

YALIN BİR “İŞARET DİZGESİ”

Aysu BAŞKAYA

Mimarlık Bölümü, Mühendislik Mimarlık Fakültesi, Gazi Üniversitesi, Maltepe
06570 Ankara, aysu@mmf.gazi.edu.tr

ÖZET

1960’ların sonlarında, modernizmin artık pek çok kimse için ilgi çekici olmadığı bir dönemde, Venturi’ler (Robert Venturi, Denise Scott Brown ve Steven Izenour) Las Vegas örneğinde, ilk kez olarak mimarlığın popüler durumunu, işaret sisteminin bir dili gibi ele almışlardır. Bu dönemde gösterilenin yapının önüne geçtiği bir yaklaşımda, kentte mimari kalite mekansal veya biçimsel başarıdan değil, dekorasyondan kaynaklanmaktadır. ‘İşaretler Mimarlığı’ olarak tanımlanan ve üzerinde işaretleri barındıran bu mimaride, mekan ve fonksiyonun birlikteliği aranmaz. Son kırk yıllık sürede Las Vegas kentinde yapılar arası boşlukların doldurulmasıyla kentsel tasarıma farklı bir bakış açısıyla birlikte, farklı bir mimari anlayış da getirilmiştir. Bugün işaretler kadar yapıların da sembol olarak öne çıkmasıyla yalın bir “işaret dizgesi” söz konusudur. Zaman içersinde pek çok şey yeni bir boyut kazansa da, ‘imge’nin sunuş şekli çok fazla değişmemiştir. İmgeler halen gösterime yönelik işaretlerin paketler halinde sindirime hazır bir şekilde sunulduğu anlık bildirimlerdir. Las Vegas örneğinde var olan bu popüler durum, işaret sisteminin bir dili gibi ele alınarak görsel imaj, yön bulma, okunabilirlik, zihinsel şemalar-beklentiler gibi başlıklarda çözümlenmeye çalışılır. Görsel imajın özel bir sınıfını teşkil eden işaretler, hareket ve iletişim için bir sahne gibi ele alınan mekan dilinin bir parçası olarak tartışılır.

Anahtar Kelimeler: İşaret, iletişim, imaj, hareket, hız.

PURE “SCENOGRAPHY”

ABSTRACT

In the late sixties, when the modernism was pretty much exhausted in general, was so abstract and not interesting any more, Venturi’s, (Robert Venturi, Denise Scott Brown and the designer Steven Izenour) for the first time, analysed the popular, commercial vernacular of architecture as a language of sign system. At that time

with the architecture in Las Vegas, the signs have become more important than the buildings themselves as the quality of a building comes not from its formal or spatial significance, but from the decoration. This architecture, defined, as “signolic architecture” does not seek a resolution of sign, space, and function. That time the hotels were really auto related and meant to be seen from the car. The only way to get from one distance to the other was by car. This “car architecture” required a different type of architecture, a whole different approach to urban design. This has now completely changed and it has become a pedestrian oriented environment as the distance between the buildings was filled with new ones. What is now in the town is a pure “scenography” juxtaposed upon a real world, the real buildings. Though many things have changed over time, the way the “image” is offered did not differed much. They are still in packs ready to digest. In this article this scenography is discussed in terms of the visual image, wayfinding, mental maps and expectations.

Keywords: Sign, communication, image, movement, speed.

GİRİŞ

Deneyimlenmemize sunulan günümüz modern kent tasarımının karakteristiği monotonluktan ibarettir ve homojen yapısıyla soyut bir ütopyadır. Bazı elemanların farklı ölçeklerde mekanik bir şekilde tekrarı, görsel girdideki fakirlik göze çarpar. Geleneksel kent strüktürünün düzen ve çeşitliliği yanlış anlaşılmalı veya unutulmuş gibidir. Belki de bu, teknolojinin zenginliğinde kültürel ve toplumsal değerlerin eksikliğinin bir sonucudur. Tekrarların olduğu bu monoton çevrelerde yönlenme hissi azalarak davranışı kısıtlamakta ve insan adeta “kör” olmaya, bakıp görmeyerek geçip gitmeye zorlanmaktadır.

20. yüzyılın ortalarında modernizmin artık pek çok kimse için ilgi çekici olmadığı bir dönemde, tipik Amerikan kent yapılanmasını “açıklamak” üzere, ticari “bulvar”, otoyol mimarlığı: “Pop mimarlık” adı altında ortaya atılmıştır. Popüler / Postmodern durumun bir getirisi olarak görülen anlatsal, figüratif, ikonografik yüzey elemanlarının kullanımıyla monotonlaş/tırıl/mış kent bulvarı (the strip) kaotik bir yapı barındırmaktadır. Venturi’ler Las Vegas kentinde var olan bu popüler durumu 1960’larda değerlendirmişlerdir. Onların “çirkin ve sıradan” olarak adlandırdıkları bu mimaride, yapı kalitesi dekorasyon ve süsleme ağırlıklıdır. Bugün kentte, Venturi’lerin “süslenmiş hangar”larının (üzerinde simge barındıran hantal kutu) yanında, “ördek”lerde (expresyonist, fonksiyonalist biçim) yer almaktadır [1]. Postmodernizmin aşırı şimdiki zamana, anlık olana yönelimi ve geçmişi silen, sadece şimdilerden oluşan dünyası içinde mekan, anlık gösterimler ve farklılaşan senaryolarla deneyimlenilmektedir.

1. GÖRSEL İMAJLAR

Kentte düzen ve yönlenme sembolizm ile yakından ilişkilidir. Bir kent düzeni ve dolayısıyla yönün tayini, estetik ve sembolik değerlerin gerçek anlamda belirlenmesi ile sağlanabilir. Varolan çevre modeli içerisinde, toplumun tüm üyeleri tarafından paylaşılacak, yön ve mesafe konusunda ipuçları içeren, kademe kademe farklılıklar gösteren, anlamlarla yüklü görsel imajlar sunulmalıdır. Fakat düzen ve yön sağlamanın amacı insanları alışveriş merkezleri gibi bir takım fonksiyonel varış noktalarına ulaştırmak değil, bunun yerine sembolik hiyerarşi sistemi içerisinde fiziksel rehberlik sağlamaktır. Örneğin İstanbul’daki düzen ve yönlenme Taksim, Eminönü, Beyazıt meydanlarına, İstiklal Caddesine ve bir takım kent landmark’larına (cami, gökdelen, v.b.) bağlıdır. Burada temel sorun bir fiziksel mekanın nasıl bir sosyal mekan ve dolayısıyla sembolik bir eleman olacağıdır.

Yön bulma adına görsel imajın ortaya konması, algılayan ve algılanan (izleyen ve izlenilen) arasında geçen iki yönlü bir süreçtir. Algılanan uyarıcının bir imaja sahip olabilmesi için onu başkalarından farklı kılan ve ayrı bir mevcudiyet olarak okutan bir “kimliğe” ihtiyaç vardır. İzleyen, belirli bir zaman dilimi içinde duyu organlarına ulaşan uyaranlar içerisinde ancak belli bir kısmını seçerek algılayabilir. İzleyen bu zaman süresince ne gördüğü, neyi seçtiği algılanılan uyarıcıdan kaynaklanan değişkenlere bağlı olarak farklılıklar gösterir. Dış etkenler olarak tanımlanan bu değişkenleri Morgan: şiddet ve büyüklük, kontrast, tekrar ve hareket olarak ifade etmiştir [2]. Bu değişkenler çerçevesinde uyarıcının okunabilirliği görmeyi ve seçmeyi olumlu yönde etkileyecektir. Fakat algılayanın bu objeyi nasıl yorumladığına, dikkatini neye yönlendirdiğine bağlı olarak ne gördüğü farklılık gösterir. İç etkenler olarak tanımlanan algılayıcıya bağlı bu değişkenler ise geçmiş deneyimler, beklentiler, amaçlar, ilgiler, inançlar, gereksinimler ve kişilik sistemi olarak sıralanabilir [3].

İnsan-çevre arasındaki iki yönlü etkileşimde kişinin sahip olduğu “deneyimler” imajın yapılanmasında oldukça etkilidir. Kişinin geçmiş deneyimleri ile edindiği imajlar daha çok simgesel imgeleri barındıran uzun süreli bellekte saklanır ve yeni karşılaşılan durumlarda ilişkilendirme, eşleştirme, karşılaştırma gibi işlemlerde kullanılarak çevre algılanır. İnsan, çevre bileşenleri ve bu bileşenlerin ilişkilerini kendi beklentileri ve amaçları doğrultusunda seçer, zihninde organize eder, anlamlandırır ve o çevreye ait bir imaj edinir. Bu süreç, karşılıklı etkileşime ve insanın uyum yeteneğine bağlı olarak gelişir ve farklılaşır. Bu nedenle farklı grupların aynı gerçeklik hakkında oldukça farklı imajları olabilir.

Görsel işaretler üretmek, görsel imajları şema haline dönüştürmenin bir yoludur. Yapılanmış çevredeki görsel mesajlar, sıradan basmakalıp görsel gösterimler, şemalar olana kadar yönlenmeyi sağlarlar. Neisser’e göre “beklentiler” zihindeki bu şemalarla tanımlanır ve beklentiler doğrultusunda çevrenin sunduğu algısal objeler

seçilir. Bu sürecin sonunda edinilen yeni bilgi ise başlangıçtaki şemayı etkiler. Süreç, dönüşümlü olarak devam eder [4] ve sonuçta zihinde oluşturulan mekansal şema yönlenebilir ve davranışları yönlendirmeye neden olur.

Genel olarak görsel mesajlar; bildik mesajlar ve yeni bilgilendirici mesajların kombinasyonundan oluşur. Halihazır duruma ek olarak yeni görsel sistemler (imajlar, anlamlar, semboller) önerirken, geçişi sağlamak amacıyla eski görsel sistemden hatırlatmalara yer verilmelidir. Bu yaklaşım sonuçta algılayıcının “yeni bir hafıza” geliştirmesinde yardımcı olacak, bu görsel sistemin sıklıkla kullanımı ise “algısal-bilişsel köprü”yü kurmada etken rol oynayacaktır. Morgan bu bilişsel öğrenmeyi yeni bilgilerin depolanması ve eski bilgilerin yeni anlamlar kazanması olarak tanımlamaktadır [2]. Bu özelliğe göre bilişsel öğrenmede, “gizil öğrenme” olarak tanımlanan bir öğrenme rol oynamaktadır. Kandel, bilişsel öğrenmenin iki türü olarak belirttiği açık ve gizil öğrenmeden, gizil öğrenme’nin diğerine göre yavaş ve çok sayıdaki tekrara bağlı olarak gerçekleştiğini belirtmektedir [5]. Gizil öğrenme yoluyla öğrenilen bilgi, hafıza da kodlanmakta, burada saklanmakta, ve yeni karşılaşılan bir durumda bilinç altından çıkararak durumun kavranmasına imkan tanımak amacıyla buradan geri getirilmektedir.

Davranışlarımızı yönlendirecek bilgi, ya direkt algı yoluyla ya da kişiler arası diyalogla, iletişimle kazanılır. İletişim; ortak davranış biçimleri veya yaşam biçimlerini temel alan ortak sembol-sistemlerine bağlıdır. Objeler dünyamızda biz onları ayırarak isimler veririz. İsim bir deneyimi göstermez, fakat deneyimlerin ortak yanlarını belirtir. Tamamen ortaklaşa seçilen isim “alışıldık” bir işarettir, bir göstergedir [6]. Genel anlamda objelerin ve deneyimlerin tanımı olarak işaretler yerini tuttukları şeylerin birer referansıdır ve farklılıkları ile diğerlerinden ayrılır. Böylece bir gösterge, kolay algılanması mümkün olmayan durumların doğrudan algılanabilmesini sağlar. Objelerin işaretler olarak kendini belli etmesi, onların hakkında konuşulabilmesi ve sistemler içerisinde tanımlanıp, tarif edilebilmesi için gereklidir. İşaretler, çevresel bilgi ile iletişim kurmamızı sağlar; bu işaretler izleyene neyin nerede olduğunu, ne zaman ve nasıl bir olay olacağını belirtirler. Passini işaretleri üç başlık altında toplar: yön belirleyici işaretler, belirleyici işaretler ve güven telkin eden işaretler. Yön belirleyici olanlar bir yeri, bir objeyi veya olayı, bir isim, bir sembol veya resim ve işaret (ok) yoluyla belirlerler. Belirleyici olan işaretler, yön belirlemekten çok, bir objeyi, bir yeri veya bir kişiyi tanımlarlar. Güven telkin eden işaretler ise çoğunlukla otoyolda nerede olduğunu bilmeyen bir izleyene nerede olduğunu bilgilendirmek için kullanılan gösterimlerdir denilebilir [7].

Buysens’a göre işaretler göstergelerin özel bir sınıfını teşkil eder ve göstergenin iki durumunu yerine getirirler. Birinci grup işaretler iletişim adına kasıtlı olarak ortaya konmuşlardır. İkincisi yorumlayan tarafından farkedilerek, kasıtlı olarak iletişim kurmak adına kullanılmışlardır [8]. Reklam endüstrisi varlığını sembolik değere

sahip objelerin işaret dili çerçevesinde sunumuna borçludur. Amerika'daki Howard Johnson otel zinciri bunu başarıyla gerçekleştirir. Parlak portakal rengi plastik çatı örtüsü, ülkede pek çok kişiye bu oteli çağırıştırır [9]. Amerika'da uzun yıllar görsel imaj veya sembol denildiğinde maksimum kazanç güdülerek inşa edilmiş landmark niteliğinde gökdelenler anlaşılmaktaysa da, 11 Eylül 2001 teröründe bu imaj büyük anlamda zarar görmüş gibidir.

İşaretler aracılığıyla verilen bilginin yoğunluğu, gerekli bilgiyi bulup çıkarma, teşhis etme ve akılda tutma da zorluklara neden olacaktır. Bu tür yoğunlukların olduğu çevreler algılayanın çok fazla konsantrasyonunu gerektirdiği için yorucu ve algı verimliliğini azaltıcı, bitkin düşürücüdür [10]. Fakat karmaşık çevrelerin merakı ve ilgiyi artırarak zihnin bilgileri almasına yardımcı olduğu da bir gerçektir.

Yapılanmış çevre ne kadar karmaşıklık ve farklılıkları bünyesinde barındırırsa, birliktelik ve paylaşım adına daha fazla sayıda sembol-sistemlerine ihtiyaç duyulacaktır [11]. Temel sorun işaretlerin yorumlanması, başka bir deyişle, iletilen sembol sisteminin bilinmesidir. Bir işaret gösterildiğinde veya bir işaret kullanıldığında, onu algılayandan anlamlandırma eyleminin belli sonuçları beklenir.

Bazı semboller son derece anlaşılabilir ve geneldirler. Bu semboller dünyada yaygındır ve kültürler arasında ortak duygulara seslenir ve insanlığın ortak deneyimlerini vurgulayarak paylaşım için başkalarını adeta davet ederler. İspanya-Seville'deki Katedral'in yanbaşında yükselen eski minare, yeni katedral fonksiyonu için çan kulesi görevini üstlense de, onun dinsel sembolizmi yüzyıllar ve kültürler boyunca değişmemiş olarak bugüne kadar gelmiştir. Bazı semboller ise anlaşılmazdır ve anlamlarının çözülebilmesi için kültürel ipuçlarına gereksinim vardır. Bu semboller görünmez bir savunma duvarı oluşturarak sadece bir kültürün üyeleri tarafından anlaşılabilir. İsviçre-Bolonya'da kent merkezinde yükselen bir kule 20 yy'da onu izleyen birisi için hiç bir anlam ifade etmeden sadece görsel bir imaj olarak hitap eder. Fakat onun geçmişindeki yaşantıyı öğrendikten sonra durum farklılık gösterebilir [12].

2. HAREKET

Beden ve mekan sürekli olarak etkileşim halindedir. Bu etkileşimde algılayıcı, algılama zamanına, hızına ve bakış açısına bağlı olarak farklı mekansal imajlar edinir ve farklı detaylara dikkat eder. Kenneth Bayes mekanın içersinde zamana ve deneyime bağlı olarak iki çeşit hareketten bahseder: birincisi bilinmeyen bir çevrede gözleme dayalı hareket, diğeri ise bilinen bir çevrede dolanımdır. Birinci harekette mimari yenidir, önemlidir ve ilginçtir, yeni şeyler deneyimlenilerek bir hareket vardır. İkincisinde mimari fondadır, zorlukla farkedilir, çevrenin farkında olmadan dolaşılır ve amaç hedefe ulaşmaktır [13]. Lang bunu şöyle ifade etmiştir [14]:

"İnsan, gözlerini, başını ve vücudunu hareket ettirerek çevresindeki detayları

algılar. Deneyim kazandıkça da çevresinde algılayabildiği detay ve ilişkilerin sayısı artar”

Dış ve iç mekana ilişkin deneyimsel algı hareketin de dahil olduğu duygusal bir olaydır. Her bir deneyim birliktelik içinde hareket eden duyuları farklı şekillerde etkiler; göz, kulak, burun ve deri aracılığıyla beyin uyarıcılara seri bir şekilde cevap verir. Örneğin eğlence merkezine yapılan bir gezide alışık olunmayan mekan hisleri uyarıcıları harekete geçirir. Aşırı yüksek seviyede ses, koku, tat ve dokunma ile birlikte abartılı, form ve renk gösterimleri bir eğlence dünyasının sahip olduğu özelliklerdir. Bu duruma zıt bir şekilde bir Ortaçağ katedraline girildiğinde bedenimizin izlenimine farklı duyular hitap eder. Derimiz düşen sıcaklığı, burnumuz küflü, bazen gizemli, exotik bir kokuyu hisseder, boyalı camlardan gelen renkli düşük seviyedeki ışık gözümüze hitap eder, kulaklarımız geniş, derin mekânın içinde yankılanan sesi toplar [15].

Binalar, mekanlar arasında hareket halinde olan kişiler için adeta bir sahnedir. Öyleki bir mekândan diğerine geçmek kaleidoscope’da farklı etkiler elde etmek gibidir. Algılayıcı, içinde hareket ettiği mekândan, değişik açılardan birbiri ardına eklenen farklı görüntüler elde eder. Bir bulvarda yol alırken çeperleri algılamakla, bir meydandan geçerken şehri algılamak, bir koridordan geçerken çeperleri algılamakla, bir galeride yürürken çevreleyen mekanları algılamak arasında büyük farklar vardır. Mekan içinde hareket ederken algılayıcı, nesnenin farklı görüntülerinden bir imaj sahibi olur. Hareket ederken mekansal ilişkileri ölçer, yetenek ve dikkatle detayları alır, görsel nitelikleri kavrar. Sürekli değişen görsel niteliklerin kavranması, hareketin hızına bağlı olarak farklılıklar gösterecektir.

3. LAS VEGAS ÖRNEĞİNDE İLETİŞİM

1931 yılında Amerika Birleşik Devletleri’ne ait Nevada eyaletinde kumar yasal hale getirildikten sonra, o zamana kadar uçsuz bucaksız çölün ortasında küçük bir demiryolu kasabası olan Las Vegas şehrinde, küçük kumarhanelerin açılması ile



hızlı bir gelişim gözlenmiştir. Amerika’nın bu en hızlı gelişen kasabası, kısa bir sürede yeni açılan büyük otelleri, gazinoları ile mimarinin ve eğlencenin merkezi haline gelmiştir. Las Vegas şehrinde 91 numaralı cadde ticari bir banttır (the strip). Burası ve Fremont Caddesi üzerindeki çeperlerde gazinolar, oteller, alışveriş merkezleri, lokantalar, benzinciler yer almaktadır. Amerikan mimarisinin çölde bir sanat geliştirdiğini ilk kez ortaya koyan Tom Wolfe “Las Vegas’dan Okumalar” adlı eserinde “Ticari Bant”da var olanın binalar, ağaçlar değil, işaretler ve

semboller olduğunu vurgulamıştır [16].



Kentte mimari ve mimari simgeler müşteri ile ilişki kurabilmek için farklı bir nitelik kazanmıştır. Binalar birbirlerinden uzak mesafelerdedir ve mimari otomobil ulaşımına göre planlanmıştır. Araçların durması istenen noktalar neon ışıkları ile belirginleştirilmiştir. Işıkları en parlak olan gazinonun en çok müşteriyi çekebileceği düşünülmüştür. Biri diğeri ardına sıralanmış farklı form, renk ve ışık düzenine sahip reklam panoları dikkat çekmek adına birbirleriyle yarışır; sürekli tekrar eden park işaretleri ve yol bu karmaşayı birarada tutan iki öğedir. Varolan tek düzen “bulvar” (“the strip”) dır, bunun ötesinde karmaşa hüküm sürer. Bir motel veya restoran için bakıldığında sürücüyü yönlendirecek olan aşına olunan işaretlerdir; hafif bir farklılık müşterinin dikkatini çekmek için yeterlidir. Birbiri ile

ilintili olmayan görsel mesaj akışı vardır; izleyen, doyana kadar, birbirinden bağımsız görsel bilgi bombardımanı altında tutulur. Tekrar eden belirli bir ritim olmadığından dolayı, bir sonrakini tahmin etme şansı şiddetli bir şekilde aza indirgenmiştir.

Bir bant üzerinde yer alan bu simgesel tabelalar, anlık karşılaşma sonucu gözün kısa bir sürede (araba hızı ile) tarayarak, zihne kısmi olarak aktardığı “davetkar hatırlatmalar” dır. Bu alınmaya değil “verilmeye” çalışılan simgesellikte amaç, kişilerin ilk bakışta dikkatini çekip onları şaşırtmak, ihtişamı karşısında büyülemek, meraklandırmak, bazen anlamı ve fonksiyonu hakkında ipuçları vermek, daha sonra da akıllarda yer etmek ve insanları fazla düşünmeye zorlamadan, zihinlerde halihazırda var olanlarla direkt olarak birtakım mesajlar vermektir. Bu durumda deneyimlenme pek söz konusu olmaz, yalnızca gösterim, işaretler vardır. Özetle, buradaki simgesellik bir biçim dilidir, yani görsel olarak bir etki uyandırıp, beyine mesajlar göndermektir.

Denise Scott Brown, bugünün Las Vegas'ını 1960'lar ile karşılaştırırken basit bir stürüktürden ibaret olan gazino-otel yapısının belirgin tek öğesinden, yani parlak neon ışıklarından bahseder:

“Bu mimari komik mi, güzel mi bilmiyorum





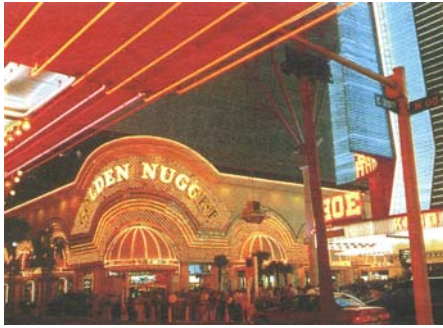
*ama muhteşem mavi gökyüzüne
karşı yanıp sönen işaretler
büyüleyiciydi”*

Daha sonraları renk ve ses de işin içine girecektir. Fakat bugün bu neon ışıklarının yerini, hareketli gösterim yapan reklam panoları almıştır [16].

Charles Jencks genel olarak simgeselliğin bir analizini yapar ve Antonio Gaudí'nin mimarlığını sembolik, Las Vegas'ın “süslenmiş hangar”larını [1] ise “signolic” olarak tanımlar ve

*“Birincisi iletişim halindeki
anlamlarla yankılanır, ikincisi ise
birbirine zıt gösterimlerle çınlar.
Bir tanesi bir kültürün sürekliliği
sonucu oluşmuştur, diğeri ise
ayrışmış duyguların ifadesidir”*

der [17]. “Signolic mimarlık” olarak tanımlanan ve üzerinde işaretleri barındıran bu mimaride, işaret-mekan ve



fonksiyon üçlüsünün birlikteliği aranmaz.

21.yy'da bulvarın çeperler ile ilişki kurma biçimi, 1960'ların Las Vegas'ının ticari bantından farklılık göstermektedir. Bir zamanlar yapılar arası ulaşımın araçlar ile sağlandığı sistemde, bugün yayalar için bir mimari vardır ve yapıların sembol olarak öne çıkmasıyla kentte yalın bir “işaret dizgesi” söz konusudur. Bu yayaların hizmetindeki mimari, yapılar arasındaki boşlukların doldurulması ile elde edilmiştir. Son kırk yıllık sürede bu yaklaşımla kentsel tasarıma farklı bir bakış açısıyla birlikte, farklı bir mimari anlayış da getirilmiştir. Bugün Las Vegas'da var olan sadece yapıların önünde yer alan işaretler değildir, binaların kendisi de aynı zamanda bir işarettir. Geçmişin “süslenmiş hangar”larının yanında bugünün Las Vegas'ında “ördek”ler de [1] yer almaktadır. Ticari Bant'ın dönüşümü eskiden olduğu gibi sadece tabela ölçeğinde değil, aynı zamanda yapı ölçeğindedir ve bugün Las Vegas'da, tabelalar kadar mimarinin de varlığından bahsetmek mümkündür. Böylece, değişik karakterleri barındıran ve değişik dünyaların kesişmesi sonucu oluşan kentte, gerçek ve sanal gerçekleri bir arada görmek mümkündür; sanal gerçekler ile somut gerçeklerin birlikteliğinde bir “kent imgesi”. Bu birliktelikte oteller gazonlar ve alışveriş merkezleri olmak üzere üç ticari aktivitenin biraraya gelmesiyle adeta sanal bir dünya yaratılmıştır. Robert Venturi Las Vegas'da bugün var olan işaret garfğini Disneyland ile karşılaştırır: Disneyland'de sadece işaret



dizgesi vardır, Las Vegas'da ise işaret grafiği ile gerçek hayat çakışır. Venturi'ye göre kent, dış dünyadan soyutlanarak Mojave Çölü ortasında yaratılmış gerçek ve sanal gerçeğin, yani işaret dizgesinin birlikte var olduğu mükemmel bir estetik denemedir. Çöl, bu sanal dünyayı geri kalan medeniyetlerden adeta soyutlayan bir sınırdır. Etrafını

çeviren bu çöl olmadığında, Las Vegas'ın herhangi bir kumar kasabasından farkı elbette ki olmayacaktır [16].

Bugünün Las Vegas'lısı eğlencenin ne kadar önemli olduğunu farkındadır. Bu eğlencelerde hikayelerin canlandırılması önem kazanır. Treasure Island Hotel'de, her 90 dakikada bir korsan hikayesi tekrarlanır ve hikayenin dekorunu oluşturan korsan gemisi batırılır. Charles Jencks, sanal gerçekler üzerine kurgulanmış Las Vegas'daki bu mimariyi Disneyland'in kumarhane ile birleşimi olarak yorumlar ve burayı “Disneyland Part-3” olarak adlandırır. Disneyland'den farklı olarak burada yetişkinlere seslenilir ve çocuklar ile kurulan iletişimden farklı bir iletişim yaklaşımı vardır.



Zaman içersindeki bu yeni oluşum, Denise Scott Brown'ın ifadesi ile

“İşaret (Simge) - Otopark - Çöl - Manzara”

özgün tipini yok etmiştir. Böylece son yirmi-otuz yıllık bir süreçte, sanal gerçekler dünyasındaki Ticari Bant, hızlı bir dönüşüm göstererek, oteller-gazinolar ve alışveriş merkezleri üçlünün kaynaştığı bir “bulvar” haline gelmiştir [16]. Başka bir deyişle bu bulvar artık yaya ve araç trafiği ile

birlikte çeperlerinde farklı eylemleri barındıran bir merkez arterdir. Gerçek ve hayal ürünlerinin bir arada var olduğu bu Ticari Bant'da yol almak adeta televizyonda değişik kanalları taramak gibidir.

1960'lar ve sonrasının görsel algılaması arasındaki ana fark hızdır. Kent alanında farklı hızların tanıştırılması, hızlı motorlu araçlar ve yavaş yaya ulaşımı gibi bir ikiye ayırımı ortaya koymuştur. Kentin ticari bantı hem araçlara ve hem de yayalara hitap etmektedir. Araçdaki insanların algıladıkları manzara geneldir, basit işaretleri anlık olarak algırlar ve öncelikle fonksiyonel yönlendirmelerle ilgilenirler. Fakat

arabanın hızı düştüğünde ve yayanın görüşüne yaklaştığında, arabada bulunan ile yayanın yönlenme sisteminde, net ve anlaşılabilir bir bütünlük, bir yakınlık söz konusudur. Bu iki tür algılama, Modern kentleşmenin bir getirisi olarak görülür. Eduardo Lozano hangisinin iyi olduğunu tartışır; San Marco gibi dolaşarak hissedilen mi, yoksa Champs Elysees (veya Las Vegas gibi) gibi hem yürünerek hem de taşıtla algılanabilen mi? [18].

4. ANLAMIN SÜREKLİLİĞİ

Kültürler zaman içerisinde önceki kültürlere ait simgelerden bazılarını benimseyerek mimarilerinde kullanmıştır. Bu simgelerden kimisi bir süre sonra eskiyip önemini ve anlamını yitirirken, kimisi de uzun yıllar o kültürün bünyesinde barınabilmiştir. Yaşanarak, deneyimlenme sonucu zihinlerde oluşan ve sürekliliği olan bu “simgesel mimari”de imge ve anlam birbiri ile ilişkilidir. Fakat, son kırk yıllık bir süreçte “simge” kavramında dönüşüm yaşanmış, anlamın sürekliliği yok edilerek sindirilmeye hazır paketler halinde sunulan anlık bildirimlere dönüştürülmüştür. Las Vegas örneğinde birbiri ardına sıralanmış gösterenlerin (işaretlerin) birincil gösterileni [19] binanın fonksiyonudur. Bu yalın grafik bildirim görevi, yapıyı ve yapının içerdiği fonksiyonu farkedilir kıldığı anda sona ereceği için tamamiyle ikonografiktir.

Anlamın sürekliliğinin bu şekilde yok edilerek anlık bildirimlere dönüştürülmesi pek çok ortamda tartışma konusu olmuştur. Eduardo Lozano, 1960’lardaki tipik Amerikan düşüncesini, yani otoyol ticari bant gelişimini “açıklamak” amacı ile ortaya atılan ve “pop mimarisi” olarak adlandırılan bu hareketi katı bir dille eleştirmiştir [18]:

“Biri diğeri arkasında sıralanmış, değişik biçim, renk ve ışıklarla bezeli binalar ve tabelalar, dikkat çekmek maksadı ile birbiri ile yarışmaktadır; ard arda sıralanan park noktaları ve yol bu karmaşayı birbirine bağlar. Sadece yol bir düzen teşkil eder, bunun arkasında anarşi hüküm sürer, yapı yoktur, var olanların her biri bayağı ve garip bir şekilde birbirine benzer. Bir motel veya restoran aradığımızda, şoförün bu işaret zincirinde nerede duracağını farkedip karar vermesi gerekir.... Tıpkı değişik dillerden alınmış belirli kelimelerin gelişigüzel bir şekilde düşüşü gibi, bir anlam bağlantısı olmayan görsel mesajların akışı vardır; gözleyici doyana kadar bu bağlantısı olmayan görsel girdilerin bombardımanı altında tutulur... Bu, tüketicinin cebindeki paraları almaya teşebbüs eden ve en kolay seçeneğe olan “sür ve park et” zihniyeti ile hızlı (ve genelde ucuz) bir tüketimi destekleyen, ilkel ve toplum karşısı bir tasarım çözümünden başka birşey değildir”

Bugün Las Vegas’ta var olan “Sanal Gerçekler”i kopyacılık, gerçeklikten kopuk, hayal ürünleri, geçmişin tekrarı olarak değerlendiren pek çok kişinin endişesi mimarlığın vardığı noktadır. İşaretlerin bu davetkar tutumu sonucunda, mimarinin



ikinci plana atıldığı, kalitesinin göz ardı edildiği, özünün reddedilip görselliğin ön plana alındığı, ve sonuçta da reklamcılığın mimarlığın üstünde yer aldığı söylenebilir. Fakat 1960’larda Venturi’lerin tartıştığı konu Las Vegas’da var olan değerler, binalar ve onların mekansal kaliteleri değil, bir mimari iletişimin varlığıdır. Buna göre Venturi’ler Las Vegas’ı bir iletişim sistemi olarak çözümlenmişlerdir. Onlar mesajın anlamından çok, iletişimde

kullanılan araçla, gösterimle ilgilidirler. Burada, mekansal ilişkiler, biçimlerden çok, simgelerle sağlanmıştır. Tabelanın yapının mimarisinden önemli olduğu, iletişimin mekanın önüne geçtiği, adeta ona hakim olduğu bu manzarada mimarlık, mekandaki biçimden, mekandaki simgeye dönüşmüştür.



Adolf Loos dekorasyonu günah işlemek ile eşit tutmuştur. Perret ise dekorasyonun daima taşıyıcıdaki hataları gizleyeceğine inanmıştır. Uluslararası stilistler ise Makina Çağı öncesinde bir yapının ancak ustanın hünerleri ile varlık gösterebileceğine inanmışlardır. Makina Çağı sonrasında ise, malzemenin taşıyıcı ile ilişkisinde dekorasyon da kaybolmuştur. Fakat Venturi'lere göre tüm yapı

bir dekorasyondur ve Makina Çağı öncesinin doyumu şimdinin makina yapımı binalarında da hissedilebilmelidir. Onlara göre geleneksel Amerikan kültüründe halihazırda varolan, alışlagelmiş işaretler ve sembollerin oluşturduğu 1960’lardaki Las Vegas mimarlığı kötülenerek yok edilemeyecek çağdaş, somut bir gerçektir.

Venturi’lerin 20.yy ortasında Las Vegas özelinde gerçekleştirdikleri, monotonlaş/tırıl/mış Modernist Mimarlığa, soyut Modern’e karşıt biçimde hiçbir zihinsel eleştiri getirmeksizin Popüler gündelik yaşam nesnelere, sembollerinin üzerinde yoğunlaşan çalışmaları oldukça önemlidir. Popüler bu kent yaşamında kullanılan tüm anlatsal, figüratif, ikonografik yüzey elemanlarıyla belli bir düzeyde somut bir iletişimin kurulabildiği ve algılayıcı kesimin en azından niceliksel bir düzlemde kendilerini gerçekleyebildiği söylenebilir.

Venturi’lerin iletişim teorisi yani semiyotikten etkilendikleri bir gerçektir. Böylece işaretlerin semiyotik anlamı bütün içersinde dikkati üzerinde toplamaktadır. Onların “Ördek” ve “Süslemiş Hangar” üzerine yaptıkları tartışma aslında sembolik

fonksiyon ile gerçek fonksiyonu bir araya getirmenin mimari için gerekliliği üzerinedir. Burada konu sembollerle anlatımın nasıl üstesinden gelmektir. Acaba bu simgesel işaretler ve biçimler gereksiz midir? Ya da mimarın nefesinin yetmediğinin bir kanıtı mıdır? Acaba bir yapı kendi başına bir sembol olduğundan mı? Yoksa yapının üzerine (önüne) sembol gelerek bir simgeyle tariflendiğinde mi? Yoksa herhangi bir simgeye ihtiyaç duyulmaksızın sadece kendini tariflediğinde mi?

Genel olarak Venturi’lerin tartıştığı konu yapılanmış çevrede neyin kötü olduğu değil, var olanın farkında olmamız gerektiğidir. Venturi’lere göre bir mimarın var olan bir çevreden bir şeyler öğrenmeye çalışması bir şeyi keşfetmenin diğer bir yoludur. Fakat bakarken herşeyi yıkıp dökmek için değil, Le Corbusier’in de 1920’lerde önerdiği gibi, birşeylere nasıl bakacağımızı sorgulamak için bakılmalıdır. Henri Bergson düzensizliği görmediğimiz düzen olarak tarif eder [20]. Las Vegas ticari bantında ortaya konan ise karmaşık bir düzendir ve dikkatle bakıldığında bulunup sorgulanacak pek çok şey vardır.

KAYNAKLAR

- 1 Venturi, R.- Scott Brown, D.-Izenour, S. **Learning from Las Vegas: The Forgotten Symbolism of Architectural Form**, The MIT Press., Cambridge, Mass, 1977.
- 2 Morgan, T.C. **Psikolojiye Giriş**, Hacettepe Üniv. Psikoloji Bölümü Yayınları, Ankara, Çeviren: S. Karataş, 1995.
- 3 Goldstein, E.B. **Sensation and Perception**, Wadsworth Publ. Co., Belmont, California, 1989.
- 4 Neisser, U. **Cognition and Reality**, Freeman, San Fransisco, 1977.
- 5 Kandel, E.E.-Hawkins, R.D. “The Biological Basis of Learning and Individuality”, **Scientific American**, September, Vol. 267, No.3, 80, 1992.
- 6 Norberg-Schulz, C. **Intentions in Architecture**, The M.I.T. Press, Cambridge, Mass, 56, 1988.
- 7 Passini, R. **Wayfinding in Architecture**, NY: Van Nostrand Reinhold Company, 90-92, 1984
- 8 Bonta, J. P. **Architecture and its Interpretation: a study of expressive systems in architecture**, Lund Humphries, London, 26, 1979.
- 9 Smith, F. P. **Architecture and the Human Dimension**, George Godwin Limited, London, 137 1979.
- 10 Passini, R. **Wayfinding in Architecture**, NY: Van Nostrand Reinhold Company, 97, 1984
- 11 Norberg-Schulz, C. **Intentions in Architecture**, The M.I.T. Press, Cambridge, Mass, 53, 1988.
- 12 Lozano, E. **Community design and the culture of cities**, Cambridge Univ. Press, Cambridge, 290-293, 1990.
- 13 Porter, T. **The Architect’s Eye: Visualization and Depiction of Space in**

- Architecture**, E&FN Spon, London, 44, 1997.
- 14 Lang, J. **Creating Architectural Theory: The Role of the Behavioural Sciences in Environmental Design**, Van Nostard Reinhold Company, New York, 90, 1987.
 - 15 Porter, T. **The Architect’s Eye: Visualization and Depiction of Space in Architecture**, E&FN Spon, London, 26, 1997.
 - 16 Banks, S. **Virtually Las Vegas**, London, 1993.
 - 17 Jencks, C. **Architecture Today**, Academy Editions, London, 316, 1993.
 - 18 Lozano, E. **Community Design and the Culture of Cities**, Cambridge Univ. Press, Cambridge, 287-288, 1990.
 - 19 Eco, U. “İşlev ve Gösterge: Göstergebilim Açısından Mimari”, Erkman, F. **Göstergebilime Giriş**, Alan Yayıncılık, İstanbul, 97, 1987.
 - 20 Venturi, R.- Scott Brown, D “A Significance for A & P Parking Lots or Learning from Las Vegas”, Editör: Nesbitt, K. **Theorizing a New Agenda for Architecture: An Anthology of Architectural Theory, 1965-1995**, Princeton Architectural Press, New York, 308-321, 1996.