

Postmodern Cephe Estetiğinde Barok Bir Yöntem Olarak Teatral Anlatım İlkeleri

Doktora Makalesi

Tuğba Polat

Haliç Üniversitesi

Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü

Ayla Fatma Antel

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi

Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü

Öz
Günümüzde sanat ve mimarlık çevrelerinde geliştirilen yeni yöntemler, belirli ortak davranış biçimleri içermektedir. Bu davranışların estetik ve plastik değerdeki yansımaları ise yine benzer biçimde ortak bir dil yaratmaktadır. Büyük ölçüde tüketim odaklı gelişen yeni sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel ortamda, her geçen gün farklı, dikkat çekici, iletişimsel ve teatral yöntemler denemek, oluşturulan bu dilin ortak konsantrasyon alanıdır.

Postmodern mimari tartışmalarına dahil olan bu süreç, bilgi üretim teknolojileri ve sosyo-kültürel ortam ile doğrudan etkileşim içindedir. Bireysel zevklerin ön plana çıktığı ve üretim teknolojilerinin çeşitliliği desteklediği günümüzde, mimarlık da bu yeni eğilimlerden doğrudan etkilenmektedir.

Böylelikle, modern sonrasında farklı ve dikkat çekici olmaya yönelen mimarlık, temel bir prensip olarak iletişimsel olmayı bir tasarım stratejisi haline getirmiştir. Diğer taraftan, iletişimsel stratejilerin bir tasarım prensibi olarak ortaya çıktığı barok dönem, bu eğilimin genel karakteristiğini kuran bir sanat akımı olması bakımından, modern sonrası eğilimlerin teatral tavrı için uygun bir araştırma zemini sunmaktadır.

Bu çalışmada, tasarım stratejilerindeki erk sembollerinin neler olabileceği ve mimarlıktaki teatral anlatım eğilimine ne gibi bir destek sağladığı incelenmiştir. Ardından teatrallığın bir tasarım stratejisi olarak ortaya çıkışı, neden ve sonuç ilişkisi içinde değerlendirilmiştir. Buradaki amaç, teatral iletişimselliğin bir tasarım stratejisi olarak mimarlıktaki temel prensiplerini araştırmak, bu prensiplerin özündeki barok karakteri ortaya koymaktır.

Abstract

For today's art world, it has been observed that new methods of design show a common tendency of similar behaviours. Plactical and easthetical reflections of these behaviours create a common language of design as well. Trying to be creative, striking and communicational approaches constitute the main basis for this new language of design. This period which can also be named as tendencies after modernism in architecture, is directly linked to the new production and enformation technologies as well as socio-cultural environment. In today's art environment in which individual tastes are becoming noticeable and variety is supported by new production technology, architecture is one of the areas that mostly affected from these tendencies. Thus, architecture after modernism seems to contain theatrical principles as a basic design strategy. On the other hand, baroque style, which had created the strategy of suprising as a design principle, gives us a strong basis in order to examine the main characteristics of this tendency of being communicational in architecture after modernism. Within this context, the tyology of these power symbols behind the impetus of being theatrical in architecture is going to be examined. Purpose of this study is to put forward the basic principles of dramatic behaviours and theatrical tendencies of new design strategies, and examine the baroque characteristics behind.

Anahtar Kelimeler:

Barok, Postmodern, Mimarlık, Cephe, Estetik
Keywords:
Baroque, Postmodern, Architecture, Facade Aesthetics

¹ Postmodern mimarinin bir ikna mimarisi olduğu tanımını daha önce Venturi'nin çalışmalarında görüyoruz (Venturi, Brown ve Izenour, 1993.). Daha sonra, özellikle yakın geçmişte, postmodern kültürün birey psikolojisindeki etkileri ve ikna stratejileriyle ilgili çalışmalara sıkça rastlanmaktadır (Funk, 2009).

Güncel literatürdeki kültür çalışmalarının bir biçimi olarak postmodernizm okumalarının büyük bir bölümünün mimari okumalara dönüşmekte olduğu görülür. Bu durum büyük ölçüde, toplumsal olanın bir uygulama alanı olarak mimariyi elverişli bir zemin olarak bulmasından ve mimarinin toplumu dönüştürme gücünden de kaynaklanmaktadır. Pek çok farklı etkenin biraraya gelerek etkileşime geçtiği postmodern kültüre ait çalışmalar, kuramsal bakımdan postmodern kültürün çok değişkenli yapısına bağlı olarak çeşitlilik gösteren bir yapı içerir. Güncel literatüre eklenen her yeni bakış açısı ile birlikte sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik açıdan farklı kuramlarla açıklanan dinamikler dikkati çeker. Ancak temelde birbirinden farklı gibi duran kuramsal yaklaşımlar, aslında ortak paydalarda birleşmektedirler. Bu paydalardaki ortak bir konsantrasyon alanı olarak, özellikle tüketim kavramı ve tüketime bağlı olarak gelişen iletişimsel süreçler dikkati çeker. Postmodern mimarinin bu süreçlerde çeşitli yöntem ve stratejileri geliştirerek tüketime açık destekler veren yeni bir politik görev üstlenmiş olduğu söylenebilir.

Üstlendiği bu yeni işlevde postmodern mimari, modernizmden farklı olarak, toplumu doğrudan yönlendirmeye dayalı katı otoriter tavırlar takınmaksızın

kitleleri etkileme, gündelik hayatın alt metnini oluşturarak insanları büyüleme ve ikna etme gibi işlevleri üstlenmiş görünmektedir.¹ Bu nedenle en basit anlamıyla denilebilir ki; postmodern biçimde somutlaşan postmodern iletişim dilinin, kitlelere ulaştırmayı hedeflediği bir takım 'açık mesajlar'ı bulunmaktadır. Bu nedenle postmodern mimari somut bir uygulama alanı olduğu kadar, aynı zamanda bir ideoloji ve gösterge taşıyıcısı olarak da yorumlanabilir.

Toplumsal-göstergebilimsel yaklaşıma göre bu durum, anlam biçimi üretme alanındaki maddi pratikle eklenmiş sistemli bir ideolojiyi temsil etmektedir. Bu ideoloji, aynı zamanda tüketim odaklı bir stratejiyi içerir. Söz konusu stratejinin işleyebilmesi ise, tamamen mimarideki çeşitli gösterenler yoluyla, istenilen mesajların en hızlı ve en akılda kalıcı biçimde iletilmesine bağlı görünmektedir. Yapılan gözlemler, postmodern mimarinin, özellikle cephe formasyonlarında, zorunlu olarak iletişimsel taktikler geliştirdiği ve bu nedenle teatral bir yaklaşım benimsemiş olduğu yönündedir. Söz konusu olan gösterenlerin ortaya çıkarmış olduğu teatral oyunlar, yalnızca mekanın göstergebilimsel bir okunması yoluyla çözümlenebilecek niteliktedir. Postmodern biçimin ortaya koyduğu iletişimsel

teatral stratejilerin saptanması da, yine bir mekansal-göstergebilimsel okuma yoluyla mümkün olabilir.

Modern sonrası eğilimlerde, tüketicinin de sanat eserinden beklentilerinin büyük ölçüde değişime uğradığı açıktır. Bir yandan tasarımcı özgürlüğün üst sınırlarını zorlarken, fikri mülkiyetin değeri, üretim ve tüketim etiği gibi konular hala tartışmaya açıkken, buradaki cezbedici unsur bu yeni devrimde Grima'nın deyimiyse 'yeni, ani ve beklenmedik' şeyler görmektir (Grima, 2012). Bu bağlamda güncel sanatı ve mimarlığı *şaşırtıcı, süprizli ve cazip* olmaya zorlayan etkenlerin politik ve ideolojik zeminini açıklamaksızın, plastik değerlerin ulaştıkları sınırların genişliğini tarif etmek zorlaşmaktadır.

Yeni sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel bir takım erk sembollerinin de itilimleriyle şekillenen güncel sanatın, *şaşırtıcı* olmak ve kuralları yıkmaktan ilham alarak ürettiği estetik değerler, zamanla sanatsal yaratımın sınırlarını tartışmaya açmış, bu yönüyle barok bir kıvrımsallık içerisinde sonsuza doğru evrilen yeni bir tasarım sürecine de başlangıç teşkil etmiştir. Esas olarak amaç edindiği "şaşırtma ve şaşırtıcı eser verme" dürtüsünün, Barok ile birlikte gelişen bir eğilim olduğu düşünülürse, güncel sanat okumalarındaki kıvrımsallık da, barok bir karakterde kimlik kazandığı söylenebilir. Modern sonrası tasarım ve üretim biçimlerinin kontrol dışı farklılaşması, Deleuze'ün deyimiyse "[...] *baroğu icad edenlerin en önde gelenleri, baroğun en iyi yorumcuları bile kavramın kendilerine rağmen rastgele genişleme tehlikesi karşısında şaşkına dönüp kuşkuya kapılmaları*" (Deleuze, 2006) gibi, modern sonrası sanat ve mimarlık çevrelerinin de benzer bir eğilim ile, tasarımda özgürlüğün sınırları ve şaşırtma gibi kavramları yeniden tartışmaya açtıkları gözlemlenebilir.

Ancak bu çalışmada barok, kavramsal çerçevede 'şaşırtma' yı estetik ve de teatral bir araç haline getiren bir sanat üslubu olarak, modern sonrası mimarlıkta gelişen plastik değerlerin bulunduğu durumu açıklamakta bir araç olarak kullanılmış-

tır. Barok ve modern sonrası eğilimler, farklı nedenlerden dolayı şaşırtıcı olmak zorunda kaldılarsa da, şaşırtmayı politik bir araç olarak estetize etmesi bakımından barok, modern sonrası eğilimleri tanımlamada geçerli bir zemin oluşturmaktadır. Sanatın teatral bir iletişimsellik geliştirme çabası, karakteristik olarak barok bir eğilim olarak değerlendirildiğinde, postmodern mimarinin ortaya koyduğu estetik ilkelerin barok yönü gün yüzüne çıkar.

Bu durumda asıl amaç, farklı dönemsel politikalar ve erk sembollerinin itilimleriyle şaşırtma ve teatral iletişimselliği kullanan bu iki üslup arasında, paralel bir zemin oluşturulup oluşturulamayacağını sorgulayarak, postmodern mimari eğilimlerde teatral stratejilerinin tasarıma etki ettiği katmanları incelemektir. Varılmak istenen çerçeve, modern sonrası mimari yaklaşımlarda barok bir eğilim olan şaşırtma stratejilerini, nedensellik ilkesi içinde araştırarak plastik değerde yapı cephelerinde gözlenen teatral ilkelerini, uygulama alanı bulan yöntemlerini ilkesel bir çerçevede gözlemleyebilmektir.

Bu amaçla ilk olarak "Barok olan nedir?" sorusunun cevaplanması ve modern sonrası eğilimleri ile arasındaki kavramsal birlikliğin kurulması gereği doğmuştur. Bu çalışmada, baroğun belirli tarihlerdeki bir sanat üslubu olmasının ötesinde, *olgu-ların bir varoluş şekli* olarak ne anlama geldiği ve günümüz mimarlığındaki kavramsal etkilerinin neler olabileceği üzerinde durulmuştur. Benzer şekilde barok mimarinin 'şaşırtma'yı teatral bir strateji olarak plastik ve estetik değere taşımış olması ve postmodern mimaride gözlenen şaşırtıcı olma eğilimleri paralel bir zeminde buluşmaktadır. Bu yönüyle Deleuze'ün (Deleuze, 2006), gerçekte barok olanın ne olduğunu sorması gibi, barok olanın hangi araçları ve estetik ilkeleri kullandığını araştırmak, onu bir kavram olarak postmodern eğilimlerin içerisinde görmeyi de kolaylaştıracak olan unsurdur. Ancak sistematik olarak barok olanı bulmanın yollarının nasıl olabileceğinin cevabı barok bir hesaptan doğan, model-

siz, sayısal imgelerde, ya da daha basit olarak, yüzeyin yerine geçmiş, sonsuz bükülmeli bir çizgide aranabilecek kadar yoğun göstergelerle doludur. Bu göstergeler arasında barok olanı en azından kuramsal düzlemde tanımlayabilmek için Deleuze (*Deleuze, 2006*), kavramsallaştırmanın zorunlu olduğunu belirterek ona bir ad vermektedir: ‘*kıvrım*’. Buna göre baroğun ölçütü ya da işlemsel kavramı bütün içerdikleri, bütün genişliği ile kıvrımdır: kıvrıma göre ‘*kıvrım*’dır ve barok ancak bu ölçüt sayesinde belli tarihsel sınırların ötesine taşınabilir. Böylelikle tam da bu kıvrımdan geçen ve mimarları, ressamı, müzisyenleri, şairleri, filozofları birleştirebilen bir barok çizgiden, ‘*barok oluş hali*’nden söz edilebilir.

Ancak burada sözü geçen kıvrımın, barok ile birlikte işlevsel özelliğini tanımlamak için, diğer durumlarda sınırları belirlenebilir bir çizginin, koşulları ve sınırları belirlenemez bir bağımsızlığa kavuşmasından ibaret olduğunu söylemek gerekir. Sınırları ortadan kaldırmayı hedeflerken, baroktaki kıvrım, sonsuz yapıtı ve sonsuz işlemi icad eder ve buradaki sorun artık kıvrımın nasıl sonlandırılacağı değil, nasıl sürdürüleceği, sınırları aşmasının sürekli olarak nasıl sağlanacağıdır. Böylece kıvrım, bütün maddeleri, farklı ölçeklere, hızlara ve vektörlere göre etkileyerek, onları ifade maddelerine dönüştürmekle kalmayarak sorgulamakta ve nihayet kurallarını ortadan kaldırmaktadır. Bu ise sınırları belirsizleştiren kıvrımsallığı, modern sonrası eğilimlerin, modernizmin koordinatlarıyla belirlediği sınırların eriyişi ile mükemmel bir uyum içerisinde gelişirken, aynı zamanda etherleşme ve muğlaklaşma kavramsallığını da beraberinde getirmektedir.

Bu bağlamda modern sonrası gelişen formlar, bir şaşırtma ve ilgi çekme aracı olarak olgulardaki *barokluğu* bulmanın yolunu, hem soyut hem de somut verilerindeki kıvrımlarını takip etmeye davet etmekte ve postmodernizmdeki barokluğu, yani ‘*bir delikten ziyade kıvrımlı bir şey*’ ifade etmektedir. Eğer barok olan

şeyde deliklerin yerini kıvrımlar alıyor ve değişken bükülmeli çizgilerle baştan sona devingen bir formdan bahsediliyor ise; modern sonrasında gelişen plastik değerlerin içerdiği estetik anlamlar da baroğun kıvrımının sonsuza doğru ilerlemesi gibi daha üst bir karışıklığı hedefleyerek, sınırların belirsizleştiği bir noktaya kadar vardırılabılır. Bu bağlamda çalışmada, şaşırtmaya dayalı bir iletişimselliğin, estetik değer yaratımındaki belirleyici rolü ve uygulanış biçimlerinin, içerdiği barok karakterle birlikte ilkeselleştirilmesi hedeflenmiştir.

Bu amaçla, Barok cephenin kendine has olarak geliştirdiği estetik formasyonlar incelendiğinde, temelde büyüklük ve ihtişam olgusunu ön plana çıkaran eğilimlerde olduğu görülmüştür. Bu eğilimler, dönemin sosyo-ekonomik ve sosyokültürel erkleriyle birlikte değerlendirildiği zaman, basit cephe okumalarının gerisinde, belirli erklerle vurgu yapan büyük bir çaba da söz konusudur. Barok sanatla iç içe geçmiş bulunan ve onu teşvik eden bu erkler, en temelde Katolik Kilise’nin güdümündeki “dinsel erk” ve kralın yeryüzündeki sorgulanamaz gücünü ispat etmeye yönelik “monarşik erk” olarak karşımıza çıkar.² Gerek Katolik Kilise, gerekse monarşik erk merkezleri, 17 ve 18. yüzyıllar boyunca kendilerinin karşısına rakip olarak çıkmaya başlayan diğer güç göstergeleri ile çatışma içerisinde girmek durumunda kalmış görünmektedir. İlk olarak, Katolik Kilise’nin karşısında güçlü bir rakip olarak çıkan Lutheran hareketleri, sade ve ihtişamdan uzak bir tapınım çerçevesinde basit ve sıradan insanların Tanrı ile olan bağının da en az para ve güç sahibi soylular kadar güçlü olabileceğini öne süren purist bir felsefeyle kendisini göstermiş olduğu görülmüştür.

Tapınım olgusunda ortaya çıkmaya başlayan Protestan eğilimler doğrultusunda, kilisenin mimari formasyonundan tapınımın uygulama biçimlerine kadar, her türlü manipülatif elemanı, duygusal uyarı ve büyüklük gösterisi olarak algılanabilecek simgeselliklerin kullanılmasına şüpheyle

² Bu ilişkiler ‘Barok Sanat ve Erk İlişkileri: Barok Sanat’ın Oluşumunda Soyo-Kültürel ve Sosyo-Ekonomik Etkiler’ adlı bölümde ayrıntılı olarak ele alınmıştır (Erdil 2014, 13-20).

bakan bir din algısı ortaya çıkar (Bazin 1964, Bumin 1990). Bu ve benzeri defansif yaklaşımların 16. yüzyıla dek soyluluk ve tanrısallık arasında kopmaz bir bağ kurmuş bulunan Katolik Kilise'nin de gücünün ve vaad ettiği 'doğru yol' un doğruluğunun sorgulanmasına dek varacak bir sorgulama sürecini tetiklediği görülür. Bu süreçte Katolik kilise ise, kendi adına, Protestanlığa meyleden ve doğru yoldan sapan kitleleri, yeniden kendi belirlediği 'doğru yol' a çağırma girişimlerine büyük bir coşku ile girişmiş bulunmaktadır. Bu girişimler, kitlelerin davranışlarının manipüle edilmesinde tartışılmaz bir etkisi bulunan sanatsal faaliyetlerin gücünün bir defa daha anlaşılmasıyla sonuçlanmış, Katolik Kilise'nin kendi erkini yeniden inşa etmek amacıyla sanatsal uyarıların etkili dilini kullanma yoluna gitmesi gibi sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Diğer taraftan, Rönesans'ın en büyük amacı olan denge ve sakinliğe ulaşma çabası, barok eğilimlerle birlikte, her türlü şeye hükmeden bir 'heyecan' durumuna dönüşmüştür. Ancak Keats'e göre barok sanatçı, artık yüksek Rönesans sanatçılarından mükemmelliğin sınırlarında dolaşan doğa gerçekçisi yeteneklerinin ötesine geçemeyeceklerinin farkındadırlar (Keats, 2012). Bu durumda; mesajlarını çarpıcı ve etkili biçimde vermek isteyen barok mimarının, daha önce denenmemiş bir iletişimsel boyut yaratmak istemesi kaçınılmaz olmuştur. Böylece barok sanatçı, eğer şaşırtıcı ve daha olağan dışı bir etki yaratmak istiyorsa; bunu ancak Rönesans sanatçılarından daha önce denemediği başka bir iletişim tarzında yapmaya mecbur kalmış görünmektedir. Barok bir heyecan içerisinde gelişen bu iletişimsel yol; deformasyon, abartı, teatrallik gibi stratejilerin ortaya çıkmasıyla mümkün olmuştur.

Bu bağlamda, barok estetik kuramcıları, sanatın nasıl olması ve estetiğin topluma ne katacağı gibi düşünceleri ile karşımıza çıkmıştır.³ Bu kuramcılar arasından özellikle Dubos'un en dikkat çekici yanı esasen bir rahip olması ve bir din adamı misyonu ile estetik doktrinler üretme konusundaki çabası olabilir. Bu durum,

Barok sanatın üslupsal gelişiminde Katolik kilise erkinin kendisini göstermesi açısından önemli bir kaynak da teşkil eder (Dubos, 2012).

Dinsel erk dışında, ekonomik düzeyde yaşanan bir sınıf çatışması olarak, Avrupa tarihinde ilk defa, burjuva ve monarşi arasındaki bir başka erk çatışması da, yine Barok Sanat'ın şekillenmesi ve yönlendirmesinde etkin bir faktör olarak görülmüştür. Rönesans'ta, monarşik düzenin ve kralın tartışma kabul etmeyen gücünün muhafaza edilmesinin hayati önem taşıdığı bir Avrupa vurgusu göze çarpmaktadır. Bu bağlamda, Rönesans hümanizminin içinde doğan burjuvazinin giderek gelişmesi ve bir çeşit kültür ve zenginlik aristokrasisi haline gelmesinin, kurulmaya çalışılan hassas dengeleri tehdit ettiği görülür. Bu bağlamda burjuva, özgürleşen ve zenginleşen kent ortamında, kendi sıradan hayatını, günlük yaşamını ve kültürünü de özgürce ifade etmeye başlar. Bu haliyle monarşinin korku veren, mesafeli bir duruşu zorunlu kılan sarsılmaz erkinin de, yavaş yavaş eski gücünü kaybetmeye başladığı görülür. Fakat yine bu sırada, tarımsal ekonominin yerini para ekonomisinin alması sonucu güçten düşen asillerin kraliyet bünyesine yüksek rütbeli memurlar olarak alınması, hatta ilerleyen dönemlerde ikametgahlarının da tamamen saray yapısına taşınması sonucu, dengeler tekrar kurulmuş, kralın çevresinde önemli politik mevki elde ederek, zamanla kralın temsilcisi konumunda güçlenecek olan *aristokratik ayrıcalıklara sahip kişiler* grubu, monarşik idarenin kasıtlı darbeyle burjuvanın yerini almıştır.

Sonuç olarak, Rönesans estetiğini belirleyen rasyonel eğilimler, kural tanımlama ve bu kurallara bilinçli olarak uyma bilinci, Rönesans toplumunda dinsel ve monarşik erklerle doğal olarak kendiliğinden bütünleşmiş bu erk unsurlarını, hiyerarşiye duyulan doğal bir saygının sonucu olarak yüceltmıştır. Suut Kemal Yetkin'e göre (Yetkin, 1971), Barok'un kurallara ve düzenli olan her şeye savaş açmasının en önemli estetik nedenlerinden biri, Rönesans'ın

³ Bu tartışmalar, 'Barok Mimaride Biçem Arayışları; Rönesans'tan Kopuş ve Değişen Estetik Doktrinler' bölümünde ele alınmıştır. (Erdil 2014, 21-34).

kuralcılığına karşı yeni bir tavır sergileme niyetinde yatmaktadır.

Baroktaki dinsel ve monarşik erkelerle bağlantılı ve de kasıtlı olarak geliştirilen ‘yücelik estetiği’ ve teatral anlatım dili, şüphesiz daha önce de sözü edildiği üzere dinsel ve monarşik erklerle ilişkilidir. Tarih boyunca, tarımsal düzen uygarlıklarındaki sanat yaratımlarının, dinsel erkle çeşitli ilişkiler geliştirdikleri söylenebilir. Ancak Barok sanattaki bu erk ilişkisi, kendisinden önceki dönemlerde benzeri görülmemiş bir yaklaşımı da içermektedir. Bu benzersizlik, Barok sanatın geliştirmiş olduğu etkileme yönteminin içeriği ile ilgilidir. Baroğun denemiş olduğu iletişim biçimi ve yarattığı teatral dil, daha önceki dönemlerde korkuya, korkutmaya ve kişileri ezici bir güç gösterisi uygulamaya yönelik girişimlerden çok farklıdır. Çünkü barok estetiğin kullandığı yöntem, daha önce denenmemiş bir hipnotik etki yaratmaya odaklanmaya konsantre olmuş durumdadır. Bu noktada De Crousaz’ın ‘çeşitlilikte birlik’ (De Crousaz, 2012) ve Dubos’un (Dubos, 2012) sanatın bu büyüleyici etkisi konularındaki görüşleri oldukça dikkat çekicidir. Bu tartışmalarda, insanların doğru yola geri çağırma misyonuyla yüklenmiş sanatın, cennetsi tasvirler ve hipnotik yöntemlerle, izleyiciyi etkilemeye ve hatta büyülemeye yönelik stratejiler geliştirmesinin gerekli ve hatta zorunlu olduğu savunulmaktadır. Buna göre sanatın en önemli ödevi, monarşi ile Katolik Kilise’nin karşısına birer rakip olarak çıkan burjuvazi ile Protestanlık gibi özgürlükçü düşüncelerin kastedildiği tehlikeli tutkuların, tehlikeli olabilecek yönlerini savuşturmak, cenneti ve zenginliği vaad eden, yalnızca haz veren duygular yaratmak olmalıdır. Bunun için gerekli olan yapaylık, taklitçilik ve teatralite gibi yöntemler, tasarım stratejilerine kendiliğinden dahil olmuştur. Özellikle Dubos’a göre (Dubos 2012) sanat yapay taklitler üretmek ‘yüce duygular uyandırmalı’ ve de ‘yapay heyecanlar’ sunmalıdır.⁴

Bu büyüleme ve etkileme isteğinin, korkutma ve kötü yollara saptıktan

caydırma yerine, etkileme, büyüleme ve davetkar bir yaklaşım sergileme yoluna gitmesi, şüphesiz barok dönemdeki özgürlük ortamı ile doğrudan ilişkilendirilebilir. Bu özgürlük ortamı, Rönesans’ın insan odaklı, insana sadece insan olduğu için önem veren hümanist bir dönemin mirası olarak görülebilir. Rönesans’ın sağladığı özgüven sayesinde kişiler artık kendi değerlerinin, bireysel istek ve özgürlüklerinin farkındalığına kavuşmuştur. Kendi değerini ve bireysel özgürlüğünü kavramış insan toplulukları, barok döneme geldiğinde, dinsel ve monarşik erkler dışında yeni eğilimler sergilemekte ise; bu kişilerin yeniden istenilen doğrultudaki bir yola getirilmesi, zorlama ve dışlama gibi eğilimler içermemelidir. Çünkü, bireysel farkındalığı eskisine nazaran yükselmiş insan toplulukları söz konusu olduğunda, sanatın manipülatif gücü devreye girmiş; sanat eseri de zorlamadan çok, ikna edici ve cezbedici stratejileri benimsemek zorunda kalmıştır. Barok yaşamdaki bireysellik ve seçme özgürlüğü, aslında dinsel ve paralar erk kavgalarında, bireyleri etkileme ve kendi tarafında davet etme şeklinde gelişmiş görünmektedir.

Barok kuramcılarının ortaya koyduğu estetik doktrinlerin, irrasyonel bir duygu yoğunluğu çerçevesinde ilerlediği ve salt rasyonalizme dayalı bir estetik anlayışının, insanları etkileme ve duygusal yoğunluklara sürüklenme gibi konularda yeterli olmayacağı konusunda hemfikir olduğu görülür. Bu kuramların hepsi, sözü edilen erklerin doğru yolda oluşuna vurgu yaparak, sanatın da teatral olması yoluyla kişileri zararlı ve kötü yollara saptıktan koruyacağı yönünde çıkarımlarla doludur. Bu bağlamda, barok cephe formasyonları da, insan toplulukları ile doğrudan bir iletişim kurma yoluna gitmiş ve zorunlu olarak tasarımda giderek kendisini çeşitlendiren teatral ilkeler topluluğu ortaya koyma yoluna gitmiş görünmektedir. Bu aynı zamanda bir çeşit “toplumsal denetim” konusunu da gündeme getirir. Sanatsal iletişim ve teatralite yoluyla manipüle edilen duygular, kişileri oyalamayı, etkilemeyi, büyülemeyi hedeflerken;

⁴ Burada bahsedilen ‘yüce estetiği’, aynı zamanda daha sonra postmodern estetik kuramlarında sözü edilecek olan ve özellikle Lyotard tarafından (Lyotard, 1990) gündeme getirilen ‘yüce estetiği’ ile benzer içerikler göstermesi bakımından çarpıcıdır.

bu yolla aslında bir çeşit toplumsal denetimin de sağlanabileceğini gündeme getirmesi bakımından, ilginç bir yaklaşım sergilerler. Böylelikle; sıradan kişilerin sıradan ve basit zevklerini yücelten, sıradan insana da Tanrı'yı ve cenneti müjdeleyen Lutheran eğilimler, Katolik Kilise ve monarşik erk karşısında çıkmışken; Barok sanatçı, insanları etkilemek adına yeni yöntemler denemek zorunda kalmıştır. Bu yöntemler, iletişimsel, teatral ve davetkar bir dil geliştirmek yönünde ilerlemiş, böylelikle duygusal manipülasyon, etkileme ve büyüleme sanatı olarak kendi tasarım ilkelerini meydana getirmişlerdir.

Teatralite, sanatın duyguları harekete geçirmek adına yapay bir takım duygular yaratmak zorunda olduğu yeni bir yola girmiştir. Bu yolda her defasında yeni ve denenmemiş bir yöntemin cephe kombinasyonlarında kendisini gösterdiği görülür. Her defasında alışılmışın dışında çeşitlemeler ortaya koyarak izleyiciyi şaşırtmak, barok cephenin önemli tasarım prensiplerinden biri haline gelmiştir. Barok cephe formasyonlarına dair teatral anlatım ilkelerinin saptanması, barok sanatın gelişimine yön veren ve onu teşvik eden erk ilişkilerinin etkisini açıkça ortaya koymakta ve Barok sanatın temel eğilimlerini de belirlemektedir. Bu eğilimler, temeldeki büyüleme isteğiyle, bir çeşit 'yücelik estetiği' oluşturarak izleyeni kendisine çekme gibi kavramlar çerçevesinde izlenmiştir. Bu kavramların cephe estetiği içerisindeki karşılıklarını bulmak amacıyla, çeşitli cephe okumalarının, sosyo-kültürel ve ekonomik erklerle olan ilişkisinin doğrudan gözlemlenmesi mümkün hale gelmiştir.

Barok cephede sergilenen iletişimsel süreçte temel olarak Klasik Çağ mirası olan formların klasik gramerinde meydana getirilen bir takım deformasyonlardan söz etmek mümkündür. Bu deformasyonlar en basit olarak klasik anlatımda yüceltilmiş olan saf ve yalın geometrinin deforme edilmesi yoluyla ortaya çıkar. Bu deformasyon hem bezeme öğelerinde, hem de

kütlenin kendisinde irrasyonel bir takım arayışlar, parçalanma veya eklemlemeler olarak karşımıza çıkabilir. Böylelikle kimi zaman yarım bırakılmış üçgen alınlıklar, yarım bırakılmış geometrik formlar veya cephenin genelinde görülen bir deformasyon olarak dalgalanma ve parçalanmalarla karşılaşmak mümkündür. Böylelikle klasik formun saf geometrisinden gelen kendi kısıtlı anlatımı, çeşitli anlam eklemlemeleri ve mecazlar yoluyla parçalanmış, daha çok şey söyleyen ve yüksek sesli vurgularla entonasyonlara yol açan bir iletişim dili gerçekleştirilmiştir (Bakınız Tablo 1).

Barok'ta bezemelerin biçimlerine yakından bakıldığında, klasik öğelerin klasik oranları ve yalın formlarının yerini, deforme edilmiş, abartılmış kıvrımlar ve ek süslerle birleştirilmiş yeni uyarlamalar almaktadır. Bunun yanı sıra, süsleme elemanlarının oranlarında görülen devasalık, süslemeye anıtsal bir etki yüklemiş ve onu cephenin kendi anıtsallığı ile harmanlamıştır. Süsleme anlayışının genel olarak yoğun oluşu, cephede koyu kıvamlı bir iletişimi mümkün kılmaktadır.

Farklı bir tarihsel perspektiften baktığımızda, Postmodernizm ise, bambaşka bir sosyo-ekonomik ve kültürel bir zeminde yeşerirken, reankarnatif bir biçimde benzer bir teatralite uzun bir aradan sonra kullanmayı seçen bir tasarım stratejisiyle, son yılların en tartışmalı kavramları arasında yerini almıştır. Yeni olma ve plastik biçime yenilik getirme tutkusuyula modernizmi reddeden ve yok sayan tutumuyla dikkati çeken bir akım olarak; kendi kimliğini tamamen modernizmin olmadığı bir şey olma tutkusu üzerine inşa etmiş olması, postmoderne dair tüm niteliklerin gelişiminde temel bir tutum oluşturmaktadır.

Bu çalışmada da, postmodern estetik doktrinlerinin açıklanmasında, modernist mirastan neleri aldığı ve neleri reddettiği konusu, oldukça faydalı bir zemin meydana getirmiştir. Modern estetik, her türlü dışsal gerçekliği taklit etme konusundan muhaf oluşu ile ve postmodern estetiğin

TEATRAL ANLATIM İLKESİ	UYGULAMA ALANI BULAN ÖRNEKLER
İç içe kullanılmış geometrik formlar, klasik öğelerin anlatım dilini zenginleştirmekte ve cephedeki iletişimi yoğunlaştırmaktadır.	- Gesu II Kilisesi, Vignola, Roma, 15..? - St. Lorenzo Kilisesi, Baromini, Torino, 1668. - Vincenzo ed Anastasio Kilisesi, Martino Longhi, 1646, Roma. - St. Carlo Kilisesi, Francesco Barromini, Roma, 1638. - St.Johann Nepomuk Kilisesi, Asam Kardeşler, Munich, 1746.
Süsleme öğelerinin geometrisinde meydana gelen kırılma ve bozulmalar, klasik elemanların kendi metinsel anlamlarının dışında yeni anlamlar ortaya çıkarır niteliktedir.	- St. Lorenzo Kilisesi, Baromini, Torino, 1668. - Vincenzo ed Anastasio Kilisesi, Martino Longhi, 1646, Roma. - St.Johann Nepomuk Kilisesi, Asam Kardeşler, Munich, 1746.
Geometrinin deformasyonu prensibi cepheye uygulandığında, eliptik ve irrasyonel yüzeyler görülür. Bunlar cephede yarattığı dalgalanma hissiyle birlikte yoğun bir iletişim ve devingenlik ortaya çıkarır.	-St. Carlo Kilisesi, Francesco Barromini, Roma, 1638. - St.Johann Nepomuk Kilisesi, Asam Kardeşler, Munich, 1746. - Zwinger Pavyonu, Matthaus Daniel Pöppelmann, Dresden, 1728.
Cephedeki parçalanma, kütlelerin parçalı kullanılması olarak gerçekleştirildiğinde, yapının bir bütün olarak anıtsal etkisini artırarak sıradan ve tekdüze olan ritmin hızlanmasını ve anlatımın çeşitlenmesini sağlar.	-Zwinger Pavyonu, Matthaus Daniel Pöppelmann, Dresden, 1728. - Würzburg Sarayı, Balthasar Neumann, 1744, Würzburg. - Schönbrun Sarayı, Johann Bernhard Fischer von Erlach, 1780, Viyana.
Bir bütün olarak yoğun ve heykelsi süslemeler, Barok cephenin sergilediği iletişimin önemli bir parçası olarak karşımıza çıkar. Bu amaçla klasik biçim ve oranlarından çok farklı şekillerde yorumlanmış süsleme öğeleri görülür. Bu deneyimler, kıvrımsallığın vurgulandığı ve çarpıtılmış, irrasyonel etkilerin gözlemlendiği formlar olarak karşımıza çıkar. Aynı zamanda kraliyete ait monarşik sembollerin vurgulu kullanımı, erklerin yüceltilmesi bağlamında önemli bir uygulama olarak görülür.	- Zwinger Pavyonu, Matthaus Daniel Pöppelmann, Dresden, 1728. - St. Carlo Kilisesi, Francesco Barromini, Roma, 1638. - St.Johann Nepomuk Kilisesi, Asam Kardeşler, Munich, 1746. - Versailles Sarayı cephe detayları.

Tablo 1. Barok Mimaride teatral Tasarım Prensiplerinin Çözümlemesi (Erdil T., 2014, S.142)

geliştirdiği iletişimsel, oyuncu ve atıfçı yönden zıtlıklar barındırarak ayırır. Postmodern cephe üzerinde yapılan incelemeler neticesinde modern ve postmodern dönemdeki erk ilişkilerini belirleyen üretim ve tüketim temalarında büyük farklılıklar meydana geldiği gözlenir. Bu değişimler, yapısı gereği, tasarıma da doğrudan etki gösteren, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel konjonktürün değişimine yol açmış görünmektedir.

Modern estetikte, zamanında kendi kimliğini yeni ve daha önce denenmemiş formlara ulaşmak, eşsiz ve avant-garde bir tutumla toplumsal değerlere hizmet etmek ve hatta yön vermek üzerine kurmuştur. Modernizmin toplumsal olana hizmet etme dürtüsü, daha çok sanayi devriminin getirisi olan yeni teknolojiler ile halkı buluşturma, üretme ve sosyal yaşamın her fonksiyonunu üretime dahil etme eğilimindedir. 1950 ve 1960'lı yıllara gelindiği zaman ise, gerek estetik bir takım farklılık arayışları, gerekse üretimden çok tüketim olgusunun ön plana çıkmakta olduğu yeni şehir yaşamının doğurduğu bir takım sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik arayışlar ışığında, modernizmden farklılaşma;

yine de modernizmin temel unsurlarını tamamen yok saymayan, geç-modernist arayışlar olarak nitelendirilebilecek bir takım girişimler, her alanda olduğu gibi mimarlık alanında da kendisini göstermiştir.

Mimari cephede okunduğu biçimiyle bu arayışların karakteristiği, modernizmin getirisi olan form ve estetik anlayışın yavaş yavaş zenginleştirilmesine yönelik girişimler olduğu söylenebilir. Bu bağlamda yapının sadece fonksiyonel yönünü ele alarak görsel yönü ile fazla ilgilenmeyen, formun kendinden gelen geometrisi ile yetinerek ona dışarıdan ekleme, süsleme gibi müdahalelerde bulunmayan modernist cephe, çeşitli yöntemlerle monotonluktan kurtarılmak istenmekte gibidir. Başlangıçta küçük müdahaleler gibi görünen ekleme, süsleme gibi alışkanlıklar, 1960 sonrası dönemde kendi üslubunu gerekçeleri ile açıklayabilen bir postmodern bir dil değişimini bereberinde getirmiştir.

Modern sonrası yaşama yön veren temel olgu üretimden tüketime doğru evrilmiş, bireylerin ve insan topluluklarının

yaşamları da, bu yeni belirleyiciler ışığında büyük bir değişim geçirmiştir. Kavramların her birinin, sanat objesi olsun ya da olmasın, bu yeni tüketim odaklı yaşamda tek bir olguya; tüketime ve buna bağlı eğlence kültürüne doğru bir yönelim içerisinde olduğu açıktır. Bundan böyle bir şeyin gerçekte ne ifade ettiğinden çok, gündelik yaşamda nasıl bir yer tuttuğu, kitleler tarafından beğenilip beğenilmediği, parasal değeri ve neye hizmet ettiği gibi semiyotik yönlerinin ön plana çıkması, postmodern kimlik içerisinde tanımlanan yan-anlamaların ve mecazların sürekli olarak yeniden üretildiği bir göstergeler dünyası ortaya çıkarmaktadır. Bu göstergeler dünyasından elbette mimari cephe de payına düşeni almış, kendisini tüketim erkine hizmet ederken bulmuş olduğunu söylemek yanlış olmaz. Bu bağlamda mimari biçem, kimliğini bu yeni erkler ışığında yeniden kurgularken; insanlarla iletişim kurmanın kaçınılmaz olduğu gerçeğiyle yüzleşmiş, bu uğurda modernizmin önerdiği saf geometrinin sadeliği ögütleyen estetik alanı, iletişimsel etkiler yaratmaya yeterli görülmemiştir.

En basit anlamıyla kitleleri *eğlendirmeye* kendisini adayan bu yeni yaklaşım, aynı zamanda modern sonrası keşfedilmiş yeni bir yöntemle toplumu denetim altında tutma ve bilinçli olarak örgütlenme gibi bir takım gözlemleri de beraberinde getirir. Modern sonrası kentin kriminalize olmaya meyilli ve hoşnutsuzluklarla çevrelenmiş olan yapısı, postmodern dönemde kendisini gündelik hayatın bilinçli olarak estetikleştirilmesi çabasında karşılığını bulmuştur. Modern sonrası kentin kendisine ait olumsuzlukları ve kriminal ortamı, büyük şirketlerin “eğlence” ve “boş zaman aktivitelerinin örgütlenmesi” gibi teatral bir eğlence kültürü ile birleşmesine yol açmıştır. Tasarıma yön veren şeyin, tüketicinin ve kullanıcının ihtiyaç duyduğu şeye cevap vermesi ile başlayan süreç, modern sonrası dönemde sıradan insanların neye ihtiyaç duyduğu konusunun gündeme gelmesiyle, birincil olarak, *tüketim* ve *eğlence* temalarında birleşir. Jameson’un “Geç Kapitalizm’in Kültürel

Mantığı”nda da tarif ettiği şey tam olarak budur (Jameson, 1994). Postmodern insanın bütün eylemlerini yönlendiren şeyin tamamen tüketmeye ve eğlenmeye duyduğu ihtiyaç olduğu görülür. O halde tüketim erki olarak adlandırılabilir bu yaşamsal gerçeğin, estetik kuramı tartışmalarında belirleyici bir rol üstlenmesi kaçınılmaz hale gelmektedir.

Bunun yanısıra, böylesi güçlü bir toplumsal erkin devreye girdiği andan itibaren, postmodern kültür araştırmacılarının önemli bir bölümü de, estetik yargının belirleyicisi olan bu kitlenin psikanalitik çözümlerine yönelmiş bulunmaktadır. Bu nedenle tüketim odaklı bireylerden oluşan kitlenin davranış biçimi ile, para ile satın almak istedikleri şeyin temelde nasıl bir nitelikte olmasını istedikleri konusundaki araştırmalar, güncel ve popüler bir inceleme alanı olarak, oldukça geniş yelpazedeki bir literatür oluşturmaktadır.

Bu bağlamda, örneğin Rainer Funk (Funk, 2009), postmodern insanın psikanalizinde oldukça çarpıcı kavramlar geliştirmiş, tüketim erki ve eğlence isteğinin estetik beğeniye nasıl yön verdiğinin de temel bir tablosunu çizmiş bulunmaktadır. Funk, postmodern insanı ‘*kullanıcı pasif tip*’ olarak niteler ve temel ihtiyacının zevk, eğlence, gündelik yaşam içerisinde aradığı şeyin ‘*yapay hazlar ve tüketim*’ olduğu konusunda Debord ile birleşir (Debord, 1996).

Diğer taraftan kendisine iletişim araçları ile gösterilen yaşantılar, onu etkinleştirmekte ve ‘*kendisini yaşayabilmesine*’ yol açmaktadır. Bu nedenle estetik kültür artık, gösteriye dönüştürülen dünyaların alımlanması etkinliği olarak tanımlanabilir. Üretilen dünyalar ve gösteriye dönüştürülen yaşantı, onu izleyen ve içinden geçerek yaşayan tüketici göz için, “*trende uygun*”, “*canlı*” ve “*eğlendirici*” olduğu müddetçe talep görür ve de benimsenir. Bu söylem “gündelik hayatın estetikleştirilmesi” tartışmalarını gündeme getirirken, bir yandan Funk’ın postmodern insanın psikanalizi ile vurguladığı çıkarımları (Funk, 2009), Venturi’nin reklama

övgüleri ve reklamın tasarımdaki gerekliliği konusundaki görüşleriyle mükemmel biçimde birleşmektedir (*Venturi, Brown ve Izenour, 1993*).

Zamanla postmodern tasarımın geliştirmiş olduğu teatral dil içerisinde mimari, etkin bir kentsel söylem aracı olarak eğlence ve tüketim vaad eden, bu yolla insanları etkileyerek toplumsal denetimi mümkün kılan bir araç olarak da ele alınmıştır. Mimari cephe formasyonlarında da sıkça tekrarlanan temel tasarım stratejisinin özünde, eğlence kültürüne doğru büyük bir yönelim ve teatral anlatımların bulunduğu görülür.

Daha önce Ewen tarafından da dile getirildiği gibi (*Ewen, 1991*) modernizm, reklam ve tasarım yoluyla toplumu ‘*eğitmeyi*’ hedeflemişken; postmodern yöntemlerin estetik her türlü iletişimsel aracı, toplumu ‘*manipüle etmek*’ amacıyla kullandığı gerçeğine ulaşmak mümkündür. Toplumun manipülasyonu; artık kendi bireyselliğinin ve bireysel seçme özgürlüklerinin farkına varmış olan bireyleri otoriter doktrinler ve ödevler vererek yönlendirilmesinin mümkün olmadığı bir özgürlükler çağında, toplumsal denetimi sağlamak için yeni ve etkili bir araç olarak görülebilir. Çünkü bu manipülasyon, gerçekten ihtiyacı olsun ya da olmasın, Funk’ın (*Funk 2009*) kullanıcı pasif tipindeki bireylerinden oluşan topluma Venturi’nin ‘*ikna mimarlığı*’ yöntemini kullanarak neye ihtiyaç duyduğunun ya da duyması gerektiğinin empoze edildiği yeni bir çağın gerekliliği anlamına gelmektedir. Ayrıca Featherstone (*Featherstone, 1996*) bu yeni kültürün sadece bir mübadele değeri ve araçsal bir hesap kültürü mü, yoksa kültür olmayan bir kültür mü, veya postkültür denilebilecek bir şey olup olmadığını tartışmaya açar. Sonuç olarak ortaya çıkan tabloda kaçınılmaz olarak gündelik hayatın estetikleştirilmesi konusu, tasarımın zorunlu bir görevi olarak ele alınmaktadır. Gündelik hayatın estetikleştirilmesi, postmodern sanatın toplumu manipüle etme yoluyla kitleler üzerinde kurduğu yeni bir denetim mekanizması olarak da düşünülebilir.

Kendi özgürlüğünün bilincine varmış bulunan modern sonrası toplumdaki denetim mekanizmaları, bu yönüyle modernizmin yasaklar koyan, ödevler veren otoriter tavrından çok farklı bir fraksiyon yaratmaktadır. Ancak postmodern kitle, yönlendirildiği ve manipüle edildiği oranda kriminalize olmaktan, ve tüketim erkinin istemediği yollara saptaktan alıkonulabilecektir. Bu bakımdan bu görüşler, sanatın estetik bir haz ortamında oyuncu, davetkar ve cazip koşullar yaratarak kişilerin ‘*kendiliğinden yönelim gösterdiği*’ ve tüketmek istediği alanlar ve ortamlar yaratmak durumundadır.

Gotdiener, benzer bir görüşün paralelinde, suç ortamının tavan yaptığı ve bütün kontrol mekanizmalarının çaresiz kaldığı postmodern kent ortamında, Los Angeles kenti örneği üzerinden, kent banliyösünde bulunan ve postmodern kültür açısından pek çok görsel okumaya olanak sağlayan Disneyland’ın, kentliye sunduğu imkanlardan bahseder ve gündelik hayatın estetikleştirilmesi gerekliliğinin, postmodern toplumun eğilimlerini yönetme konusunda etkin bir araç olarak kullanılabilmesine dikkat çeker (*Gottdiener, 2005*). Gottdiener, bu bağlamda Los Angeles örneğinde olduğu gibi, modern sonrası hızlı ve travmatik gelişimlerine maruz kalmış kentsel mekanların, ‘*hastalıklı bir beklenmediklik*’, ‘*umutsuzluk*’ ve ‘*suç*’ gibi olumsuz koşullarla sarmalanmış olduğuna dikkat çeker. Modern sonrası kentin kendisine ait bu gibi olumsuz gerçeklikleri, postmodern eğlence kültürünün aksine, yaşantıyı günlük yaşamın içindeki yabancılaşma ve umutsuzluk eksenine mahkum etmiştir. Olumsuz kentsel koşullarla mücadele içine girmiş kent yaşamı içerisinde ‘*eğlence*’, postmodern dönemde büyük işletmelerin ticari bir metası haline gelmiş ve insanlar tarafından büyük rağbet görmüştür. Böylelikle gündelik hayatın estetikleştirilmesi tartışmalarının postmodern mekan üretiminin birincil amaçlarından biri haline gelmesi kolaylaşmıştır. Bu yolla insanlar, kent yaşamının sıkıntıları ile uğraşmak yerine, kendilerine her şeyin mümkün olduğu, sosyal sınıf ve statü gibi

kaygılardan ve her türlü olumsuzluktan uzak, yalnızca eğlence ve hayal dünyalarının geçerli olduğu ‘masalsı diyarlarda’ zaman geçirmek istemektedirler.

Bu bağlamda tasarım sürecinde estetiğe dahil edilecek unsurları seçme ve kolajlar oluşturma bakımında sınırsız bir özgürlüğe kavuşulsa bile, temel ilke olan ‘tüketimin devamlılığı ve eğlence’ temasına olan bağlılık, dikketi çekmekte, bu açıdan tasarımcıyı belirli temalara zorunlu olarak yönlendirmektedir. Bu temaların en başında ise iletişimsellik ve teatrallik, adeta bir zorunluluk olarak mimari cepheye eklenmekte, tasarıma yön vermektedir.

Geç modernizmden postmoderne uzanan evre içerisinde, mimari cephenin, özellikle iletişimsel bir süreç geçirdiği, izleyici ile bir diyalog kurma gereksinimi içerisinde teatral olarak nitelendirilebilecek yöntemler icat etmekte olduğu görülür. Bu yöntemler kendi arasında çeşitlilik göstermektedir. Örneğin bir taraftan modernizmin yok saydığı gelenekçilik ve tarihsel yaklaşımlar, toplumsal belleği geri çağırarak nostaljik eğilimler kendisini göstermiştir. Diğer taraftan her şeyiyle kendisini eğlenceli olmaya adanmış bir eğlence kültürü içerisinde, tarih bazen de ironi ile yoğurulmuş, böylelikle kendisini geçmiş çağlarda tarihi tekrarlayan üsluplardan radikal bir biçimde ayırarak, daha önce denenmemiş, adeta karikatürel denilebilecek boyutlarda, şakacı, ironik bir üslupla tarihi olan şeyler, cephede eğlenceli bir teatrallik oyunucuları misali yerlerini almıştır. Jencks’in ‘radikal eklektizm’ olarak nitelendirdiği bu durum (Jencks, 1994), postmodernin eğlence ve tüketim dünyalarının kesişiminde Boudrillard gibi eleştirmenlerce ‘disneyvari bir dünya örüntüsü’ sunduğu yönünde değerlendirmelere bile yol açacak ölçüde teatral olmayı başarmaktadır (Baudrillard, 1996, 1998).

Postmodern cephe formasyonlarında gözlemlenen teatral yöntemler, pek çok farklı biçimde irdelenebileceği gibi, bu çalışmada mesajların iletim biçimleri ve kurulan iletişimin niteliği bakımından

temelde iki ana grupta incelenmesi uygun görülmüştür. Bu gruplandırma, kurulan iletişimin niteliğine bağlı olarak “doğrudan iletişimsellik” ve “dolaylı iletişimsellik” olarak belirlenmiştir (Erdil, 2014).

Bu bağlamda doğrudan iletişim kuran mimari biçimler; mekan dışı veya mekansal olmak üzere temelde iki iletişim biçimi sergiler. Mekan dışı iletişim örnekleri, özellikle yapının kendisinden bile ön plana çıkmış bulunan reklam tabelaları ile sağlanmıştır. Bu gibi reklam göstergeleri, izleyen kişinin aklında kolayca yer edebilecek, basit ve açık tariflerle doludur. Bu tarifler, satılan malın niteliği hakkında olabileceği gibi, mimari hakkında da fikir verici nitelikte olabilir. Ancak hangisi olursa olsun reklam tabelası, yapının kendisinden önce kullanıcıyla iletişimi hedefleyen bir dikkat çekme nesnesi haline gelmiş durumdadır (Erdil, 2014, 97-100). Mekansal iletişimsellikte ise, yine mesajlar açık basit doğrudan çağrışımlarla iletilir. Ancak bu defa herhangi bir tabelaya ihtiyaç duymaksızın, yapının kendisi bir reklam tabelası olarak işlev görür. Bunlar, meyve suyu satan bir dükkanın meyve şeklinde, hamburgercinin dev bir hamburger şeklinde tasarlandığı örnekler üzerinden kendisini gösterilir (Erdil 2014, 100-110). Bu örneklerden kısaca, akılda kalıcı dev maskotlar olarak çalışan, Venturi’nin deyimiyile (Venturi, Brown ve Izenour, 1993) ‘adi ve basit mesajıyla’ sattığı ürün hakkında doğrudan bilgi veren yapılar olarak bahsetmek mümkündür.

Dolaylı iletişim yöntemleri ise, postmodern tasarım yelpazesinde yine yaygın bir uygulama alanı bulmaktadır. Ancak bunlar satılan ürün hakkında doğrudan bilgi vermek gibi doğrudan bir iletişim sergilemezler. Bunun yerine insanları bir markaya veya bir kuruluşa/tesise çekmek için daha çok eğlence temasını kullanan yapılarda karşımıza çıkmaktadırlar. Bunun için çeşitli teatral yöntemler geliştiren bu gibi yapılarla ilgili en sağlıklı metaforlaştırma, gerçeği çarpıtmaları ve birer fantezi dünyasına davet niteliği taşımaları nedeniyle ‘disneyvari mekanlar’ üzerinden kurulmuştur (Erdil 2014, 108-

POSTMODERN TASARIMDA TEATRAL ANLATIM İLKELERİ

Tablo 2. Postmodern Cephe Mimari Tasarım Prensipleri (Erdil, 2014, 14)

İletişim Biçimi	Teatral Özellikler
Mekan Dışı Doğrudan İletişim (Reklam Tabelaları)	Basit Çağrışım Açık Mesaj
Mekansal Doğrudan İletişim	Basit Çağrışım Açık Mesaj Anıtsal Boyutta Süslemeler Eğlence Teması
Dolaylı İletişimde Tarihsel Tekrar	Tarihsel Atıf
Dolaylı İletişimde Tarihsel Çağrışım	Tarihsel Atıf Eğlence Teması Anıtsal Boyutta Süslemeler Eğlence Teması
Dolaylı İletişimde Tarihsel İroni	Tarihsel Atıf Eğlence Teması Anıtsal Boyutta Süslemeler Eğlence Teması Kitsch Yaklaşımlar Süslemeye Yoğunluk

130). Postmodern sanatın fantezi düşkünü olarak tanımlanabilecek olan yapısı, aşırı hayalci ve üst-gerçeklikler yaratma konusundaki ısrarı, onu kimi zaman tüm zihinsel gerçekliklerin sınırlarını zorlayan bir düzleme taşıyabilmektedir. Bütün bu betimlemelerin ulaştığı ortak nokta, gerek doğrudan, gerekse dolaylı iletişimsel yöntemlerde yaratılmak istenen biçim, daha önce Venturi tarafından sözü edilen ‘süslenmiş hangar’ a ulaşma noktasıdır. Bütün bu yaklaşımların hepsi, bir şekilde saf geometriye dışarıdan müdahale ve eklerle süslenmiş hangarı kurmak, ona mesajlar ve imgeler yükleyerek iletişimsel ve teatral bir nitelik kazandırmak konusuna odaklanmaktadır. Bu yaklaşımların tümü, kullandığı yöntemler ve incelenen örnekler bağlamında incelenmiştir (Bakınız Tablo 2).

Çalışma boyunca literatürdeki “ikna mimarlığı”, “radikal eklektisizm” gibi terimlerle vurgulanan tasarım stratejileri, Çizelge 4.3’de belirtildiği doğrultuda özetlenebilmektedir. Postmodernizm gibi tasarım stratejileri, gelişen teknolojik imkanlar doğrultusunda her geçen gün kendisini yenilerken, postmodern geometrinin metaforu olarak “süslenmiş hangar” a ulaşmanın yeni yolları da denenmektedir. Postmodernin ikna stratejileri, adından da anlaşılacağı üzere kitleleri bir takım

sosyo-ekonomik erklerin ihtiyaçları doğrultusunda bu ihtiyaçlar ile arasında sosyo-kültürel bağlar kurarak ikna etmek ve yönlendirmek amacıyla karşımıza çıkar.

Bu yönelişler, postmodern mimarının doktriner birer söylemi haline gelirken, aynı zamanda iletişim biçimlerini her defasında daha da etkinleştirerek her türlü duyusal uyararı, ses ve dokuların her türlü illüzyonlarıyla beraber cepheye eklemeye devam etmektedirler. Postmodern cepheye görülen bu yoğun uğraş, temelde gündelik hayatın estetikleştirilmesi ve tüketime dayalı eğlence kültürünün yapı cepheleleri aracılığı ile etkin bir iletişimsel-lik kapsamında kullanılmasını öngören çeşitli örneklerle karşımıza çıkmıştır.

İncelenen örneklerin genelinde ortaya çıkan bir özellik olarak, postmodern sanattaki fantezi düşkünü olarak tanımlanabilecek bir yaklaşım, onu aynı zamanda hayal gücünün sınırlarını zorlayan ve üst gerçeklikler yaratma konusunda her türlü görsel iletişim biçimini deneyen bir yapıya kavuşturmuştur. Bu haliyle ortaya çıkan yaklaşım, aynı zamanda *baroğa özgü bir teatrallık* içermektedir. Bu stratejilerdeki asıl amaç, hem barok hem de postmodern iletişim biçiminde her türlü sınırlandırmayı reddeden, temel geometrinin sınırlı iletişimsel alanı ile yetinmeyen ve

yoğun mesajlar verme kaygısında olan bir estetik ilkeler bütünü oluşturmaktır. Her iki yaklaşımda da, kendilerinden önce sistematize edilmiş kurumsal yapıya yönelik karşı bir duruş gözlemlenebilir. Elbette sınırlar ve sınırlandırmalarla ilgili bu mücedele alanları, her iki dönemde de sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel bir takım erk kavramlarıyla birlikte çalışmakta ve toplumun estetik beğenisine eklenmektedir. Ancak bu eklenme sürecinde de, hem barok hem de postmodern dönemlerde ortak bir yönelim olarak *belirli erklerle hizmet olgusu* ön plana çıkar. Sanatın iletişimci, yoğun mesaj kaygısı taşıyan teatral yapısı, aynı zamanda her iki dönemde de bir *'cezbetme', 'büyüleme', 'arzu uyandırma' ve 'duyguları manipüle etme'* eğilimleri içerir.

Postmodern biçem, modern sonrası kentin anarşik ve umutsuz ruhundan kaynaklanan toplumsal huzursuzluklardan kaçmak isteyen bireylere *'eğlence'* ve *'haz'* vaad eden yapısı ile açıklamıştır. Bu nedenle çeşitli eğlence alanları vaad eden teatral stratejilerle suç veya anarşi ortamından uzak, güvenli ve eğlence dolu mekanların kent yaşamına dahil edilmesini bir cazibe stratejisi olarak belirlemiştir. Bu mekanlar, her şeyin mümkün olduğu bir dünyanın simülasyonlarını yaratarak, davetkar, cazip bir atmosfer ortaya çıkarmaktadır. Gerek ikna mimarisi, gerek süslenmiş hangar veya disneyvari mekan olarak metaforlaştırılmış olsun, bütün bu nitelendirmelerin işaret ettiği postmodern mimarinin karakteri, eğlence ve tüketim temalarında birleşmektedir. Böylelikle; sınıfsal mücadele, ideolojik tartışmalar, cinsiyet kavgaları ve anarşi gibi bir çok olumsuzlukla dolu postmodern kentin uzamına karşın, alternatif, sınırsız özgürlük vaad eden mekanlar, teatral birer eğlence ortamı sağlamış bulunmaktadır. Bu bağlamda gündeme *'gelen gündelik hayatın estetikleştirilmesi'* tartışmalarında ise, aynı zamanda bir toplumsal denetim sağlanabileceği konusu dikkati çeker. Bu konu, yöntem ve ilkesellik bakımından barok bir karakterde hareket eder. Çünkü barok stratejilerde de benzer şekilde özgürleşen

bir toplumu denetim altında tutma kaygısı yatmaktadır. Baroğun özgürlük ortamı ve bireyin kendi özgürlüklerinin farkına varışı, esasen Rönesans'tan bir miras olarak karşımıza çıkar. Aynı şekilde modern sonrası toplumda tüketim araçlarının hızla genişlemesi sonucu artık herkesin tüketici olduğu bir ortamda, bireyin kendi istekleri ve seçme özgürlüğünü kullanması bakımından kendi tüketici değerini fark ettiği bir dönem yaşanmaktadır. Her iki özgürlük ortamında ortak nokta, sabırsız özgürlükler içinde seçim yapmak durumunda olan bireylerden oluşan toplumu yönlendirme isteğidir. Bu yönlendirme, Barok dönemdeki kaygılarda toplumu Lutheran veya burjuva kökenli hareketleri sağladığı *'yanlış yollara sapmaktan'*, modern dönemdeki kaygılarda ise olumsuzluklarla dolu kent ortamında *'kriminalleşmesini önlemekten'* korumayı hedeflemiş görünmektedir. Amaç her iki durumda da, bütün eski erklerin güçsüz kaldığı bir ortamda, yeni ve güçlü bir erk yaratmak ve toplumu örgütlü olarak denetim altında tutmak olarak değerlendirilebilir. Ancak sınırsız özgürlük talepleri ve bireylerin seçme özgürlüklerini keşfedişi, otoriter bir erk kurmayı imkansız hale getirmiştir. Bu durumda hem barok hem de postmoderne düşen görev, toplumu manipüle edecek yeni bir stratejide yatmaktadır ki, bu da iletişimsel bir ikna sürecine ve dolayısıyla teatral bir manipülasyona başvurmak olarak karşımıza çıkar.

Nitekim, Barok dönem kuramcısı Dobos (*Dubos, 2012*) ile postmodern dönem kuramcıları olan Gottdiener (*Gottdiener, 2005*), Harvey (*Harvey, 2002, 2006, 2009*) ve Lyotard'ın (*Lyotard, 1990, 1994*), söylemleri birlikte incelendiğinde, her iki dönemin de temel bir strateji olarak manipülatif gücü kullandığını, yöntemleri ve araçlarıyla birlikte ortaya çıkar. Bu yöntemler arasında her iki dönemde de, belirli bir erkin menfaatine hizmet etme amacıyla, sanatın manipülatif gücünden faydalanarak kitleleri bir şeye *'davet etmek'* söz konusudur. Bu davetkar yaklaşım, her iki dönemde de kendi sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel dinamikleri çerçevesinde

Tablo 3. Postmodern Cephe Tasarımında Barok Yaklaşımlar (Erdil, 2014, 144)

İLKE	BAROK KARAKTER	MODERN SONRASI UYGULAMA
Teatral Anlatım	Mekanda devingenlik ve derinlik yaratmak. Verilmek istenen mesajları duygusal uyaranları kullanarak vermek.	Makanda devingenlik ve hareketlilik yaratmak. Oyun ve eğlence gibi çok fonksiyonu birarada içerecek.
Metinsel Anlatım (Subjektiflik)	Yarım bırakılmış veya deforme edilmiş geometrik formlar yoluyla klasik geometriyi kişiselleştirmek. Klasik formların stilizasyonu.	Klasik geometrinin ve modernist biçimin mesajlarının deformasyonu yoluyla mekansal anlam yaratma çalışmaları. Her türlü ekleme ve süslemeler.
Süsleme	Aşırılık yoluyla sonsuz devingenliğe sahip kütleli bütünlük oluşturmak. Rokokoya doğru artan ve karikatürize olan karmaşa ve aşırılık.	Geçmiş üsluplardan da keyfi alıntılarla (Radikal eklektisizm) süsleme örgenlerinin keyfi kullanımı yoluyla aşırılaştırılmış süslemeler ve kitsch (Eklektik-popülist tavır).

geliştirilen tasarım stratejilerini belirli bir manipülasyon ve teatralite içerisinde oluşturmuştur. Bu yöntemler, otoriter erkin geçerli olmadığı durumlarda, kitleleri, yönlendirildiklerinin farkında olmadan yönlendiren bir gücün varlığını işaret eder. Bu güç, toplumsal denetimi bir takım cazibe temaları çerçevesinde kullanmaktadır. Cazibe teması barok sanat için, ‘büyüleme, doğru yola davet etme, cenneti müjdeleme’ gibi daha çok mistik bir yaklaşım sergiler. Bu yaklaşım, Katolik Kilise ve monarşinin kendi gücünü ortaya koymasının görece daha manipülatif bir yöntemidir. Postmodernde ise yine benzer biçimde, ‘cezbetme, arzu yandırma, eğlence ve fantezi vaadi ile tüketime teşvik etme’ eğilimindeki bir yaklaşım, bu defa bambaşka bir erke, modern sonrası sermayenin tüketim erkine hizmet ederken karşımıza çıkar. Her iki yaklaşımda da yoğun bir mesaj kaygısı vardır. Üstelik bu mesaj, mimari cepheye yansıdığı anda, formun kendi geometrisinden gelen sınırlı metinsel alanın kullanımıyla iletilemeyecek kadar yoğundur. Bu durum modernist mimarların rasyonel argümanlarıyla çözümlenemeyecek bir iletişimsellik türünün benimsenmesine yol açmıştır. Böylece mimari cephe çarpıcı, kendine baktırıcı ve mesajını hızla iletilebilecek göstergelerle dolmaya başlarken teatral ve barok bir boyut kazanır. İletişim kaygısı öncelikli olduğu andan itibaren, dışarıdan her türlü süsleme ve eklemeye açık bir alan meydana gelir. Bu alan fantezi sınırlarını zorlayan çeşitli varyasyonlarıyla her iki dönemde de, temelde aynı dürtüsel itilim ve tasarım prensipleriyle karşımıza

çıkmıştır. Bu durum, postmodern cephe-deki iletişim biçimlerinin, barok prensiplerle açıklanabilen teatral niteliğini ortaya koymaktadır (Bakınız, Tablo 3).

Barok ve postmodern üslupların, estetik alana yaklaşımlarından hareket edil-yorsa, mimaride iletişimsel bir boyutun varlığından da söz edilmesi gerekir. Şüphesiz mimarideki iletişimsellik, başka üslupsal dönemlerde farklı ilkelerle ortaya konulmuştur. Mimarideki iletişimsellik formun kendi metinsel alanından gelen mesajların yoğunluğu ya da yapıya dışarıdan müdahaleler ve çeşitli eklemeler yoluyla açık göstergeler kullanarak iletişim kurma biçimi olarak açıklanırsa, bu iletişim biçiminin mimarlık tarihi içerisindeki mucitleri olarak yalnızca barok mimarları göstermek doğru olmaz. Ne var ki barok mimarların geometrik forma olan müdahalesi, diğer üslupsal yaklaşımlarda görülmemiş biçimdeki bir teatralite gözler önüne serer. Bu tür bir iletişimsellik; hem geometrinin kendisinin anlamını değiştirmek hem de ona dışarıdan birşeyler ‘eklemek’ bakımından, barok cephenin mimarlık tarihinin kendi dönemine kadar olan süreçte en benzersiz devingenliğine ulaştırmayı başarmış bir estetik algı yarattığı ortadadır. Öyle ki barok mimariyi tanımlama uğraşı içerisinde giren sanat tarihçileri ve estetik kuramcılarını bile, onu tanımlayabilmek için daha önce kullanılmamış terimler ve teatral bir terminoloji icat etmiştir. Barok sanatın estetik kuralları arasında yerini alışı, estetik beğeniye yeni anlamlar getirmesi pek çok yönden ‘tuhaf, şaşırtıcı’ ve ‘alışılmıyın dışında’ olarak anlam buluşu,

içerdiği teatral yeteneği etkin bir biçimde kullanma yetisine ulaşmış olmasından kaynaklanmaktadır.

Sonuç olarak, teatral anlatımın bir tasarım stratejisi olarak, hem Barok ve modern sonrası eğilimlerde birbirine paralel zeminlerde gelişim göstermiş, izleyiciyi şaşırtma ve ona açık mesajlar verme amacı güden bir strateji olarak kendi anlatım dilini bulmuştur. Bu çalışma boyunca incelenen örneklerde, ortak bir strateji çerçevesindeki yaklaşımlar sergilenmiştir. Bu yaklaşımlardan en önemlisi, belirli erklerle sürekli vurgu yapmak olarak kendisini gösterir. Bu erk vurgularında açık mesajları belirgin ve yoğun biçimlerde cephede dile getirmek amaçlanmıştır. Dikkat çekici olma arzusu, akılda kalıcı bir etki bırakacak nitelikte imajlar üretmek adına basit ve doğrudan çağrışımlar ortaya çıkarmaktadır. Ancak erklerin otoriter tavırlar sergilemekten uzak durması da dikkati çeker. Bu nedenle ikna ve davete dayalı bir yöntem, kurulan iletişimin temel bileşeni olarak karşımıza çıkar. Bir araç ve tasarım stratejisi olarak değerlendirildiğinde, barok karakterle şekillenen teatral durum, gerek barok gerekse postmodern eğilimlerde, farklı dinamiklerle güdülmüş olsalar dahi, temelde aynı estetik ilkelerden faydalanmışlar, ve cephenin iletişimselliği bakımından ortak bir dil oluşturmuşlardır.

Kaynakça

- Baudrillard, J. 1998. *Simülakrlar ve Simülasyon*. Çev: Oğuz Adanır. İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Baudrillard J., 1996. Disneyworld Company, March 4, *Liberation*.
- Bazin, G.1964. *Baroque And Rococo*. London: Thames and Hudson Pres.
- Bumin, K. 1990. *Demokratikleşme Arayışında Kent*. İstanbul: Ayrıntı Yay.
- Deleuze, G. 2006. *Kıvrım: Leibniz ve Barok*. Çev. Halan Yücefer, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- De Crousaz, J.P. 2012. *Système de Reflexions Qui Peuvent Contribuer a la Netteleté et L'étendue de Nos Connaissances*. Ulan Press, Sept.2.
- Dubos, J.B. 2012. *Reflections Critiques Sur la Posie et Sur la Peinture*, Vol.2, Kamarhati: Saraswati Press.
- Debord, G. 1996. *Gösteri Toplumu (La Societe du Spectacle)*. Çev.: Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent. Vol.2. İstanbul: Ayrıntı Yay.
- Erdil, T. 2015. *Postmodern Cephe Estetiğinde Barok Bir Yöntem Olarak Teatral Anlatım İlkeleri*, Doktora T., Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tez Danışmanı: Prof. Dr. Ayla Antel, İstanbul.
- Ewen S. 1976. *Captains of Consciousness: Advertising And The Consumer Culture*. Basic Books. New York.
- Funk, R. 2009. *Ben ve Biz: Postmodern İnsanın Psikanalizi*. Çev.: Çağlar Tanyeri, Vol.:2, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Gottdiener, M. 2005. *Postmodern Göstergeler (Postmodern Semiotics)*. Çev.:Erdal Cengiz, Hakan Gür, Arhan Nur. Ankara: Imge Kitapevi Yayınları.
- Grima, J. 2012 *Adhocism. 1st Istanbul Design Biennial Program Booklet*. Ed. Kapucu B, Sahafirir T. İstanbul: Ofset Yayınevi.
- Harvey, D. 2002. *Sınıfsal Yapı Ve Mekansal Farklılaşma Kuramı, 20.Yüzyıl Kenti*. Ed&Çev.Bülent Duru-Ayten Alkan. İstanbul: İmge Kitabev.
- Harvey, D. 2006. *Postmodernliğin Durumu Kültürel Değişimin Kökenleri*. Çev.: Sungur Savran. İstanbul: Metis Yayınları.
- Harvey, D. 2009. *Sosyal Adalet ve Şehir (Social Justice And City)*. Çev. Mehmet Morali. Vol.3. İstanbul: Metis yayınları.
- Jameson, F. 1994. *Postmodernizm Ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı*. Çev.:Nemci Zeka. Vol 2. İstanbul: Kıyı Yayınları.
- Jencks, C. 1994. *The Story of Postmodernism*. West Sussex: John Willy & Sons, 2011
- Keats, J. 2012. *Forged: Why Fakes Are The Great Art of Our Days*. Oxford: Oxford University Press.
- Lyotard, J.F. 1990. *Postmodern Durum*. Çev.Ahmet Çiğdem. İstanbul: Arı Yayınları.
- Lyotard, J.F.1994. *Postmodernizm Nedir?* Çev.: Nemci Zeka. Vol 2. İstanbul: Kıyı Yayınları.
- Yetkin, S.K. 1971. *Estetik Doktrinler*. Ankara: Bilgi Yayınları.