsız ve karmaşık hale gelmişti.

80'li yılların sonlarında beğeni azalsa da, geçen bu kısa süreç herkes için halkçı dönemi aratmayacak kadar renkli ve canlı geçmişti. Ve postmodern tasarım için aslında 90'lı yılların gelişini hazırlayan bu bakış açısı olmuştu. Tüketicinin uzak tutulduğu, tasarımcının moderne karşı koymak adına kendi bakış açısını keskin bir dille anlatmaya çalışması renkli ve eğlenceli olduğu kadar, soğuk ve tanımsız bir ürün zincirine de sebep vermişti. 80'li yılların en büyük problemi kimlik iken, 90'lı yıllar ürün ve imge üzerine yoğunlaşan yıllar haline gelmiş; bu nedenle, sosyal duruşların tüketim ile gösterilir hale gelmesi de olağan olmuştu. Artık neyin tasarlandığından öte, tasarlanan objenin nasıl tüketildiği ön plandaydı. Tasarımcının bakış açısına ve fikirlerine önem verilmeye devam edilmekle birlikte, tüketici daha hızlı bir sistemi benimsemek istiyordu. Hatta tüketmekten öte, sadece tüketme isteği ön plana geçmeye başlamıştı. Geçen yüzyılda Veblen'in gördüğü gerçek netleşmeye başlıyordu: konu ihtiyaçların giderilmesi değil, gıpta etme ve gösteriş yapma arasında oluşuyordu (Veblen, 1970). Elbette bu tasarlanan ve tüketicinin gıpta ile almasının beklendiği ürünlerin çoğu da artık boş mesajlar taşımaya başlamıştı. Bu tür mesajların oluşturduğu dil ise, kimse tarafından anlaşılmayan ama ürünün dolaşımında, daha doğrusu üretim hızında artış yaratan temel ölçütlerden biri oluyordu.

Mimarlık boyutuna baktığımız zaman ise kültürel eğilimlerin geniş kapsamlı hale gelebilmesi için henüz yolun çok başında olduğu görülmektedir. Henüz beyaz / gri (white / gray) savaşının sonu gelmemiştir. Reinhold Martin'in 2006 yılında yazdığı Son Savaş: Tekrar Mimarlık ve Postmodernizm, (The Last War: Architecture and Postmodernism, Again) adlı makalesinde detaylı tartıştığı, bir tarafta New York Beşlisi olarak bilinen Eisenman Meier ve Gaves'i de içeren 'beyaz'lar', diğer tarafta ise, Stern, Venturi ve Brown öncülüğünde devam eden 'gri'ler' modernin soyut diline karşı klasik ve geleneksel postmodern alıntılar ile iletişim kurmaya çalışan karmaşık bir mimarlığı devam ettiriyorlardı (Martin, 2006: 63).

Bu başkaldırışın ve zıtlaşmanın altında aslında postmodernizmin bir yönüyle akılcı ve sezgisel olma çabası yatıyordu. Özellikle modern dönemin savaş sonrası politik duruşundaki başarısızlığa karşı çıkışın ve bireyselliğin ön plana alınmasının sebepleri vardı. Bu sebepler sadece kültürel ve ekonomik boyutla sınırlı kalmıyordu. Aslında ciddi bir kabul görmenin ön plana çıktığını da söylemek mümkündü. 20. Yüzyılın sonunda gelinen noktada artık 70'lerin düzene karşı kazanılmış başarıları gözde olmaktan çıkıyordu. Aydınlar yeni arayışlar içindeydi. 'Beyaz / gri' savaşı tartışmalarda hâlâ belli bir noktada önemini korumakla birlikte, dönemin postmodern estetiği tasarımın her ölçeğinde başka bir arayışı çağırıyordu. Bu arayış, postmodern ve aynı dönem içinde kendini ortaya koyan yapıbozumcu mimarlığın duruşunda sergileniyordu. Her ikisi de modernin soyutluğuna karşı çıkarken, aslında farklı bakış açıları sergiliyorlardı. Gutenschwager, bu farklılığı postmodernin daha oyuncu yönüne karşın yapıbozumculuğun içerik ve dil olarak daha ciddi bir duruşta olmasına bağlar; yani mimarlık bir cins postmodern delilikle acıklı bir yapıbozum arasında kalmış yeni bir modeli deneyimlemektedir (Gutenschwager, 1996:255).

Bu mimarlığın eğlenceli görüldüğü, bireye belli bir heyecan verdiği tanımları çok yapıldı. Dönemin karakteristik özelliklerini inceleyen Jameson, Llyotard, Baudrillard, Harvey gibi araştırmacıların geldiği sonuçlar da, toplumun belli bir sürüklenme ve patlama noktasında olduğuydu. Dolayısıyla mimarinin bu durumu çok da şaşırtıcı görünmüyordu. Corbusier'nin Savoy villasından, Venturi'nin Venturi Evine giden yolun, Gehry'nin Bilbao'daki Guggenheim müzesine olan yolculukta tanınmayacak kadar değiştiği de bir gerçektir. Daha önemli olan ise, tasarımın ne kadar iyi ya da gerçek olduğunun tartışılmaya

başlanmış olmasıydı. MIT'nin Gehry'yi ve inşaat şirketini tasarım ve yapım hataları yüzünden 300 milyon dolar tazminat isteği ile dava etmesi (Grudin, 2010: 21), bunun geniş ölçekte bir örneğini sunar. Tasarımcı, üretim ve tüketici arasında yüzyılın sonunda yeni bir dönem başlamıştır. Bu, her ne kadar eğlenceli gözükse de, sonuçları açısından tartışmaların açık olacağı bir dönemdir. Postmodernizm, kendini belirsizlik ve semboller üzerine inşa ettiği için, bireysel katılım için de zemin hazırlamış oluyordu. Bireysel tercihler, farkındalık, algı ve sosyal yapı ile ilgilenmeye başlayan mimarların katkısı ile Husserl ve Merleau Ponty gibi fiziksel çevrenin insan bilinci ile ilişkisini inceleyen olaybilimcilerin mirasında mekan ve birey arasında doğrudan 'hizmet' anlayışına uzanan bir bakış açısı oluşmaya başlamıştı. Bu, aslında modern dönemin 'işlev' kavramının bir anlamda yeniden farklı bileşenlerle harmanlandığı bir bakış açısıydı. Sadece alt parçaları farklı yorumlanıyordu. Bu şekilde ele alındığında mekan tasarımları insanların kimliklerini oluşturmaları ve sosyal ilişkilerini gerçekleştirmeleri için bir düzlem görevi görüyordu. Disneyland'lar, konulu parklar, adeta ölçeksiz alışveriş merkezleri bu yeni işlev'in tanınması için var oluyorlardı. Yeni işlev, kişinin kendini sosyal olarak konumlandırması şeklinde kısa bir tanımla başlıyordu. Herşeyin bu sosyalleşmeyle bir zincir oluşturması bekleniyordu. Bu konuda çeşitli yöntemler dizisi geliştiren Fransız sosyolog Bourdieu'ya göre bu zincir adeta bir oyun gibidir. Onun geliştirdiği temel örneklerden biri olan alan yani sosyolojik müdahalenin sürdüğü yerde her oyuncunun kendini sonuca götürecek yollara tanıklık olmaya çalışması anlatılır. Bireyin düşünce ve eylemlerinin planlandığı tüm eğilimlerinin bir bütündür ortaya çıkan ki, Bourdieu bu bütünü ait olunan alan (habitus) olarak tanımlıyordu. Bu sistem içinde birey ve yapısal çevre iki tamamlayıcı ilişkiyi ortaya koyuyor, bunlardan biri mekanın bireyin sosyal ilişkilerini gerçekleştirebilmesi için araç oluyor, ikincisi ise mekanın sağladığı süreklilik sayesinde bu kimlik ve sosyal konumun devam edebilmesi olarak kabul ediliyordu. Yani, mekanlar sosyal kimliği oluşturan karakteri biçimlendiriyorlardı. (Bourdieu, 2003, Bourdieu ve Wacquant, 2003: 83).

Elbette, sosyal kimlik, bireysel yaşam, sosyal ilişkiler gibi kavramların yansıdığı bir alan olarak mimarlığı düşünmek kabul edilse de, mimarların bu kavramları dönüştürecekleri mekanlar yaratma konusundaki yaklaşımları henüz netleşmemiştir. Genel olarak mimarlık tasarımın daha dışında bir bağlama kendini oturtarak geçmişinin ötesine geçtiğini gösterecek bir yapılanmayı günümüzde de tercih etmektedir.

Modernizme karşı postmodernizm, postmodernizmin tutuculuğuna karşı yapıbozumculuk ve şimdi de belli kabullerle çoğulculuk gündemdedir; ama yeni sosyal yapının ve bireyin yeni farkındalığının yansımaları sağlayacak yapıların tasarlanması sürecinin neresinde durulmaktadır, müdahale edilmeli midir, ya da nasıl etmelidir? gibi soruların cevapları henüz verilememektedir. Bu sistemi değerlendiren Archer, mimarlık tarihinin daha çok binalar, onların yapıları, tasarımcıları, ve akımlar ile ilgilendiğini söyler. Son zamanlarda insan hayatı, bilinçlenme ve toplum ile ilgili de endişe duymaya başlamışlardır, ama henüz mekanın sosyal teorisinin insan ilgisinin geniş çerçevesinde bir varlık gösterebileceği fikri gelişmemiştir; yani yeni binaların bir bakış açısını, politikayı ya da ekonomiyi nasıl dönüştürebileceği gibi soruların cevabı bilinmemektedir (Archer, 2005: 432).

Herzog&de Meuron'un Madrid'te tasarladıkları sanat merkezi eki (2008), ya da Gehry'nin New York'ta IAC için tasarladığı ofis binası (2007) gibi örnekler henüz dönüştürücü bir mimari tasarımın sinyallerini vermemektedirler. Her ne kadar Gehry'nin binası Schumacher'in tanımı ile, Gehry binalarından farklı olarak bir sundurma tanımına uysa da yine de ördek gibi bağırmakta (Schumacher, 2010: 137), Herzog ve Meuron'un tasarımı ise Jencks tarafından müziğin farklı iki melodiyi bir araya getirme becerisindeki kavramsallığı çağrıştıran noktasında görünüyorsa da (Jencks, 2011, 65), postmodernizmin çevresel bütünlüğe verdiği önemin değişime uğruyor olduğu görülmektedir. Bir kez daha Venturi'ye ve 'Mimarlıkta Karmaşıklık ve Çelişki' adlı çalışmasına geri dönecek olursak, Venturi'nin ' hem öyle hem böyle' bakış açısı ile şekillenen ve Mies'in bağlamsallıktan uzak kalarak oluşan tekrarlarına bir nevi karşı çıkış olarak ortaya konan mimarlık yeni bir bakış açısına ihtiyaç duymaktadır. Postmodern mimarlığın artık tek başına tanımlamak konusunda yeterli olmayacağını, farklı zevk ve kültürlerin çoğulcu ortamında oluşacak bir melezleşmenin gerekeceğini öneren Jameson ise bunu uzun zaman önce öngörmüştü (Arkaraprasertkul, 2009: 87).

Mimarlığın kendi içinde hesaplaşmaları devam ederken, postmodern dönemin 80'lerde Alessi ve Memphis grubunun modernizme keskin karşı çıkışlarının üstünden uzun bir dönem geçmişti. Genel tasarım pratiğinde ve teoride postmodern kavramı uzun süre devam ettiyse de, yüzyılın sonuna gelindiğinde tasarım kültürünün yerini yeni kavramlar almaya başlamıştı. Sparke'ın tanımıyla, 'sanat ve endüstri

evliliği' hayal kırıklığı içinde bitmişti ve artık sahnede tasarımcılardan öte, yeni meşhurlar, genç girişimciler ve bilgisayar dahileri vardı ve kitle iletişim araçları içinde kendilerine bolca yer ediniyorlardı (Sparke, 2013, 181). Böylelikle yüzyıl sonunda tasarımın yeni bir farkındalık arayışı içine girdiği de kabul ediliyordu. Amaç, postmodernizmin pazarlama, tüketim ve birey odaklı yaklaşımının ötesinde daha planlı, geniş yelpazede oluşturulabilen ve yaratıcı düşüncenin önemini vurgulayan bir biçim yaratabilmektir. Bu konuda ilk çalışmayı yapan IDEO¹ firmasının tasarım odaklı olmaktan öte, planlı bir bakış açısı ile yaratıcı düşüncüyü geliştirmeye ilk adımı attığını söyleyebiliriz. Tasarımcıların her alandan biraz olsun anlaması, doğru sorunu tanımlayabilmesi ve her bakış açısına açık olması ile yeni bir görüş oluşmaya başlamıştı. Bu bakış açısı şu an devam etmektedir.

Sonuç

Pruitt Igoe'nun 1972'de yıkılmasının ardından, modern dönemin bitişini ilan eden postmodernizmin geçen 41 yıl içinde tasarımın her ölçeğinde farklı evreleri deneyimlediğini söyleyebiliriz. Kuramsal açıdan çok farklı tanımlarla ifadelendirilen bu dönemlerde aslında en çok öne çıkan yine birey ve bireyin ihtiyaçları olmuştur. Bireylerin tüketim anlayışları, sosyal yaşamları ve kendilerini toplum içinde konumlandırma çabaları ile başlayan 40 yıllık süreç, şu an çoğulcu ortamın getirdiği sıkıntıları yaşamaya devam etmektedir. Postmodernizmin 'öteki' kavramının yasallaştırdığı, her şeyi serbest kıldığı andan itibaren 2 farklı düşünce tarzının karşılıklı savaşı birbirlerini aynı toplumsal düzende kabul etmek noktasına gelmiştir. Artık göstergeler keskinliğini kaybetmiş, çoğulculuk da aynı tüketim hızında kaybolmaya başlamıştır. 2013 yılında Jencks'in bağlamsal uzlaşma (conceptual counterpoint) olarak tanımlamaya çalıştığı, farklılıkların uyumu olarak da ifade edebileceğimiz biçim, belki de başka bir sonun başlangıcını anlatıyor olabilir. Pruitt Igoe, bir dönemi ve o dönemin bireylerinin gereksinimlerini karşılama noktasından uzak bıraktığı kabulü ile yok edildi ve tarihe böyle geçmesi sağlandı; ancak geldiğimiz bu noktada keskinlikler yok; yani bir model değişikliğine (paradigm shift) açık ortam oluşmuş değil...Bu nedenle, belki de tartışılması gereken, bir dönemi ve bakış açısını simgelediği düşüncesi ile yapılan bir yıkımın bugün hangi gerçeklikte karşılığını bulacağı olmalıdır.

1. IDEO, 1991 yılında David Kelley tarafından kurulan, pek çok farklı tasarım alanını içinde barındıran stratejisini tasarım odaklı ve geniş vizyon üzerine kurmuş bir firmadır. Geniş bilgi için: www.ideo.com

Kaynakça

Archer, John, "Social Theory of Space: Architecture and the Production of Self, Culture, and Society", *Journal of the Society of Architectural Historians*, Vol. 64, No. 4, 2005, s. 430 – 433.

Arkaraprasertkul, Non, "On Fredric Jameson: Marxism, Postmodernism, and Architecture", *Architectural Theory*, Nisan 1, 2009, s. 79 – 94.

Baudrillard, Jean, *Simulations: Semiotext(e) Inc.*, New York, 1983.

Baudrillard, Jean, "The System of Objects" (1968), *Design after Modernism*, Haz. John Thackara, Thames and Hudson, Londra, 1988.

Baudrillard, Jean, *La Societe de Consommation* (1970), *Tüketim Toplumu*, Ayrıntı Yayınları, çev. Hazal Deliçaylı, Ferda Keskin, İstanbul, 1997.

Bourdieu, Pierre, *The Logic of Practice*, Polity Press, Cambridge, Çev. Richard Nice, 2003.

Bourdieu, Pierre, Wacquant, Loic, *An Invitation to Reflexive Sociology*, Chicago Press, 1992, *Düşünsel Bir Antropoloji için Cevaplar*, İletişim Yayınları, çev: Nazlı Ökten, İstanbul, 2003.

Bristol, Katharine, "The Pruitt-Igoe Myth", *Journal of Architectural Education*, Vol. 44. N. 3, 1984, s 163 -171.

Brown, Bill, "The Dark Wood of Postmodernity (Space, Faith, Allegory)", *Modern Language Association*, Vol. 120, No. 3, 2005, s. 734-750.

Chabot, Barry, "The Problem of The Postmodern", *New Literary History*, Vol.20, No.1, 1988, s. 1-20.

Comerio, Mary, "Pruitt Igoe and Other Stories", *JAE*, Vol. 34, No. 4, 1981, s. 26-31.

Falk, Richard, Ambasz, Emilio, Beeman, William, "Post-Modernism: The Social Aspect", *Performing Arts Journal*, Vol. 5, No. 3, 1981, s. 54 -64.

Foster, Hal, "(Post)Modern Polemics", *New German Critique*, No.33, *Modernity and Postmodernity*, 1984, s. 67-78.

Gartman, David, "Postmodernism; or the Cultural Logic of Post-Fordism", *The Sociological Quarterly*, Vol.39, No.1, 1998, s. 119-137.

Grudin, Robert, *Design and Truth*, Sheridan Books, Michigan, 2010.

Gutenschwager, Gerald, "Architecture in a Changing World: The New Rhetoric of Form", *Journal of Architectural Education*, Vol. 49, No.4, 1996, s. 246-258

Huysen, Andreas, "Postmodernin Haritasını Yapmak", *Vadi Yayınları*, haz ve çev. Mehmet Küçük, *Modernite Versus Postmodernite*, Ankara, 1994. (Yazının orijinali *New German Critique*'de 1984'te yayımlanmıştır.).

Jameson, Fredric, "Postmodernism and Consumer Society", *Anti-Aesthetic*, haz. Hal Foster, Port Townsend, Washington, 1991.

Jencks, Charles, *The Language of Postmodern Architecture* (1977), Rizzoli, New York, 1991.

Jencks, Charles, *Contextual Counterpoint*, *Architectural Design*, Eylül 1, 2011, s. 62 – 67.

Julier, Guy, *the Culture of Design*, Sage Yayınları, Londra, 2012.

Martin, Reinhold, "The Last War: Architecture and Postmodernism, Again," *New German Critique*, No.99, *Modernism After Postmodernity*, 2006, s. 63-82.

Sparke, Penny, *An Introduction to Design and Culture*, Routledge, New York, 2013.

Schumacher, Thomas, "Façadism" Returns, or the Advent of the "Duck-orated Shed", *Journal of Architectural Education*, mart 1, 2010, s.128 – 137.

Veblen, Thorstein, *The Theory of the Leisure Class*, Oxford University Press, New York, 1970. (Orjinal Basım: New York, Mac Millan, 1899).

Venturi, Robert, *Complexity and Contradiction in Architecture*, Mimarlıkta Karmaşıklık ve Çelişki, Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı Yayınları, çev. Serpil Merzi Özaloğlu, Ankara, 2005. (Orjinal basımı New York, the Museum of Modern Art, 1966).

Venturi, Robert, Brown, Denise, Izenour, Steven, *Learning From Las Vegas, Las Vegas'ın Öğrettikleri*, Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı Yayınları çev. Serpil Merzi Özaloğlu, Ankara, 1993. (Orjinal basımı Cambridge, MIT Press, 1972).

Whiteley, Nigel "Pop, Consumerism and the Design Shift", *Design Issues*, Vol.2, No.2, 1985, s.31-45.