



Bir Mimarlık Bilinmeyi: Postmodern Gündelik Yaşamda 'Konut' Tükendi mi?

A Contingency in Architecture: Is 'House' a spent notion in Postmodern Daily Life?

Lerzan ARAS

ÖZET

Konut, mimarlık ve iç mimarlık için her zaman özel bir konu olmuştur. Bireylerin yaşamlarında öncelikli bir rolü olduğunu düşünürsek, bu ilginin sebebinin de anlayabiliriz. Özellikle 20. yüzyıla giriş ve modernizmin kendini toplumsal hayatta hissettirmesi ile birlikte konut'a ve iç mekanlarına bakış açısı da çeşitlenmiştir. Konutun, avangart, gelenekselden kopuk, esnek ve şık mekanlarının sıklıkla görüldüğü modern zamanlardan, renkli, ucuz, göstergesel değerleri anlaşılabilir hale getirilmiş postmodern döneme uzanan, hareketli, çeşitli ve tartışmaya açık bir öyküsü gözlenmektedir. Elbette, bu dönüşümler kolay değildir; sosyal yapının değişimi, teknolojik yenilikler, bireylerin istek ve ihtiyaçlarında ve sosyal statülerde görünür kılınmak istenen farklılaşmalar bu sürecin vazgeçilmez parçalarını oluşturmaktadır. 100 yılı geride bırakıp, 21. yüzyılın ilk çeyreğini deneyimlerken, konut bireyin yaşamında aynı önemi korur gibi gözükse de, temsil ettiklerinde farklılaşmalar dikkati çekmektedir. Günümüzde tüketim nesnesi olarak konut, kullanıcıları tarafından gündelik yaşam dinamikleri, zevkler ve ait olunan sosyal grubun temsilini gösteren bir kimlik ifadesi olmanın ötesinde yerini almaktadır. Bu çalışmanın amacı, gündelik yaşamda konutu bir tüketim nesnesi olarak tanımlayan bireyin 20. yüzyılın başından bu yana oluşturduğu mekan tanımlayıcı ve kimlik oluşturucu öğelerle, "ev"i kendi yaşamının parçası haline dönüştürmesini irdelemek ve bunun olası varoluşçu sonuçlarını ortaya koymaktır.

ABSTRACT

Housing has always been of special interest to architecture and interior architecture, which is understandable, given its primary role in individuals' lives. In particular, the beginning of the 20th century and the impact of modernism on social life created diversification in viewpoints on housing and housing interiors. Housing has had an active, varied, and disputatious history, starting from the avant garde, flexible, and chic spaces of modernism alienated from tradition, to the colourful, cheap, and inarticulate signs of postmodernism. Of course, these changes were not easy to achieve. The change of social organism, innovations in technology, differentiations in individuals' needs and demands, and their social status created the most essential components of this process. As we leave the twentieth century behind and move through the the first quarter of the twenty-first, it seems that even as housing remains as important as ever in individuals' lives, some differentiations in what it represents are attracting attention. Today, as an object of consumption, the house stands somewhere beyond being a statement of daily dynamics, taste and an expression of the identity the consumer defines as representing the social groups to which he belongs. The aim of this study is to analyse the conversion of the house since the beginning of the 20th century in respect of the space identifying and identity creating factors of the individual, who sees house as an consumption object in daily life, and transformes "home" as part of his life; and to reveal the possible existential results.

Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, Lefkoşa, K.K.T.C.
Cyprus International University, Lefkoşa, K.K.T.C.

Başvuru tarihi: 06 Eylül 2013 (Article arrival date: September 06, 2013) - Kabul tarihi: 20 Mart 2014 (Accepted for publication: March 20, 2014)

İletişim (Correspondence): Lerzan ARAS. **e-posta (e-mail):** lerzanaras@gmail.com

© 2014 Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi - © 2014 Yıldız Technical University, Faculty of Architecture

Modern Dönem İdealleri

MOgilvy, “Existentialism and the Environment” (Varoluşçuluk ve Çevre) adlı çalışmasında çevresel hareketlerin hep bir sorunu olduğunu söyler. Bağlamsal ya da felsefi hangi açıdan bakarsak bakalım sıkıcıdır. Bir okuma yapmaya başladığımızda, elimizde karbon kağıdı gibi hep aynı kontrol listesi ile kalırız.^[1] Ancak konu, konut, yani “ev” olduğunda, günümüzün mekansal tanımlayıcıları ve kimlik oluşturan öğeleri değişken kodlar ve göstergeler sergileyebilmektedir.

Tüketim, sosyal hayatın bir gerçeği olarak hem gündelik yaşamı, hem de bu göstergeleri tüketmekte ve yenilerinin oluşmasını sağlamaktadır. Aslında kullanıcının mekansal tüketime katılımı bir anlamda bu göstergelerin çeşitlenmesini sağlamaktadır. Kısaca özetlersek, göstergeler tüketim toplumundaki bireyin isteği ile oluşmakta ve yine aynı birey tarafından gündelik hayat içinde tüketilmektedir. Bu karşılıklı etkileşimin nasıl bu çizgiye ulaştığı sorusunun cevapları ise 20. yüzyılın başında oluşan modern harekette aranabilir.

19. Yüzyılın sonlarında ev yaşamına özel bir ilgi duyulmaktadır. Konut içinde toplumsal statünün ortaya konmasından öte, güzelliklerin ortaya çıkarılması önemlidir ve “ev”, bu noktada bu değerlerin dışı vuru mu için çok uygun bir ortam sağlamaktadır. Bu ortam bireyin kendini ifade etmesinden öte, güzel ve konforlu alanlar olarak ortaya çıkmakla birlikte 20. yüzyılın gelişti belli kalıpların değişimini de birlikte getirmiştir.

Modern döneme giriş başta sanat ve estetik olmak üzere geleneksel olandan koparak, eşitlik ilkesi temel alınarak düzenlenen sosyal bir yapı üzerine kurulmuştur. Dönemin teknolojik yeniliklere olan ilgisi de bu yeni dönemi desteklemektedir.

1920’ler modern mimarinin çehresinin tamamen belirli sosyal gruplar, enstitüler ve sanatın elit patronları tarafından tanımlandığı yıllardır. “Fonksiyonel”, “rasyonel”, “yeni”, “modern” ve “enternasyonel” gibi terimler o dönemin mimarlığının burjuva hareketlerini simgeler ve anlamları bir semiyolojik düzen içinde birbirlerinden farklılaşmaları üzerine kurulur.^[2]

Elbette modernizm sadece bu kavramlarla açıklanabilecek bir sistem değildir; sosyal yaşamın değişimi üzerine kurulmuş olan bir görevler bütünü olduğunu söylemek mümkündür. Bu bütün içinde 1920’lerde mekânın ve sanatın değişimi ön plandayken, 30’larda savaş öncesinde daha politik bir platforma oturduğunu, savaş sonrasında ise ekonomik ve kültürel gelişmelere dayanan bir sistem hakimiyetini olduğunu söylemek olasıdır. Ancak değişmeyen tek olgu, modernizmin kendi gele-

neğini ya da geleneği yadsıdığı görüşünden yola çıkmak daha kabul edilebilir bir sav olacaksa, kendi düzenini net göstergeler ile ortaya koyduğu gerçeğidir. Konut, yani “ev” mekanı da bu gerçekliğin göstergesidir.

Tekil konutlara baktığımızda ince bir işçilik ile adeta sanat eseri olarak ortaya konan bu mimari eserlerin konuya katkısı büyüktür. Rasyonel geometrik biçimlerin Mies van der Rohe’nin “less is more” (az çoktur) özdeyişi ile desteklenen bir sadelik içerdiği görülmektedir. Modernitenin ideolojik boyutu konutlarda daha çok ekonomik düzeyi iyi olan müşteriler için var olmuştur. Sparke, bu dönemde mimar ve tasarımcılara açık görüşlü davranmaktan memnun olan, ekonomik düzeyi iyi müşterilerden bahseder.^[3]

Corbusier, Mies van der Rohe ya da Rietvelt’in tasarladıkları pek çok konutta bu izi görmek mümkündür (Şekil 1).

Hizmetlilerin olmadığı bir orta sınıfın oluşumu ve ev kavramının güzellikten öte fiziksel anlamda konforlu ve sağlıklı bir noktayı göstermesi, yepyeni bir bakış açısı geliştirmiştir; gelenekten uzak, fonksiyonel, sade ve işbölümünü kolaylaştıran bir biçim oluşmuştur.^[4]

Bu dönem konutlarında görülen esnek plan şemaları, onix mermer ve çelik gibi o dönem için teknolojik ve lüks sayılabilecek malzemeler sadelik ve saf geometriyi net iç mekan çözümleri ile ortaya çıkartırken, dönemin evrensel ve avangard bakış açısını da ortaya koymaktadır. Ancak, modern dönemin keskin biçimlerinin ev yaşamında kabul görmesi kolay olmamıştır. Bir taraftan Mies van der Rohe’nin ve Corbusier’nin elit, pahalı ve teknolojik tasarımları konut mekanlarında belli bir rasyonellik ve netlik olarak kendini gösterirken, sosyal konutlarda bu zengin iç mekanların yerini durgun, beton paneller ile bölünmüşlüğü yarattığı esneklik ve yalıtılmışlık almaktadır (Şekil 2).



Şekil 1. Rietvelt, Utrecht’te Schroeder Evi – 1924.

1927 yılında Almanya'nın Stuttgart kentinde inşa edilen Weissenhof yerleşkesinde de, aynı bakış açısı hakimdir.

20. yüzyılın başının temel hareketlerini birbirine bağlayan bu avangard yaklaşımlar tekil konutların meşhur mimarlar tarafından tasarlanıp bir araya getirilmesinden öte bir anlam içerir. Kullanıcı, her ne kadar modern dönemin mekansal netliğinin zenginliği değil, prefabrike beton paneller ve bölücü duvarların oluşturduğu dar alanlarda yerleşememe duygusunu yaşamaktaysa da, tüm yaşanan tüm bu duyguların ötesinde gerek Weissenhof, gerekse Siemensstadt'taki bu kolajın altında aslında ötesine geçen müthiş bir esneklik duygusunu da ifade etmek gerekir, ki Tafuri'nin de kendini tekrar eden sosyal konut tasarımlarını çok yetersiz bulmakla birlikte başarılı bulduğu en temel özellik budur.^[5]

Bu mekanlarda esnekliğin ve küçük alanlarda büyük dünyalar yaratma ideallerinin sonucunda günün farklı zamanlarında farklı fonksiyonlara dönüştürülebilir iç mekanlar yaratılmış; o dönem mimarlarının iç mekanları kendi tasarladıkları mobilyalar ile düzenlemek istemeleri sonucunda bu idealler daha da görünür hale gelmiştir (Şekil 3).

Ancak, bu keskinlik ve sadeliğin yaşamsal olarak konfor anlamında çok da iyi sonuç vermediğini söylemek gerekir. Aidiyet duygusunun azaldığı, yaşama alışkanlıklarının göz önüne çok da alınmadığı örnekler olarak tarihte yerini alan bu konutları tanımlarken, Schmidt, 'ev' kavramında gelinen noktayı ve mimarların aslında modern dönem ideolojisinde nasıl hatalar yaptığını şöyle ifade etmiştir: "Her şey bu küçük evlerin içinde geniş alanlar yaratma duygusu ile ortaya çıktı ve sonsuz kombinasyonlar oluşturduk: yemek yeme / yaşama / hol, çalışma / yaşama / merdiven...vb. Bakıldığında



Şekil 3. J.J.P. Oud, Stuttgart'ta Weissenhof Yerleşkesi – 1927.

hepsi güzel gözüktüler; ama tamamen kullanışsızlar... Hareket eden duvarlar bu sergilenen evlerin gerçek markasıydı; ama bir gelişmenin işareti olmadılar... Tam tersi, merdiven holü ve çifte kapılarla birbirine bağlanan odalar 1890'ların özelliklerini bize üzücü bir şekilde yeniden hatırlattı..."^[6]

Modernliğin bir devrim gibi düşünülüp, adeta her şey sil baştan (tabula rasa) yapılmasının mantığı, uygun görülen yaşamların hiç bir ayırım gözetmeden herkese uygulanmak istenmesi idealidir. Bunun ilk görüleceği yer, ise konut olmaktadır. Topluma ve yüksek kültüre sırtını dayayan modernizm ideolojisi içinde bu nedenle mimarlık çok özel bir yer bulmuştur. İç mekan tasarımı ya da mobilya tasarımı ise mimarlara verilmiş bir hak gibi durmaktadır. Benton, bu dönem mimarlarının tasarladıkları mekanlarda adeta büyümlü bir genişleme yaratmak için mobilyalarını da kendilerinin tasarlaması gerektiğine dair takıntılı bir endişeleri olduğundan söz eder.^[7]

Gerçekten de, yüksek kültürün topluma yön vermek adına yaptığı işlerden biri de konut mekanlarının tasarımcıların ön gördüğü biçim, malzeme ve mobilya ile sonlandırılması olmaktadır.

Modernite konut alanında çok hızlı ilerleyememiştir. Bireylerin ihtiyaçlarının 2. plana itilmesi, özne kavramının yok edilmesi, oluşturulan soyut sterillik ve evrensellik kaygısı kitle toplumunun katı ayırımına sebep veren bir düzen oluşturmuştur. 'Yüksek ve aşağı'



Şekil 2. Le Corbusier, Paris'te stüdyo daire salonu – 1929.

kültür olarak yapılan bu ayırım modernizmin en büyük sorunsalı haline gelmiş ve çok uzun süre tartışılmıştır. Yansımaları toplumun her kesiminde görülürken, Nietzsche'nin 'amor fati' (kader aşkı) öğretisi dünyanın bir yanda üstün entellektüel değerler, diğer yanda gündelik aşağı değerler şeklinde ikiye bölünmemesi gerektiğini belirterek yıllar sürecektir bir tartışmayı da beraberinde getirir.^[8]

1950'lere geldiğimizde savaş sonrasında izleri her alanda görülmeye başlar. Savaşın etkilerini üstünden atmaya çalışan toplum tüketime yönelir; yeni bir sosyal spektrum oluşmaya başlar. Bir yandan modern ve liberal ulus tanımları, bir yandan bireyselliğin ve konforun yavaş yavaş ön plana çıkmaya başladığı yeni kimlikler oluşurken, özellikle yeni evli çiftlerin ev sahibi olmak ve gelenekselin dışına çıkmak yönündeki istekleri, televizyon, sinema ve reklam endüstrisinin sunduğu yeniliklerle birlikte farklı bir ev yaşamını sunmaya başlar.

"Ev", artık rahat, dinlenilebilen ve aile yaşamının tüm gereksinimlerini karşılayan bir mekanlar bütünü haline gelmiştir.

Le Corbusier'nin Marsilya konutlarında (Unite d'Habitation 1947 - 1952) gördüğümüz iç mekanın rahatlığı bu bakış açısını destekler niteliktedir (Şekil 4).

Bu mekan, çocukların oyun oynadığı, annenin diktiği, aydınlık, sıcak ve oldukça renkli bir mekanı gösterir bize.

Corbusier, fonksiyonun tasarımda ön plana çıkmasının ve gündelik yaşamı sarmalayan bir düzen oluşmasının gereğini özellikle vurgular; ancak bu, onun sade ve renkli mekanlar tasarlamasını engelleme-



Şekil 4. Le Corbusier'nin Marsilya konutlarından bir yaşam alanı 1947 - 52.

miştir. Burada modernden bir kopuş gibi görünse de, aslında sistematik bir düzenin parçası olarak oldukça modernist bir tavır olduğu da geçerli bir sav olabilir. Yüzyılın ilk dönemlerinde Eileen Gray'in "ev" kavramına bakışı ve Le Corbusier ile bu konuyu tartışması bu tavır için iyi bir örnektir. Yaşam ve alışkanlıkların önemini anlatan çalışması "Architecture, Life and Habit" (Mimari, Yaşam ve Alışkanlık)'de Ballantyne Gray ve Corbusier arasında iç mekan konusunda gelişen tartışmayı anlatır. Roquebrun'da kendi tasarladığı evi için Le Corbusier'den bir duvar resmi isteyen Gray, yapılan çalışmayı beğenmez. Çalışmanın iç mekan dengesini bozduğunu ve gereksiz iddialı olduğunu söyler. Gray için ev bir kabuk, bir süreklilik, bir dışı vurumdur ve sadece heykelsiliği ile değil, tüm organizasyonu ile onu insancıl hale getirir.^[9]

Aslında her ikisinin de konu ev olduğunda yaklaşımı birbirinden çok farklı görünse de birbiri ile aynı noktada kesişir; o da ihtiyaç olanın seçilmesidir. Sadece bu ihtiyacın ne olduğu konusu her ikisi için farklıdır. Şu an günümüzde konut mekanı ve kullanıcı ilişkisinde bu tartışma daha da net oluşmaktadır.

2. Dünya savaşı sonrası yıllar tasarımın yüksek kültürel bir yüz edinmesini sağlayan büyük ideallerin ve hayallerin dönemi olarak tasarımcıların bir anlamda sihir yaratabilecek insanlar olarak düşünüldüğü yıllar olmuştur. İç mekan düzenlemeleri de modern düzenin dışına çıkmıştır. Neutra, Royere, Horstmann gibi tasarımcılar iç meknlara yeni karakterler vermiştir. Böylece açık rafli kitaplıklar, alçak büfeler, uzun lambalar, dokulu duvarlar ve kendini çok net ortaya koyan merdivenler tasarımda ön plana çıkmıştır.^[10] Bu yıllar ile birlikte aslında bireyin kendi kimliğini ve sosyal statüsünü ortaya koyma çabası iç meknlarda daha net gözlemlenmeye başlar; çünkü beklentilerin artışına cevap verebilecek bir üretim de söz konusudur. Böylelikle postmodern olarak adlandırılan dönemin de adımları atılır.

Postmodern'i Deneyimlerken

Modern mimarinin sembolik ölümü olarak ilan edilen Pruitt Igoe konutlarının yıkılması farklı bir döneme geçiş simgeler. Bu konutlar her biri 11 kat yüksekliğinde 33 binadan oluşmakta ve toplam 13.000 kişiyi barındırmaktadır.^[11] Tarihe sosyal toplu konut başarısızlığının bir örneği olarak geçen bu yapı grubu, 1930'ların yüksek yapı tercihlerine bağlı kalınarak tasarlanmıştır. Kullanıma açıldığı 1955 yılı savaş sonrasında getirdiği zor ekonomik düzen içinde kabul edilebilir gibi görünse de, çok sorunu beraberinde getirmiştir. Bireylerin yabancılaşıma, çevreden kopma ve kendini ifade etmekte zorlanma duygusu kimlik oluşumunu ve aidiyet duygusu-

sunu engellemektedir. Bu duygularla da postmodern bir dönemin kapıları açılmaktadır. 1960'lı yılların sonu ekonomik krizin dünyada etkisini net göstermeye başladığı yıllardır. Uluslararası rekabetin arttığı, üretici maliyetlerinin düşürülmeye çalışılarak, standart ve kaliteli üretimin ön plana çıkarılmaya başlandığı dönemlerdir. [12] Özellikle de oluşan petrol krizinin ilk izleri toplumun tüketim anlayışı üzerinde etkisini gösterir. Dönemin toplumsal yapısı antropologların çok çeşitli araştırmalarına konu olurken, mimarlık yolunu Venturi'nin 'Mimarlıkta Karmaşıklık ve Çelişki' adlı çalışması ile bulmaya çalışır; tasarım ise tüketimin farklı bir boyutu ile karşılaşır. Artık kültürün kendini farklı sosyal ve kültürel grupları kucaklayan, onların değer ve davranışlarını temsil eden bir tona geçmesi gerekmekte, kültürün bu yeni tanımı içinde tasarım da modernist ideolojinin sınırlarını aşmak zorundadır.

Modernist ideolojinin kriterleri çok nettir. Tasarımcı, objektif bir bakış açısı ile optimal çözümler üzerine yoğunlaşırken olası sosyal problemler onlara çok uzak görünür. Pek çoğu iç mekan tasarımlarını kendilerinin yaptığı ve mekanlara esneklik sağladıkları sürece sorunların çözüleceğini, hatta hiç oluşmayacaklarını düşünür. Postmodern toplum ise, ilüzyonların, kaosun ve hipergerçekliğin dünyasını simgeler. 'Herşey mümkün' sloganı ile günümüze kadar ideolojisini sürdüren bu bakış açısı, aslında bir anlamda, özgürlük, rahatlık ve hata yapabilme hakkı verir. 1960'lı yıllar ile başlayan ve bireyin kendisini sosyal kimlik ve mekan birlikteliği ile ifade etmeye çalıştığı bu ilk dönemler tabuların yıkıldığı, pek çok kuralın içinin boşaltıldığı, daha az tutucu, ama daha çok toleranslı ve bireyin zevkini daha rahat ifade edebileceği bir çok sesliliktir. Bu çok seslilik iç mekanda kendini eklektik bir düzen ve renk ile gösterir. Bu yılların pop kültürü, görselliğe çok hitap eden, eğlenceci, geri dönüşümlü ve rahattır. Çok kısa ömürlü olsa da, bu dönem modernizmin katlılığının hemen ardından bireyde bir anlamda gevşeme ve bu ruh halini yaşadığı mekanlara yansıtılmış olmanın dayanılmaz hafifliğini simgelemektedir (Şekil 5).

1970'lerin toplumu ise idealist bakış açısı yerine reklam ve pazarlama dünyasına yakın bir yeredir. Ürünün tüketilmesi ve imajı her şeyden daha önemlidir.

Jameson'un tanımıyla bu dönem kültürel üretim sosyal yaşam arasındaki ilişkiyi anlatmaktadır. "Klasik modernizm, orta sınıfa saldıran yaldızlı bir dönemden çıkmıştı. Modernizm Viktorya dönemi mobilyaları ile iyi anlaşamamıştı. Yüksek modernizmin politik içeriği ne kadar ortadaysa, sonrasında hep üstü kapalı ima edilen yollarla dışavurumcu ve tehlikeli hale geldiler; günümüze geldiğimizde ise, artık Picasso ve Joyce artık



Şekil 5. 1960'lardan bir konut iç mekanı.

tuhaf değil klasik kabul ediliyor. Tekstil, mobilya, bina gibi tüm ürünler her ölçekte artistik deneyimlerin ve reklamların sunduğu ölçüde stil değişimlere bağlı, yüksek modernizmin eserleri ise üniversitelerde okutulan, güçlerinden arındırılmış birer kanun haline geldiler." [13]

1968'deki öğrenci protestolarının ardından doğaya dönüş ve alternatif yaşam arayışları başladığında, bu bakış açısını desteklemek amacı ile ilk mağaza Terence Conran tarafından 1964 yılında Londra'da açılan Habitat mağazası olmuştur.

Conran, bu dönemi şöyle anlatır: "Basit ve zekice tasarlanmış bir mağaza yaratmıştık. Amacımız ürünü en iyi şekilde sunmaktı. Her sattığımız katma değer olarak tüketiciye dönüyordu; kısa süre içinde sadece ürün değil, bir 'yaşam biçimi' satmaya başlamıştık... Burada tasarımın amacı, ürünün ilk üretildiği andan itibaren her detayın hesaplanmasıydı. Habitat özellikle orta kesimden yeni evlilere, evlerini ilk kez kurarken bir yaşam sunmayı vaat ediyordu (Şekil 6)." [14]

1970'ler mekan ve sosyal yaşam birlikteliği üzerine farklı bakış açılarının mimarlık alanında ilk defa çok net tartışıldığı yıllardır. 1969 yılında Phillippe Boudon isminde bir mimarlık öğrencisi bir kitap yazar. Vidler'in anlatımına göre Boudon, 1920 yılında Bourdeaux yakınlarında Le Corbusier tarafından tasarlanan iki konutun 40 sene sonraki kaderini araştırmaktadır. Süsten



Şekil 6. Habitat, Londra 1972.

tamamen arındırılmış, betonarma panellerle yapılmış modern dönemin bu küp yapılarının kullanıcıları mekan hakkında belki de ilk defa konuşmaktadır. Le Corbusier de yapılarının kullanıcının inisiyatifi ile rahatlıkla değişebileceğini rasyonel kübik formların bu inisiyatifi yok etmediğini söylemektedir.^[15]

Bu kitap mimarlık çevrelerinde yoğun ses getirir ve mekanın özellikle de konutun kullanıcı ile ilişkisinin farklı boyutlarda tartışılmaya ve işin içine sosyolojinin net dahil edildiği bir dönemi tanımlar.

Boudon'un çalışmasının ön sözü Lefebvre tarafından yazılmıştır. Marksist bir perspektif benimseyen Lefebvre'nin mekana bakışı gündelik hayatın desteklenmesi, ekonomik ve ideolojik boyutun dahil edilmesi ile oluşur.^[16]

Bu bakış açısı Bourdieu'nun "habitus" kavramı ile yeni bir düzene geçer. Bourdieu, bir sosyal ortam içinde farklı tabaka ya da gruplara ait bireylerin sosyal aidiyetlerini göstermek amacı ile mekanlarını oluşturduklarını anlatır. Bu mekanlar, sosyal kimliği belirledikleri kadar, aynı zamanda toplum içindeki düzenin de yerleşmesini sağlarlar.^[17]

Lefebvre, Bourdieu, sonrasında Deleuze ve Guattari'nin mekanı anlamsal bir boyut ile tartışma ve anlamak konusundaki çalışmaları pek çok disiplinden teorisyen için ilgi çekici olmuştur. Özellikle de toplumun amacını ve gelişimini sergilemek adına yapılan bu çalışmaları değerlendiren Archer, "Social Theory of Space" (Mekanın Sosyal Teorisi) adlı makalesinde mimarlığın artık insan hayatı, farkındalık ve toplum konularına daha fazla ilgi gösterdiğini bireysel farklılıkların ifade edilmesinin mekana daha fazla bağımlı hale geldiğini güç, ekonomi ve toplum bazında mimarlığın rolünün arttığını söyler.^[18]

Bu başkalaşım sosyal yaşam, birey ve mekan arasında bir etkileşimi de daha fazla göz önüne sermektedir. Aynı yıllarda özellikle sentetik malzemeleri kullanma ve 'an'ı yaşama felsefesi tepki görmeye başlayınca pop gündemini kaybeder. Whiteley bu dönemi şöyle anlatır: "1968'de pek çok ülkede pop'a karşı bir başkaldırı vardı. Politik katlımlar ve teknolojik kontrol moda ve eğlenceden daha önemli olmaya başladı. Pop'un duruşu ve değerleri sorgulanırken, temel güç olma konusu bitmişti..."^[19]

Pop toplumun yapısını değiştirmemiştir, ama evlere renk ve çeşit sokmayı başarmıştır. Artık modern dönemin katı ve radikal kurallarına geri dönmek mümkün olmayacaktır. Postmodernizmin her şey mümkün kuralı ise evlerde kendine çok daha rahatlıkla yer bulmaktadır.

Doğaya dönüş ile birlikte, teknolojinin daha fazla kontrol altına alınması, yeşilin daha ön planda olması ve enerji tasarrufunun daha etkili hale getirilmesi üzerine çalışmalar başladığında ve iç mekanlarda çevreye duyarlı olma çalışmaları da devam ederken, kullanıcıların önüne çok fazla ve farklı alternatifler sunulmaya başlanmıştır. 1989 yılında İsveç firması Ikea'nın Habitat'ı alması ile birlikte konut iç mekanlarında farklı bir yöne gidiş de gündeme gelmektedir. 1973'deki uluslararası petrol krizinin ardından tasarım dünyası uzun bir süre ekonomik durgunluğun etkisinde kaldığı ve perakendeciliğin yerini zincirlere bıraktığı bu dönem, orta kesim için Ikea'yı bir kurtarıcı rolüne sokmaktadır. Sadece çevre dostu ürünler satmasının yanı sıra, birbirinden farklı ev senaryolarının görselleştirilmiş hallerini bulmanın mümkün olduğu bir yer olarak elbette çok rağbet görmekte, beğendiğiniz senaryoyu olduğu gibi alıp götürülebildiğiniz gibi, istediğiniz düzenlemeleri yapma şansınız da olmaktadır. Böylelikle kendinizi tasarımcının yerine koyabildiğiniz gibi, 'ev' kavramı netleşerek, aile değerlerinin, mahremiyetin, özel alanların ve güvenin göstergesi haline gelmektedir (Şekil 7).

Elbette, konut iç mekanları doğaya dönüş, konfor ve çevreye duyarlı biçimleri ile sınırlı kalmaz. 1980'lere gelindiğinde oluşan 2. petrol krizi geleceğe ve doğal kaynaklara karşı daha korumacı bir bakış açısının oluşmasını sağlayarak mekanlarda da bunun izlerini yakalar. Yeni bir toplum ve yeni bir sosyal düzen gerekliliği çok net belirginleşir. Bir yandan teknolojinin ilerlemesi, özellikle internetin kullanımının yaygınlaşması, diğer yandan reklam ve medya kanallarının artması, tüketici profiline değişmesine ve bunun da iç mekanlarda farklı izler bırakmasına sebep olmaktadır. Postmodern estetik olarak tanımlayabileceğimiz bu dönemde tüketicinin kendi zevkini ve parasını kullanmak yönünde



Şekil 7. IKEA 'hayalinizdeki salon'.

tercihlerinin değişmeye başladığı yılları görürüz. Tercihlerde bakış açıları değişmeye başlar. 1990 sonrası, kimlik ve imajların temsil açısından çok örneğinin görüldüğü yıllardır. Toplum, belli kodlar ve göstergeler üretmeye başlamıştır. Amaç, sadece teknolojiyi kullanarak konforlu bir yaşam alanı sağlamak değil, bu gösterge ve temsilleri kullanarak, ait olunan sosyal statüyü gösterebilmektir. Bourdieu'nun, "Tüketim, sosyal gruplar arasındaki farkları yaratmak için bir yoldur..." deyişi evlerde gerçek anlamda kendini göstermektedir.^[20]

Elbette, tüketicinin yeni zevkler ve yaşam biçimlerinden kaynaklanan farklı beğenileri oluşmaya başladığında, reklam endüstrisi de tüketicinin daha aktif bir rol üstlenmesi için çalışır ve farklı alt grup aktiviteleri üzerine yoğunlaşan özellikle 1990'lı yıllarda ürünleri birer gösterge olarak ortaya konur.

Her gün, her alanda ev için romantizm, konfor, güven, iyi yaşam vb. duyguları arttırmaya yönelik pek çok ürün sunulmakta ve birer gösterge olarak yaşamlara girmektedir. Tüketimin ise bu göstergeleri aktif olarak manipüle etmesi beklenmektedir.^[21]

20 yüzyılın bitimine yaklaşırken ise, sosyal statünün herşeyin üstünde olduğunu görmek ise mümkündür.

Sosyal Dönüşüm ve Konut

20.yüzyılın başından bu ana kadar olan sürece baktığımızda, modern dönemin keskin ve net üslubunun sadece mimari planların sade ve saf geometrisinde değil, aynı zamanda iç mekanların oluşmasında da kendini aynı tonda ifade ettiğini görürüz. Dönemin mimarlarının toplumsal bir amaç adına üstlendiklerini düşündükleri tasarım onları iç mekanlarda da en ince detaya kadar yaratıcı olmaya itmektedir. Elbette sosyal yaşamın bireyden öte ulusu ve toplumu ön plana alan ve politize olmuş düzeni de bu sistemi desteklemektedir.

Ancak, çeşitli savaşlar gören dünyanın bireyin var-

lığını gösterme yolundaki istek ve adeta başkaldırısını da görmezden gelmesi mümkün olmamıştır. Tekrar 1966 yılına ve Venturi'ye geri dönecek olursak, "Las Vegas'tan Öğrendiklerim" bir anlamda popüler kültürün kendi estetiğini nasıl meşrulaştırdığını mimar ve tasarımcılara gösteren ilk çalışmalardandır. Tüketim kültürünün kendi mantığının ve görselliğin tasarımcıya öğreteceği çok şey olduğunu savunan bu kitapla birlikte, aslında mimar ve tasarımcıların belli bir serbestliğe adım attıklarını söylemek mümkün olacaktır. Modern mimarlığın olmadığı bir şeyin karşısında kendisini gösterdiğini söyleyen Venturi özellikle Mies'in konutlarını örnek vererek, süsleyici mermerlerin, yönlendirici panoların aslında sadece simgesel olduğunu, toplumsal gerçekliğin varlığını düşündürmediğini iddia eder.^[22]

Burada tartışılması gereken modern dönem konutunun, Adolf Loos'un 20. Yüzyılın başında ortaya koyduğu "Süsleme Cinayettir", değişimin mekansal konforu nasıl etkilediği ve kullanıcının mekan kullanımına dahil olma yollarının kapanıp kapanmadığıdır. Modern dönem, ürünü sadece bir mimari anlatım olarak ortaya koyarken, postmodern dönem için ürün ne kadar tüketildiği, nasıl servis edildiği ve neyi simgelediği ile ön plana çıkmaktadır. Doğal olarak da çeşitlilik çoktur; hatta dekorasyon başta olmak üzere, tarihselcilik ve ekletisizm de kabul görmüştür. Elbette, yüzyılın sonunda teknolojinin çok ilerlemiş olduğunu, tasarımcıların her alanda markalaşma şansı bulduğunu da kabul etmek gerektir. Konu sadece, çevreye duyarlı ya da teknolojik olmak değil, kendini mekanla ifade etmek üzerine kurulmuştur. Modern dönemin aksine herşey yoğun imaj ve göstergeler ile doludur.

Bireyin kendini ifadesi konusunda artık farklı söylemlere girmek gerekmektedir. Baudrillard, tüketim toplumu ile ilgili çalışmalarında bireyin hızlı tüketmek ve sosyal yaşam içinde oluşan döngüye adapte olmak istediğinden yani bir kalıp ya da mantık olduğundan yola çıkar. Günümüz tüketim teorilerinin çoğu da Marksist bir bakış açısından süzülerek gelir. Tüketim, kültür ve kitle üretimini "kültür endüstrisi" olarak tanımlayan Horkheimer ve Adorno bu endüstrinin, kitlelere devamlı genişleyen bir yelpaze içinde ürün sağladığını ve bu donatım ile tüketimi sağlayıp kitleleri kontrol ettiğini söylerler.^[23]

"Ev" mekanları olarak baktığımızda bu tüketim bireyin kendini rahat ve konforda hissetmesi ile ön plana çıkmaya başlamıştır. Her ne kadar Baudrillard, ürünün işlevsel kimliğini kaybettiğini ve boş formlar halinde simulakralara döndüğünü aslında mekanların her türlü doluluklarına rağmen, orijinal anlamlarından mahrum kalmış işaretlerden oluşan alanlar olduğunu düşünse

de^[24] konu artık kişinin aidiyet duygusunu kendi varoluşu üzerine dayandırması noktasına gelmektedir. Bu nedenle, 90'lı yıllarda Paris'te minimalist etkileri taşıyan bir ev ile Milano'da etnik bakış açısı ile düzenlenmiş bir konut yaşama alanı artık kimseyi şaşırtmamaktadır. Elbette, bu denli işaret karmaşasının getirdiği sıkıntılar da olacaktır. Ama, amaç her zaman için kar sağlayan bir tüketimdir. Postmodern estetik ise, Madigan ve Munro'nun belirttiği gibi, fordist üretimle bağlantılı kitle pazarlamasının ortaya çıkaracağı tüketim olacaktır (Şekil 8 ve 9).^[25]

Aslında postmodern dönemin kendini tükettiği, modern dönemin izlerinin hala ortada olduğu tartışmaları ile bulanık bir dönem oluşmaya başlamıştır. Jameson'un, Lyotard'ın 1984 yılında İngilizceye tercüme edilen "Postmodern Condition / Postmodern Durum" adlı çalışmasının önsözünde bahsettiği ve 1984'de yazdığı Postmodernism, or the Cultural Logic



Şekil 8. Kenzo Evi, Paris 1991.



Şekil 9. Romeo Gigli Evi, Milano 1990.

of Late Capitalism / Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı adlı makalesinde tanımladığı dönemin postmodern var oluşu mimarlık ile ilişkilendirilen 'yeni bir kültürel tutuculuktur.' Aynı zamanda postmodern dünyanın bölük pörçük ve kaotik duruşuna karşın yabancılaşmanın giderilmesi, bireyin ait olma duygusunun oluşması ve yeni bir kültürün inşasının gerekliliğini de savunan Jameson, elbette kapitalizmin yeni bir kültürel duruş getireceğini söylemektedir.^[26]

Tüketim teorileri ve aidiyet duygusu üzerine yapılan çalışmalar konutun gündelik yaşam ile bağına gözler önüne sermektedir. Yeni ve eski tüm dikotomiler ve tüketim teorileri içinde gündelik yaşam konut içinde zamana yayılan ve sıradan kabul edilen yaşamın maddesel doğası olarak düşünülmektedir.^[27]

Aslında bu, Lefebvre'nin da düşündüğü, göstergelerden soyutlanmış ve oluşumunu inkar etmeyen steril bir düzendir. Birey, kendi konumunu tüketimin dilinden bağımsız kılabilir. Tüketim, her ne kadar yüksek ve aşağı kültür arasındaki uçurumun kapanmasını sağlayamamışsa da Stauth ve Turner'ın tanımları ile kapitalizmin ilk dönemlerinin toplumsal ve kültürel tezahürü olarak burjuva toplum sona ermiş, sahiplenici özen ve kaba bireylik gözden yitilmiştir.^[28]

Gündelik yaşam, kitle üretiminin çok revaçta olmasına rağmen, birey için tasarlama çabaları ile devam edebilmektedir. Modern dönemin tasarımcıya atfettiği yol gösteren rol, şu an için bireyin kendi özgürlüğü ile tüketimi arasında kurduğu bağdan ivme alarak değişmektedir. Üretilen her ürün kullanıcıya kendi içinde bulunduğu sosyal grubu ifade edebilmenin yolunu açmakla birlikte, "kahraman tasarımcı"nın yerinde tüm toplumun her bir bireyinde ayrı varolabilen kültürel katmanların görülebilmesi gerekmektedir. Bu gerçek, Rosenberg'in tanımıyla "yeni gelenek" (tradition of the new) tir.^[29] Lefebvre'nin 1947 yılında yazdığı, 'The



Şekil 10. Truus Shroeder, Shroeder Evi'nin yemek bölümünde bir ziyaretçi ile, Utrecht, 1982.

Critique of Everyday Life' ya da yıllar sonra 1974'de oluşturduğu eseri 'The Production of Space' de belirttiği gibi, gerçek yaratıcılık, yeniliğin içindedir ve içerikle uğraşan mimarlar aslında güncelliğini yitirmiş formlarla uğraşmaktadırlar, ama hiç bir zaman bunlar yaratıcı güç olamazlar...^[30]

Modernizmin yüksek kültürünün örnekleri ise artık modern dönemi günümüze tanıtan sergi mekanları olarak kullanılmaktadır. Bir dönemin yaşamını yansıtan evler şimdi bir müzenin parçası olarak, 'o zamanlar nasıl yaşadık' tabelası ile halka sunulmaktadır. Overy'nin 'Modern Yaşamın Restorasyonu' adını verdiği bu yeni düzen,^[31] tıpkı temalı parklarda, ya da alışveriş merkezlerinde dolaşan ve tüketen bireylerin gündelik alışkanlıklarının bir parçası gibi işlemektedir (Şekil 10).

Elbette, mimarın tasarımcı olarak sorumlulukları yüksektir; ama konu gündelik yaşama ve bireyin içinde yaşadığı "ev"e gelince daha somut, daha elle tutulur ve daha bireysel ifadeler gerekmektedir. Lefebvre'nin 1947 yılında gündelik yaşamın, modern dönemin ağır bürokratik ve standart düzeni içinde yok olduğunu söylemesinin üstünden geçen yıllar aslında sadece modern kavramının üstünü örtmüştür. Yaşadığımız yıllarda aynı düzenin postmodern mekanda da tüketildiğini rahatlıkla görebiliriz.

Tüketim kültürünün kapitalist meta üretiminin ve satın alma odaklı düzeninin zevkler, alışkanlıklar ve sınıf ayrımlarının netleşmesi adına her zaman gündemde olacağı kesindir; ancak Featherstone'nun gözlemi mevcut durumu çok net tanımlamaktadır: "Tüketim kültürünün geldiği noktada artık imaj ve sembolleri kullanarak kişi öncelikle kendisini mutlu etmek noktasındadır..."^[32]

Sonuç

Modern dönemin, politik, ulusalcı ve katı rasyonel ideolojisi toplumu yeniden yapılandırmaya çalışan bir düzende her zaman bireyin yüksek kültüre bağlı yaşaması ve tüketmesi politikasını savunur. Tasarımcının baş aktör olarak yönlendirici rolü, dönemin tüm konut yapılarında kendini gösterir. İşlev her zaman ön plandadır, ama bu işlevin tanımı yine tasarımcının bakış açısı ile belirlenir. "Ev" bir tüketim nesnesi olmaktan çok çağın politik, ekonomik ve kültürel yansımalarını içinde barındırır. Modernizmin bitişi ve yeni bir bakış açısı ile oluşan postmodern düzen ise sınırları aşan, kaotik, göstergelerin yoğun ve sınırların bulanıklaşmaya başladığı dönemleri tanımlar. Birey, ait olmanın göstergelerini yaşadığı konut mekanında ifadelendirir. Kitle kültürü ve yüksek kültür arasındaki sınırların bulanıklaşmaya başlaması ile teknoloji, çevre, doğa ve bireyin kendini

ait hissettiği sosyal grubun göstergelerini taşıyan konutlar oluşturmaya başlar. Amaç, ait olmanın gerektirdiği işaret ve sembolleri mekanlara taşımak haline gelince, postmodernizmin tüketiciye anlatmak istediği mesajların karışmaya başladığı gözlemlenir. Şu an için tasarımcı, bireyin isteklerinin tanımını yapmak durumundadır. Bu istekler sadece aidiyet duygusunun göstergeleri değildir, herşey çok hızlı değişmekte, kültürün tamamı değişim içine girmektedir. Bu noktada 20. yüzyılın başından beri değişen konut, "ev" yeni bir varoluşçu tanıma ihtiyaç duymaktadır. Acaba birey kendinden ve öznelliğinden uzaklaşmakta mıdır? sorusunun cevabı yanıtlanmayı beklemektedir. Kierkegaard'dan Sartre'a kadar uzanan süreç içinde varoluşçu geleneğin öncelikle bireysel olduğundan yola çıkarsak, Ogilvy'nin dediği gibi bireysel bağımsızlığın bütünün dinamiğinden daha öte bir konuma yerleşeceğini söylemek mümkündür.^[33] Aslında, ev hepimiz için özel bir alanı simgeler. Bachelard'ın "fiziksel olarak içimize kaydedilen anılarımızdaki evimizdir" dediği gibi, gerçekten aradan 20 yıl geçse ve birbirinden farklı sayısız merdiveni çıkmış olsak da geri döndüğümüzde, o ilk merdivenin ötekilerden biraz daha yüksek basamağını hatırlayacak bir anı oluşturmamız^[34] mümkün olacak mıdır; yoksa artık herşey sadece tüketimin bir adım daha kendisini meşrulaştırması adına yok mu olacaktır...

Kaynaklar

1. Ogilvy, J. (2012) Existentialism and the Environment, World Futures: The New Paradigm Research, 68:7, pp. 461- 470.
2. Goldhagen, S. (2005) Something to Talk About: Modernism, Discourse, Style, Journal of Architectural Historians, Vol. 64, No. 2, pp. 144-167.
3. Sparke, P. (2013) An Introduction to Design and Culture, Routledge, New York.
4. Forty, A. (2005) Objects of Desire, Thames & Hudson, Londra.
5. Akcan, E. (2011) Manfredo Tafuri's Theory of the Architectural Avant-garde, The Journal of Architecture, 7:2, pp. 135-170.
6. Schmidt, H. (1927) ' Die Wohnung', Das Werk, Vol. XIV 1927, bu bölüm Charlotte Benton'in Le Corbusier: Furniture and the Interior adlı makalesinden alıntılanmıştır, Journal of Design History, Vol. 3, No 2 / 3, 1990 pp. 103.
7. Benton, C. (1990) Le Corbusier: 'Furniture and the Interior', Journal of Design History, Vol. 3, No 2 / 3, pp. 103-124.
8. Kellner, D. (1994) Toplumsal Teori Olarak Postmodernizm: Bazı Meydan Okumalar ve Sorunlar, çev. Mehmet Küçük, 'Modernite Versus Postmodernite' içinde, Vadi Yayınları, Ankara.
9. Ballantyne, A. (2011) Architecture, Life, and Habit, The American Society for Aesthetics, pp. 43-49.
10. Sparke, P. (2013) An Introduction to Design and Culture,

- Routledge, New York.
11. Comerio, M. (1981) Pruitt Igoe and Other Stories, JAE, Vol. 34, No. 4, pp. 26-31.
 12. Frana, A.; Ono, M. (2007) Social and Cultural Dimensions of the Sustainable Design: Consumption and New Lifestyles, International Symposium on Sustainable Design, Sept. 4-6, Brezilya, pp. 2-15.
 13. Jameson, F. (1991) Postmodernism and Consumer Society, Anti-Aesthetic içinde, ed. Hal Foster, Port Townsend, Washington.
 14. Conran, T. (1996) Terence Conran on Design, Conran Octopus Limited, Londra.
 15. Vidler, A. (2013) Toubles in Theory part IV: The Social Side, Architectural Review, Vol. 223, Issue 1394.
 16. Lefebvre, H. (1947) The Critique of Everyday Life', tercüme J. Moore, Verso 2002 ve the Production of Space', tercüme, D. Nicholson, Blackwell, Oxford, 1991.
 17. Bourdieu, P.; Wacquant, L. (1992) An Invitation to Reflexive Sociology, University of Chicago Press, Londra.
 18. Archer, J. (2005) Social Theory of Space: Architecture and the Production of Self, Culture, and Society, Journal of the Society of Architectural Historians, Vol. 64, No , pp. 430-433.
 19. Whiteley, N. (1985) Pop, Consumerism and the Design Shift, Design Issues, Vol. 2, No.2, pp.31-45.
 20. Bourdieu, P. (1984) Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste, Routledge, Londra.
 21. Barnard, M. (1996) Art, Design and Visual Culture, Macmillan Press, Londra.
 22. Venturi, R.; Brown, D.S.; Izenour, S. (1993) Learning From Las Vegas, Las Vegas'ın Öğrettikleri, ev. Serpil Merzi Özallu, evki Vanlı Mimarlık Vakfı Yayınları, Ankara, orjinal basımı Cambridge, MIT Press, 1972.
 23. Horkheimer, M., Adorno, T.W. (1972) Dialectic of Enlightenment, New York, Herder & Herder.
 24. Baudrillard, J.; (1996) The System of Objects (1968), Verso, Londra.
 25. Madigan, R.; Munro, M. (2008) 'House Beautiful': Style and Consumption in the Home, Intimus içinde, John Wiley & Sons Ltd.
 26. Jameson, F. (1984) Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism, New Left Review, 146: 53-93, Türkesi, Postmodernizm Ya da Ge Kapitalizmin Kültürel Mantığı, ev: Deniz Erksan, derl. Necmi Zeka, 'Postmodernizm' içinde, Kıyı Yayınları, İstanbul, 1990.
 27. Upton, D. (2002) Architecture in Everyday Life, New Literary Source, Vol. 33, No.4, pp. 707-723.
 28. Stauth, G., Turner, B. (1994) Nostalji, Postmodernizm ve Kitle Kültürü Eleştirisi, ev. Mehmet Küçük, Modernite Versus Postmodernite içinde, Vadi Yayınları, Ankara.
 29. Buchanan, R. (1994) Branzi's Dilemma: Design in Contemporary Culture, International Conference, Helsinki, Design: Pleasure or Responsibility, pp.1-22.
 30. Lefebvre, H. (1947) the Critique of Everyday Life', tercüme J. Moore, Verso 2002 ve the Production of Space', tercüme, D. Nicholson, Blackwell, Oxford, 1991.
 31. Overy, P. (2006) The Restoration of Modern Life, "The Modern Period Room içinde, editörler, P. Sparke, B. Martin, T. Keeble, Routledge, New York.
 32. Featherstone, M. (1990) Perspectives on Consumer Culture, Sociology, 24:5, pp 5-22.
 33. Ogilvy, J. (2012) Existentialism and the Environment, world Futures: The New Paradigm Research, 68:7, pp. 461-470.
 34. Bachelard, G. (1957) La Poetique de l'espace, Uzamın Poetikası, ev. Alp Tümertekin, İthaki, 2008.

Resim Listesi

1. The Modernist House, Phaidon Press, Londra, 2009, s 10.
2. Fiell, C.& P.; 2001, Design of the Twentieth Century, Taschen Verlag, Köln, s: 99.
3. Benton, C.; Le Corbusier: 'Furniture and the Interior', Journal of Design History, Vol. 3, No 2 / 3, pp: 103 – 124 1990, s: 105.
4. Conran, T.; 1996, Terence Conran on Design, Conran Octopus Limited, Londra, s: 40.
5. Massey, A.; 2008, Interior Design Since 1900, Thames& Hudson, Londra, s: 184.
6. A.g.e, s: 186.
7. http://www.ikea.com/gb/en/catalog/categories/departments/living_room/10661/ (04 eylül 2013 tarihinde indirilmiştir.).
8. Conran, T.; 1996, Terence Conran on Design, Conran Octopus Limited, Londra, s: 43.
9. A.g.e, s: 51.
10. Overy, P. (2006) The Restoration of Modern Life, "The Modern Period Room içinde, editörler, P. Sparke, B. Martin, T. Keeble, Routledge, New York s: 75.

Anahtar sözcükler: Kimlik; modern konut; postmodern kültür; tüketici alışkanlıkları; gündelik hayat.

Key words: Identity; modern house; postmodern culture; consumer habits; daily life.