



**RETORİK KAVRAMI VE MİMARLIK
ALANINDA DEĞERLENDİRİLMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Fatma YAPICI

Eskişehir 2020

RETORİK KAVRAMI VE MİMARLIK ALANINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Fatma YAPICI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mimarlık Anabilim Dalı

Bina Bilgisi Bilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Ruşen YAMAÇLI

Eskişehir

Eskişehir Teknik Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Haziran 2020

ÖZET

RETORİK KAVRAMI VE MİMARLIK ALANINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Fatma YAPICI

Mimarlık Anabilim Dalı

Bina Bilgisi Bilim Dalı

Eskişehir Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Haziran 2020

Danışman: Prof. Dr. Ruşen YAMAÇLI

Bu tezde retorik kavramı mimari tasarım açısından ele alınmıştır. İkna etme ve etkileme sanatı olarak bilinen retorik, iletişimi ve söylemi barındıran tüm disiplinlerle ilgili bir sanattır. Mimarlık alanında ise mimarlık mesleğinin etki alanlarını ve bu alanlarla kurduğu iletişimi içerir. Mimarlık, çok yönlü ilişkilerle kurulu fiziksel, sosyo-kültürel, ekonomik, teknolojik ve psikolojik boyutları olan bir bilim dalıdır. Retorik kavramı mimarlık mesleğinde insanlığın varoluşundan günümüze kadar önemli bir betimleme aracı olarak değerlendirilmiş ve geliştirilmiştir. Bu araç mimarlık kültüründe, kullanıcı ya da izleyici ile mimarlık ürünü arasında yaşanan etkileşim sürecine odaklanarak mimarlığın dinamik yapısına dikkat çekmektedir. Mimarlık, insan ve çevresi arasındaki ilişkiyi kapsayan sanatsal ve bilimsel faktörlerin bütünü olarak görülebilir. Diğer bilim ve sanat dalları gibi disiplinler arası çalışmalara ağırlık vererek ve bu alanlardan edindiği bilgileri yenileyerek mekânı anlamlandırmaya çalışmaktadır. Mimarlığın gelişim süreci içerisinde düşünsel yönünü anlamlandırmada retorikğin önemli katkısı bulunmaktadır. Bu tez kapsamında ise retorik kavramı fiziksel, kültürel, düşünsel ve paylaşım bağlamında tasarım ve mimarlık üzerinden değerlendirilmiş ve mimarlığa olan etkisi incelenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Retorik, İletişim, Tasarımın dili, Mimari temsil, Düşünsel mimari.

ABSTRACT

THE CONCEPT OF RHETORIC AND ITS EVALUATION IN THE FIELD OF ARCHITECTURE

Fatma YAPICI

Department of Architecture

Programme in Building Design

Eskişehir Technical University, Institute of Graduate Programs, June 2020

Supervisor: Prof. Dr. Ruşen YAMAÇLI

In this thesis, the concept of rhetoric is discussed in terms of architectural design. Rhetoric, known as the art of persuasion and influence, is an art related to all disciplines that includes communication and discourse. In the field of architecture, it comprises the domains of the architectural profession and the constitution of communication within these fields. Architecture is a branch of science that has physical, socio-cultural, economic, technological and psychological dimensions, established with sophisticated relationships. The concept of rhetoric has been evaluated and developed as an important description tool in the profession of architecture since the existence of humanity. In the architectural culture, this tool draws attention to the dynamic structure of architecture, focusing on the interaction process between the user or the audience with the architectural product. Architecture can be seen as a whole of artistic and scientific factors covering the relationship between humans and their environment. It attempts of interpretation of the space by focusing attention on interdisciplinary works as other branches of science and art and by renewing the knowledge that has gained from these fields. In the architectural development process, rhetoric has a significant contribution in making sense of the ideational aspect. In the scope of this thesis, the concept of rhetoric was evaluated through design and architecture in the context of physical, cultural, ideational and sharing and its effect on architecture was examined.

Keywords: Rhetoric, Communication, Language of design, Architectural representation, Ideational architecture.

TEŞEKKÜR

Çalışma sürecimin her aşamasında bana tüm bilgisi ile destek olan, mimarlığın özellikle düşünsel boyutunda farklı bir bakış açısı kazanmama vesile olan, bilgilerini, gözlemlerini ve deneyimlerini sabırla benimle paylaşan, bilime olan tutkusuyla ufkumu genişleten değerli tez danışmanım Prof. Dr. Ruşen YAMAÇLI'ya teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Yüksek lisans eğitimim boyunca her çıkmazımda yanımda olarak bana pratik çözümler sunan, sabrını ve desteğini hiçbir zaman benden esirgemeyen, tezimi bitirmemde büyük katkısı olan, Eskişehir'i varlığıyla sevdiğim, benim diğer yarım Oğulcan DOĞAN'a ve kıymetli ailesine,

Sevgi ve hayat dolu, dünyanın en masum köpeği, her duyguma ortak olan prensesim Hera'ma,

Şefkatiyle her zorumu kolaylaştıran, her zaman yanımda olduğunu hissettiğim, varlığıyla güç bulduğum biricik annem Meryem YAPICI'ya; maddi ve manevi desteğini hiçbir zaman esirgemeyen, her daim bana cesaret veren, mimarlık mesleğini gönlüme koyan sevgili babam Birol YAPICI'ya; pratik düşünceleriyle ve özellikle teknolojik konularda tezimde ilerlememe vesile olan, dünyanın en iyi tasarımcısı olacak güzel kalpli, canım kardeşim Mehmet YAPICI'ya çok teşekkür ederim.

Fatma YAPICI

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Eskişehir Teknik Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Fatma YAPICI

İÇİNDEKİLER

Sayfa

BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
TEŞEKKÜR	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
GÖRSELLER DİZİNİ	xii
1. GİRİŞ	1
2. RETORİK KAVRAMI.....	4
2.1. Retoriğin Tanımı.....	4
2.2. Tarihsel Süreçte Retoriğin Gelişimi.....	7
2.3. Retorik Söyleminin Öğeleri.....	11
2.4. Retorik Kanonları.....	15
3. TASARIM VE RETORİK	20
3.1. Tasarım Sürecinde Retoriğin Rolü	25
3.1.1. Tasarım sürecinde verimlilik ve kullanılabilirlik	31
3.2. Görsel Tasarım ve Retorik.....	32
4. MİMARLIK VE RETORİK.....	36
4.1. Kentlerin Oluşumunda Retorik.....	41
4.1.1. Florida / Seaside kasabası	45
4.1.2. Ulusal 11 Eylül Anıtı.....	48

4.1.3. Romanya Parlamento Binası	51
4.1.4. Ayasofya.....	54
4.1.5. Birinci TBMM binası.....	57
4.2. Mimarlıkta Göstergebilim Olarak Retorik	59
4.3. Mimari Stüdyolarda Retorik	64
4.4. Mimari Yarışmalarda Retorik	69
4.5. Mimari İfade Biçimleri ve Retorik.....	72
4.5.1. Eskiz	73
4.5.2. Perspektif.....	74
4.5.3. Aksonometri	75
4.5.4. Ortografikler (Plan, kesit ve görünüş)	76
4.5.5. Kolaj.....	78
4.5.6. Maket (Model).....	79
4.5.7. Diyagramlar	80
4.5.8. Dijital-teknoloji	83
5. SONUÇLAR.....	86
KAYNAKÇA.....	93
EKLER	
ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 3.1. Klasik çağın retorik ve ikna edici sanat biçimleri formu	24
--	----



ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 2.1. Retorik söyleminin öğeleri üçgeni	12
Şekil 2.2. Ethos ile ikna yöntemi	14
Şekil 2.3. Pathos ile ikna yöntemi	14
Şekil 2.4. Logos ile ikna yöntemi	14
Şekil 2.5. Retoriğin kanonları.....	16
Şekil 3.1. Bağlam ve müşteri dinamikleri içinde özne, kamuoyu ve tasarımcı.....	25
Şekil 3.2. Retorik etkili tasarımın diyalog çerçevesi	27
Şekil 3.3. Retorik kanonların üretim ilkeleri ilişkisi	28
Şekil 3.4. Kavramsal tasarımın kuralcı modeli.....	29
Şekil 4.1. Retorik çağrışımlar ve sorular	37
Şekil 4.2. Stuart Hall İletişim Modeli.....	39
Şekil 4.3. Dünya kentlerinin yer işaretleri ve sembolleri	42
Şekil 4.4. Lefebvre'in Mekânsal Üçlü (Spatial Triad) Kavramsallaştırması	44
Şekil 4.5. Seaside Kasabası Planı	46
Şekil 4.6. Gound Zero vaziyet planı	49
Şekil 4.7. Romanya Parlamento Sarayı binası zemin kat planı	51
Şekil 4.8. Birinci Ayasofya (sol) ve İkinci Ayasofya (sağ) tahmini çizimleri	55
Şekil 4.9. Günümüz Ayasofya planı ve bölümleri.....	55
Şekil 4.10. Katılımcı Tasarım metodolojisinin katılımcıları için avantajlar diyagramı .	66
Şekil 4.11. Katılımcı Tasarım'da birbirine bağlı eylemler diyagramı.....	68
Şekil 4.12. Hipotetik plan	73
Şekil 4.13. Frank Gehry, Noel Evi (1978) Santa Monica, Kaliforniya	74
Şekil 4.14. Üç noktalı perspektif düzeneği. Bakış açısı yukarı veya aşağı doğrudur	75
Şekil 4.15. Aksonometrik Çizim, Smith House	76
Şekil 4.16. Le Corbusier Villa Savoye plan	77
Şekil 4.17. Le Corbusier Villa Savoye kesit.....	77
Şekil 4.18. Le Corbusier Villa Savoye görünüş	78
Şekil 4.19. The Plug-In City / Peter Cook, Archigram	78
Şekil 4.20. The Plug-In City detay / Peter Cook, Archigram	79
Şekil 4.21. Şematik ve operasyonel diyagram	81

	<u>Sayfa</u>
Şekil 4.22. İşlev ve akış diyagramı	82
Şekil 4.23. Analitik diyagram	82
Şekil 4.24. Bernard Tschumi, Parc de la Villette, 1984	83
Şekil 4.25. Chesa Futura, Norman Foster.....	84
Şekil 4.26. E. McIntosh, "Alternatives to High-Rise Circulation"	85



GÖRSELLER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Görsel 3.1. Sensör çöpçü avı projesinde bir katılımcı.	31
Görsel 3.2. İlk görsel, Günter Kieser; ikinci görsel, Anton Stankowski	34
Görsel 4.1. Seaside / Florida tipi yerleşimi	47
Görsel 4.2. Libeskind “Memory Foundations” projesi modeli 1	48
Görsel 4.3. Libeskind “Memory Foundations” projesi modeli 2	50
Görsel 4.4. Romanya Parlamento Sarayı binası	53
Görsel 4.5. Birinci TBMM binası	57
Görsel 4.6. Wainwright Binası, Scott Binası, Schocken Alışveriş Merkezi	60
Görsel 4.7. Casa Battlo dış ve iç görünüş	62
Görsel 4.8. Bir mimari yarışmanın kazanan projesi (Mahabalipuram / Hindistan)	72
Görsel 4.9. Frank Gehry Concert Hall maketi	80

1. GİRİŞ

Zihindeki imgelerin dış dünyaya aktarılmasında rol oynayan mimari ifadelerin, yirminci yüzyıl sonrasında etkisini artırdığı gözlenmektedir. Artan bu etkiyle mimari ifadeler, kendi yapısında zamansal değişikliklere uğrayarak etkisini göstermeye devam eder. Uğradığı değişimler arasında en dikkat çeken, mimari ifade biçimlerinin bağlı olduğu nesnesinden uzaklaşarak kendisine yeni bir yön oluşturması şeklinde açıklanabilir (Graafland, 1996). Yirminci yüzyıldan itibaren mimarlık, yapım, inşa ve tasarım alanlarını ifade etmesinin haricinde siyasi, kültürel, toplumsal, edebiyat, teknoloji ve doğa bilimleri gibi alanlarda bir tarih olgusu haline gelmiştir. Yeni düzen arayışları mimarlığı farklı bir düzeye taşıyarak yeni bir araştırma alanına fırsat tanımıştır. Mimari ifade biçimlerindeki bu değişiklik, farklı disiplinlerle yakından ilgili olmasından dolayı tüm bilimlerle ilişkili haldedir (Woolgar, 1999). Tüm bu değişimlerin beraberinde mimarlar, ifade kavramını retorik kavramı ile bütünleştirerek iletişimin önemini kavramışlardır. Bununla birlikte mimarların bir kısmı yapı-inşa sektörünün haricinde, retorik alandaki bir mimarlık pratiği içinde yer almıştır.

Günümüzde mimarlık yapı üretme anlamının ötesinde, ürettiği fiziksel yapı ve çevrenin kendisi ve temsili olarak gelişmektedir. Bu gelişmeyle mimarinin temsil yönü güçlendirilerek etkili bir iletişim aracı olması sağlanmaktadır. Bu iletişim araçları sanat, felsefe, edebiyat ve diğer ilgili bilim dalları gibi hayatın pek çok alanı ile kurduğu ilişkiler ve bu ilişkiler üzerinden yeniden getirilen anlamlar ile ifade edilmektedir. İfade biçimleriyle birlikte temsil ve söylem artarak gelişen olgular haline gelmektedir (Somer, 2015). Temsilin ve söylemin etkin bir biçimde sunulması, retorik kavramının mimari alanda yer bulmasına imkân sağlamıştır.

Tasarım teorileri üzerine çalışmalar yapan Buchanan'ın tanımına göre retorik, konuşmacılarda ve diğer iletişim nesnelerinde bir araya getirildiklerinde konuşmacıların ve izleyicilerin yaratıcı ve ikna edici ilişkisidir (Buchanan, 1985). Bir kavram olarak ise retorik; bir kodlama biçimi ve ikna konusunda önemli bir araç olarak, metinsel mesajların yapılandırılma mantığı ile ilgilenmektedir. Mimarlığı anlama yönünü kolaylaştıracak olan retorik, yorumlama ve anlamlandırma teknikleri sunar. Retorik kavramı mimaride söz yazımı unsurların ya da çizim araçlarının izleyicideki temsili üzerindeki etkilerini yönlendirmesini sağlar. Retorik yaklaşımının amacı, tasarımcılar için tasarım yollarını açıklamak ve konseptlerini nasıl sağlayacaklarını göstermektir. Aynı zamanda, süreç ve

özüm seçeneklerini belirlemek ve böylece karar verme sürecinde yardımcı olmaktadır (Halstrøm, 2016). Bu yaklaşım, tasarımcı için bir yol haritası olarak değerdendirilebilir. Tasarım neticelendikten sonra kullanıcı ya da izleyici ile buluşma anında, tasarımın ya da konuşmacının kendini ifade etmesinde retorik söylemlerden yararlanılması tasarımcı için önemli bir kaynaktır. Çünkü retorik, bir araç haline gelerek, metinsel bir özellik kazanmıştır ve anlatıcı için bir kaynak olmuştur.

Bir tasarım süreci, ikna edici eserler tasarlama konusunda bir müzakere süreci olarak tanımlanabilir. Tasarım süreci boyunca tasarımcılar, diğerlerine göre bir çözüm üretmenin bir yolunu tartıştığında, bu durum bir dinleyici retoriğı eylemi olarak sınıflandırılabilir, çünkü ne yapmaları gerektiğı konusunda bir izleyiciyi ikna etmeye çalışırlar. Bu retorik formunun izleyicileri, kendi kendini müzakere ederken diğer takım üyeleri, müşteriler, yatırımcılar, kullanıcılar ya da tasarımcıların kendileri olabilir. Retorik, özellikle tasarım çalışmaları ve tasarım uygulayıcıları ile ilgilidir (Halstrøm, 2017). Vermaas'a (2013) göre, tasarımcının müşteri ile arasında yön seçimi hakkında aydınlatılmış tartışmalar ifadenin temelini oluşturmaktadır. Bu bağlamda, retorik teorisinin nasıl uygulanacağı, süreç ve çözüm seçimleri konusundaki argümanlar karar vermeye yardımcı araçlardır.

Retorik argümanları, izleyiciye ya da hitaba göre üç bölümde incelenebilir Aristoteles, retoriğın üç söylemden oluştuğunu belirtmiştir. Bu retorik türlerin bilgisi, tasarımcıların tasarım süreçlerinde karar vermede yararlanabileceğı bağlamlar olabilir. Eğer tasarımcılar değeri açıkça belirtebiliyorsa onlar tasarlanmış bir eseri destekledikleri anlamına gelir ve tasarım sürecinde karşılaştıkları seçimleri tartışarak daha iyi hale getirebilirler (Halstrøm, 2016). Bu retorik söylemler, tasarım ürünlerinin kullanıcılarına hitap ettiğı yolları analiz etmede yararlı araçlar sağlar ve kavramların tasarım çalışmalarında nasıl uygulanabileceğini gösterir. Söylemler aynı zamanda tasarım ürünlerinin tartışma biçimi olarak da algılanabilir. Aristoteles'in bahsettiğı bu söylemler ethos, pathos ve logosdur. Ethos, konuşmacının veya yazarın inanılrlılığıdır. Belli bir konuyla ilgili bir izleyici kitlesine katılabilmek için, bilgiyi sunan kişi önce kendisini güvenilir olabilecek bir kişi olarak ya da konuyla çok fazla tecrübeli biri olarak kurmalıdır. Pathos, duygulara erişir ve izleyicilerin konuyla ilgili inançlarını derinden ele geçirmesini sağlar. Pathos, genellikle, izleyicilere, sağlanan bilgilere kişisel bir zarar veriyormuş gibi davranır ve çoğunlukla onları harekete geçiren bir katalizör gibidir.

Logos söylemi argümanı desteklemek için mantık, kanıt ve gerçekleri kullanır. Bu söylem izleyicinin zihinlerinin daha rasyonel tarafına hitap eder ve konuyla ilgili destek sağlar. Logos stratejileri, izleyici üzerindeki etkileri güçlendirmek için sıklıkla kullanılabilir (Buchanan, 1995). Bu üçleme birçok alanda ikna etmenin ve ifade etmenin bir aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Retoriğin bu üç söylemi dışında, mesajları doğru iletmenin ilkelerini barındıran beş adet kanon bulunmaktadır. Bu kanonlar kullanılış sırasına göre icat etme, düzenleme, üslup, hafıza ve hitabettir. Konuşma ya da sunum için analitik ve üretken bir amaca hizmet eden bu kanonlar, iletişim sürecinin iyi yönetilebilmesi açısından önemlidir. Tez içeriğinde tüm bu retorik kavramlar detaylandırılarak tasarım ve mimarlık açısından nasıl ele alındığı incelenmiş ve yorumlanmıştır.

Bu tez çalışmasının amacı, retorik kavramının felsefe ve sanat gibi disiplinler arası anlamından yola çıkarak mimari açıdan tasarıma nasıl dâhil olduğunu araştırmak olarak belirlenmiştir. Tez kapsamında retorik kavramı, mimari açıdan iletişimi en çok barındıran oluşumlar ve argümanlar üzerinden ele alınmıştır. Bunlar; kentlerin oluşumu, göstergebilim, mimari stüdyolar, mimari yarışmalar ve mimari ifade biçimleri olarak belirlenerek örneklerle incelenmiştir. Retorik kavramının, ülkemizdeki ve dünyadaki yansımaları değerlendirilerek, mimarideki yeri sorgulanmış ve nihai sonuçta oluşturduğu etkileri incelenmiştir. Bu başlıkların seçilmesinin diğer bir nedeni ise istemli ya da istemsiz olarak her birinin kendi içerisinde iknayı barındırması ve bu yolla nesnesini etkilemesidir. Başlıklar özelinde incelenen örnekler ile retorik kavramının mimariye nasıl etki ettiğini kavramak ve retoriğin ülkemizdeki kullanımını yaygınlaştırmak hedefler arasındadır. Tez içeriğindeki temel düşünceler kısaca, retorik kavramının mimari açıdan oluşturduğu anlamlar ve görsel ifadelerin birbiri ile ilişkisini mimari tasarım ve iletişim açısından ele almak şeklinde tanımlanabilir.

2. RETORİK KAVRAMI

Retorik uzun zamandan beri var olan bir hitabet yöntemidir. Milattan önceden beri retorik, klasik çağda Platon ve Cicero da dahil olmak üzere birçok düşünür tarafından yeniden yorumlanarak dönüştürülmüş ve düzenlenmiştir. Bazı yazarlar, söylemini yepyeni bir dizi düşünceye doğru hareket ettirerek, doğasını tamamen değiştirmiştir (Bizzell ve Herzberg, 1990). Klasik çağlarda ve Rönesans döneminde altın çağlarını yaşayan retorik, 'ikna gücüne sahip bir sanat' olarak tanımlanır. Retorik; buluş, düzenleme, üslup, hafıza, iletişim gibi öğretilen bir çok unsuru bünyesinde barındırmaktadır. Ortaya çıkışı çok eski tarihleri bulan bu kavram, nesneler arasındaki benzerlik-farklılık, iyi-kötü ayrımı vb. argümanların başlatılabilmesi için halka ve konuşmacılara yardımcı olmuştur (Ballard & Koskela, 2013). Hitabet diyalektiğin karşıtıdır. Her ikisi de tüm insanlığın ilgilendiği, belirli bir bilim dalıyla sınırlı kalmayan olgulardır. Bu olgular kendi görüşlerini açıklama, doğrulama, başka insanların görüşlerini eleştirme ya da kendini savunmayla doğrudan ilgilidir (Halstrøm, 2016). Retorik, bu olgular bağlamında ikna üzerine bir anlatım yaratmada etkili bir araçtır. Retorik kullanımı ise farklı tarihsel dönemlerde farklı şekillerde yorumlanmıştır.

Retorik, konuşan kimsenin ilgilendiği alandaki bilgisini ya da amacını tanımlar. Bu tanımlama yapılırken mümkün olan inandırma yöntemleri kullanılır. Sanat, bilim, teknoloji ve bunlar gibi disiplinler kendi alanlarına dair inandırma yapabilir. Tıp alanının sağlıklı ya da sağlıklı bulguları araştırması, geometrinin pisagoru açıklaması gibi diğer bilimlerde de kendi alanlarında inandırma yapabilir. Retorik ise bu inandırma yollarını kullanma gücü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle yapısı gereği özel olarak ya da kesinlikle belirlenmiş bir konuyla doğrudan ilgili değildir (Aristoteles, 2006). Karmaşık bir tartışma hemen anlaşılmıyorsa ya da uzun bir açıklama kolayca kavranamıyorsa, yardımcı olacak sanatlar ya da düşünce sistemleri olmadan ilgilendiğimiz konuyla ilgili olarak düşünmemizi sağlayan sanatla ilgilidir.

2.1. Retoriğin Tanımı

Retorik kelimesi Türk Dil Kurumu sözlüğünde geçen tanımıyla, söz sanatlarını inceleyen bilim dalı ve bir hitabet sanatı anlamlarına gelmektedir (TDK Türkçe Sözlük, 2011). Bu bilim dalı ilk kez M.Ö. 5. Yüzyılda Antik Yunanistan'da Platon tarafından kullanılmıştır. Platon, Gorgias isimli kitabında retoriği "sözle ikna etme gücü" olarak

nitelendirmiştir (Platon, 2016). Yunanca rhētorikos (ῥητορικός) "hitabet" kavramından türeyen bu kavram, geçmişten günümüze birçok filozof tarafından tartışılmış, olumlu-olumsuz yönleriyle eleştirilmiş, hitabet ve ifade biçimlerinin bir rehberi olarak kendi varlığını kanıtlamıştır. Sokrates döneminde kullanılmaya başlanan retorik ile ilgili genel kabul, terimin 5. yy. dönemlerine uzandığı yönündedir. Retorik sözcüklerin ifadedeki etkisini ve söylemin temsildeki gücünü ortaya çıkaran bir sanattır (Kennedy, 1994). Gösteriye dayanan meclislerde, yasa mahkemelerinde ve anayasal devlete bağlı diğer resmi kurumlarda halkı kendini ifade etmeye teşvik eden bir demokratik oluşumdur. Bu oluşum günümüze kadar çeşitli evrelerden geçerek tüm disiplinlerde kullanılmaktadır.

Aristoteles retorik ile ilgili olan görüşlerini iki bin yıldan daha eski zamanlarda kaleme almıştır. Aristo zamanında, retorik, Yunanistan'ın yükselen demokrasisi bağlamında siyasi tartışmalarda, mahkemelerde ve kamusal davetlerde konuşma için ikna edici bir sanat olarak öne çıkmaktadır. Günümüzde ise retorik, çeşitli sosyal olguları incelemek amacıyla farklı disiplinlerde kullanılmıştır ve kullanılmaya devam etmektedir (Mejía & Chu, 2014). Aristoteles retoriği "herhangi bir durumda mevcut ikna araçlarının neler olduğunu bulma sanatı" olarak tanımlayarak, mesajların alınma ve anlaşılma yollarını tartışmıştır (Aristoteles, 2006). Retorik, öncelikle sözlü ve daha sonra yazılı biçimde ikna edici söylemle ilişkili olsa da, başlangıcından itibaren çok yönlü bir iletişimle ilgili olduğu söylenebilir. Bu gözlem, retoriğin sadece konuşmanın sözlü özellikleriyle değil, konuşmacının bir aktör gibi performans gösterdiği sunumuyla da ilgili olması gerçeğinden kaynaklanmaktadır. Bu performansın merkezinde ses, jest, duruş, yüz ifadesi ve hatta sahne efekti gibi sözsüz işaretler bulunur. Retorik incelemelerinde iletişim sürecinin analiz edilebileceği vurgulanmıştır. Tarih boyunca retorik bir disiplin olarak karakterini sürdürmüş ve öğrenciler, dilin nasıl çalıştığını algılaması ve dil kaynaklarını uygulama konusunda yetkin olması için eğitilmiştir (Ehsses, 2008). Kısacası, retorik bir oluşumu inşa etmek ya da yıkmak için var olan bir sanattır. Dilin iletişimde nasıl çalıştığının farkında olmak, nasıl söylendiğine, ne kadar özen gösterilmesi gerektiğine yardımcı olması anlamına gelir. Araçlar ve anlam arasındaki bütüncül ve karşılıklı ilişkide temel bir önerme görevi üstlenir. Çünkü konuşmacının bir olguyu nasıl ifade ettiği (ifade biçimi), söylenen olgu kadar (içerik biçimi) önemlidir.

Aristoteles, Retorik adlı yapıtında retoriğin oluşumunu üç bölüme ayırmıştır. Burada belirleyici olan dinleyicidir. Çünkü konuşmada söz konusu olan üç öge yani

konusmacı, konu ve izleyici vardır. İzleyici yani dinleyen, hitap edilen burada konuşma amacını belirleyen en önemli faktördür. Dinleyen kişi geçmişe ya da geleceğe dair konular arasında karar vermesi gereken bir hakem gibidir (Aristoteles, 2006). Bu nedenle retorik bir üslup için gerekli olan ögeler arasında, iletişim dili önem taşır. Çünkü hitap eden ile hitap arasındaki iletişim kaynağı dildir. Meyer, retorik terimini bir tartışma konusu üzerinden dinleyicilerin birbiri ile olan iletişimi olarak tanımlamıştır. Retorik ile benzerlikler, farklılıklar, oluşumlar, ideolojiler vb. tüm iletişimsel konular tartışılabilir. Edebi söylemden gündelik yaşama, siyasetten hukuka, bilimden sanata söylem ve iletişim retorikten ayrı değildir. Platon’a göre ise bu tanım dinleyicinin manipüle edilmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu da günümüzdeki hitap eden ve dinleyici arasındaki ilişki ile ilgilidir. (Meyer, 2009). Hitap ile ilgili olan bu sanat tüm bilim dallarında bir kaynak olarak nitelendirilebileceği gibi mimarlıkta da ifade biçimleri olarak karşımıza çıkmaktadır. İkna konusunda önemli bir araç olarak retorik, metinsel mesajların oluşturulma ve sunulma mantığı ile gelişmektedir. Retorik, mimarlıkta temsil yöntemi olarak deneyimlemeyi ve düşünmeyi esas almaktadır. Metinsel ve görsel ilişkilerin ifadesi olarak düşünülebilir. Bu yaklaşımın amacı, retorikçilerin tasarımcılar için tasarım yollarını açıklama konseptlerini nasıl sağlayacaklarını göstermektir. Süreç ve çözüm seçeneklerini belirlemek ve böylece karar vermeye yardımcı olmaktır. Bu, müşteri ile tasarımcılar arasındaki yön seçimi konusundaki aydınlatılmış tartışmalara da yol açabilir. Tasarımcıların durumları yeni çözümler arayan yollarla yeniden biçimlendirmeleri önerilir; bu da tasarım algısının "mevcut durumları tercih edilenlere değiştirmemek" değil, durumları yeni çözümler arayan yollarla tanımlamayı amaçlar (Halström, 2016). Tasarım, gerçekliklerle örtüşen sembollerin kullanımını içerir. Bu semboller dinleyici ve konuşmacı arasındaki ilişkinin kurulmasını sağlayan önemli öğelerdendir.

Ehse’s’e göre (2008) retorik, söylem yöntemlerinin sıradan olmaktan çıkarak sanatsala yönelmesidir. Retoriğin yapısı, temelinde dilin işleviyle ilişkilendirilmektedir. Retorik ifade günlük dilden ayrılarak, edebiyatta ve şiirde sanatsal bir dışavurum olarak gözlenmektedir. Antik Yunan’da başlayan retorik düşüncesi, Orta Çağ dönemine kadar eğitimin temel taşı olarak bilinirdi. 16. Yüzyılda bazı önemli Fransız düşünürler mantığı ve nedeni retorikten ayırarak, retoriği sözel stil ve süsleme sanatı olarak daha dar bir alanda tanımlamışlardır. Ehse (2008), retorik kavramını, zaman içerisinde gösterdiği değişimlere bağlı olarak eski retorik ve yeni retorik olarak iki bölümde incelemiştir. “Eski Retorik” antik dönemde kullanılan bir eğitim aracı ve yöntemi iken, “Yeni Retorik” eski

zamanda kullanılan bu yöntemin zamanla geçirdiği evrim sonucunda aldığı hal olarak tanımlanmaktadır. Buchanan, retorığın ilk tasarım faaliyetlerinden biri olduğunu savunarak, tasarım alanındaki kuramları ortaya çıkarmak için retorığı yeniden gözden geçirmiştir (Buchanan, 1995). Schriver'a göre (1997) ise, Rus konstrüktivistlerin ya da Alman Bauhaus tasarım hareketlerindeki, izleyici ve bağlam ile olan meşguliyeti, tasarıma retorik yaklaşımın başlangıcı olmuştur.

2.2. Tarihsel Süreçte Retoriğin Gelişimi

Atina'da M.Ö. 461 yılında, halkın aristokratlar meclisinin egemenliğine ve halk üzerindeki hakimiyetine son vermesiyle yönetimi ele geçirmesinden sonra yeni bir sistem kurulmuştur. Kurulan bu yeni sistem ile iyi konuşma yeteneği, yönetim sınıfında olanlar için bir zorunluluk olmuştur (Aristoteles, 1991). Yönetim sınıfında olanlar, halkı daha iyi yönetebilmek için hitabet yeteneğini geliştirmek amacıyla retorikten yararlanmaya başlamışlardır. Sonrasında ise retorik anlamı genişleyerek, Hristiyanlık üzerinden dinin anlatılmasına da katkı sağlamıştır (Williams, 2009). Retorik kelimesini ilk kullananlardan Platon ile Aristoteles'in retorik anlayışlarında farklılıklar bulunmaktadır. Platon eleştirel bir tutumla, retorik ile ilgilenenlerin bilgi ve hakikate ilgisiz olduğunu düşünerek imaj kaygısını güttüğünü ileri sürmüştür. Aristoteles, retorığı kabul ederek yaygınlaştırmaya çaba göstermiştir. Retorik ile ilgilenenler günümüzde bile halen Aristoteles'in retorığını kullanmaktadırlar (McCloskey, Megill ve Nelson, 2002). Aristoteles'in retorığı incelemesinin sebeplerinden biri ise içinde bulunduğu dönemdeki sosyo-politik durumlardır. Devlet büyükleri arasında güç yarışına dönen retorik kavramı, Atina'da özellikle kullanılmıştır (Aristoteles, 1991). Aynı dönemlerde yaşayan Sofistler ise retorığı haklı ya da haksız olarak anlam içeriğinden bağımsız şekilde sadece izleyiciyi kandırmak yoluyla ikna etme aracı olarak kullanmışlardır. Aristoteles, gerçek retorığın boş bir söz veya Platon'un iddia ettiği gibi gerçeğe doğrudan götüren bir söylem olmadığını vurgulamaktadır. Aristoteles'e göre retorik gerçeğe yakın bir bilgiyi elde etmede kullanılacak bir araçtır. Retoriğin amacı bir gerçeği ispatlamaya çalışmak değil, bilgiye bağlı kalarak konuyu dinleyiciye aktarabilmektedir. Bu sebeple retorığı bir bilim dalı olarak adlandırma çabasına girmemiştir (McGee ve Lyne, 2002). Pers savaşından sonra Antik Yunan'da retorik sanatı ön plana çıkarak, oluşturulan yeni düzen ile ikna gücünün artırılması önemsenmeye başlamıştır. Atina'da yeni ortaya çıkan yargıçların duygusal yönlerine hitap etmek mahkemenin seyrini geliştirmiştir. Bu durum,

konusmacının kendini iyi ifade etmesi için retorik argümanlardan yararlanmasını o dönem içerisinde gerekli kılmaktadır. Sofistler ise retorîği anlam dışı yerlere çekerek doğru ya da yanlış inandırma yoluna gitmişlerdir. (Polat, 2008). Retorîğin tanımında ele alınan üç adet söylem bulunmaktadır. Ethos, pathos ve logos söylemleri geçmişten günümüze tüm toplumlarda ve siyasi alanlarda farklı olarak anlamlandırılmıştır. Aristoteles'e göre birinci söylem ethos, ana kaynağını ahlaktan alarak toplumsal değerler üzerinden incelemeyi önemsemektedir (Carter ve Jackson, 2004). İkinci söylem pathos ise dinleyiciyi duygusal açıdan ikna etmeyi amaçlamaktadır. Üçüncü söylem olan logos mantıkla ilgili olan tüm argümanları kapsamaktadır. Logos konuşmacı ve dinleyici arasında iletkenliğı sağlayan, köprü görevi üstlenen bir söylemdir (Kennedy, 1994). Tüm bu söylemler bir sonraki başlıkta daha detaylı olarak aktarılmış ve örnekler ile açıklanmıştır.

Meyer ise retorîği dönem içerisindeki kişilere göre üç farklı kategoride tanımlanmıştır;

1. Retorik, dinleyicilerin manipüle edilmesidir (Platon).
2. Retorik, güzel konuşma sanatıdır (Quntilianus).
3. Retorik, ikna etmesi gereken ya da ikna etmeyi amaçlayan argüman ve söylemlerin sergilenmesidir (Aristoteles) (Meyer, 2009).

Bu üç farklı tanım değerlendirildiğinde tüm retorik anlayışların Platon'un ilk tanımından kaynaklandığı ortaya çıkmaktadır. Platon'a göre retorikte dinleyicinin rolü önemlidir ve konuşmacı sadece bir aracıdır. Quntilianus'a göre retorik, konuşmacının niyeti ve hitabıyla ilgilidir. Aristoteles'e göre ise konuşmacı ve dinleyici arasındaki dilin yetkinliğı ile ilgilidir (Meyer, 2009).

Romalılar, M.Ö. ikinci yüzyıl sonu ile geç cumhuriyet çağı olarak nitelendirilen birinci yüzyıl başında retorik kavramını, anlam yönünden genişleterek yönetsel açıdan ikna etmenin dışında bireysel ifade ortamını yaratabilmek için özgün bir ortam kazandırmak ve bununla birlikte söylemin sanatsal gücünü artırmak için kullanmışlardır (Özsarı, 2012). Yunanlılardan sonra Romalılar hitabete çok önem vermişlerdir. İmparator Sezar zamanında Forum olarak adlandırılan meydana, konuşmacılar (hatipler) için bir kürsü konulmuştur. Bu dönemde Roma'da aristokratlardan oluşan "senato meclisi", halka açık forumlar düzenleyen ve önemli kararların alınmasına ev sahipliğı yapan bir mekândır. Bu nedenle dönemde yaşayan düşünürlerin ya da hitap eden bir konuşmacının

ikna gücünün halkı etkileme açısından etkili olması gerekmektedir (Dervişoğlu ve Yılmaz, 2005).

Aristoteles'ten sonra retorik alanında en fazla çalışma yapmış olan Stoacılar ilkçağda ortaya çıkan düşünürlerdir. Stoacılar, mantık bilimini retorik ve diyalektik olarak iki bölümde incelemişlerdir. Retoriğin en önemli iki özelliğinin dil ve akıl yürütme olduğunu savunarak bu özelliğin geliştirilebilir olduğunu belirtmişlerdir. Çünkü Stoacılar, konuşma ve hitap yeteneğinin yaşam içerisinde gelişebilen ve olgunlaşabilen bir özellik olduğunu düşünmüşlerdir (Cevizci, 1998). Meyer (2009), Retorik adlı kitabında, retorik kelimesinin Antik Yunan döneminde, konuşmayı süsleme amacıyla kullanılarak yozlaştığını ifade etmiştir. Bu sebeple retorik, halk tarafından olumsuz karşılanarak karışıklık bilimi olarak adlandırılmıştır. Halk bu şekilde düşünürken ilk avukatlardan olan Sofistler, davalarda halkın kendini savunabilmesi için bilgelik dersi vermeye başlamıştır. Her alanda düşüncelerini ifade edip savunan Sofistler, halk karşısında eleştirilere maruz kalmıştır.

Retorik öğretilerinin dil sınırlarının ötesine uyarlanabilirliği ilk olarak 15. yüzyılda L.B. Alberti tarafından kabul edilmiştir. Alberti'nin retorik ile ilgili yazıları, mimarlık, resim, sanat ve müzik gibi alanlarla ilişkili olmuştur. Biçime verilen dikkat ve görünüme olan kısıtlayıcı tanım ile birleştğinde, mantık ve akıl dışlanmasıyla yüzeysel bir stil olarak, tanımın o dönemde yanlış anlaşılmasına sebep olmuştur. Asıl olarak 20. Yüzyılda kitle iletişim araçlarının hızla artan etkisi ile retorik ve kültürün kesişmesine olan ilgi artmıştır. Ehses (2008), 20. Yüzyılda tanımlanan retorik kavramını “Yeni Retorik” olarak incelemiş ve bununla ilgili çalışmalarda bulunmuştur. Amerika'da Kenneth Burke, Ivor Armstrong Richards ve Richard Weaver ve Fransa'da Chaim Perelman ve Roland Barthes bu akımda öne çıkan isimler arasındadır. Yeni akım ile birlikte, söylenen kelimeler ve iletilmek istenen bağlamın ilişkisi üzerinde daha fazla durulmaya başlanmıştır. Burke, toplumsal bağlamdaki retoriği “tutumların oluşturulması ya da eylemlerin tetiklenmesi için insan temsilcileri tarafından kelimelerin kullanılması” olarak tanımlamıştır. Barthes, “herhangi bir ifade biçimine form verilmesinin onun retorik olduğunu gösterir” fikrini öne sürmektedir. Retorik, her türlü insan etkileşimini yönlendiren sosyal ve kültürel söylemde önemli bir rol oynamaktadır (Ehses, 2008). Özetle, Eski Retorik söz biçimleri olarak öne çıkarken, Yeni Retorik hitap edilene daha etkili biçimde yaklaşmayı benimsemiştir.

Özsarı'nın (2012) "*Kompozisyon ve Anlatım Biçimleri*" adlı kitabında retorikğin Orta Çağ döneminde tüm bilim dallarında olduğu gibi gerileme dönemine girdiğinden bahsedilmiştir. Augustine, retorikği dini açıdan ele alarak retorikğe yönetimsel açıdan farklı bir anlam yüklemiştir. Bununla birlikte Augustine döneminde retorik, kilise ve devlet işlerinin yürütülmesini sağlayan resmi mektupları düzenleme sanatı *ars dictamimis*'te ve vaaz verme sanatı *ars praedicandi*'de olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca Orta Çağ şiir teorisyenleri de üslup çalışmalarını retorikğe dâhil etmişlerdir (Keskin, 2013). On sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıl dönemi düşünürleri, geçmiş dönemdeki fikirleri benimseyerek yeni argümanlar ortaya koymuşlardır. George Campbell (1776), konuşmanın dinleyici üzerinde etkin izler bırakması için şu özellikleri taşıması gerektiğini belirtmiştir; (Taşer, 1992):

1. Hitap edilen kişilerde bir anlayış uyandırmak,
2. İmgelemi hoşnut etmek,
3. Tutkuları harekete geçirmek,
4. İstenci etki altına almak.

Bahsedilen tüm bu süreçlerin haricinde retorik tanımı zaman içerisinde tarihin gerekliliklerine göre değişmiştir. Mecazi bir anlam yüklenerek farklılaşmıştır (Meyer, 2009). Modern öncesi retorik tanımlar vardır. Örneğin Cicero'ya göre retorik beş saantı içinde barındıran ikna etmek için tasarlanmış bir ifade biçimidir. Francis Bacon'a göre ise, retorik, iradenin hareketinin iyileşebilmesi için hayal gücüne akıl yürütmesidir. Modern retorik tanımları arasında Richards'a göre retorik, yanlış anlaşılmalardan doğan argümanların bir çözüme kavuşturulması ile ilgilenir. Kenneth Burke'ye göre retorik, dilin işleviyle yakından ilişkilidir ve dilin doğası gereği sembolik araçlar kullanılarak ifadelerin aktarılmasıdır. Jacques Derrida'ya göre, retorik toplumdaki belirleyici bir unsurdur. Retorik olmayan bir toplum yoktur. Umberto Eco ise retorikğin yaratıcı yönüyle ilgilenmiştir (Durmuş & Gür, 2014). Filozof ve yazar olan Schopenhauer 19. Yüzyılda düşünceleriyle halkı etkilemiş, retorikği ve diyalektiği bir arada düşünerek her ikisinin de hedefinin ikna etmek olduğunu açıklamıştır. Schopenhauer, retorikği kavramsallaştırmış ve tanımlamıştır. Schopenhauer'a göre retorik, içeriğinden bağımsız olarak sadece gerçeğe ulaşmak ile ilgilenen (haklı olsun ya da olmasın) haklı olma sanatıdır (Keskin, 2013). Çıkarım şekli doğru olmasına karşın önermenin kendisi yani içerik doğru değildir,

sadece doğru olarak görünmektedirler. (Schopenhauer, 2012). Bu üslup ise tartışmalara yol açarak retorik kavramının tekrar sorgulanmasına ve hakikati aramaya yol açmıştır.

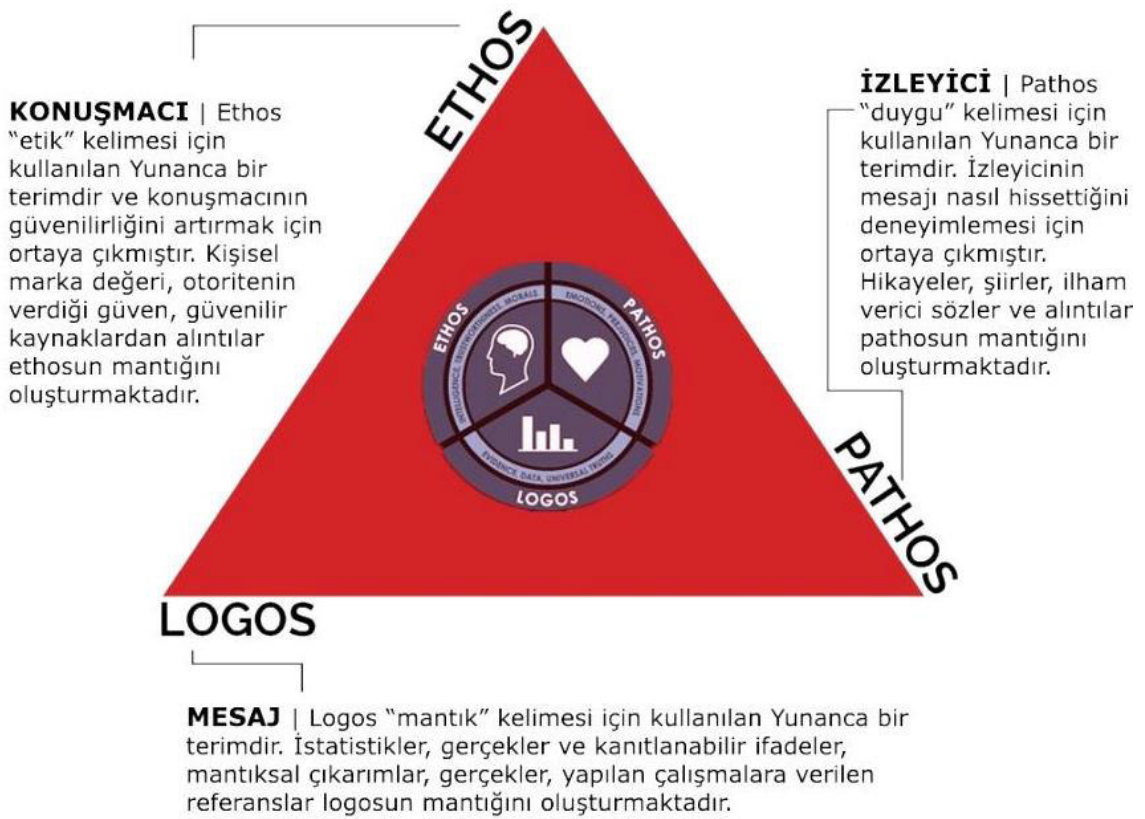
Artan bir farkındalığın sonucu olarak, 20. Yüzyılın sonlarında üniversite konularının dışında da pek çok disiplinde retorik konusu dikkate alınmıştır. Retorik söylem, düşünme süreçlerine ve harekete geçme motivasyonuna dâhil olmuştur. Dolayısıyla bilim retoriği, felsefe retoriği, sanat retoriği gibi pek çok konuda retoriğin önemi artmıştır. Akıl yürütme, yorumlama ve ikna arasındaki ilişkiler birlikte yapılanma bağlamında yeniden gözden geçirilmiş ve değerlendirilmiştir (Booth, 2004). Konuşmacılar ve izleyiciler mesajlar arasındaki bağı ilişkilendirmesi açısından, geçmiş ile post-modern zamandaki retorik bağlantıların iletişim stratejilerini incelemeli ve anlamalıdır. Batının eğitim sisteminde ana rolünü kaybeden retorik, yerini yeni çıkan farklı disiplinlere bırakmıştır. Ancak 20. Yüzyılın ortalarında retorikte bir hareketlilik başlamıştır ve retorik, sanat, siyaset, reklam, mimarlık, grafik tasarım gibi pek çok disiplinde kullanılır hale gelmiştir.

2.3. Retorik Söyleminin Öğeleri

Retorik; Ethos, Pathos ve Logos olmak üzere 3 söyleme sahiptir. Bu söylemler, tasarımcıların tasarım süreçlerinde karar vermede yararlanabileceği bağlamlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Şekil 2.1). Eğer tasarımcılar değerleri açıkça belirtebiliyorsa, tasarlanmış bir eseri destekledikleri anlamına gelir ve tasarım sürecinde karşılaştıkları seçimleri tartışarak daha iyi hale getirebilirler (Halström, 2016). Bu retorik kavramlar, tasarım ürünlerinin kullanıcılarına hitap ettiği yolları analiz etmede yararlı araçlar sağladığını ve bu nedenle retorik kavramların tasarım çalışmaları nasıl uygulanabileceğini gösterir. Tasarım ürünlerinin tartışma biçimi olarak da algılanabilir.

Ethos, güvenilirliği vurgulayarak dinleyicilere hitap eden ikna edici tekniktir. Ethos tekniklerinde konuşmacı, sunum yapan kişi, yazar veya markanın üstün karakteri ortaya çıkarılır. Ethos, kitleyi konuşmacının güvenilir ve etik olduğuna ikna etmeyi amaçlamaktadır. Ethos'un temelinde hitap edilenleri otorite ya da sosyal statü bağlamında etkilemek vardır. Pathos, izleyicilerde duygusal bir tepki uyandırarak ikna etmeyi amaçlamaktadır. Pathos teknikleri duyuları, hafızayı, nostaljiyi etkileyerek paylaşılan deneyime gönderme yapar ve kalp atışlarını kontrol eder (Buchanan, 1995). Aristoteles'in antik Yunanistan'dan gelen retorik stratejileri acıma, sempati ve empati ile ilgilidir.

Pathos aynı zamanda “duygusal çekicilik” olarak da bilinir. Bir izleyicinin duygularına hitap etmenin hızlı bir yolu olarak değerlendirilebilir. Logos istatistik, gerçekler ve rakamlar kullanarak mantığa ve akla hitap eder. Aristoteles'in retorik üçgeninde, ethos karaktere, pathos duygulara ve logos mantığa ve akla hitap eder. Üç ana retorik stratejinin en mantıksal olanı logos, bir bakış açısı iletmek ve seyirciyi kazanmak için mantıklı söylem ve mantıklı argümanlar kullanır (Halstrøm, 2016). Bu üç retorik söylemin barındırdığı anlamlar incelenerek, takip eden başlıklarda ise tasarıma nasıl dahil olduğu detaylandırılmıştır.



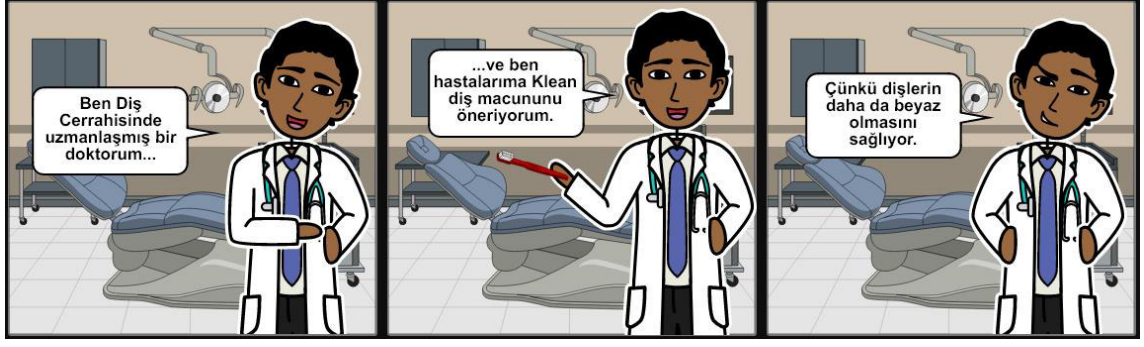
Şekil 2.1. Retorik söyleminin öğeleri üçgeni (http-1, çev. Yapıcı, F.)

Aristo'ya ve onun yolunda ilerleyen birçok düşünürü göre ikna etme üç türden meydana gelir. Logos, mantığı ve akli hedef alır; pathos, izleyicinin duygularını hedef alır; ethos ise konuşmacının güvenilirliğini hedef alır. Bu söylemler ayrı olarak değerlendirilip ele alınabilir fakat ikna gücünde birlikte çalışabilirler. Aristo, bunları sanatsal ya da intrinsic (esasi, yaradılıştan, aslında olan) kanıtlar olarak adlandırır. Bunlar retorik sanatı sayesinde bulunabilmiş olan ikna edici başvurulardır (Aristoteles, 2006).

Meyer'e göre (2009), girişten sonuca kadar retorik yeteneğinin üç büyük anı vardır: ethos dinleyiciye hitap eder ve bir soruyla ilgili olarak dikkatini çekmeyi amaçlar, daha sonra bu sorunla ilgili logosu muhtemelen destekleyerek ya da karşı çıkarak sergiler. Hatip sergileme sürecini pathosla sonlandırır, çünkü bu izleyicinin yüreklerine hitap etmek gerekir ve mümkünse tutkuları, her hâlükârda duyguları, hatta heyecanları hedef alınır.

Retorik ifade biçiminde, anlatıcının güvenilir ve etkili bir söylem gerçekleştirebilmesi için bu üçlemeden yararlanarak dinleyiciye konuyu doğru bir biçimde aktarabilmesi gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında, retorikğin ikna etme ve etkileme amaçlı kullanılması konuşmacı için önemlidir. Söylemin ikna gücünün geliştirmeyi hedefleyen retorik kapsamında söylenen söz kadar hangi biçimde söyleneceği de önemlidir. Örnek olarak görsel iletişimde kullanılan görsel ifadelerin sunuş biçimi, anlatımı ve yaklaşım metodu, mesajın ana içeriği kadar önemlidir. Bir anlatıyı ikna edici ve düşündürücü bir şekilde söyleme sanatı olan retorik, söz sanatlarından yararlanarak konuşmacı için alternatif ifade yolları sunar (Ehsses, 2008). İfade yollarında benzetme, kıyaslama, abartma, ironi gibi söz sanatları anlatıcının etkin olmasını artırmak için yararlanılan sanatlardır. Bu söz sanatları sıradan dilden daha etkilidir. Sözcükler düz anlamlarından farklı anlamlar taşıyarak, kelime, deyiş ya da imgeler aracılığıyla dinleyici için daha akılda kalıcı bir sanatsal etki yaratırlar.

Geçmişten günümüze tüm kaynaklarda retorik sanatı daha çok sözlü ifade ile ilgili gibi aktarılsa da görsel ifade ile de ilişkilendirilebilir (Ehsses, 2008). Sonuçta ifadenin en etkili biçimde dinleyiciye iletilmesi ile ilgili olan retorik, tasarım ile ilgili bilimlerin de görsel anlatımlar oluştururken yararlandıkları bir araçtır. Tasarımcı farkında olmasa da eskiz oluştururken, sunum yaparken, bir plan düzleminde çizim yaparken retorik sanatından yararlanır. Bu noktadaki asıl amaç, tasarımcının görsel iletişim yolu ile dinleyiciye açık ve anlaşılır bir şekilde bilgiyi aktarabilmesidir. Retorikğin doğasında hitap ettiği özneyi etkilemek vardır fakat bu durum zaman içerisinde farklı yönlerle çekilerek retorikğin kanıtlama öznesi olarak kullanılması gibi düşüncelerin doğmasına sebep olmuştur. Fakat retorik, edebiyatta, sanatta, siyasette, mahkemede, etkin konuşmada, bilimde ve dilin kurallarını belirleyen alanların var olduğu yerlerde etkili hitap sanatı olarak bilinir.



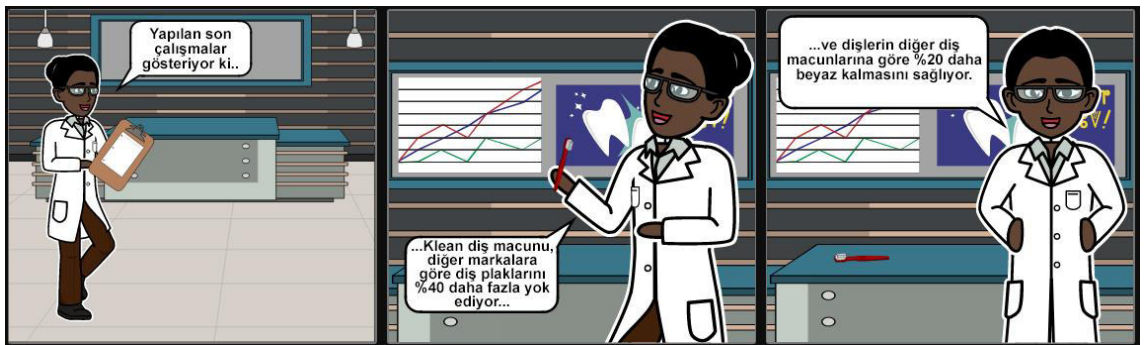
Şekil 2.2. Ethos ile ikna yöntemi (http-2)

Ethos, konuşmacının veya yazarın inanılabilirliği (Halstrøm, 2016). Belli bir konuyla ilgili bir izleyici kitlesine hitap edebilmek için, bilgiyi sunan kişi önce kendisini güvenilir bir kişi olarak ya da konuyla çok fazla tecrübeli biri olarak aktarmalıdır (Şekil 2.2).



Şekil 2.3. Pathos ile ikna yöntemi (http-2)

Pathos, duygulara erişir ve izleyicilerin konuyla ilgili inançlarını derinden ele geçirmesini sağlar. Pathos, genellikle, izleyicilere, sağlanan bilgilere kişisel bir zarar veriyormuş gibi davranan ve çoğunlukla onları harekete geçiren bir katalizördür (Halstrøm, 2016). (Şekil 2.3).

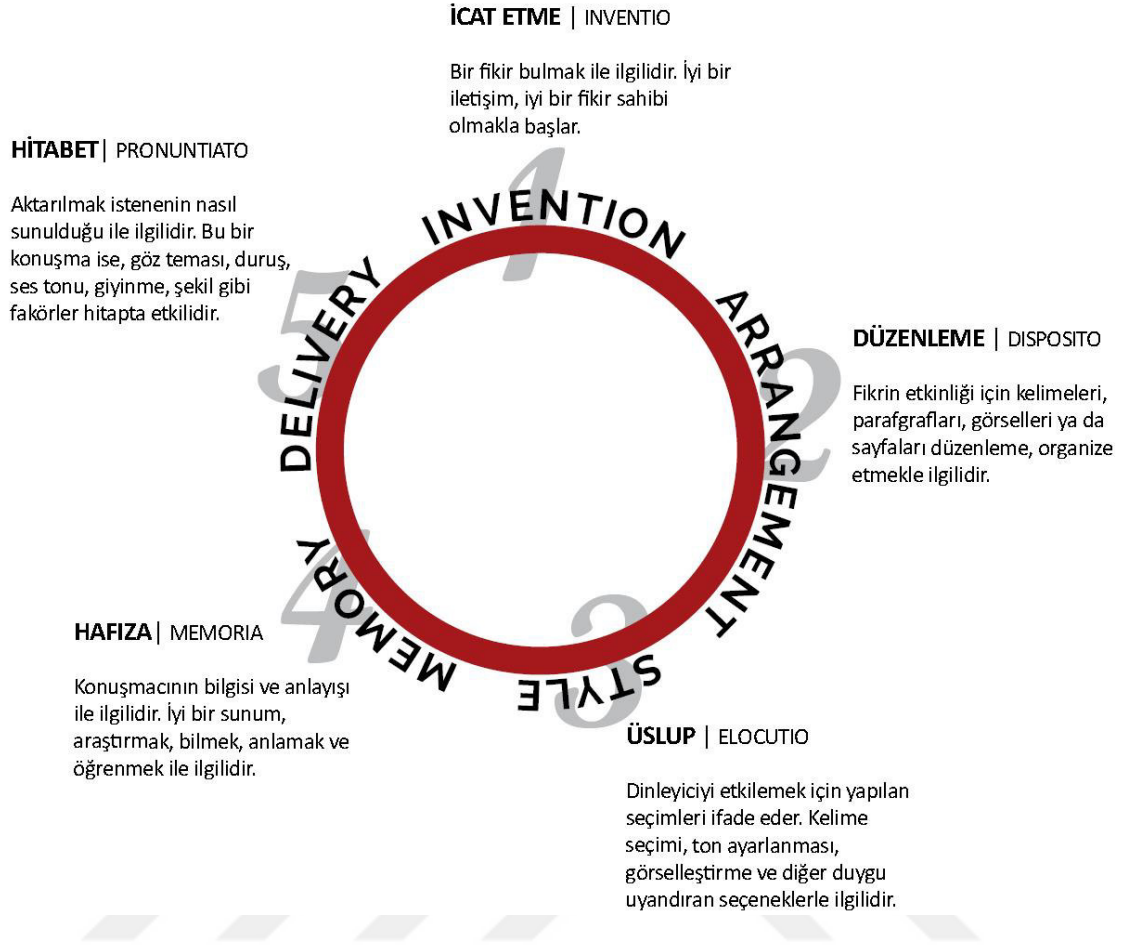


Şekil 2.4. Logos ile ikna yöntemi (http-2)

Logos, argümanı desteklemek için mantık, kanıt ve gerçekleri kullanır. *Logos*, izleyicinin zihinlerinin daha rasyonel tarafına hitap eder ve konuyla ilgili destek sağlar (Halstrøm, 2016). *Logos* stratejileri, izleyici üzerindeki etkileri güçlendirmek için sıklıkla kullanılır (Şekil 2.4).

2.4. Retorik Kanonları

Kanon kelimesinin felsefedeki anlamı, belirli bir alanda geçerli olan kural ve ilkelerin bütününe verilen ad olarak geçmektedir (Altınörs, 2000). Klasik retorikte, Cicero'nun (1976a, 1976b) tanımladığı retorik sürecin gelişiminde ve karar vermede etkili beş adet kanon bulunmaktadır. İletişim esnasında 3 retorik söylemin dışında, beş retorik kanon, retoriğin etkili bir mesajı geliştirmek ve sunmak için nasıl kullanılacağını gösteren bir süreci kapsar (Şekil 2.5). Aristoteles tarafından kamusal alanlarda yapılan konuşmaları geliştirmenin ve sunmanın bir yolu olarak düşünülürken, kanonlar bugün daha yaratıcı düşünmenin ve etkili bir iletişim kurmanın çağdaş bir yolu olarak tanımlanır (Herrick, 2005). Beş retorik kanon retoriğin yapı taşı gibi görev üstlenir ve iletişim sanatından fikir edinerek bunu seyirciye etkili aktarma konusunda konuşmacıya yardımcı olur. İzleyiciyi ikna etme yönünde dinamiklerin algılanmasını sağlar ve konuşmacı için bir harita olarak da algılanabilir (Moriarty, 2018). Tasarıma ise tasarımın buluşu, analizi, organize edilmesi ya da sunulması gibi pek çok yönden katkı sağlar. Bu sayede kanonlar ile daha analitik bir yaklaşım elde edilir ve kanonlar görsel iletişim oluşturmak için pratik kılavuzlar olarak kullanılabilirler.



Şekil 2.5. Retoriğin kanonları (http-3, çev. Yapıcı, F.)

1. İcat Etme Kanonu (Latince: Inventio)
2. Düzenleme Kanonu (Latince: Dispositio)
3. Üslup Kanonu (Latince: Elocutio)
4. Hafıza-Bellek Kanonu (Latince: Memoria)
5. Hitabet Kanonu (Latince: Pronuntiatio)

Kanonların ilki olan icat etme kanonu, söylenecek faydalı bir şey bulmak anlamında buluş olarak nitelendirilmiştir. Latince ‘invenire’ kelimesi, İngilizce ‘invention’, Türkçe ‘bulmak/keşfetmek’ anlamındadır (Sönmez, 2008). Kitleye hitap ederken, kitlenin neyi bilmesi gerektiğini ve bunu neden bilmesi gerektiğini bulmak anlamındadır. Retorik söylemlerinden olan Logos ile benzer özellikler gösterir ve icat etme kanonu bir iletişimcinin ne söylemesi gerektiğini düşündürür. İcat etme kanonu bünyesinde bazı konular içermektedir (http-4). Bunlar;

- Tanımlama (Definition): hitap edilene sınıflandırmaların ve tanımlamaların açıklanması,
- Bölme (Division): Sunulacak konunun parçalara ayrılarak aktarılması,
- Comparison (Karşılaştırma): Sunulacak konunun bir diğeri ile benzerliklerinin ya da farklılıklarının karşılaştırılması,
- Relationship (İlişki): Neden-sonuç ilişkilerinin tanımlanması,
- Circumstances (Koşullar): Konuya göre mümkün ve imkansız olan durumların belirlenmesi ve geçmişte neler olduğunun, gelecekte neler olabileceğinin öngörülmesi,
- Testimony (Tanıklık): Konunun tanımlanması için açıklamalar, emsaller, belgeler vb. sunulması,
- Notation and Conjugates (Gösterim ve Eşlenikler): Konunun dil ve dil ile ilişkisi açısından ele alınması.

İkinci kanon, düzenleme kanonudur. Latince ‘disposito’ kelimesi, İngilizce ‘arrangement’, Türkçe ‘düzenlemek’ anlamındadır (Sönmez, 2008). Düzenleme kanonu, yapılacak olan tespitler ile karar verme aşamasına yardımcı olan özellikler barındırır. Aslında bir yönüyle icat etme kanonunu destekler. Klasik bir söylev düzeninin altı bölümü bulunmaktadır (http-4). Bunlar;

- Exordium (Giriş): Genellikle ethos söylemi kullanılarak, izleyiciye güvenilirlik sağlanması,
- Narratio (Gerçeklerin Anlatımı): Tartışılacak durumların bir özetinin açıklanması,
- Partitio (Bölüm): Konunun olumlu ya da olumsuz yönden açılarının sunulması,
- Confirmatio (Kanıtlama): Logos söylemi ile birlikte konunun mantıksal argümanlarının açıklanması,
- Refutatio (Çürütme): Karşıt görüşlerin çürütülmesi,
- Peroratio (Sonuç): Genellikle pathos yoluyla dinleyici harekete geçirilmesi ve konuşmanın sonuca bağlanması.

Üçüncü kanon olan üslup kanonu, düşüncelerin sanatsal ifadesi ile ilgilidir. Latince ‘elocutio’ kelimesi, İngilizce ‘style’, Türkçe ‘üslup’ anlamındadır (Sönmez, 2008). Üslup, konuşmanın süslenme yoluyla ifade edilmesi anlamına gelir. Retoriğin sözcük

anlamlarını ifade etmede ve özellikle pozitif terimleri anlama açısından bu kanon geliştirilmiştir. İcat etme kanonu bir konunun ne söylediği ile ilgilenirken, üslup kanonu nasıl söylendiği ile ilgilenir. Hermogenes tarafından üslup kanonunun yedi özellik ile sınıflandırılmıştır. (Richards, 2008). Bunlar;

- Claritas (Açıklık)
- Magnitudo (Güçlülük)
- Pulchritudo (Güzellik)
- Velocitas (Hızlılık)
- Affectio (Kişilik)
- Veritas (Samimiyet)
- Gravitas (Etki)

Dördüncü kanon ise hafıza/bellek kanonudur. Bellek kanonu konuşmaların konuşmacı tarafından ezberlenmesi anlamını taşır. Latince ‘memoria’ kelimesi, Türkçe ‘hafıza’ anlamındadır (Sönmez, 2008). Hafıza/bellek kanonu ezberlemekten çok daha fazlasıdır, izleyicinin aktarılanı nasıl akılda tutacağını da öngörülmesidir. Retor, konuşmasını hazırlaması sırasında, ifade biçimlerini iyi analiz etmeli ve beklenmedik karşılıklara hazırlıklı olmalıdır. Hafıza/bellek kanonu açısından konuşmanın çözümlenmesinin aşağıdaki gibi özellikleri bulunmaktadır (Sönmez, 2008; http-4);

- Konuşmacının ezberlenmiş bir konuşmayı başarıyla hatırlama derecesi,
- Konuşmacının retorik niyetini etkili bir biçimde destekleyen uygun alıntılar ve düşünceler,
- İzleyicinin hafızasında kalabilmesi için konuşmacının kullandığı yöntemlerin analizi,
- Doğrudan belleğe yapılan itirazların değerlendirilmesi ve belirtilmesi.

Beşinci ve son kanon ise hitabet kanonudur. Hitabet, ses ve bedenin kontrolüdür. Antik çağda konuşmanın sunulma şekli, ikna edici pathos söylemini de kullandığından konuşmanın etkisinin önemli bir belirleyicisi haline gelmiştir. Retorik eğitiminin yazılı hitaba yönelmesiyle birlikte hitabet kanonu da retorik kitapları arasında diğer kanonlara göre daha az yer almaktadır. Etkili sunum olarak da nitelendirilebilen bu hitap sanatı Grek ve Roma retorik öğretilerinde önem verilmekteydi. (Sönmez, 2008; http-4). Sözlü anlatımda kendine yer bulan bu kanon türü ifade dilini kullanmayı sağlamaktadır.

Sonuç olarak açıklanan tüm retorik kanonlar konuşmaların ya da metinlerin çözümlenmesinde ve oluşturulmasında yardımcı kaynaklardır. Konuşma için analitik ve üretken bir amaca hizmet ederler. İletilmesi istenen metinsel mesajların organize edilmesine ve bir düzen içerisinde alıcıya sunulmasına yardımcı olur.



3. TASARIM VE RETORİK

Sanat ve tasarımla birlikte güçlenen duygular, imgelerin düşüncesini hissetmemizi sağlar. Bir bütünü oluşturan kentler ve yapılar, varoluş olgusunu anlamak için gerekli bilgiyi sağlar. Tasarım salt görsel ayartma nesneleri yaratmaz, anlamlara aracı olur ve onları yansıtır. Bir yapının son anlamı tasarımın ötesindedir; algımızı dünyaya ve varlık duygumuza geri yönlendirir. Tasarımın taşıdığı anlam, kendimizi bedensel ve ruhsal tam varlıklar olarak deneyimlememizi sağlar (Pallasmaa, 2011). Pallasmaa'nın (2011), bahsettiği bu durum yapıların ve kentlerin oluşumunun bir anlamı olduğu, her biri kendi içinde bir argüman beslediği ve etrafındaki dünyaya kendini nasıl betimlediği ile ilgilidir. Günümüzde, retorik ve tasarım arasındaki doğrudan, tek taraflı, mutlak ilişkinin parçalanması ve temsilin giderek görsel olanın baskısı altına girmesi, tasarım ortamında bir temsil krizine yol açmıştır. Bir anlamda, tasarım ile içinde barındırdığı anlam birbirinden uzaklaşmıştır. Gerek retorikten gerekse mekândan tasarımın beklenti ve vaatleri, içinde bulunduğumuz zamanın -disiplinler arası, sanatlar arası, metinler arası- doğasıyla uyum içerisinde denilebilecek bir şekilde, çoklu bir ilişkiler ağı ve bir anlamda da arada olma durumunu beraberinde getirmekte, bu da belirsizliğin bir kere daha altını çizmektedir.

Tasarım ve retorik arasındaki ilişki, özellikle son elli yılda çok sayıda bilimsel yayına konu olmuştur. Antik çağlardan Rönesans dönemine kadar uzanan retorik modern zamanlarda statü kaybına uğramıştır ancak 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren yeniden diriliş gösterir ve retorik ile tasarım arasındaki ilişki de burada güçlenmektedir (Ballard & Koskela, 2013). Vickers'a göre (1987), Rönesans döneminde dil sanatlarına dayanan eğitim sistemi yeniden canlanarak dilbilgisi, retorik ve mantık sistemini oluşturmuştur. Özellikle aynı dönemde görsel sanatlar ve müzik alanında retorikten gelen başlıca kavramlar kullanılmıştır. Hitabet ve müziğin zaman içerisinde icra edilen sahne sanatları olması, aynı kavramların kullanılarak analiz edilmesini sağlamıştır. Müzik bir hikaye anlatır ve enstrümantal müzik özellikle operada belirgin bir kelimelere tabiidir (Quek, 2010). Müziğin bu şekilde diyalektiklerinin olması, müzik ve dil sanatları arasındaki benzetmenin bir göstergesi olarak düşünülebilir.

Kaufer & Butler (1996), retorik'in tasarım ile ilişkilendirilen, mimari, grafik, reklam ve müzik gibi sanat ailesine ait olduğunu savunmaktadır. Goel & Pirolli (1992) ise *'The*

Structure of Design Problem Spaces’ isimli makalesinde tasarım sanatının tanımlanması için on bir genel karakteristik özelliklerini belirtmiştir;

1. Bir tasarım sorunu, tasarımcının ne yapabileceğini ya da ne yapması gerektiğini kesin olarak belirlememektedir.
2. Tasarım problemlerinin iki farklı kısıtlama türü vardır. Bunlar, problemin tanımını oluşturan mantıksal kısıtlamalar ve tarihsel, sosyal, kültürel bilgidен oluşan kısıtlamalardır.
3. Sorunun boyu ve karmaşıklığı çözümlenmelidir.
4. Tasarım sorunlarının modüllere ayrılarak bölme yoluyla yapılması gerekmektedir.
5. Modüllerin birbiri ile bağlantılı olması beklenir.
6. Doğru ya da yanlış olanları değil, amaca uygun olanları tasarlamak gerekir.
7. Tasarım problemleri açık tasarım sürecinde çözümlenmelidir. Tasarımın başarılı olabilmesi için tüketici ya da müşterilerin arzuları, ihtiyaçları ve beklentileri dâhilinde hareket edilmelidir.
8. Kullanım ile birlikte tasarımın kapsamlı olarak değerlendirilmesi gerekir.
9. Kullanım öncesi testlerin yapılması ve değerlendirilmesi gerekir.
10. Tasarımlar, tasarımcılardan ve üretme gerekçelerinden ayrı olarak değerlendirilebilir.
11. Özellikler ve teslim arasında ayrım gözetilmelidir.

Kaufer & Butler uygulanabilirlikleri konusunda problemli olarak belirledikleri konulara odaklanırlar ve onu retorik teorisi ile birlikte tartışır. Kaufer ve Butler, retorik ve tasarım arasındaki ilişkiyi retorikte bir arka plandan ele alırken, Buchanan tam tersini yapar. Buchanan (2001), tüm tasarım ürünlerinin, nasıl yaşanması gerektiğine dair canlı argümanlar olduğunu öne sürmektedir. Ethos, pathos ve logos söylemlerinin, tasarımdaki ikna gücü üzerinde durur. Buchanan’a göre (2001) retorikte logos, konuşma ya da yazmadaki rasyonel bir söylemdir. Tasarımda ise, tasarım konusunun teknolojik muhakemesi ya da akıllı yapısıdır. Logostaki başarı ürünün netice verdiği anlamına gelir. Retorikte pathos, izleyicinin duygularına ve sosyal koşullarına yönelir. Tasarımda ise, belirli kullanıcılara hitap eden özellikler sağlamaya çalışır. Özellikle ekonomiklik kavramında etkilidir yani insanlar tarafından işlevsel, kullanılabilir ve ekonomik olmasını vurgular. Son olarak retorikte ethos, konuşmacının ya da yazarın karakteridir ve izleyici

ile güvenilirlik ilişkisi kurar. Tasarımda ethos, bir ürünün marka adı olarak anılan sesi olarak anlaşılabilir.

Richard Buchanan (1989), tasarım disiplinine retorik bir açıdan bakılması ile ilgili etkili katkılarda bulunmuştur. Bu fikir Buchanan sonrasında da pek çok tasarımcı tarafından kullanılıp ve tartışılmıştır. Johan Redström (2006), teknolojilerin ikna edici olduğunu araştırmış ve bu nedenle tasarıma ikna odaklı bir yaklaşım sergilemiştir. Tasarımın ikna edici olabilmesi için, ancak tasarımın bünyesinde iknayı barındırması gerektiğini belirtmiştir. Bunun yapılması için üç hedef belirtir; (1) ikna edici tasarımın hem metodoloji hem de ilgi alanları açısından genel tasarım söyleminden ne kadar farklı olduğunu belirlemek; (2) iknayı tasarım eyleminin merkezine yerleştirmek; (3) ürün veya hizmet içindeki iknayı, tasarımcıların kullanıcıya önerdiği ürün için bir araç haline getirmek.

“Tasarım, kapsamı evrensel olan insan yapımı herhangi bir ürünün yaratılması anlamında bir buluş ve eğilim sanatıdır. Bu, geleneksel retoristlerin belki de disiplinlerini sözlü iletişimde öngörü sanatı olarak gördüğü için tasarımın bir öngörü sanatıdır” (Buchanan, 2001, s. 191). Tasarımcılar genellikle iknayı bir araç olarak kullanarak müşterilerine, meslektaşlarına ya da herhangi bir topluluğa kendilerini ifade ederler. İknanın buradaki hedefi ise kullanıcılar olmaktadır. Buchanan, “tüm ürünlerin - dijital ve analog, elle tutulur ve somut olmayan - hayatlarımızı nasıl yönlendirmemiz gerektiği konusunda canlı bir argüman olduğunu” ve “tasarımın karşıt görüşler arasında bir tartışma olduğunu” önermektedir (Buchanan, 2001). Bu durum, bir ürünün tasarlama sürecinin, ürünün varlığı ışığında yeniden düşünülmesi gerektiği anlamına gelir. Tasarım aynı zamanda evrensel bir sanattır, çünkü tasarım bir projeyi planlamak ve yönetmekle ilgilidir. Tasarımcı bir sandalye, bir oda, bir ev, bir şehir bloğu, bir billboard veya bir hizmet yapmayı planlıyorsa, süreci temelde aynıdır. Tasarıma retorik bir mercek bakmak, tasarım eylemlerini yapma eylemlerinden ayırt etmemizi sağlar. Buchanan’a göre (1995), ürünlerin anlamı, oldukları gibi incelenmesi ürünlerin sahip olduğu retorikten farklıdır. Retorik daha çok ürünlerin kullanıcının yorumlarını barındırdığı ikna aracıyla ilgilidir. Retorik aslında fikirleri (argümanları) sonuçlara (teze bağlılık) bağlamak için var olan bir sanattır, bu nedenle fikirleri (genellikle ihtiyaçlar) sonuç ürünlerine bağlayan ve tasarım üreten bir sanattır. Tasarımcılar ayrıca planladıkları ve yaptıkları ürünlerdeki belirsizlikle de ilgilenirler. Aynı görevi aynı bağlamda sunan iki

tasarımcı büyük olasılıkla iki farklı çözüm ortaya çıkaracaktır (Redström, 2006). Sürekli belirsizlikle başa çıkma kapasitesi, tasarımın kötü tanımlanmış sorunlarıyla başa çıkmak için önemli bir beceri olarak tanımlanmıştır (Cross, 1995).

Antik çağlardan beri retoristler ve retorik teorisyenleri, ikna edici hedefinin ötesinde, retoriğin buluş ve keşif için bir fırsat sunduğunu kabul etmişlerdir. Aristoteles retoriği “herhangi bir konunun ikna edici yönlerini keşfetme tekniği” olarak tanımlamıştır (Godin, 2016). Buluş, argümanların keşfedildiği ve seçildiği retorik aşamasıdır. Tasarımda buluş, tasarlanacak ve yapılacak ürünün özelliklerini bulup seçen ilk planlama aşamasıdır. Bu özellikler daha sonra geliştirme ve kullanıcı testi aşamasında tutarlı bir ürün haline getirilir (Buchanan, 2001). Retorikte olduğu gibi, bir ürünün özellikleri de o ürünün ana işlevinden ve diğer rakip ürünlerden ilham alır.

Gorgias, Sofistler gibi, gerçeğin elde edilemeyeceğine, ancak harekete geçmek için bir şeye inanmamız gerektiğine inanır. O zaman onun retorik yaklaşımı, bir kitleye “bize etik ve acıklı ve mantıksal olarak çekici” bir şekilde geçici bilgi satmaktır (yani kusurlarını gizlemek) (Bizzell ve Herzberg, 1990). İsokratlar, Sofistlere ahlaki dayanaklarına karşı çıktılar ve söylemi bir eğitim aracı olarak gördüler. İsokratlar için retorik mantıklı argümanlarla ilgilidir (Bizzell ve Herzberg, 1990). Augustine’nin temel kaygısı, retorik ve Hristiyanlığı bir araya getirmektir. Augustine’in söylemi, ister törenlerde, ister eğitimde veya politikada olsun Hristiyan hakikatının aktarılmasını amaçlamaktadır. İskoç bir filozof olan Campbell, tüm insan fakültelerinin iknada başarılı olmak için retoriği ele alınması gerektiğini önermiştir. Retoriğin esasen ahlaki akıl yürütmeyi hedeflediğini düşünerek, geleneksel kanunları - dolayısıyla buluşu ve dağılımı ve sonuç olarak dengeyi –reddetmiştir.

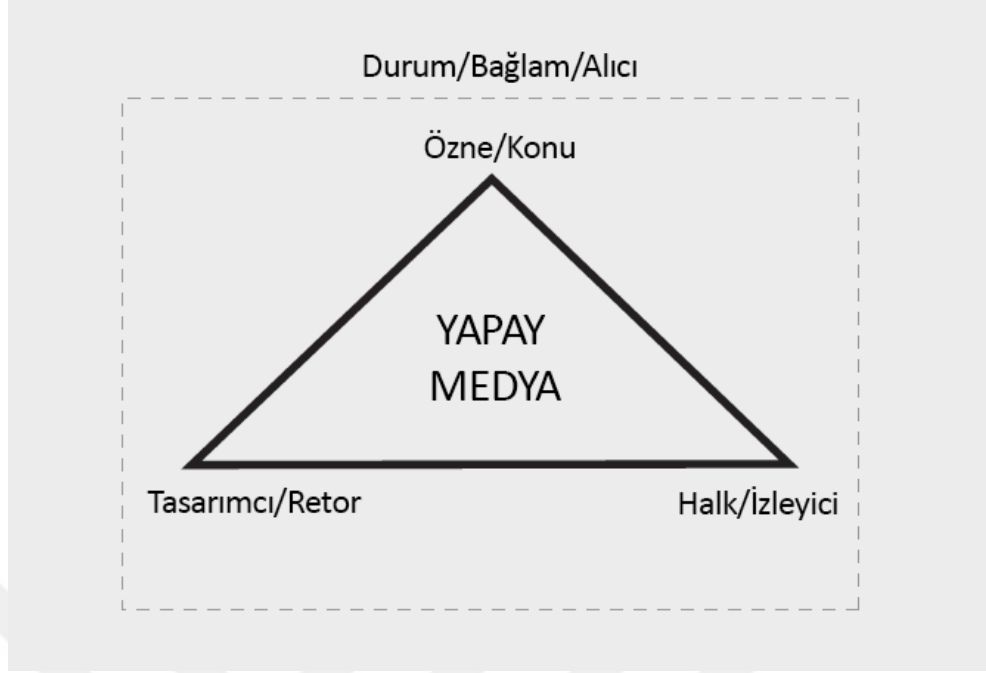
Godin (2016), retorik ve tasarım arasındaki sinerjinin temeli olan birkaç temel unsuru incelemiştir (Tablo 3.1). Kısaltmalar ile belirlenen karakteristik özellikler düşünürün mantığı ile uyuyorsa E (Evet), uyumuyorsa H (Hayır) olarak işaretlenmiştir. Godin burada Buchanan’ın söylemine en yakın düşüncüyü bulmaya çalışarak bir sentez oluşturmuştur. 6 puan alan yani tümünde E alan düşünceleri değerlendirir ve Gorgias, Cicero ve Buchanan’ın argümanı birbiri ile eşleşir. Tasarıma verimli bir şekilde aktarılacak ve tasarıma çağdaş bir yaklaşım oluşturmak için gerekli sistematığı içinde barındırması en önemli nedendir. Tablodaki değerlendirme öğeleri şu şekildedir;

- Pe: Persuasion (İkna)
- UA: Universal Art (Evrensel Sanat)
- PA: Productive Art (Üretken Sanat)
- Un: Uncertainty (Belirsizlik)
- ID: Invention and Disposition (Buluş ve Eğilim)
- BP: Balance and Position (Denge ve Pozisyon)

Tablo 3.1. *Klasik çağın retorik ve ikna edici sanat biçimleri formu (Godin, 2016, çev. Yapıcı, F.)*

Retorik Düşüncesi	Pe	UA	PA	Un	ID	BP	Toplam
Gorgias'ın retorîği	E	E	E	E	E	E	6
Socrates'ın retorîği	H	E	E	E	E	H	4
Aristoteles'in retorîği	E	E	E	E	E	H	5
Cicero'nun retorîği	E	E	E	E	E	E	6
Agustine'in retorîği	H	E	E	H	E	E	4
Campbell'in retorîği	E	E	E	E	H	H	4
Whately'nin retorîği	E	E	E	E	E	H	5
Argüman	E	E	E	E	E	E	6

Retorik yaklaşım, tasarıma konu, iletişimci, kamusal, orta ve bağlam arasındaki karmaşık ilişkileri düşünmek ve her durumda başarılı bir şekilde iletişim kurmak ve stratejiler sunmak için teorik bir çerçeve sunar. Bu yaklaşım, bir mesajın görsel yapısının hedeflenen halkın ihtiyaçlarına hizmet etmesi ve etkili tasarımın sanatsal olarak rafine edilmiş görünümünden ve tasarımcıyı memnun etmekten daha fazlasını yapması gerektiğini savunur (Ehsses, 2008). En önemlisi, bu mod iletişimsel bütünlüğü vurgular ve tasarımcıların çalışmalarının yeterliliğini veya uygunluğunu değerlendirmeye zorlar (Şekil 3.1).



Şekil 3.1. *Bağlam ve müşteri dinamikleri içinde özne, kamuoyu ve tasarımcı (Ehse, 2008. Çev. Yapıcı, F.)*

Tasarım içinde retorik, görüntülerin anlamları nasıl yansıttığını ve iletişim kurduğunu ve hatta tüm bu öğeleri nasıl şekillendirdiğini açıklamak için kullanılır. Tasarım ve retorik arasındaki bağlantıları ve kesişim noktalarını tanımlamak, hem tasarımcı hem de alıcı için tasarımı anlamak açısından önemlidir. Tasarım ve retorik ilişkisi, her iki disiplin için de kültürel, ekonomik, toplumsal ve teknolojik gelişmelerden kaynaklanmaktadır. Tasarımcılar kavramları ve fikirleri görsel bir temsile çevirirler (Emanuel, 2010). Tasarımcılar ve izleyiciler arasındaki mesajları tanımladığı için, tasarım retorik olarak kabul edilir. Bu kasıtlı anlam üretimi görsel tasarımın retorik bir fonksiyonudur. Özellikle tasarımın oluşum sürecinde ve sonrasında izleyici ile buluşma noktasında retorik argümanlar önemli bir yere sahiptir. Retorik başlığında ele alınan retorik kanonları ise bu süreçte tasarımcıya yol gösteren ve üretken bir amaca hizmet eden argümanlardır.

3.1. Tasarım Sürecinde Retoriğin Rolü

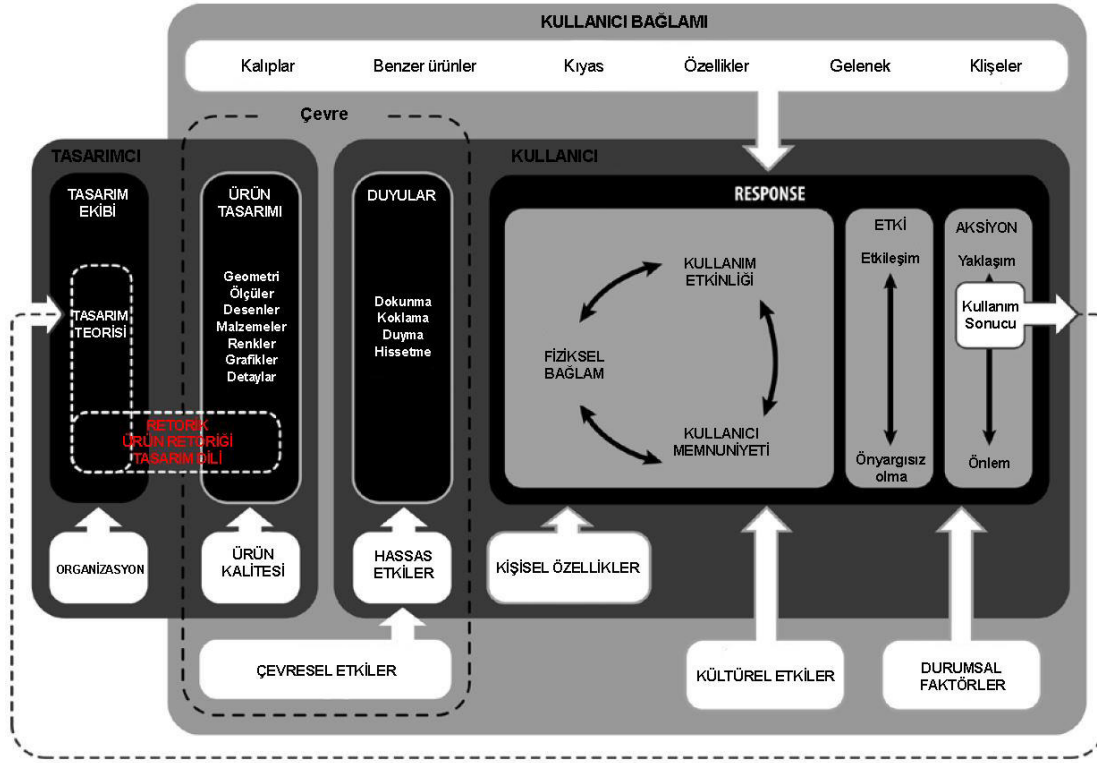
Tasarım sürecinde en önemli yardımcı araçlardan olan retoriğin rollerini Pamela Schenk grafik tasarımcılarına genellediği incelemesinde açıklamaktadır (Schenk, 1991). Grafik tasarımcılarının tasarım süreci içerisinde karşılaşacağı zorlukların üstesinden gelebilmek için çizim yeteneklerini ve ifade biçimlerini geliştirmesi gerektiğine inanan Schenk, çizim ile iletişime geçmenin buradaki en önemli araç olduğunu belirtmiştir.

Çizim, tasarımcı ve ekibin diğer üyeleriyle önemli iletişimler kurulmasında birinci rolü üstlenmektedir. Schenk'e göre tasarım sürecinin üç önemli aşaması vardır; hazırlık, yaratıcılık, üretim. Hazırlıkta tasarım çözümüne yönelik görüşmeler yapılarak gerekli referanslar toplanmaktadır. Yaratıcılıkta ilk fikirler analiz edilerek ara sunumlar ve değerlendirmeler yapılmaktadır. Üretimde ise sanat ürününün gerçeklik boyutu ile sunum dinleyiciye aktarılmaktadır.

Tasarım sürecinde retoriğin, bir diğer deyişle ifade biçiminin önemine değinen kişilerden Goldschmidt, eskizlerin önemini vurgulamaktadır. Fikirlerin zihin sürecinden çıkıp kağıt üzerine işlenmesinde eskiz kullanımı görsel düşünme gücümüzü artırır (Goldschmidt, 1994). Tasarımın olgunlaşma süreci eskiz aşamasından başlar, sonrasında problem çözümüne yönelik görsel düşünme devam eder. Dinleyiciye fikirlerimizi aktarırken, tasarım üzerinde yapılan çizgilerle, perspektiflerle, diyagramlarla eskiz üzerinden fikirlerimizi sunarız. Bir tasarım süreci, ikna edici argümanların nasıl oluşturulacağı konusunda bir süreç olarak da tanımlanabilir. Tasarım süreci sırasında tasarımcılar, başkaları üzerinde etkili bir imaj ve ikna edici bir söylem yaratmanın yolunu tartışır ve bu da kasıtlı bir retorik eylem olarak adlandırılabilir. Çünkü tasarımcılar izleyiciyi oluşturacakları tasarım karşısında ikna etmeye çalışmaktadırlar. Bu retorik formun izleyicileri tasarımcıların kendileri de olabileceği gibi, diğer ekip üyeleri, yatırımcılar, kullanıcılar da olabilir (Halstrøm, 2017). Retorik özellikle tasarım çalışmaları ve tasarım uygulayıcıları ile ilgilidir. Buchanan (2001), retorik ile ilgili "Hitap yeteneği uygulamanın ayrılmaz bir parçasıdır. Tasarımcının, tasarım sürecindeki ilerleyişi algılamasını ve meslektaşlarını ya da müşterilerini belirli bir olgu çerçevesinde ikna etmesine yardımcı olur" demiştir. Tasarıma retorik açıdan bakmak sadece tasarım süreci ile ilgili değil, aynı zamanda tasarım ürünleri de bu argümanın bir parçasıdır. Tasarım ürünleri de insan hayatına nasıl yön vermesi gerektiği konusunda destek olan canlı argümanlar olarak algılanabilir (Halstrøm, 2017). Tasarlanan bu argümanları nasıl keşfedip yargılanacağı sorusu ise kullanıcıların uğraşına kalır.

Wrigley (2013), tasarım sürecini iyi yönetebilmek için kullanıcıyla daha fazla etkileşimde olunması gerektiğini belirtmiştir. Kullanıcıyla etkileşimde olunması ürünlerin retorik içeriği ile ilgilidir. Bununla ilgili bir diyalog çerçevesi oluşturan Wrigley (2013), retoriğin, tasarım ekibi ile tasarım mesajının bir ürüne çevrilmesi arasındaki önemli boşluğu doldurduğunu vurgulamıştır. Ürün tasarım sürecinde, çevre, kültür,

kişisel, gelenek gibi pek çok etkileyici faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerle kullanıcılara nasıl daha etkili hitap edilmesi gerekliliğinde retorik argümanlar ortaya çıkar ve interaktif iletişim ortamı oluşur. Kullanıcı tepkilerinin belirlenmesi, ürün tasarımında önemlidir ve ürünün nihai sonuca ulaşmasında gerekli argümanları da tasarımcıya sağlar (Şekil 3.2).



Şekil 3.2. Retorik etkili tasarımın diyalog çerçevesi (Wrigley, 2013) (çev. Yapıcı, F.)

Katılımcıların meslekten olmadığı kişilere tasarımları aktarırken Gindroz’a göre iletişimi sağlayacak ifade biçimlerinin titizlikle seçilmesi gerekmektedir (Gindroz, 1982). Disiplinler arası yapılan karşılıklı konuşmalarda akış diyagramları, çevreyi anlamaya yönelik analiz çizimleri, plan çizimleri ve anlaşılabilirliği kolaylaştıran maket sunumları bu süreçteki önemli araçlardır. Retorik, grafik medyanın hem üretimi hem de analizi için kategorileri adlandırdığından tasarım sürecinin bir açıklamasıdır. Bir üretim sistemi olarak, grafik medya üretmek için kullanılabilen bir dizi iletişim stratejisi ve tekniği sunar. Retorik ve tasarım üretim süreçlerinin paralel bir doğası vardır ve bu bağlamda tasarıma retorik bir perspektiften bakmak gerekir. Brummet (2006), retorik kanonların tasarımı geliştirici özelliğinden yararlanarak, tasarım sürecinin geliştirilmesi hakkında bir diyagram oluşturmuştur. Bu diyagram ve akış, retorik kanonlarının, tasarımı üretim ile ilişkisini ele almaktadır (Şekil 3.3). Analiz aracı olarak tartışmalı, duyu ve üslup ile ilgili

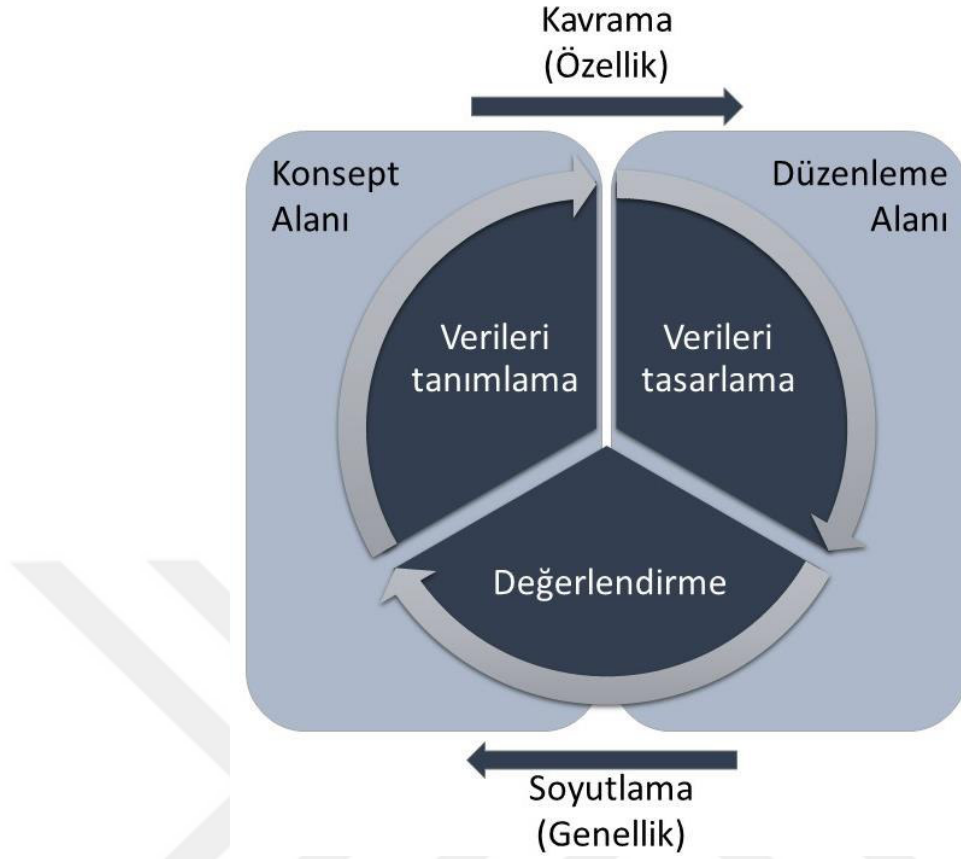
yapı ilkelerini araştırmayı amaçlamaktadır. İki yaklaşım birbirinden öğrenebileceğinden iki yaklaşım kendinden bağlantılıdır (Ehsses, 2008).

A.		Durum
	Bağlam	(yer ve zaman)
	İhtiyaç	(problem, konu ya da etkinlik)
	İzleyici	(profil, güçlülük ya da güçsüzlük)
B.		Konuşmacı/Retor
	Arka plan	(yeterlilik, deneyim, ün)
	Hedef	(amaç, niyet)
C.		Konuşma/Savunma
<i>Inventio</i>	Buluş	Ne söyleyeceğini bulma. (Ethos, Pathos, Logos).
<i>Dispositio</i>	Düzenleme	Bulunanları yapılandırma, düzenleme.
<i>Elocutio</i>	Stil	Uygunluğu ve figüratif unsurları dikkate alarak gerçek ya da mecazi dil seçimi.
<i>Memoria</i>	Hafıza	Hafızaya bağlılık. (Günümüzde teknolojik medyaya eğilim gösterilmektedir.)
<i>Actio</i>	Hitabet	Söylemi yerine getirme (Günümüzde, materyalin tasarımı, olayların sunumu, ürünlerin sergilenmesi gibi sunum tekniklerini içerir.)

Şekil 3.3. Retorik kanonların üretim ilkeleri ilişkisi (Brummet, 2006) (çev. Yapıcı, F.)

Tasarım sürecinde retorik, mekânsal düşünmenin çok yönlü bir dilidir. Görsel olan bu dil, resimsel yönünün etkisiyle, tasarım sürecinde karşılıklı iletişime geçirir. Tasarımcılar, meslektaşlarıyla, işverenle, toplumla, farklı disiplinlere bu sayede iletişime geçerler. Çizimler, maketler, sözel ifadeler iletişim için kullanılan unsurlardır. Bu unsurlar sayesinde tasarım problemleri daha anlaşılır hale gelerek görüş ayrılıkları ya da birlikleri daha kolay gerçekleşir. Retorik ikna edici söylem olarak kabul edilirse, ifade biçimleri de tasarımcıların bu amaçla kullandığı bir ikna yöntemidir denilebilir.

Kroll & Koskela için (2012), retorik kavramların tasarım sürecinde belirli yönleri vardır. Retorik düzenlemesinin sentezi değerlendirme ve akıl yürütme olarak tasarım sürecinde yardımcı olmaktadır.



Şekil 3.4. Kavramsal tasarımın kuralcı modeli (Kroll, 2013 çalışmasına dayanarak yazar tarafından oluşturulmuştur)

Kavramsal tasarımın kuralcı modeli (Şekil 3.4); parametrenin tanımlanması, yaratıcı sentez ve değerlendirmeden oluşur. Kroll’ün konsept geliştirme amacıyla oluşturduğu bu model, retorik buluşlarla ilgilidir. Tasarımlar geliştirildikten sonra retorik değerlendirme yöntemleri açısından ele alınabilir.

Tasarım, bilgisayar bilimi, çevre sağlığı ve iletişim gibi farklı disiplinlerden bir araya gelen Carl DiSalvo, Marti Louw, David Holstius, Illah Nourbakhsh ve Ayça Akin “*Semt Ağları*” isimli bir proje oluşturarak, insanların tasarımla kamusal bir retorik oluşturmayı deneyimlerine katkı sağlamışlardır. Birbirine yakın yerlerde oturan insanlarla oluşturdukları bu projede, teknolojiyle eleştirel etkileşimler başlatmak ve insanların endişe duyulan konular hakkında yaratıcı ifadeler üretmeleri için teknolojiyi kullanmalarını sağlamak ana hedefleri arasındadır. Eğitimde, sanatta ve tasarımda geleneklerden yola çıkılarak sorunların analizini ve yorumuna katkı sağlayacak deneyimler sunulmaktadır. Özellikle ortak kaygıları kapsayan, bunları sorgulayan ve

karşılaştıran kentsel çevredeki ihtiyaçlar proje konularının önemli başlıklarıdır. Bu başlıkların amacı ise insanlara, teknolojik yetenekleri kullanarak yargılamalar ve sorgulamalar yapabilmeleri için deneyim sağlamalarıdır (Thompson & Sholette, 2006). Projedeki amaç insanlara teknolojik olmayı değil, teknolojinin kullanılabilirliğini sağlamaktır. Projedeki düşünme eylemi, insanlar üzerinde kamuya açık bir retorik oluşturmaya başlar ve sorgularlar: Dünyada nasıl daha iyi yaşayabiliriz? Daha iyi yaşamak için neler yapabiliriz? Yapacaklarımızı nasıl icat eder ve sunarız? Tasarlanan projeler ikna edici yollar ile karşıya aktarılacak istendiğinde bu retorik hale gelir (Buchanan, 2001).

Tasarımı retorik olarak algılamak, yapılı çevrenin değerleri ve davranışları etkileme biçimleri ile ilişkilidir. Bu bağlamda, insanların katılımcı olduğu tasarımlar üretmek retoriksel bir faaliyet olarak kabul edilebilir. İnsanların veri toplaması, iletişim kurması ve bakış açılarını değiştirmesi için gerekli argümanları kullandıkça, bu katılım bir tür politik eylem haline gelir. Bu proje de bu kapsamda politik eylemleri araştırmak amacıyla geliştirilmiştir. Semt Ağları projesinde katılımcılar arasında projeler tanıtılıp tartışılırken bir deneyim ağı oluşturulur. Konut sakinlerinin kendilerini yaratıcı bir şekilde ifade etmeleri ve önerilerde bulunmaları beklenir. Proje, Pittsburgh-Lawrenceville’de yaşayan çok sayıda katılımcıdan oluşmaktadır. Semt sakinleri broşürler, bültenler, e-posta listeleri ve duyurular aracılığıyla bilgilendirildi ve 14 adet katılımcı ile sekiz haftalık bir workshop süresi başlatıldı. Katılımcılar yaşları ve cinsiyetleri arasında değişmekte olup, bunlar arasında dört ortaokul yaşındaki çocuk (3 erkek, 1 kız), 35-55 yaş arası sekiz yetişkin (5 kadın, 3 erkek) ve 55 yaş üstü iki yetişkin (1 kadın, 1 erkek) bulunmaktadır. Çalışma için yerel halkın ilgili olabileceği konularak seçilerek bunları teknoloji ile birleştirmeleri istendi. İlk hedef olarak, yaşanılan yeri ne kadar iyi tanıdıklarını deneyimlemek ve daha iyi keşfetmelerini sağlamak amacıyla “sensörlü atık avı” projesi yapıldı. Projede, çevresel algılama kavramı ve teknolojinin birbirine adapte edilmesi amaç olarak belirlenmiştir. (Görsel 3.1). Katılımcılar tasarıma dahil edilerek, etkin bir öğrenme ve iletişim ortamı oluşturulmuştur. Ele alınan problemlerde çevrelerini analiz etme, problem tanımlama ve bu probleme bir çözüm arayışına girme gibi yetilerinin geliştirilmesi amaçlanarak, katılımcıların farkındalığı artırılmıştır.



Görsel 3.1. *Sensör çöpçü avı projesinde bir katılımcı ((DiSalvo, Louw, Holstius, Nourbakhsh & Akin, 2012).*

Projenin amacı yukarıda da belirtildiği gibi, insanlar arası etkileşimi artırarak çevrenin daha iyi benimsenmesi ve tanınmasını sağlamaktır. Bunların gerçekleşebilmesi için de insanların kaygı duydukları konu hakkında zihinsel bir düşünme süreci yaratmaları ve sonucunda teknolojiyi kullanma fırsatı tanımaları halka tanındı. Katılımcılar, algılama analizlerini ve yerel endişeleri ele alarak yaratıcı fikirlerde bulundular. Halka açık oluşturulan bu retorik düşünme sistemi, hayal gücünü ve dikkati yakalamayı amaçlamıştır. Retorik bir araç olarak argümanların nasıl sunulduğu katılımcılar tarafından deneyimlenmiştir.

3.1.1. Tasarım sürecinde verimlilik ve kullanılabilirlik

Tasarım süreci ve sonrasında etkinliğin ve kalitenin değerlendirilmesi gerekir. Bu değerlendirme aşamasında kullanılabilirlik denetimi önemli bir standarttır. Ancak tek başına kullanılabilirlik denetimi, ana tasarım hedefinin kavramsal ilişkilerden oluşmadığı tasarım problemlerini etkin bir biçimde değerlendirmek için yetersizdir. Örneğin, ürün ve sistem tasarımı alanında yapılan sosyal değişimler (örnek olarak sağlık promosyonları, teşviki ve geliştirilmesi), iletişim ya da davet, eğlence gibi hedefler, kullanılabilirliğin

ötesine geçen tasarım değerlendirmesini gerektirir (Mejía & Chu, 2014). Retorik söylemler, sosyal değişim için tasarım alanında mantıklı bir sezgisel yaklaşım sağlar.

Kullanılabilirlik denetimi, kullanıcı odaklı bir yöntemdir. Kullanılan ürünün fonksiyonel anlamda doğru çalışıp çalışmadığı ile ilgilenmez, doğru çalıştığı varsayılan ürünün kullanıcıları tarafından ne kadar doğru, ne kadar güvenilir ve ne kadar rahat kullanıldığı ile ilgilenir. Kullanılabilirlik ilkeleri temel olarak öğrenilebilirlik, verimlilik, hatırlanabilirlik, hata kontrolü ve memnuniyet gibi öğelerden oluşur (http-5). Tasarım alanı ile ilgili terimlerde retorik, tasarım çıktılarının hem analizine hem de üretimine hizmet eden bir yön olarak karşımıza çıkmaktadır (Bonsiepe, 2000; Buchanan, 1985). Retorik, analiz için kullanılabileceği gibi, aynı zamanda tasarımın değerlendirme aşamasında da bir potansiyele sahiptir. Tasarımda retorik modern teorisinde, tasarımın etkinliğini anlamak için çeşitli retorik bileşenlerinin kullanılabileceği öne sürülmüştür. Örneğin, klasik retorikte, konuşmanın başlangıç süreci için beş adet kanon ya da bölüm vardır. Bunlar; buluş (argüman bulma), düzenleme ya da düzen (argümanları sıralama), sitil (ifade biçimleri), hafıza (bellek), eylem (iletme, teslimat). Bu kanonlar Ehses'e göre (1984) tasarım üretimi için beş aşama tanımlar ya da Buchanan'a göre (1995) tasarımcıların yeteneklerini organize ederek, özel bir ürün tasarlamaları için kullanılabilecekleri bir modeldir.

Mejía & Chu (2014), tasarımın retorik değerlendirmesinde kullanılacak sezgisel yöntem geliştirmişlerdir. Bu sezgisel yöntemlerin doğru bir şekilde kullanılması için tasarımcıların ve değerlendiricilerin retorik durumu açık ve derin bir şekilde anlamaları gerekir. Bir tasarım sonucunun (imaj, model, ürün, sistem) uzman değerlendirmesi, değerlendirme hedefine bağlı olarak farklı açılardan gerçekleştirilebilir. Bir bakış açısı tasarımın kullanım kolaylığı ya da verimliliğidir, bir diğeri ise tasarım amacının etkinliği/verimliliğidir.

3.2. Görsel Tasarım ve Retorik

İkna ya da etki odaklı iletişim sanatı olarak retorik, 1960'lardan beri görsel bir bakış açısıyla özel olarak incelenmiştir. Görsel iletişim bağlamında retorik terimini ilk kullanan Bonsiepe'dir (1965). Retorik geleneksel olarak başarılı konuşma teorisi olarak işlev kazanırken, ilgi artık dikkat çekmek ve şaşırtmak için kitap kapakları, dergi gibi görsel iletişim formlarında kullanılan araçlara yönelmiştir (Schneller, 2015). Buchanan

(1985), görsel iletişim nesneleri fikrini radikalleştirerek, tasarım argümanı konseptiyle lambalar, kitap rafları veya kahve makineleri gibi endüstriyel tasarım nesnelerinin bile retorik etki biçimleri içerdiğini fikrini savunmuştur. Buchanan'a göre izleyiciler ve kullanıcılar üzerindeki etki, tasarlanan nesnelerin teknolojik (logos), karakteristik (ethos) veya duygusal (pathos) özellikleri tarafından uygulanır. Tasarım söylemi anlamsal ikna düzeylerinin ötesine uzanır. Geçmişte görsel retorik çoğunlukla görüntülerin temsili içeriğine ve retorik şekillerin metinden görsel alana aktarılmasına odaklanmıştır. Ancak ikna edici araçlar sadece içerik düzeyinde değil, aynı zamanda yapı veya form düzeyinde de açıklanabilir. Görsel tasarım bağlamında ise grafik tasarım efektlerin doğrusal, zamansal ve bileşimsel yönleriyle görüntü ve görsel formun kombinasyonunu kullanır. Film ve video gibi zamana dayalı görsel medya için, zamansal efekt boyutu aslında konuşma ve metindeki kadar seçkindir. Her ne olursa içerik ve formun etkileri birbirinde ayrılmamalıdır. Yazılı bir metnin yazı tipi, boyutu, rengi ve yerleşimi, konuşulan bir metnin hızı, ses yüksekliği ve tınısı ile ilişkilidir.

Görsel iletişim için tasarım, dünyadaki bir soruna, fırsata veya duruma yanıt olarak ortaya çıkan bir sosyal faaliyettir. Tasarımcılar kısıtlamaları fırsata dönüştürür ve tasarım kabiliyeti, deneyim tarafından birleştirilen değerler, bilgi, anlayış, hayal gücü ve becerilerin kaynaşmasından ortaya çıkar. Her tasarım parçası, belirli bir mesajın iletilmesi ve istenen bir yanıtın alınması ihtiyacından doğar ve bu nedenle bir tasarımın kalitesi yalnızca görsel görünümü temelinde değerlendirilemez (Ehse, 2008). Görsel iletişim tasarımcıları, iletişim kurmak ve halk arasında bir köprü oluşturmak için farklı grafik teknikleriyle birlikte renk, tür ve görüntüler kullanarak somut eserler üretir. Bu süreçte tasarımcı kamuoyunu etkilemeye, ikna etmeye veya özdeşleşmeye çalışır. Tasarımcılar, sosyal eylemin kolaylaştırıcıları olarak, sonuçta ortaya çıkan ürünlerin yanı sıra iletişim süreçlerinin şekillendirilmesinde de rol oynarlar. Bu şekillendirme günlük nesneleri, eylemleri ve olayları etkiler (Ehse, 2008). Tasarımcılar, belirli amaçlara ulaşmak ve izleyicilerle iletişim kurmak için görsel nesneler üretirler. Üretilen nesneler, günlük iletişim deneyimlerimizi oluşturan ifade ve argümanlar olduğu için, tasarım uygulaması doğal olarak retoriktir.

Retorik temel üzerine tasarım, klasik bilimin retorik ve göstergebilim içindeki ilerlemesine dayanan bir yaklaşımdır. Retorik bir perspektiften, görsel iletişim tasarımı, sosyal etkileşimi etkilemek ve koordine etmek için işaret ve sembolleri uyarlayan ve

yöneten çok modlu bir süreç olarak karakterize edilebilir. Metin benzeri bir yapı olarak bir tasarım nesnesi okunabilir ve içerisindeki tüm unsurlar metnin arkasındaki kültüre dayanan iletişimsel etkiye katkıda bulunur. Etki, anlam üreten görsel materyallerin yönetimi yoluyla meydana geldiğinden, tasarlanan nesneler destekledikleri fikir ve anlamlardan dolayı retorik güç kullanır (Ehse, 2008). “Endüstriyel Ortamlarda Güvenlik” konulu uluslararası bir yarışma için sunulan posterler (Görsel 3.2), retorik stratejileri ve görsel argümanları bakımından farklılık gösterir. Ehse’in (2008), yorumuna göre, Kieser posteri argümanını etkiden inşa ederken, Stankowski posteri onu nedenden inşa eder. Bir söylem olarak, Kieser’in çoğunlukla olumsuz niyetli kişileri çekmek ve ikna etmek için güçlü bir duygusal çekiciliği tetiklemeye karar verdiğini söylenebilir. Yaralanma ve kazalardan kaçınmanın sadece kendinize acı çekmek değil, aynı zamanda sevdikleriniz için acıdan kaçınmak anlamına da geldiğini iddia etmektedir. Ortaya çıkan bir kadının, bazı kültürlerde yas tuttuğunu gösteren bir peçe giyerek gösterdiği sonuca vardığını savunmaktadır: güvenlik önlemlerine uymamanın bir sonucu olarak ölümcül bir kaza meydana gelmiştir. Görüntü, bu etkiyi, sebebi ima yoluyla “kanıtlayan” dramatik ve çekici bir şekilde göstermektedir. Örtülü bir kadının imajıyla birlikte “Kesinlikle Yanlış Koruma Ekipmanı” başlığı kara mizah ekler ve ortama ironik bir bükülme kazandırır. Kieser ayrıca iki retorik figür uygular: mecaz ve ironi.



Görsel 3.2. İlk görsel, Günter Kieser; ikinci görsel, Anton Stankowski (Ehse, 2008)

“Peçe” mecazi olarak “yas” anlamına gelir ve perdenin “koruma teçhizatı” yerine kullanılması ironiktir. Bunun yerine, Stankowski posteri muhataplarla öncelikli olarak rasyonel çekicilikle etkileşime girmeye çalışır. Başlıkta "Güvenlik hakkında bilgi edinin - Kazalardan Kaçının" yazmaktadır. Bir retorik olarak, Stankowski temaya kesinlikle modernist-stilistik bir yaklaşım kullanarak ve spesifik olmayan bir biçimde yaklaşır ve genel olarak kabul edilen bir durumu soyut bir şekilde tasvir eder. Etkiyi ima etmek için devrilmek üzere dengesiz bir kareler yığınının görüntüsünü üreterek, bir kişi düşen nesneler tarafından yaralanabilir çağrışımını yapar. Görüntü, potansiyel bir kazanın nedenini göstermektedir ve dolayısıyla etkiyi ima yoluyla kanıtlamaktadır. Stankowski, “nesnelerin üzerine düşmek ve devrilmek” yerine “kazalardan kaçınmak” figüründen yararlanır.

Tüm bu anlatılar ile birlikte tasarımın içsel olarak retorikliği barındırdığı belirlenmiştir. Retorik kavramı, tasarım analizlerini oluşturmak, kullanıcıyı tasarıma dahil etmek, deneyimleri anlamak ve ifade etmek için bir çerçeve olarak ortaya çıkmaktadır. Foss’a göre (2005) retorik, hem görsel bir nesne hem de görsel verilerin incelenmesi üzerine oluşturulan bir perspektif anlamına gelmektedir. Bu anlamdan yola çıkılarak, retorikğin iletişimsel olarak kavramsallaştırılması semboller, kullanıcıların müdahalesi ve tasarım ile bir bütün halinde ele alınmalıdır. Tasarım da retorik sembolik ve iletişimsel yönlerin analizini içeren teorik bir bakış açısı oluşturur. Tasarım verilerinin iletişimsel boyutlarını vurgulayan veriler için analitik bir araçtır. Tasarımı, iletişimi ve toplumsal argümanları içerisinde barındıran mimarlık mesleği de daha etkin ve ikna edici bir iletişim ortamı yaratması amacıyla, retorik bilimi çerçevesinde incelenebilmektedir. Bu sebeple tezin dördüncü başlığında retorik kavramı, mimarlık özelinde ele alınmış ve açıklayıcı örnekler ile incelenmiştir.

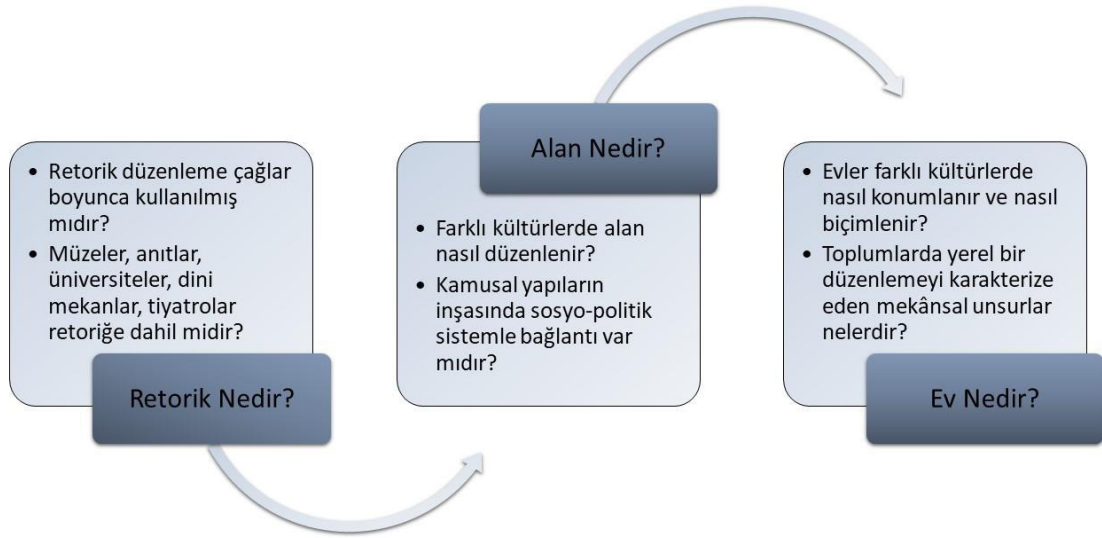
4. MİMARLIK VE RETORİK

Mimarlık, toplumun ve insan ruhunun bir yansıması olarak işlev görür ve kim olduğumuzu, gerçeklik anlayışımızı etkiler. Bir yer hakkındaki bilgimize göre hayatımızın önemli bir kısmını tanımlıyoruz, bir çocukluk evi, üniversite kampüsü, belirli bir çeşme ya da heykelle yaşamımızı özdeşleştirebiliyoruz. Ana dilimiz gibi bildiğimiz yerler bizi şekillendirir ve kim olduğumuzu tanımlar. Aslında, mimarlık bizi zaman ve mekâna yerleştirir, bize tarihi hatırlatır ve günlük yaşam için sahneler oluşturmamızı sağlar (Hill, 2001). Toplumun bir yansıması olan mimarlık, bizi ikna etmek için retorik olarak işlev görür. Retorik olarak mimari, tasarlanan ve yaşayan formlar aracılığıyla zihnimizde ve görüntümüzde oluşan mekânsal bir biçimdir. Dahası, bir mimarlık söylemi olan retorik, mimarlığı katılımcı olarak kabul etmemizi sağlar ve yaşam için bize yön veren temalar oluşturmamıza olanak sağlar. Mimari anlayışımızı çevreleyen anlatılar ve figürler zaman içerisinde değişime uğrar. Örneğin, yirminci yüzyılın başında, sık aralıklarla inşa edilmiş yapılardan oluşan şehir görüntüleri ülke yaşamında yüceltici etki yaparken kasaba formundaki şehirler önemsenmedi. 1900'lerin ortalarına gelindiğinde ise kırsal kasabalar, saman tohumlarına, tarıma ev sahipliği yaptığından daha önemli hale gelmeye başlamıştır (Strauss, 1961). Bu farklı bakış açıları, kentlerin toplum üzerinde yaptığı değişiklikleri, kimlik ve ideoloji oluşumunda önemli bir platform oluşturduğunu ifade eder. Her kentin bir hikayesi vardır ve hikayelerle donatılı bu kentler hem gelecekteki yapıları hem de yapıları kullanan insanları etkiler.

İletişim ve retorik mimarlığın doğasında vardır. Mimarlık, işlevini ve anlamını iletmek için işaretler kullanır. Bu iletişim, bir stand tasarımından bir anıta kadar mimarisini kullanmaya veya anlamaya çalıştığını algıladığında retoriktir. Dilsel iletişim gibi mimarlık da kodlar, anlamlar, anlambilimsel kaymalar ve sözdizimsel birimlerden oluşur. Mimarlık sadece iletişim kurmakla kalmaz, aynı zamanda retorik olarak da iletişim kurar. Kiliseler ve alışveriş merkezleri, kapılar ve merdivenler gibi mimari ürünler bize sadece anlamlarını ve işlevlerini anlatmakla kalmaz, aynı zamanda davranışlarımızı da etkiler. Mimarlık retorik olarak bizi anlamlandırma yetimizi kullanmaya teşvik eder. O halde mimari ikna edici bir olgudur ve bu nedenle retorik eleştirmenler tarafından incelenmeyi hak eder (Hattenhauer, 1984). Frith (2004), Vitruvius'un retorik mimari konseptinin, Aristoteles'in doğadan ve üretimden (techne) kaynaklandığını ve her şeyin amacının kendi içinde taşıdığını belirtmiştir. Tasarımcının

her aşamada sürecin ilerlemesini sağlaması ve izleyicisini ikna etmesi bu konsept ile ilgilidir.

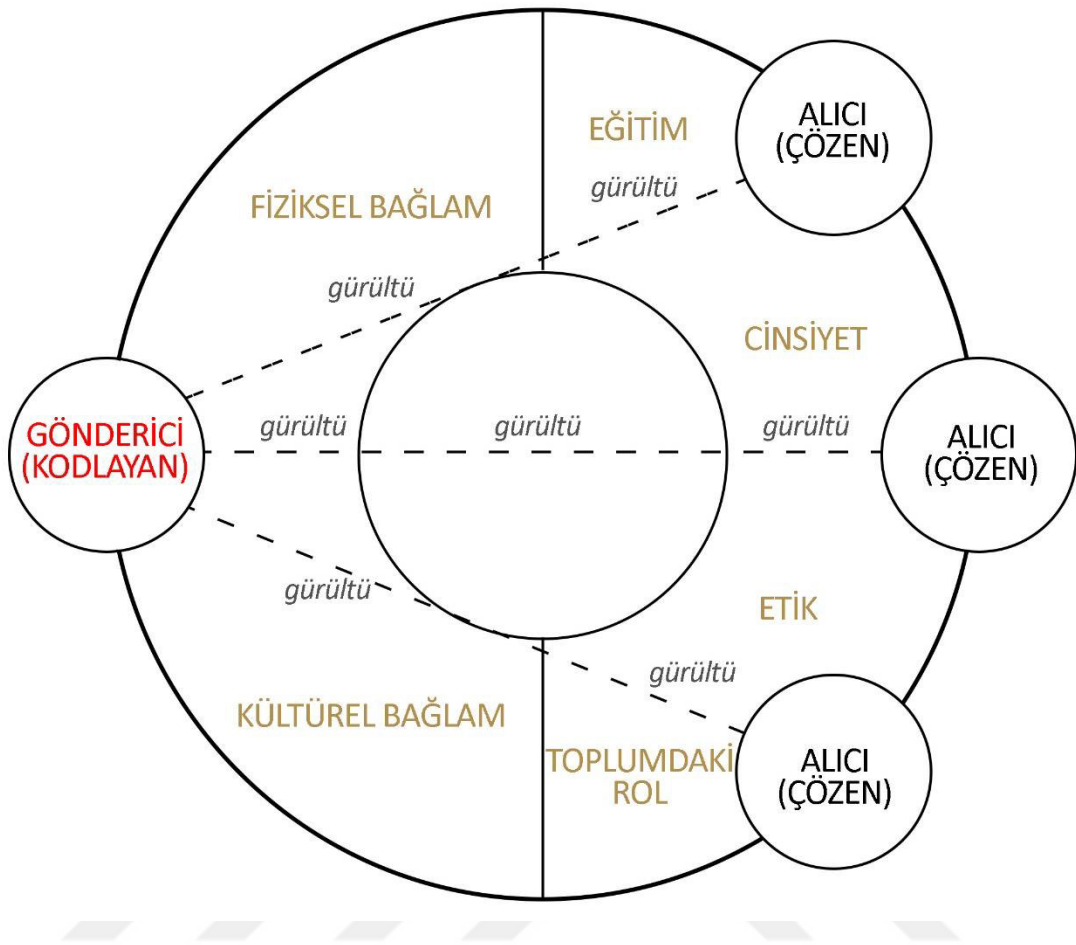
Carol Blair (1999), retorik metinlerin sembolik oluşlarının ötesinde, hedeflerine, niyetlerine, sonuçlarına odaklanarak retorikğin önemini incelemiştir. Mimarlık, ideoloji ile dolu kültürel bir söylemdir. Özellikle anıtlar retorik analiz açısından incelendiğinde, geçmişinde barındırdığı tarih ile zengin bir retorik anlatıma sahiptir. Yapılar halk için zaman zaman caziptir, bir amacı vardır, ikna eder, ortak alanlar yaratır ve bazı durumlarda gerginlikler yaratır. Carol Blair (1999), anıtları açıklarken çevrelerini ve içindeki insanları etkinleştirir, tamamlar, meydan okumalar sağlar, rekabet eder gibi tanımlamalar kullanmıştır. Bir mimarlık söylemi, mimari yapıların ardındaki anlamı ve anlamlı nesneler olarak nasıl çalıştıklarını deşifre etmeye çalışır. Yapılar mekanı organize eder ve yaşama, uyuma, çalışma, öğrenme, yaratma, bir topluluğun parçası olma gibi onlar içinde yaşamlarımızı sürdürebileceğimiz parametreleri tanımlar (Bresch, 2003). Bu sebeple, yapılarla ilgili pek çok retorik çağrışım, soru ve bilgi bulunmaktadır (Şekil 4.1).



Şekil 4.1. Retorik çağrışımlar ve sorular (Yazar tarafından tez için oluşturulmuştur.)

Mimari düşünce, insanlığın ortaya çıkmasıyla başladı ve bu yüzden uzun bir tarihsel geçmişe sahiptir. Retorik, mimari teori ve tarihin iletişimsel tarafını vurgular ve bu teori

ve tarihin kesişimindeki yeniden okumada nasıl bir anlam kazanabileceğini ortaya koymanın bir aracı olarak hizmet eder. Anlam, farklı söylemlerin çeşitlendirilmesiyle farklı düşünceler ve farklı mimari düşüncelerle elde edilir. Atfedilen anlamlar değiştikçe ve arttıkça, anlatılar da değişir ve dönüşür (Durmuş & Gür, 2014). Her özne kendi “özgürleştirici” sözleriyle anlam kazanmak ister. Konuyu tartışırken ortaya atılan her soru, aslında belirli kimliklere dayanmaktadır. Yeni şeyler söyleme fırsatı ancak kendi tespitlerimizi sorgulayabildiğimizde ortaya çıkabilir (Tanyeli, 2012). Mimaride metinsel bir ilişki kurabilmek için tarih ve edebiyat arasındaki ilişki de dikkate alınmalıdır. Bunun nedeni, edebiyatta okuma ve anlam analizinin, tarihin farklı okuma aşamaları ile örtüşmesidir. Batı'daki bu süreç üç aşamada oluşturulmuştur: toplumsal ilişkileri anlamlandırmak için “Yorumlama Dönemi”, tarih yazımı ekolünü öne süren “Annales Okulu” ve bilgiyi dilden ve anlamlandırma çabalarından kaynaklanan kirlilikten arındırmayı hedefleyen “Dekonstrüksiyon” dönemidir (Ayan, 2013; Durğun,2016). Retorik, söylem ve düşünceler yoluyla zihnin manipülasyonu olarak düşünülmüştür. Retorik okuma, bu bağlamda dekonstrüktivist bir okuma yöntemi olarak görülebilir (Meyer, 2009). Belirsiz sınırlara sahip bir disiplin ve kavram olarak retorik birçok yorumlamaya sahip olabilir. Retorik, etkileme ve ikna ile ilgilenir. Umberto Eco (2019), mimarlığın dilinin ikna edici olduğunu belirtmiştir. Çünkü mimarlık aslında bir kitle iletişim türüdür ve insanların toplumsal ya da sosyo-kültürel açıdan mekânsal olarak ihtiyaçlarını karşılamak için insan kitlelerine seslenir, onları tasarladığı biçimde yaşaması için ikna eder. Bu noktada insanın içinde bulunduğu toplum ve aldığı edinim nasıl yaşayacağı konusunda kendisini yönlendirir.



Şekil 4.2. Stuart Hall İletişim Modeli (Hall, 2005 çalışmasına dayanarak yazar tarafından oluşturulmuştur)

Mimari tasarımın önemli bir parçası olan iletişim; tasarımcı, öğrenci, akademisyen, mühendis, kullanıcı gibi pek çok ilgili paydaşı tasarım sürecine dahil etmede rol alır. Mimari faaliyetler kentin her alanında ve kültürel yaşamın parçasında etkisini göstermektedir. Erişilebilirlik, siyasi, sosyal, ekonomik ve kültürel yaşam gibi tüm alanların fiziksel ve kavramsal inşasında mimarlık vardır. Bu durumlara çözüm sunan mimarlık, geleneksel olarak hem fikir geliştirmede hem de bu önerilerin iletilmesinde rol oynamıştır. Bu açıdan mimarların tasarımlarını, mimari eylemlerin muhataplarına iletebilmesi oldukça önemlidir. Dolayısıyla, yaratıcı faaliyetlerin yanısıra üretilen mesajın izleyiciye etkin bir biçimde aktarılabilmesi de mimarlıkta iletişimin önemini vurgulamaktadır (Boudon, 2015). Mimarlıkta iletişim, farklı disiplinlerin dahil olduğu disiplinler arası bir etkinlik olarak da yorumlanabilir. Stuart Hall iletişim modeli, iletişime özgü bir kavram olarak iletilen etkileri ve mesajları pratik algı ve kod çözümüyle ifade

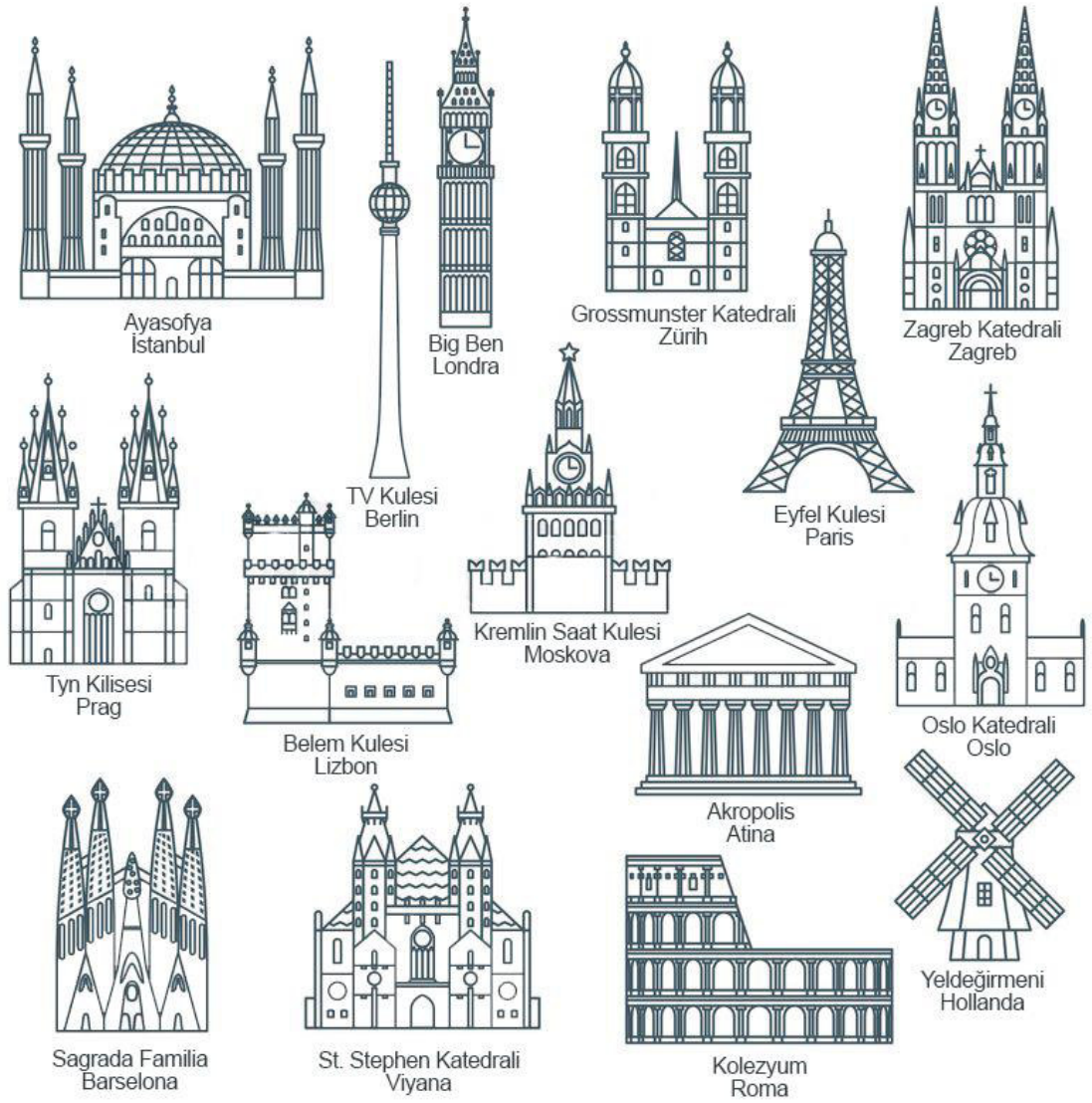
eder (Şekil 4.2). Gönderici mesajı iletir, araya giren farklı bağlamlar birbirinden farklı alıcıların mesajları algılamasında önemli rol oynar. Her alıcı, içerisinde bulunduğu kültür, etik, fiziksel gibi pek çok faktörün etkisiyle mesajı alır. Bu bağlamda, her alıcı kendi kodunu çözerek mesajı alır ve bilgiyi o şekilde algılar. Mimari üretimde de durum benzerdir, tasarlanan olgunun farklı toplumlar açısından ele alınışı ve değerlendirilmesi toplumun sosyo-kültürel özelliklerine göre değişiklik göstermektedir.

Retoristler gibi, mimari eleştirmen de nesneyi tarihin bir parçası olarak görür, ancak bir disiplin olarak mimari, iki bin yıl önce Vitruvius tarafından belirtildiği gibi sembol sistemlerinden ziyade işlev ve güzelliği göz önünde bulundurur (Vitruvius, 2019). Mimarlığın kimlikleri oluşturma ya da halkı belirli bir bakış açısına ikna etme rolü vardır. Hattenhauer (1984), mimari retoriği “işaretler ile mimari” olarak belirtilen mesajı ileten gösterici biçiminde tanımlar. Ona göre mimarlık sadece etki olarak değil, bir araya geliş biçimiyle de retoriktir. Sadece fonksiyon anlamı değil, form da anlamı takip eder. Anlamı anlamak için alıcı tarafından bir iletişim kodu bilinmelidir ve birden fazla kod vardır, bu da birçok olası iletiyle sonuçlanır. Örneğin, mimarların ve halkın zihninde her birinin farklı kodları vardır ve sonuç olarak, halk çağdaş tasarımı anlamayabilir ve sıklıkla reddedebilir. Retorik ve sosyolojiyi birlikte düşünen Guttenschwager (1998), mimarlığı anlamı içinde barındırdığı sembollerde taşıyan sosyal eserler olarak tanımlar. Sembollerin çok güçlü ve kültürün korunmasıyla yakından ilişkili imgeler olduğunu savunur. Dahası bu sembollerin korumanın toplum için bir hayatta kalma meselesi olduğunu öne sürer. “Mimarlar hem kendileriyle hem de daha büyük toplumla konuşurlar. Mimari eserler sembollerdir, bu nedenle her iki düzeyde de anlamlıdır ve bu sembolik anlam binanın teknolojisi ve işlevselliği ile ilgilidir, ancak ondan ayrıdır.” olarak açıklama yapar.

Mimarlık, yapısı gereği içsel olarak iletişimi barındıran bir disiplindir. Tez kapsamında iletişimin en yoğun olduğu mimari ortamlar belirlenmiş ve incelenmiştir. Bunlardan birincisi kentlerin oluşumunda retorik başlıdır. Toplumu bir arada barındıran ve çok yönlü ortamlar olan kentler, yaşayan mimariyi tanımlayan ve algılamamızı sağlayan ortamlardır. Sürekli kendini geliştiren dinamik yapısı sayesinde, toplumu etkileyen mekânlardır. Bu sebeple, kent yaşamları ve kent oluşumu yapısı gereği retoriktir.

4.1. Kentlerin Oluşumunda Retorik

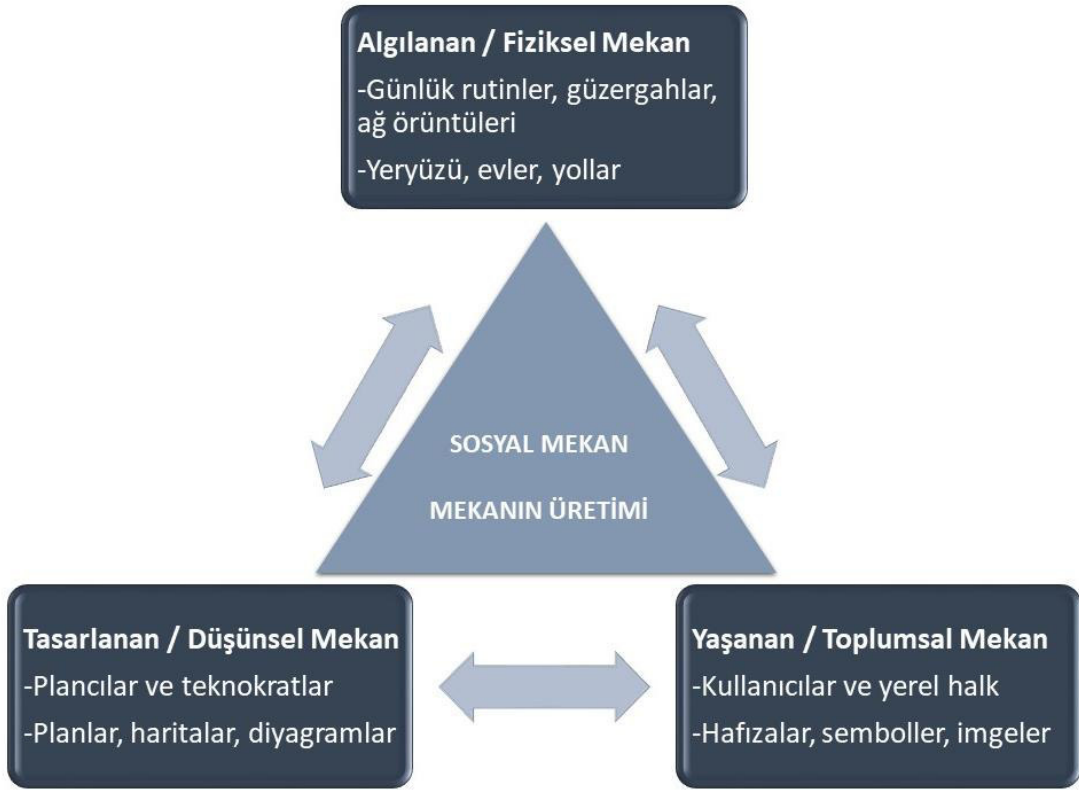
Mimarinin sembolik ve ifade biçimiyle ilgilenen retorik bilimi, insanlığın karmaşık doğası ve inşa edilen formların ilişkisiyle ilgilenir. Michel de Certeau (1984), kentlerde detaylı bir yürüyüş başlatır ve kentlerin soyut temsilini ifade etme yollarını arar. Aslında mekânı zihnimizde ve eylemlerimizde bütünsel olarak ifade ettiğimizi görür. Mimariyi görsel temsillerin ve anıtların ötesinde bir yaşam alanı olarak tanımlamak bilim için yeni yönler getirmiştir. Mimarlık sayesinde kimlikler ve sosyal aktiviteler üretip inşa edilir ve bu sayede insanlar ve yer arasında sürekli bağlantı kurulur. Yapılar ve içinde bulundukları çevre, teknolojinin ve materyallerin nesnesiyken, aynı zamanda dünyayı şekillendirir ve anlam duygumuzu somutlaştırır. Göz merceğine benzer şekilde mimarinin merceğı de gerçeklik hakkındaki görüşlerimizi ve içindeki yerimizi derinden etkiler (Wuellner, 2008). Kentler ve mimari arasında anlam ifade etmek, içerisinde bulunduğumuz çevreden yansımalarla mümkündür. Kentleri kullanırken ve kentlerde yaşarken pek çok kavramsal anlam ve mekân algılarız. Zihninizde oluşturduğumuz imgeler ve semboller ile birlikte kentleri şekillendiririz. Kentler için kullandığımız semboller, dilin soyut biçiminde ya da kentlerin inşa edilmiş biçiminde olabilir; anlam ise kültürel bilgimiz ve bireysel deneyimimiz aracılığıyla şekillenir. Kentler için kimliğini oluşturan mimari yapılar, tarihin ve kent silüetinin izlerini taşıyan semboller olarak karşımıza çıkmaktadır (Şekil 4.3).



Şekil 4.3. Dünya kentlerinin yer işaretleri ve sembolleri (*http-6, çev. Yapıcı, F.*)

Mimarlığın retorik olarak nasıl işlediğini incelemek için insanların kentleri ve mimariyi nasıl algıladığını ve deneyimlediğini analiz etmek önemlidir. Diğer retorik biçimlerinden farklı olarak mekânlar, bizi fiziksel olarak çevreliyor ve kelimenin tam anlamıyla bizi barındırıyor ve konumlandırıyor. Lefebvre (1991), mekanı bir araç olarak kullandığımız ve bu araç bize nasıl davranmamız gerektiğini öğreteceği teorisi üzerinde durmuştur. Lefebvre, üç tür mekânsal algılama çerçeveleri oluşturmuştur, fiziksel, zihinsel ve sosyal mekanlar. Birincisi, fiziksel dünyayla ilgili olarak mekanlardaki kullanım alanlarıdır. Alanı bir araç olarak kullanırız ve mekan bize nasıl davranacağımızı öğretir. Örnek olarak, mutfaklar yemek yemek içindir ve yemek masaları da yemek

yediğimiz alanlardır. Yani bir toplumun mekandan kazandığı edinimler toplumun kendi alanını yaratmasını sağlamaktadır. İkincisi, haritalar, taslaklar, isimler ve bizi mekanın dışında bırakan herhangi bir temsil de dahil olmak üzere soyut olarak düşünülmüş imgelerdir. Başka bir deyişle, kentleri tasarlayan mimarlar, planlamacılar, tasarımcılar ve diğer uzmanlar ilk olarak kavramsal ya da zihinsel alanda çalışır. Üçüncüsü, yaşam alanlarımızdır. Yaşam alanları, duysal deneyimleri edindiğimiz kültürel imgelerimizdir. Bu mekan, yaşanan, üretilen ve zaman içerisinde değişebilen imgeler ve anlamları içerisinde barındıran sosyal mekandır. Örnek olarak, Empire State Binası'nı gördüğümüzde, toplumsal bilgiden yararlanarak içerideki kalabalık ofis çalışanlarını zihnimizde görselleştiririz. Yapıyla ilgili yargımız sadece fiziksel olarak değil zihnimizdeki imgelerle şekillenir. Kendi deneyimlerimiz, uluslararası olarak aktarılan kültürel ve tarihi bilgileri içeren daha büyük bir sembol sisteminin çok küçük bir dilimi haline gelir. Yaşam alanı, fiziksel olarak temsil edilen gerçekleri zaman ve mekan arasında birbirine bağlayarak ortak bir dil oluşmasını sağlar. Kısacası mekansal temsiller üç biçim olarak ele alınabilir; algılarımız (fiziksel mekan), anlayışlarımız (zihinsel mekan) ve deneyimlerimiz (toplumsal mekan) (Lefebvre, 1991). Lefebvre için toplumu anlamak içinde bulunduğu mekanı anlamak ile mümkündür. Lefebvre'nin oluşturduğu kavramsal çerçeve yani mekânsal üçlü (spatial triad), mekan üretim boyutlarıyla da yakından ilişkilidir (Şekil 4.4).



Şekil 4.4. Lefebvre'in Mekânsal Üçlü (Spatial Triad) Kavramsallaştırması (Lefebvre, 2014 çalışmasına dayanarak yazar tarafından oluşturulmuştur)

Kentlerin yol haritaları kavramsal temsillerin oldukça basitleştirilmiş bir şeklidir. Günlük yaşantımızda kullandığımız bu veriler yaşayan bir retoriktir. Çünkü zihinsel imgelerimiz ve bir yerle olan geçmişimiz anlık deneyimlerimiz ile birleşir. Belirli sokak kavşakları, iki katlı yeşil ev, banyo kapısının gıcırtısı gibi zihnimizde mekanları imgeleriz. Kentler, farklı kültürden insanların bir arada yaşadığı mekanlardır ve içerisinde barındırdığı imgeler her kişi için farklı anlamlar ifade edebilir. Washington Anıtı Amerikalılar için ulusal bir gurur duygusu oluştururken, farklı kültürdeki insanlar için öfke barındırabilir. Mekân, bir söylemin yorumu için fiziksel bir form sağlar ancak anlamın ne olacağını dikte etmez. Vatz'a göre (1973), içinde bulunulan durum keşfedilmemiş ya da kısıtlanmamıştır, yaratıcılık onun yorumlanmasına katkı sağlayan bir eylemdir.

Mimarlık, binaları, anıtları, ketnleri, kasabaları, altyapıyı ve yapıyı çevreyi oluşturan yerlerle ilgili araçlardan oluşur. Araç işlevi ise bir olguyu kabul etmemizi sağlayacak bir durumun argümantasyonunu ve ikna kabiliyetini ifade eder. Modern bir

belediye binasının minimalist, güçlü çizgileri iyi bir hükümeti sergileyebildiği gibi, neo-klasik üslup ile tasarlanmış beyaz sütunlu cepheye sahip bir ev cazibeyi anımsatır. Zihinde kurgulanan bu araçlar, dünyayı anlamaya ve kentin şekil ve biçimlerini algılanmasına yardımcı olur. Bazen bir kentin düzeni anlayışla çatışabilir. Mimarlığın ikna edici unsurları estetik, politik, sosyal veya ekonomik olabilir ve bu alanların herhangi birinde argümanlar sunabilir. Şekiller ve formlar kültürel normlar aracılığıyla anlaşılır ve bir yeri başka bir yerle karşılaştırmak için bir takım beklentiler geliştirilir. Kısacası, bir kentin retorik gücü oluşum süreci sırasında meydana gelen olayları, yaşanmışlıkları, tarihi kapsar. Yapısal olarak mimari insanlığı şekillendirir ve kim olduğunu, nereye ait olduğunu, nerede olduğunu sorgulamaya yardımcı olur. Mimarlık, kimlik anlayışını güçlendirir ve toplum ya da birey olarak insanların kendisini sorgulamasına izin verir.

Mimari retorik ana temalarından biri, kent yaşamındaki anlamın açıklanması ve nitelendirilmesi için bir arayış içine girerek yaşayan mimariyi tanımlamaktır. Mekânsal deneyimler, ritüeller, anlatılar ve deneyimler aracılığıyla günlük eylemlere kent dahil edilir. Kentleri sabit bir mekân olarak görmek yerine, sürekli değişen, gelişen ve deneyimlerimize anlam katan mekanlar olarak görmek kentleri anlamlandırmada yardımcı olur. Retorik teori ve mimari bilginin kesiştiği noktada anlam, iletişim ve kimlik konuları yer almaktadır. Mimari insanın kendisinin bir aynası iken, aynı zamanda yapımcısı olur. Çeşitli yerlere ve yapılara seyahatler yaparak içimizdeki farklı insanı keşfederiz. Nesneler olarak mimarlığın sabit doğasının ötesine geçmek için semboller kullanılır. İkna etme ve gerçeklik duygusunu geliştirme sayesinde mekânları tanır ve tanımlarız. Bu sayede kentlerde bir anlam geliştirilir ve farklı kültürlerin deneyimleri paylaşılır.

4.1.1. Florida / Seaside kasabası

Wuellner (2008), kentleri anlamak için Amerika’da seçtiği kentlerde analizler yapmıştır. Florida’nın Seaside bölgesinde kimlik ve mekân üzerine retorik üzerinden yaptığı araştırmalarında, kenti ve yeri anlamının yollarını yorumlamıştır. Seaside Florida fikri, 1979’da genç mimar çiftin Amerikan kentlerindeki biçimsiz gelişimle ilgili endişesiyle ortaya atılmıştır. 80 dönümlük arazi üzerine inşa edilen 350 adet konut kentleri yeniden şekillendirecek bir hareket üretme olasılığı düşük görünse de inşa edilmiştir (Şekil 4.5).



Şekil 4.5. Seaside Kasabası Planı (Wuellner, 2008).

Yerleşimdeki ilk konutlar 1985 yılında tamamlanmasının ardından günümüzde neredeyse tüm evler ve kamu binaları tamamlanmıştır. Seaside, radikal olarak farklı fikirlere sahip yeni bir kasaba olarak uluslararası ilgi görmüştür. 1990'da Time Dergisi "On Yılın En İyisi" başlığıyla kasabanın tanıtımını yapmıştır. Sıkıntılı komşu kasabaların ve Florida kıyı gelişiminde yaygın olan yüksek katlı apartmanların aksine, Seaside bozulmamış, düzenli ve farklıdır. Hem mimari tarzda hem de düzende, bütünlük ve tutarlılık vizyonu ortalama kasabalardan daha farklıdır. Seaside, tanıdık ancak benzersiz şekilde eklemlenmiş belirli unsurlarla kıyıya bağlanır. Her evin bir ön sundurması ve beyaz çitleri vardır. Tüm sahil şeridinde görsel ritmi sağlayan özel nervürlü gri çelik çatılar hâkimdir. Evlerin cephelerinde genel olarak pastel tonlar tercih edilir ve ağaçlarla boşluklar doldurulur (Görsel 4.1).



Görsel 4.1. *Seaside / Florida tipi yerleşimi (http-7)*

Seaside kasabası, Florida'nın gökdelenlerle yükselen diğer sahil kıyılarına kıyasla bir refah yeri olarak daha ütöpik bir tasarım anlayışı sergilemektedir. Seaside, tarihi tasarımların yeni tasarım anlayışlarıyla bağlantısı için iki yol sağlar. Bu kasaba kimileri için nostaljik bir geçmişi, ideal bir kasabayı, değişimi durdurmak için bir metaforu temsil ettiğini düşünürken, kimileri için ise daha iyi bir gelecek için ütöpik bir tasarım, radikal değişime katılma şansı şeklinde imgeler uyandırır. Seaside, sosyal değişim için hem reaktif hem de radikal duygulara hizmet etmeyi başarmış bir tasarım olarak karşımıza çıkar.

On dokuzuncu yüzyılın sonlarında kırsalda yaşayan gençler, sanayileşmiş kent merkezlerinde iş arayışlarına girince kent ve kasabalar arasındaki zıtlıklar giderek artmaya başlamıştır. Bu dönemde sosyolog Strauss'a göre (1961), küçük kasabalar bir düzen içerisinde basit, telaşsız, güvenli ve aileler için doğal bir yaşam tarzını ifade etmektedir. Buna karşılık metropol olarak nitelendirilen kentler, yabancılar, tehlike ve kötü koşulları ifade eder. Mimarlık ve kentlerle etkileşimden bir kimlik duygusu kazanılır. Sokakta yürürken, katedrale giderken, yabancı bir kültürü keşfederken benlik ve toplum için bir kimlik duygusu oluşur ve buna karşılık kentlerin anlam kazanmasına

katkıda bulunmaya başlanır. İnsanları bir araya getirip bağlayan kolektif bir kimlik geliştirilerek insanların kim olduğunu sorgulamasına katkıda bulunulmuş olur.

4.1.2. Ulusal 11 Eylül Anıtı

Ulusal 11 Eylül Anıtı, Dünya Ticaret Merkezi olan İkiz Kuleler'in bulunduğu alanda, neredeyse 30 dönümlük bir arazi üzerine yapılmıştır. Kamusal birlikteliğin önemini teşvik eden bu anma mekânı, yüzlerce ağacın çevrelediği kamusal bir meydan görevini üstlenmektedir. Kulelerin silüetlerini temsilen iki adet 9 metre toprağın içine gömülü yansıtma havuz bulunmaktadır ve etrafındaki şelaleyle su sesinin farklı akış hızları binlerce kişinin hayatını kaybettiği bireysel ve kolektif bir kayıp kavramını öne çıkarmaktadır. Hayatını kaybedenlerin adları bronz panellere kazınarak bir anma alanı oluşturulmuştur. Bu tasarımdaki en büyük retorik okuma ise, kamusal mekân adına halkı bir araya getirme gücüne karşı duyulan inançtır. Geçmişin, günümüzün ve geleceğin bir araya geldiği bu noktada, insanların birbirlerini desteklediği bir alan oluşturulmuş oluyor. Amerika, 11 Eylül saldırısında iki gökdeleni çok daha fazlasını kaybetmiştir, özellikle güvenlik duygusu (Nobel, 2005). Gorund Zero olarak nitelendirilen alan özellikle halk için kutsal bir zemindir ve yerine sıradan bir ofis kompleksinin yapılması fikri bile halkı öfkelenmiştir. Açılan proje yarışmasına dört yüzden fazla katılım olmuştur ve mimar Daniel Libeskind "anma, hafıza, yas ve yenileme" kelimeleri ile tasarımıyla öne çıkmıştır (Goldberger, 2005).



Görsel 4.2. Libeskind "Memory Foundations" projesi modeli 1 (<http-8>)

Libeskind'ın Memorial Foundations olarak adlandırılan ilk tasarımı, ikiz kulelerin bulunduğu cadde boyunca bir anıt meydanı ve onu çevreleyen dört prizmadan oluşuyordu (Görsel 4.2). Ufuk çizgisini yeniden canlandırdığı düşünülen bu tasarım sonrasında revize edildi ve mimar Michael Arad ve peyzaj mimarı Peter Walker tasarımıyla günümüzdeki halini almıştır (Şekil 4.6).



Şekil 4.6. Gound Zero vaziyet planı (<http-8>)

Yaşanan yıkıcı olayların ardından tasarlanan kompleks hizmete açıldı ve günümüzde Ulusal 11 Eylül Anıtı ve Müzesi olarak dünyanın her yerinden gelenlere hizmet etmektedir. Maliyetinin 2 katı fazlasına inşa edilmesi, bir kesim tarafından eleştirilmiştir. Etrafındaki kulelerde çok sayıda mağazayı barındıran bu kompleks anıt ile birlikte turist beklentisi ile beraber tasarlanmıştır. Geçmişin izlerini taşıyan bu anıt, kent için sembolik yerlerden biri haline gelmiştir (Görsel 4.3).

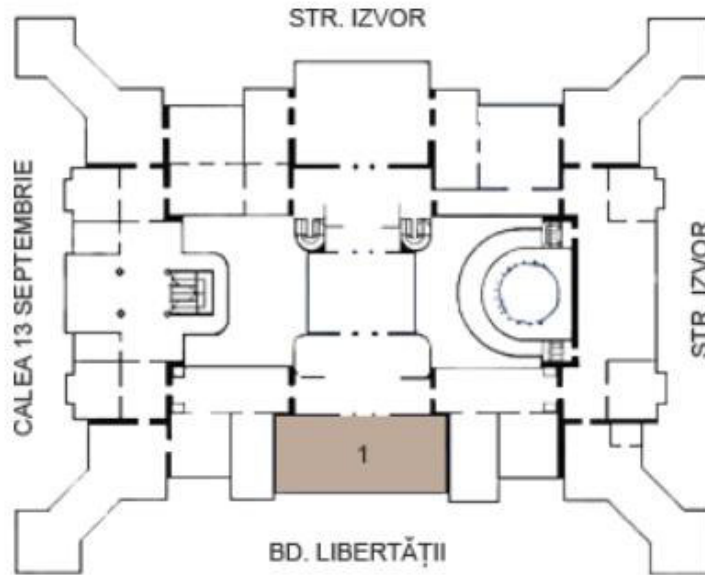


Görsel 4.3. Libeskind “Memory Foundations” projesi modeli 2 (<http://8>)

Mimarlık söylemi, mimaride sembolik bir anlam ifade ederek mimarlığın nasıl algılandığını ve tasarlanan, yaşanan alanları nasıl zihninizde oluşturduğumuzu anlamımıza yardımcı olur. Kentler aracılığıyla nasıl yaşayacağımızı öğrendiğimiz gibi gücün bizi nasıl şekillendirdiğini ve kentlerin bizi bireysel olarak nasıl temsil ettiğini deneyimleriz. Kavramsal bir kent, soyut olarak akılda tutulurken algısal olarak deneyimlenir ve yaşam alanı olarak sosyalleştirilir (Lefebvre, 2014). Kentler, sembolik eylemler sayesinde mimari ideolojileri ve değerleri yani sürekli olarak yorumladığımız mesajları temsil eder. Bir yer anlayışımız, kavramsal ve yaşanmış mekân karşılaşmalarıyla başlar ve daha sonra yorumlara yönelir en sonunda ise uygulamalı mekân bilgisi olarak gelişir. Katmanlı şekilde ilerleyen bu süreç, mekânsal formlar çıkarılmasına olanak sağlar. Retorik imge ise, hem kişiseldir hem de toplumun diğer üyeleri tarafından paylaşılarak sosyal olur. Mekânsal izler, anlatılar ve mitler bir kent okuma ağı olarak birlikte çalışabilirler. Mimari metinlerin analizi ise bu izleri dikkate alarak bireylerin anlamı keşfetmesini sağlar. Mimarlıktan bir kimlik duygusu öğrendikçe, ona değer vermek ve sonuç olarak bireysel ve toplum olarak değerlendirmek için varsayımlar ve beklentiler oluşturulur. Winston Churchill unutulmaz bir şekilde, “Binalarımızı şekillendiriyoruz; ondan sonra onlar bizi şekillendiriyorlar” demiştir. Kısacası kentler ve mimarlık, toplum ve bireyler olarak bizim uzantılarımızdır. Mimariyi canlandırarak, yani deneyim, bellek ve hayal gücü yoluyla inşa edilmiş ortamı yaparak ve anlayarak, kendimizi, kentleri ve kimlik, güç ve tanıtım duygumuzu yaratırız (Wuellner, 2008). Mimarlık ve dilde söylemlerimiz, kendimizi anlamak için en ekili sembollerimiz olmaya devam eder. Dahası semboller, en kalıcı miraslarımızı gelecek kuşaklara insan olarak kim olduğumuz hakkında mesajlar vermek için bizi temsil eder.

4.1.3. Romanya Parlamento Binası

Demetri Porphyrios'a göre (1985), “Söylemsel bir uygulama olarak mimarlık, tutarlılığını ve saygınlığını bir toplumsal mitleşme sistemine borçludur” . Mimarlık ve içinde blundurduğu yapılar sosyal işlev açısından yorumlanabilir. Cristina Hanganu-Bresch “Rhetorical Architecture: A Study in Space and Totalitarianism.” İsimli makalesinde Romanya’nın başkenti Bükreş’te bulunan Parlamento Sarayı’nı retorik açıdan incelemiştir. İncelemesinde, yapıyı kolektif hafıza ve tarih arasında bir fay hattı, ideoloji ve iktidarın büyüleyici bir birleşimi olarak söylemin mekânsal düzenlemesi üzerine çalışmıştır. Romanya Parlamento Sarayı, 1984 yılında Romanya’nın eski sosyalist Cumhuriyeti Başkanı Nicolae Ceausescu ve eşi Elena, büyük 1977 depreminden sonra yeniden inşa edilen Bükreş için gösterişli bir yönetim binası yapmak istemişlerdir. Yapı, her iki ucunda iki büyük meydan ve idari yapılar dâhil olmak üzere mimari bir komplekstir (Bresch, 2003). Yapının her iki tarafında neo-barok çeşmeler ve neo-klasik yapı blokları bulunmaktadır (Şekil 4.7). Ceausescu rejimi sonlandığında, kompleksin yapım aşaması hala devam etmekteydi ve yeni oluşan yönetim yapıyı parlamento binası ve uluslararası kongre merkezi olarak kullanma kararı aldı.

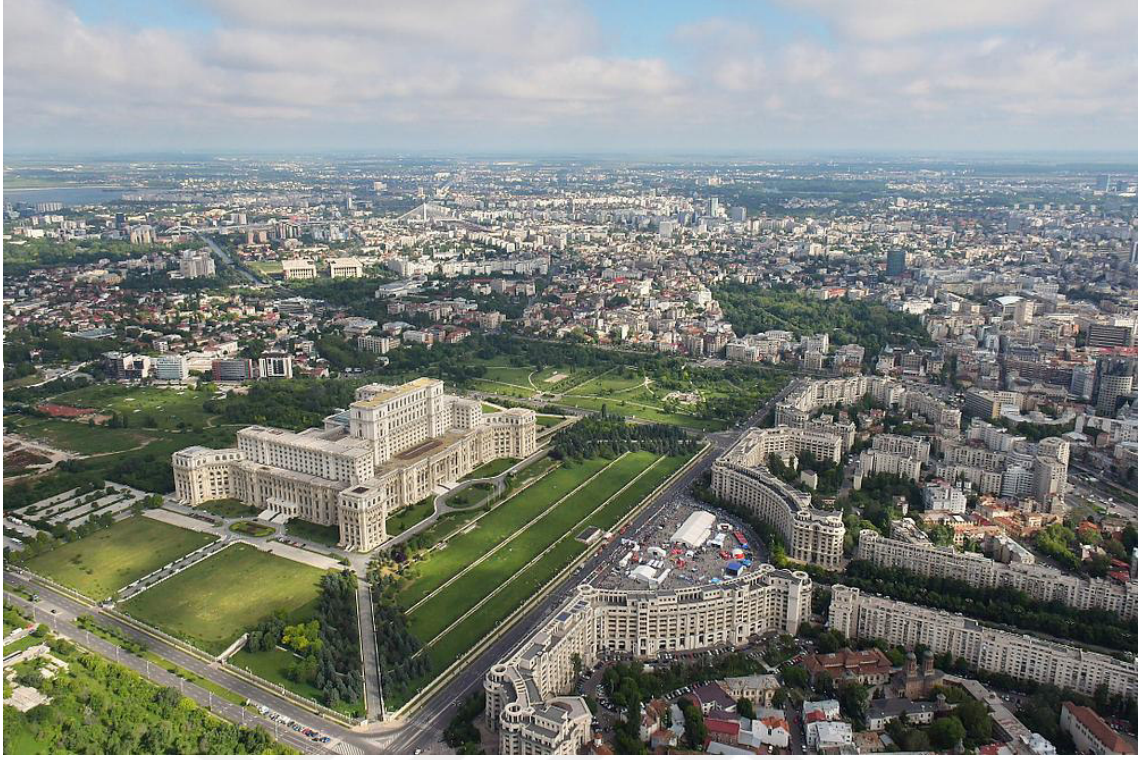


Şekil 4.7. Romanya Parlamento Sarayı binası zemin kat planı (http-9)

Ceausescu, Parlamento Sarayı’nın ismini “Casa Republicii” yani Cumhuriyet Evi olarak adlandırmasına rağmen, Rumenler “Casa Poporului” Halkın Evi olarak adlandırmaktadır. Binanın totaliter anıtsallığı sonsuza kadar sadece Bükreş’in yüzünü

değil, genel olarak Romanya'nınkini, inşaatı için kullanılan kaynakların büyüklüğüyle değiştirdi. Bu durum Romen halkı için temel geçim ihtiyaçlarından yoksun bırakılma anlamına geliyordu (gıda, elektrik, ısı gibi). Bu sebeple yapı Romanya'daki en tartışmalı binalardan biri olmuştur (Bresch, 2003). Rumen halkı, yüksek ekonomik sıkıntıya sahip bir dönemde inşa edilen yapıya karşı eleştirilerde bulunmuştur. Saray, hem ihtişamı hem de dehşet verici duyguları bir arada barındırarak halk açısından tartışmalara sebep olmaktadır. Ceausescu, kral olmasını günler geçtikçe yücelterek bir magalomana dönüşmüştür ve inşa etme çabasına girdiği bu mimari yapı da bu düşüncelerinin en somut örneği haline gelmiştir. Kendisi Kuzey Kore ile bir rekabet içine girerek prestijli bir kent yaratma isteğiyle sosyalist mimarlık ile ilgilenmiyordu. Fakat Kuzey Kore ile ayrılan bir noktaları vardı ki, Kuzey Kore devlet idari merkezini boş bir alanda oluşturturken, Ceausescu Bükreş için önemli değerleri yok saydı. Bükreş kent merkezinin dışında boş araziler olmasına karşın, binanın tarihi bir tepenin üzerine stratejik olarak yerleştirilmesi ve dikkatli ölçümleri, diğer şeylerin yanı sıra, çok önemli bir hedefe sahipti: binayı Bükreş'in her köşesinden görünür kılmak ve gücün sahibi olmak (Görsel 4.4). Yıkımlar dönem düşünürleri tarafından projenin bir parçası olarak görülmüştür, halk ise “kentlin yaşayan bedeninde açtığı yara” olarak nitelendirmiştir.

365 bin metrekarelik alana inşa edilen yapı, 84 metre yüksekliğindedir. Beyaz travertenlerden yapılan kare formlu, 4 katlı ve 1000 odalı olan bu yapı Pentagon'dan sonra dünyadaki 2. en büyük yönetim binasıdır. 3500 ton kristal ve yüzlerce avize ile donatılmıştır. Bazı salonlar bir futbol sahasından bile daha büyük tasarlanarak, iktidar çiftin özel olarak yüceltilmesi amaçlanmıştır (Bresch, 2003). Ceausescu, yapıyı mermer, kristal gibi Romanya'da üretilen değerli malzemelerle kaplatmıştır. Bu sebeple bu yapı insanlık tarihinde, halkı zora sokacak paraların harcandığı dramatik bir yapı olarak bilinmektedir.



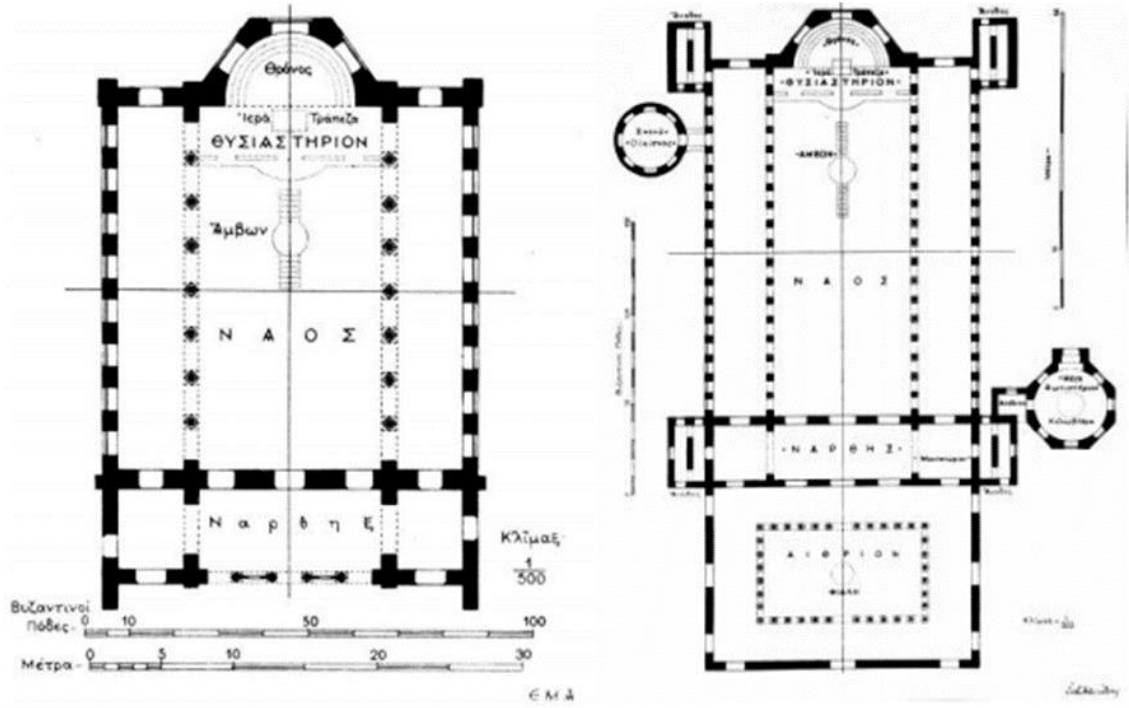
Görsel 4.4. Romanya Parlamento Sarayı binası (<http-10>)

Yapı neredeyse Venedik 6'nın toplam yüzeyine eşdeğer büyüklüktedir, bu sebeple yapı için geniş araziye ihtiyaç duyulmaktaydı. Bunun üzerine Ceausescu talimatıyla yapının inşası için, 20 kilise yıkıldı, 8 kilise taşındı, 10 bin ev yıkıldı ve 57 binden fazla aile alandan tahliye edildi. Bükreş için tarihi öneme sahip kutsal tepe olan Văcărești Manastırı, ilk adli tıp enstitüsü olan Spitalul Brâncovenesc, Operetta Binası, Arsenal Binası ve Ulusal Askeri Müze gibi pek çok önemli yapı Parlamento Sarayı inşası için yıkılması halkın tepkisine yol açmıştır. Lacan'a (1992) göre, Ceausescu'nun bu çabası *creatio ex nihilo* (yoktan var etmek) terimi ile yakından ilişkilidir. Eski düzenin tüm izlerini, mimarisiyle birlikte ortadan kaldırarak kendi rejiminin üstünlüğünü sağlamaya çalışmasıdır. Romanya'nın ulusal kimliğini yok ederek, kendi oluşturduğu kimlik modelini halka direktme yoluyla göstermiştir. Ceausescu'nun hedefi geçmişi yok etmek olarak kabul edilse bile içinde bulunduğu tarihte oluşturduğu travma ile silinen geçmişin hatırası halk tarafından daha derinden hatırlanmaktadır. Rumen halkı, sosyalizmin sağladığı güvenliği bu şekilde anımsamaktadır (Bresch, 2003). Günümüzde ise Rumen halkının büyük çoğunluğu, yapının Pentagon'dan sonra dünyanın en büyük ikinci yönetim binası olduğuyla gurur duyarken, bazıları ise Bükreş'in tarihinin yok edilmesinin

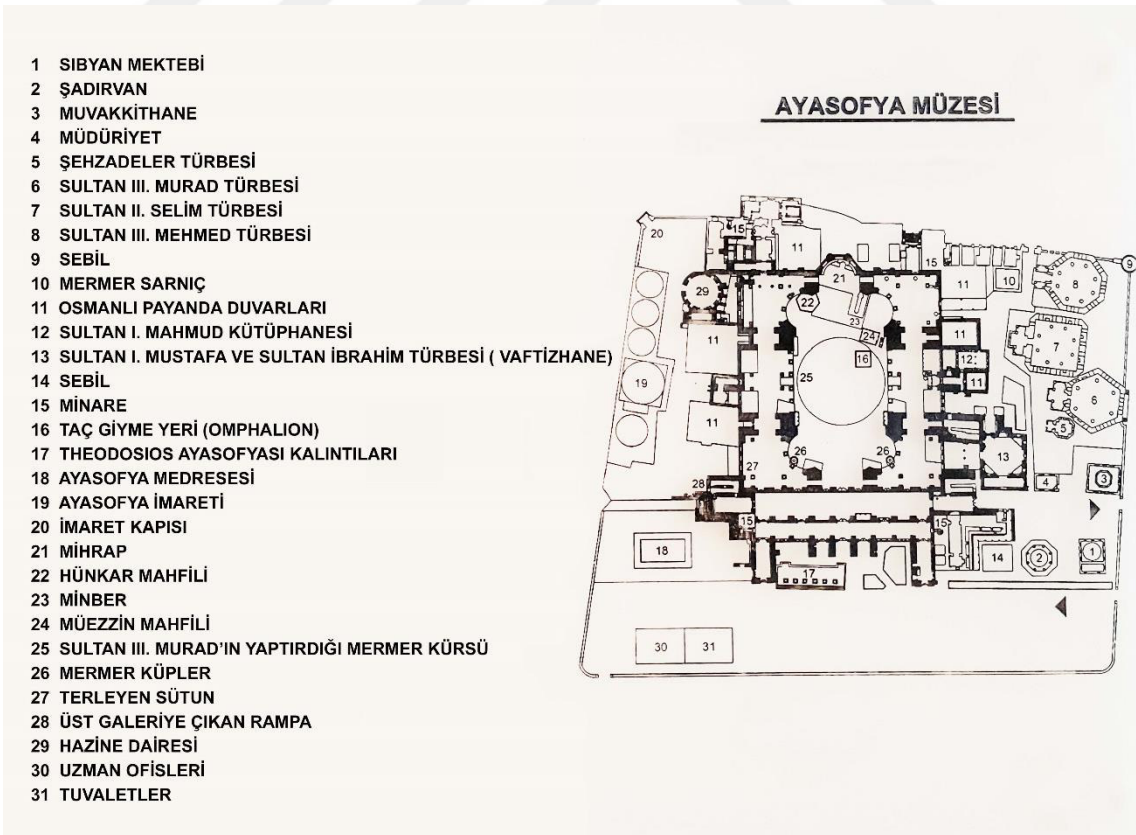
acı göstergesi olduğunu belirterek yapıyı reddetmektedirler. Günümüz Romanya rejimi ise sarayı ulusal bir sembol olarak görmektedir, Romanya halkının yapı uğruna çektiği zorlukların vurgulanması yapının sembolik oluşunu artırmaktadır. Her yıl binlerce turist tarafından ziyaret edilmesi, aslında Ceaurescu'nun ideolojisinin retorik gücünü simgeler. Yıkıcı olan bu güç, günümüzde halkın bir kısmı tarafından iyi ve bir kısmı tarafından kötü olarak algılanarak farklı görüşleri bir arada barındırmaktadır.

4.1.4. Ayasofya

İstanbul'un yedi tepesinden biri üzerinde yer alan günümüzdeki Ayasofya, Bizans İmparatoru Justinianus tarafından MS 532 yılında yapımına başlanmış, 537 yılında tamamlanmıştır. Günümüzdeki hali Ayasofya'nın üçüncü aşamasıdır. Birinci Ayasofya, o dönem çıkan büyük bir yangında yok olmuş ve izlerinin kalmadığı bilinmektedir (Diker, 2016; Şekil 4.8). Birinci Ayasofya'nın Constantinus tarafından yapıldığı fakat tamamlanmasını oğlunun devraldığı bilinmektedir. (Wolfgang, 2007). İkinci Ayasofya ile ilgili bulgular günümüz Ayasofya'sının etrafında yer almaktadır. Nika İsyanı sonrası başlatılan yangında ikinci Ayasofya da harap olmuştur (Eyice, 1996). Günümüzde varlığını sürdüren Üçüncü Ayasofya, önceki biçimlerinden farklı olarak dikdörtgen formu bazilika tipolojisi değil, Asya toplumlarında yer alan merkezi kubbeli ve avluya sahip olan bir tipolojiye sahiptir (Erdoğan, 2019). Bu tipoloji ilk olarak Roma'da (Pantheon) görülmüştür ve bu durum dönem içerisinde zamanla farklı bölgelere yayılmış ve her bölge bu formu kendi inanış biçimine göre yorumlamıştır (Şekil 4.9). İstanbul Byzas ile MÖ 667'de kentleşmeye başlamış ve Doğu Roma İmparatorluğu ile gelişmiştir. Osmanlı'nın topraklarına dahil olan İstanbul gelişerek Cumhuriyet döneminde ise günümüzdeki haline ulaşmıştır (Altunbaş, 2016). İstanbul için tarihi öneme sahip çeşmelerin ilklerinden olan 3. Ahmed Çeşmesi Ayasofya'nın etkisi altında çevresine inşa edilmiştir.



Şekil 4.8. Birinci Ayasofya (sol) ve İkinci Ayasofya (sağ) tahmini çizimleri (Diker, 2016)



Şekil 4.9. Günümüz Ayasofya planı ve bölümleri (<http-11>)

Bizans dönemi boyunca Hristiyanlık için bir kilise olan Ayasofya, Fatih Sultan Mehmet'in 1453'te İstanbul'u fethetmesiyle camiye dönüştürülmüştür. Cumhuriyet döneminde ise 1935 yılına Ayasofya müzeye dönüştürülerek günümüzde halen turistlerin en uğrak noktasıdır. Nelson (2004), Ayasofya'nın 1850-1950 arası değişimini inceleyen kitabında, Ayasofya'nın kilise-cami-müze değişimi içinde nerede olduğunu sorgulamıştır. Bir başka örnek olarak Evliya Çelebi'nin Seyahatnamesi mimarlık için de önemli bir kaynaktır. Evliya Çelebi, Ayasofya'dan etkilendiğini eserinde imgesel bir dil ile anlatmıştır. Beğenisini dile getirirken öznelliğini öne çıkardığından, dinsel duygularıyla da beğenisini desteklemiştir. Retorik de bakış açısına göre okuyucuyu ya da izleyiciyi yönlendiren bir sanattır. Kaya (2016) bununla ilgili, Evliya Çelebi'nin Ayasofya kilise döneminde iken eserinde salt bir diller somut öğelerden bahsettiğini belirtmiştir. Fakat camiye dönüştürüldükten sonra ise Evliya Çelebi Ayasofya'ya kendi yorumlarını katarak hayranlığını belirtmiştir. Bu da ideolojik ve dini yönden yaklaştığını göstermektedir. Bu bağlamda, retoriksel açıdan bir yapıya yaklaşmak yapının sadece nesnel özellikleriyle değil, anlatıcının psikolojik, dini, sosyo-kültürel vb. özellikleriyle de ilgilidir, içerisinde bir bütünü barındırır.

Ayasofya, farkı dinlere, kültürlere, topluluklara, imparatorluklara ev sahipliği yapmış olması sebebiyle, Türkiye için çok kültürlü bir değerdir. 19. yüzyıla kadar çevresinde oluşan yapıları çevreye merkezlik yapmış ve gelişmesine referans olmuştur. Eldem'e göre (2015), Ayasofya'nın dini mekân izleri taşımasının yanında sembolik ve ideolojik bir önemi vardır. Nelson (2004), Ayasofya ile ilgili yüz yıllar boyunca farklı düşünceler, yorumlar ve imgeler yapıldığını belirtmiştir. Ayasofya; siyasi, politik, kültürel ve dinsel boyutlarıyla birçok toplum için tartışmalı ve önemli bir yapıdır. Özellikle Hristiyanlık ve İslamiyet gibi iki büyük dine ev sahipliği yapmasıyla da çok özellikli yapı olduğu ortaya çıkmaktadır. Yapıldığı dönemde krallar, mimarlar, ressam, heykeltıraşlar, sanat ilgilileri, tarih seveler tarafından yoğun bir ilgi görmüştür. Günümüz İstanbul'u, Bizans dönemindeki Konstantinopolis'i ziyaret eden tüm seyyahların ilk durağının Ayasofya olduğu bilinmektedir (Oktan, 2015). Sanat tarihinin önemli yapıtlarından olan Ayasofya, Avrupa ülkeleri ve Amerika başta olmak üzere pek çok ülke için dini yapılara esin kaynağı olmuştur. Retoriksel açıdan yapı, söz bağlamında uluslararası bir fikir birliğine varamamıştır. Her ulus kendi inancına ve kendi mimari kültürüne göre yapıyı benimsemiş ve yorumlamıştır. Günümüzde bile yapı ile ilgili bu ideolojik tartışmalar devam etmektedir. Bu sebeple toplumlar üzerindeki tek ortak yanı

dini bir yapı oluşudur. Halkı, dini öğeleri barındıran bir yapı olmasıyla inanç yönüyle ikna eder. Diğer açılardan tartışmalı argümanlar barındırarak farklı görüşlerin savunulmasına yol açar. Retorik, yapısı gereği bu noktada kendini daimi olarak işler ve üretir. Ayasofya neredeyse tüm dünya için dilsel izlemler barındırır ve toplumların belleğinde yer eden imgeler sunar. Bu çok kültürlü yapı Aristoteles'in hafıza kanonu ile ilişkilendirilerek halkın dinsel, duygusal ve kültürel belleğine hitap eder. Pathos argümanı ile de izleyici üzerinde duygusal izlere erişilerek Ayasofya açıklanabilir. İçinde barındırdığı bu kültürel güç iki büyük medeniyetin sosyo-kültürel hayatının büyük bir parçasıdır.

4.1.5. Birinci TBMM binası

Türkiye Büyük Millet Meclisi, 23 Nisan 1920'de Ankara'da açılmasıyla, mimari alanda yönetim ile ideolojik bir bağ kurmuştur. Bu sayede Türkiye'deki mimarlık ortamına yön vermiştir (Öksüz, 2011). Türk mimari stili ile inşa edilen bu yapının cephesinde pembe mor renkli andezit (Ankara taşı) kullanılmıştır (Görsel 4.5). Yapı, birinci ulusal mimarlık akımının Ankara'daki ilk örneklerindendir ve evkaf mimari Salim Bey tarafından çizilmiştir. Günümüzde Kurtuluş Savaşı Müzesi olarak halkın ziyaretine açıktır.



Görsel 4.5. Birinci TBMM binası (<http-12>)

Savaş ortasında inşa edilen 1. TBMM binası, Türk milleti için ideolojik açıdan büyük bir önem arz etmektedir. Birinci Dünya Savaşı sonrası Mondros Mütarekesi imzalanmış ve Osmanlı İmparatorluğu'nun sonu gelmiştir. Ardından 15 Mayıs 1919'da Yunan askerleri İzmir'i işgal eylemine başladılar. Bu şartlar içinde Türk milleti için "Kuvayı Milliye Ruhu" artmıştır. Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk, 16 Mayıs 1919'da Bandırma Vapuru ile İstanbul'dan ayrılarak kurtuluş mücadelesine doğru adım atmıştır. Ardından genelgeler, kongreler yapılmış ve egemenlik yolunda adımlar atılmıştır. 16 Mart 1920'de İstanbul'un işgal edilmeye başlamasıyla, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin yasaması şekillenmeye başlar. Özgürlüğün, egemenliğin ve Türk Milletinin tarihinde yeni bir döneme açılmasına yol açan Türkiye Büyük Millet Meclisi, Kurtuluş Savaşı'nın ortasında 23 Nisan 1920'de açılmıştır (Ezherli, 1998). O dönemdeki bir gazeteci, TBMM'nin açılışıyla ilgili şu notları almıştır "Bina henüz tamamlanmamıştı. Kiremitleri bile döşenmemişti. Pek çok noksanları vardı. Kiremit yetmedi. Ankaralılar kendi çatılarından kucak kucak kiremit taşıyarak çatıyı kapattılar. Bu manzara çok anlamlıdır (Şapolyo, 1969)". Halkın inancı, desteği ile yapılan bu yapı retoriksel açıdan yönetim ve halk arasındaki bağın gücünün kavranmasını sağlamaktadır. Dönemin yönetimi, halk için oluşturduğu egemenlik arzusuyla, halkın desteğini almış ve çalışmalarına başlamıştır.

Çelik (1999), Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin var olabilmesi için Osmanlı İmparatorluğu'nun varlığı gereklidir demiştir. Bu sözünü, var olanın varlığı için alt anlamlarına bakılmanın gerekliliğini belirtmiştir. Güneş (2008), şartlara göre kurum, özne ya da aktörler yaratmanın bir zorunluluk olduğunu savunmuştur. Güneş'e göre tüm bunlar karşılıklı ilişkilerin bir bütündür ve hiçbirisi tek başına oluşamaz. TBMM'de tüm bu durumların sonucunda ortaya çıkan kurumsal bir yapıdır. Her argüman bir diğerinin varlığına bağlıdır ve birbirlerinin oluşumuna sebep olurlar. TBMM'nin oluşumunda bir araya gelen bu argümanlar ideolojik bir nesne olarak var olmasına sebep olur. Tanyeli (2007), ideolojik açıdan mimari bir nesneyi açıklamıştır. "İdeolojiler bir ürünün nasıl ortaya konacağını ilişkin bazı ilkeler ortaya koyma eğilimdedir. Çoğunlukla bu tasarım ilkesi aynı zamanda bir yanıt kalıbı ve ideolojik slogandır ve amacı mimara ürünü nasıl tasarlayacağı ve sonra da yorumlayacağı konusunda yön göstermektir (Tanyeli, 2007)". Tarihi bir yapı değerlendirilirken, geçirdiği değişimler, sosyo-politik ya da kültürel tartışmalar, birbirini destekler.

4.2. Mimarlıkta Göstergebilim Olarak Retorik

Göstergebilim sözlük anlamıyla, iletişim amacıyla kullanılan her türlü gösterge dizesinin yapısını ve işleyişini inceleyen bilim dalı olarak tanımlanmaktadır (TDK Türkçe Sözlük, 2011). Göstergebilim insanlar arasında kurulan iletişimin nasıl gerçekleştiğini belirtir ve bu iletişimin yorumlanmasını sağlar. İletişim kurmak için ilk tercih edilen sözel dil olarak bilinse de görsel ya da yazılı iletişim biçimlerin olduğu da bir gerçektir (Eco, 2019). Göstergebilimi algılamak için öncelikte göstergenin ne olduğunun bilinmesi gerekmektedir. İletişimde bulunabilmek için alıcıların işaretleri algılaması ve anlamlandırması bu noktada önemlidir. İletişimi ve sembolleri içinde barındırdığından, göstergebilim, retorik eleştirmenlerin mimarlığa retorik olarak kabul edebileceği bir yaklaşımdır. Göstergebilim, tüm kültür olgularını gösterge sistemleri olarak ele alır ve kültürün temelde iletişim olduğu varsayımından yola çıkar (Eco, 2019). Örneğin, Mors alfabesindeki noktaları ve tireleri düzenlenme biçimleri, ilişkili olma biçimleri nedeniyle anlaşılabilir. Aynı şekilde, tüm notaları karıştırıp rastgele düzenlenirse bu iletişim anlaşılır olmaz. Bu ilişkiyi mimariye uygulayan mimari tarihçi Juan Bonta, bir binanın yatay çizgiyi vurguladığını gösterir, ancak böyle bir vurgu sadece bina başka bir bina ile karşılaştırıldığında ortaya çıkar. Adler&Sullivan'ın Wainwright Binası ile karşılaştırıldığında, Louis Sullivan'ın Carson, Pirie, Scott & Co. Binası, kısa pencereleri yatay çizgileri öne çıkardığı için yatay çizgiyi vurgulamaktadır (Görsel 4.6). Ancak Eric Mendelsohn'un Stuttgart'taki Schocken Alışveriş Merkezi Binası, her katını yatay çizgilerle vurgular ve Sullivan'ın binasının yataylığı vurgulamadığı görünen aşırı bir yataylık yaratır (Hattenhauer, 1984). Göstergebilim, fonemikten teorik olana kadar tüm iletişim ve bilişlerin yatay ve dikey, karanlık ve aydınlık, sıcak ve soğuk gibi muhalefetler üzerine kurulduğunu savunur.



Adler & Sullivan/ Wainwright Binası



Louis Sullivan/ Carson, Pirie, Scott Binası



Eric Mendelsohn/ Schocken Alışveriş Merkezi

Görsel 4.6. Wainwright Binası, Scott Binası, Schocken Alışveriş Merkezi ([http-13](#); [http-14](#); [http-15](#))

Göstergebilim, iletişimin birçok kültürel sistemden biri olmadığını gösterir ve iletişim, ekonomi, din, akrabalık, eğitim, hükümet, edebiyat, sanat ve teknoloji ile bir arada bulunmaz. Aksine, iletişim tüm bu kültürel sistemlerin doğasında vardır. Bir anlamın, bir göstergenin neyi ifade ettiğini bilmek için, alıcının kodu bilmesi gerekmektedir. Mors alfabesinde hangi nokta ve tire düzeninin hangi harfleri ve kelimeleri ifade ettiğini alıcı bilmiyorsa, Mors kodundaki bir iletişim anlaşılmaz. Ya da mimar olmayanlar ya da konuyla ilgisi olmayanlar genellikle modern mimarinin diğer mimari disiplinlerden farkını anlayamayabilirler, çünkü modern mimarinin kodunu bilmemektedirler. Bu kodu bilmeyenler modern mimari ilkeleriyle yapılmış yapıları

yalnızca bildikleri diğer yapılara benzetme olarak okuyabilirler. Bu tür okumalar mecazi niteliktedir; anlamadığımız bir form bulmaya çalışırken, öncelikle neye benzediğine karar vermeye çalışırız. Bir rampa, merdiven, yürüyen merdiven veya asansör yukarı çıkma olasılığını gösterir. Çağrışımlar ilişkili anlamları içerir. Bazı insanlar için, bir yürüyen merdiven eğlenceyi ifade edebilir, ancak diğerlerine tehlikeyi anımsatabilir. Ancak yürüyen merdivenin işlevini bilmeyen biri, yürüyen merdivenin kullanımını bilemez. Mimari bir form kullanmak için önce kodunu (işlevini) çözmek gerekir (Eco, 2019). Mimarlığın dil olarak işlevi, mimariyi retorik olarak keşfetmeden önce mimarlığın diğer yönlerini iletişim olarak ele almamızı sağlar. Mimarlığın retorik olarak nasıl iletişim kurduğunu görmek için, şimdiye kadar yapılan bazı noktaları gözden geçirmek gerekmektedir. Bu noktalar arasında öncelikli olan, mimarinin işlev görmesi için işlevinin ne olduğunu anlatmasıdır. Bazı bariz örnekler; tıbbi yardım alınabileceğini gösteren kırmızı bir çarpı işareti; bir geçişi gösteren bir köprü; kiliseyi gösteren bir çan kulesi; bir tür kiliseyi veya belki de bir spor alanını gösteren bir kubbe; ve kent merkezindeki finans bölgesini gösteren bir gökdelen manzarası. Mimar Charles Jencks, bir binanın anlamı nasıl ilettiğini göstermek için Antonio Gaudi'nin Barselona'daki Casa Batllo örneğini kullanmıştır. Casa Batllo birkaç kat yüksekliğinde ve balkonlarında iki göz benzeri delikli motifler bulunan bir yapıdır. Bu delikler maskelere benzetilir, böylece ölüm maskelerini ve yüzü alnın ortasından orta burnuna kadar kaplayan on sekizinci yüzyıl parti maskelerini anımsatır. Mavi ve yeşil renkler ve dış duvarların pürüzlü dokusu, birçok yerel insana deniz ve yosunu hatırlatır (Görsel 4.7). Barselona'nın liman nitelikleri göz önüne alındığında, bu mavi ve yeşil renkler öngörülebilir. Binanın en çarpıcı özelliklerinden biri, kemikli bacaklara veya iskelete benzeyen biyomorfik sütunlara sahip olmasıdır. 1906 yılında bittiğinde bina ilk başta "kemik evi" olarak adlandırıldı. Evin ikinci çarpıcı özelliği, kiremit çatısının ejderha gibi bazı efsanevi canavarların pullu derisine benzemesidir.



Görsel 4.7. Casa Battlo dış ve iç görünüş (<http-16>)

Mimarlığın iletişimi tamamen öznel ve açık uçlu değildir. Dahası, mimarlar tasarımlarının hangi davranışı tetikleyeceğini tahmin edebilirler ve bu amaçla tasarımlarını şekillendirebilirler. Mekânların özelliklerine göre renkler, dokular, hareketler, dönüşler gibi birçok etkiler mimarlar tarafından belirlenir ve kullanıcılar bu şekilde yönlendirilir. Örneğin restoran tasarımı için insanları gelmeye ve mekânda durdurmaya ikna etmek önemli tasarım kriterlerinden biridir. Benzer şekilde, eğitim kurumlarının yapılı çevresi de davranış etkiler. Portatif oturma alanına sahip gayri resmi mekânlar, tartışmalar ve toplantılar için iyidir. Ancak dersler için, böyle bir oda dikkat açısından elverişli değildir. Hapishanelerin tasarımı da retorik bir boyuta sahiptir. Silahlı korumaları olan yüksek elektrikli dikenli teller mahkûmları kalmaya ikna eder. Buna ek olarak, cezaevi yetkilileri, tanıtım iletişimi metinlerinin işaret ettiği gibi, şiddetin sıklığını azaltmak için genellikle iç mekânları rahatlatıcı renklerle boyamaya çalışırlar. Mimarlığın retorik davranış biçimleri sadece bariz ve zorlayıcı değil aynı zamanda zeki ve pasiftir. Mimari, alıcıların ahlakını ve dünya görüşünü temsil eder ve böylece alıcıları davranışlarını ve inançlarını değiştirmeye veya yeniden gözden geçirmeye teşvik eder. Kolektif düzeyde, bu efsaneler kentsel planlama, anıtlar, hükümet binaları, tören binaları, dini binalar ve evlerde ortaya çıkabilir. Kültür coğrafyası Yi-Fu Tuan'ın (1977) ifade ettiği gibi, "inşa edilmiş ortam sosyal rolleri ve ilişkileri açıklığa kavuşturur." "Planlı bir kent, bir anıt, hatta basit bir yerleşim evrenin sembolü olabilir" (s. 102).

Mimari retorik değerleri ve inançları temsil ederek ritüel davranışa sebep olur. Bu eylemler, kimliği evren, toplum, aile ve işyerindeki yerini hatırlatan ritüeller olabilir. En

açık örnek, Gotik üslup ile inşa edilen katedrallerde olduğu gibi dini mimaride gerçekleşir. Vitray pencerelerdeki figür sahneleri İncil'i simgeleyen görsel metinlerdir. Her şey Hristiyan inancının işaretleridir: aziz heykelleri, haç, kutsal su, titreyen ışık gibi simgeler. Elbette, Protestanlıkta okunan bu eserler, putperestliği ve yolsuzluğu gösterir (Hattenhauer, 1984). Bir görüntü farklı inanışlara sahip kişiler tarafından çok farklı biçimlerde yorumlanabilir. Ritüel dramatize ve dilbilimsel olduğu sürece, retoriktir. Ayrıca, iş yerinde verilen direktifler ya da yapılması gerektiği söylenen işler gibi, mimari de izleyicinin (bir yapının kullanıcıları) beklediği mesajları ileten retorik iletiler sistemidir (Eco, 2019). Mimari sadece etkisinde değil, bir araya getirilmesinde de retoriktir. Benzer bir söylem gibi, mimari de maksimum retorik için yapılandırılmıştır: ifadeyi net bir şekilde ve çağrışımı uyumlu bir şekilde iletmek tasarımın hedefleri arasındadır. Ancak kimi zaman mimarlık iletileri kullanıcıların isteğini karşılayamayabilir. Birçok toplu konut, yaşam bağlamında aidiyet duygusu yaratmada yetersiz kalır. Yüksek katlı yapılar, gökdelenler bazı insanlar için ilgi çekici olsa da, kimi insanlara hitap etmeyebilir ve geleneksel bakış açıları olan insanlar tarafından reddedilebilir.

Retorik ile ilgilenen eleştirmenler, mimarlığın analiz yöntemlerini kullanarak mimarlık söylemine ilişkin çalışmalar yapabilirler. Tarihsel çalışmalardan yola çıkarak, retorik eleştirmenler her dönem için fikir sunabilir. Örneğin, Gotik'te hangi iletişimsel ihtiyaçlar karşılanır?, Gotik formu orta çağın sonlarında ortaya çıkan yeni anlamları nasıl destekler?, Gotik üslubunun ikna edici ve caydırıcı olduğu nasıl belirlenir?, Gotik sonrası üsluplar neden onu gölgede bıraktı? gibi soruları cevaplamak için, retorik eleştiri sadece Gotik mimarların ve meslektaşlarının konuşmalarını ve yazılarını değil, aynı zamanda binaların gerçek biçimini yazılı veya sözlü olarak inceleyebilir.

Modern Hareketin çekirdeğini oluşturan Uluslararası Üslup, 1920'lerde Bauhaus'tan çıkan bir mimari üsluptur. Bu üslup dört başlıktan oluşur;

1. Süs kullanmak suçtur (ornament is a crime)
2. Malzemelere dürüstlük (truth to materials)
3. Biçim işlevi takip eder (form follows function)
4. Le Corbusier'in bir tanımı olan: evler yaşamak amaçlı makinelerdir. (machines for living) ([http-17](http://17)).

İşlevsel olarak, Uluslararası Üslup'un büyük teorisyenleri Le Corbusier, Gropius ve Mies Van der Rohe, formlarının rasyonellik, verimlilik, düzen, ekonomi, kişiliksizlik, soyutlama, hassasiyet ve mekanizmanın yansımaları olduğunu düşünmüşlerdir. Başlangıçta Uluslararası Üslup mimarları formlarını fabrikalar ve depolar gibi endüstriyel mimariden esinlenerek oluşturdular çünkü sanayiciliğin doğal bir gelişme olduğuna inanıyorlardı. Daha sonra bu endüstriyel formları ofislerde, mağazalarda, evlerde, okullarda, adliyelerde, hatta kiliselerde kullanarak alanları genişletmişlerdir. Önde gelen bir mimari eleştirmen olan Nikolas Pevsner, bir binayı işlevselliği için görünüşte takdir eden, ancak işlevselliğin çağrışımını veya görünüşünü gerçekten içerisinde bulunan kullanıcı bilebilir. Örneğin Pevsner, Sheffield Üniversitesi'ndeki Sanat Kulesi'ni işlevselliğin en önemli örneği olarak kabul etmiştir. Ancak binada çalışanlar, tasarımın binanın bazı alanlarda aşırı ısınmasına, kimi alanlarında ise soğuk olmasına, gürültülü olmasına, yeterli merdiven ve asansörü olmadığından insanları taşıyamaması gibi özelliklerinden kullanışsız bulmaktadırlar (Broadbent, 1980). Bu sebeple, retorik eleştiri sadece biçimi değil, aynı zamanda iletişim ideolojisini de eleştirmek için kullanılabilir (Hattenhauer, 1984).

Mimarlık, toplumsal şifreleri üretme, kabul etme ve değiştirme yönünde gelişimlerin gösterileceği bir disiplindir (Eco, 2019). Bir tuğla tek başına bir anlam ifade etmezken, tuğlaların belli bir biçimde bir araya gelmesiyle kapı kemer oluşturabilir. Böylece, mimari bir anlam yaratılmış olur ve göstergebilim mimarlığın her alanında iletişim süreci olarak ele alınıp incelenebilir.

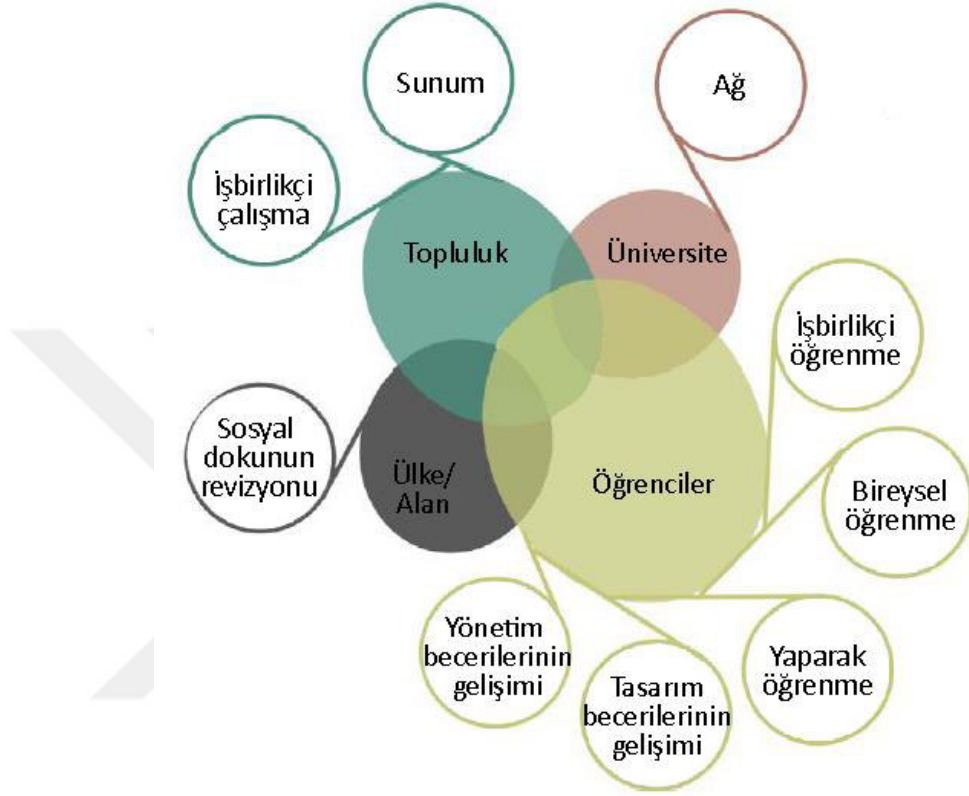
4.3. Mimari Stüdyolarda Retorik

Mimarlıkta iletişimi en çok barındıran ortamlardan biri şüphesiz mimari stüdyolardır. Mimari stüdyolar, bir mimarın mesleki anlamda bulunduğu ilk iletişim ortamıdır. Bu sebeple retoriksel açıdan incelenmesi ve retorik argümanların mimari stüdyoları iyileştirme ve geliştirme yönünde nasıl katkılar sağlayacağı tartışılmalıdır. 17. yüzyılda Fransa'da kurulan Beaux-Arts ve 20. Yüzyılın başlarında Almanya'da kurulan Bauhaus okulları genel olarak mimari eğitim müfredatını dünya çapında şekillendirmiştir (Salama, 2009). Her iki okulun öğretim stilleri de tasarım stüdyolarında usta-çırak öğretimine odaklanmaktadır. Çağdaş mimarlık eğitimi, öncelikle mimarinin biçimsel yönlerini ve biçimin temelini vurgulayan bu iki eğitim sistemini hala benimsemektedir (Bashier 2014). Mevcut mimari öğrenme ve öğretme metodolojileri hala iklim değişikliği,

sürdürülebilir kalkınma, küreselleşme, hızlı kentleşme gibi uygulamaların karşılaştığı zorluklarla uyumlu değildir (Hasanin, 2013). Teorik derslerde ve stüdyo uygulamalarında bilginin ve uygulamanın ayrı ayrı öğrenilmesi gerektiği ile ilgili endişeler vardır. Bilişsel gelişim ve öğrenme stilleri üzerine yapılan son araştırmalar, bu model tarzıyla öğrenen öğrencilerin, aktif öğrenme yöntemiyle öğrenenlerde 1,5 kat daha başarısız olduğunu göstermektedir (Freeman & diğ., 2014). Tasarım stüdyoları, tasarım sürecinin iki yönüne odaklanmaktadır; ilk taslak tasarımı ve son sunum. Böyle olduğu için tasarımın ulaştığı müşteri ya da kullanıcı ihtiyaçlarını araştırmak için çok az zaman ayrıldığı öne sürülmüştür (Salama, 2009). Böylece yüzeysel analiz yapılarak kısa zaman içerisinde derinlemesine araştırma yapılamaz ve sonuç ürüne ulaşılır. Bu öğretim biçimi, mimarlık eğitiminin sosyo-kültürel, etik ve politik bağlamdan kopuk olarak ilerlemesine yol açmaktadır. Usta-çırak ilişkisi kolektif bir çalışmanın sonucu olsa bile, bireysel çalışmayı teşvik ettiğinden birbirinden öğrenme ya da ekip olarak çalışma şansını aza indirdiği görülmektedir. Ciravoglu'na göre, (2014) mimarlık öğrencilerinin kendine güvensiz olduklarını ve sürekli olarak onaylanmayı beklediklerini göstermektedir. Projeleri hakkında çok az sahiplik, inisiyatif ve sorumluluk gösterirler ve başkalarının mimari yaklaşımını kopyalama eğilimindedirler.

Mimarlık eğitiminde ve mimari stüdyolarda aktif öğrenmenin önemli unsurlarından biri katılımcı tasarım uygulamalarıdır. Bu durum meslek adaylarının tasarımları üzerinde düşünmesini, sorunlar çözmek için doğrudan kullanıcılarla, topluluklarla ya da diğer paydaşlarla etkileşime girmelerini sağlamaktadır (Ferro & diğ., 2020). Mimari eğitimindeki dinamikleri ve tasarım süreçlerini daha aktif hale getirebilmek için tasarımın tüm etkileşim noktalarıyla iletişim halinde olmak ve onları tasarıma dâhil etmek gerekmektedir. Mimarlığın doğasında olan iletişim ve retorik bu noktada önemli hale gelmektedir. Katılımcı Tasarım tıpkı katılımcı eylem araştırması gibi işbirliği içinde düşünmeyi ve sorgulamayı amaçlar. Bu süreç bilgi paylaşımını ve araştırma ekiplerinin aynı anda öğrenmesini sağlayan sistemlerin oluşturulmasının hedefler. Ortak amaç genellikle bir proje geliştirilerek sosyo-kültürel yapıda ayrıcalıklı bir değişime ulaşabilmektir (Fals-Borda, 2001). Katılımcı Tasarım metodolojisinin amacı, son kullanıcı için daha etkili tasarımlar üretilerek farklı paydaşların tasarım sürecine dâhil edilmesidir. Mimarlık öğrencileri, kullanıcılar (topluluk) ve diğer paydaşlar (öğretim elemanı, uygulayıcı, inşaat mühendisleri) arasında oluşturulan etkileşimlere odaklanarak yaparak sosyal öğrenmeyi deneyimlerler (Şekil 4.10). Bu modelde akademik kurum

(üniversite), etkinliği artırarak ağları güçlendirmede fayda sağlar. Mimar adayları, bireysel ve takım becerilerini geliştirerek stüdyo ortamına katkı sağlarlar. Ülke/alan, iletişim için yeni fırsatlar yaratarak fayda sağlar. Toplum, bir ihtiyacın karşılanmasında yapıtaş olarak fayda sağlamaktadır.



Şekil 4.10. Katılımcı Tasarım metodolojisinin katılımcıları için avantajlar diyagramı (Ferro & diğ., 2020) (çev. Yapıcı, F.)

Ferro ve diğerlerine göre (2020), katılımcı tasarım ideolojisi, farklı kamusal alanlar ile öğrencileri bir araya getirerek, öğrencilerin karşılaştıkları gerçek sorunlara geniş perspektiften bakmalarını sağlar. Aktif öğrenmeyi teşvik etme, analiz etme, değerlendirme ve yaratıcılık gibi düşünme becerilerini geliştirme konusunda rol oynar. Geleneksel öğretme biçimlerinin yanı sıra, mevcut sosyo-kültürel dinamiklerle daha uyumlu olan katılımcı tasarımın bilgi edinme yöntemleri arasında yer alması gerektiğini vurgulamışlardır. Katılımcı tasarımın yedi adım ile uygulanabileceğini belirtmişlerdir Bu adımlar;

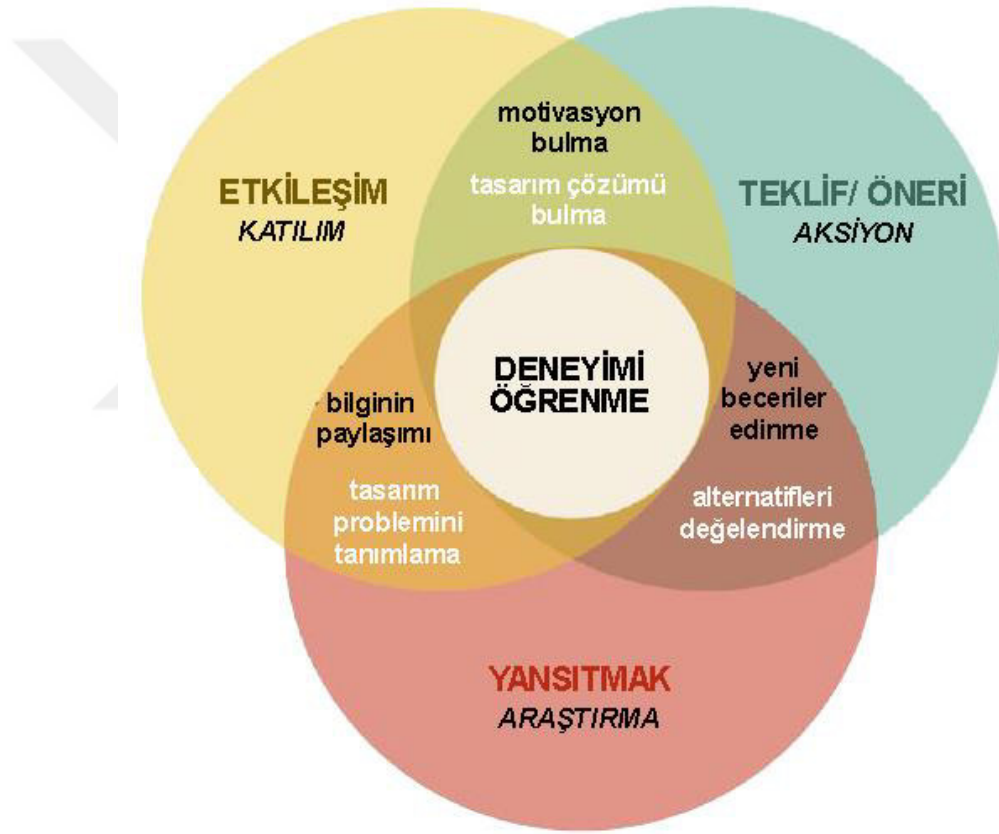
1. Teşhis (Diagnosis): problemlerin tanımlanması ve kesinleştirilmesi.

2. Arka plan (Background): Bulunan problemlerin tarihinin, örneklerinin ve geçmiş çözümlerinin araştırılması. Katılımcı tasarım metodolojilerine ilişkin literatür taraması.
3. Planlama (Planning): Katılımcıların hazırlanması ve taslak oluşturması, deneme yapılması.
4. Müzakere 1 (Consultation 1): Bu aşamaya kadar toplanan verilen için öteye yapılması.
5. Müzakere 2 (Consultation 2): Çeşitli alternatiflerin ve tasarım çözümlerinin özeti ve değerlendirilmesi.
6. Rötüş (Refinement): En iyi fikirleri filtreleme ve ayrıntılandırma. Yerleşim düzenlemeleri ve teknik detaylandırma. Nihai teklifin sunumu ve değerlendirilmesi.
7. Değerlendirme (Assesment): Genel deneyim üzerine düşünme ve gelecekteki çalışma beklentilerinin düşünülmesi.

Mimarlık, moda tasarımı, grafik tasarım, endüstriyel tasarım gibi tasarım ile ilgili olan birçok bölümde jüriler eğitimin önemli bir parçasıdır. Jüriler, öğrenciler için profesyonel hayata geçiş öncesinde kendilerini ifade ettikleri, tasarımlarını sundukları bir fragmandır. Bu jüriler sayesinde öğrencilerin projeleri değerlendirilerek, uzmanlardan-egitimcilerden aldıkları geribildirimler ile tasarımlarını geliştirirler (Frederickson, 1990). Çoğu tasarım eğitimcisi, hem öğrenci hem de jüri üyeleri için oldukça fazla yüklü duygusal deneyimler olan çok farklı jüri ortamları yaşamıştır. Eğitimciler genellikle yeni fikirler oluşturulması amacıyla bir jüri düzeni sağlarlar ve tartışılan tasarımların sorunlarına alternatif yaklaşımlar üretmek için bir süreç sunarlar. Jüri, öğrenci tarafından sunulan bilgileri sentezler ve sonrasında öğrenciye değerlendirici geribildirim sunar. Jüriler ayrıca öğrencilere teslim tarihlerinin gerçekleri, çalışma çabalarının planlanması ve sözlü ve grafik sunum becerilerinin geliştirilmesi ihtiyacı konusunda destek verir. Mimarlık öğrencileri için jüri ortamları, profesyonel hayattaki taleplerin simüle edilmesini sağlar (Frederickson, 1990).

Stüdyo ortamı, öğrenciye yeni tasarım felsefeleri ve tasarıma prosedürel yaklaşımları deneme fırsatı verir. Jüri, öğrenciyi ilgili tasarım fikirleriyle ilgilenen bir kitleye hem açıklamak hem de savunmak için hazırlayarak profesyonel dünyayı birçok yönden simüle edebilir. Frederickson'a göre, (1990) "öğrenci jüri" iletişimi bozulabilir ve tek yönlü hale dönüşebilir. Birçok öğrenci "Jüri eleştirilecek bir şey ararken, konuşmak

için on dakikam var ve sonra jüri puan vermek için yirmi dakikaya sahip; bu süre zarfında genellikle güvende olmak için karşı çıkmamalı ve sessiz kalmalıyım.” Olarak düşünebilir. Öğrenci, tasarım ve grafik sunumunun geliştirilmesinde günlerce süren yoğun çalışmaların ardından sık sık bu duruma yorgun ve biraz gergin girebilir. Tipik olarak öğrenci, tasarımın iki ve üç boyutlu yönlerine odaklanır ve sözlü sunuma ve projenin daha sonraki savunmasını çok az düşünür. Öğrencinin üstlendiği tek sözlü anlatım, tasarım öğretmeni ile önceki kritikleri sırasında belirli tasarım öğelerinin diyagramatik veya kısa sözlü tartışmasında meydana gelir. Bu durumlarda her iki taraf da projeye oldukça aşinadır ve çok az kapsamlı sözlü tasvire ihtiyaç vardır (Schön, 1987).



Şekil 4.11. Katılımcı Tasarım'da birbirine bağlı eylemler diyagramı (Ferro & diğ., 2020) (çev. Yapıcı, F.)

Katılımcı tasarımda birbirine bağlı eylemler diyagramında duygusal yeterlilikler ve rasyonel yeterlilikler önemli rol oynar (Şekil 4.11). Duygusal yeterlilikler;

- Teori ve pratiği birbirine bağlar.

- Fikirleri, insanları ve yaşam alanlarını birbirine bağlar.
- Kişinin kendini ve başkasını öğrenmesini sağlar.
- Başkalarının bakış açısıyla anlamayı ve empati yapmayı sağlar.
- Liderlik yeteneği kazanmaya destek olur.

Rasyonel yeterlilikler ise;

- Eleştirel, yapıcı ve pratik düşünmeye teşvik eder.
- Fikirleri etkin bir biçimde iletmeyi amaçlar.
- Zamanı etkin bir şekilde yönetmeyi öğretir.
- Kendi kendine ve doğrudan öğrenme yetilerini geliştirir.
- Performansı kendi kendine ve grup içi değerlendirmeyi sağlar.
- Yeni ilgi alanları geliştirir.

Mimari stüdyolardaki jüri ortamı, tasarım eğitimini özelleştiren bir araçtır. 19. Yüzyılda kullanılmaya başlanan bu sistem günümüzde halen devam etmektedir. Jüride öğrenci tasarımları mesleğinde uzman kişiler tarafından değerlendirilir ve eleştirilir. Eleştiri, anlam bakımından negatif olarak yorumlansa da, özü bakımından olumlu ve eğitici yönleri vardır. Eleştirinin çok yönlü anlamı, mimari stüdyolarda bir araç olarak kullanılır (Hassanpour, 2011). Mimarlıkta iletişim süreci, stüdyo ortamında projenin başlangıcından jüri sonuna kadar devam etmektedir. Öğrenci projenin açıklandığı ilk günden itibaren, kritik esnasında gerek çizimleriyle gerek sözel ifadelerle danışmanı ile retorik bir iletişime girer. Çalışmanın gelişmesi ve ilerlemesi de bu iletişime bağlı olarak değişim gösterir. Dönem sonunda ise jüri ile iletişim son halini alır ve bu noktada öğrencinin tüm jüri üyelerini tasarımı ile ikna etmesi ve etkilemesi gerekmektedir. İletişim, mimarlık eğitimi boyunca önemli anahtar kelimelerden biridir.

4.4. Mimari Yarışmalarda Retorik

Mimarlık öğretiminde tasarım ve dil arasındaki ilişki, profesyonel bir bakış açısı olarak mimari yarışmalar açısından da oldukça önemlidir. Mimari projelerde kullanılan dil, tasarlanan fikirleri savunmak için bir meydan okumayı temsil eder. Mimari yarışmalar, mimari tasarı ve metin arasındaki ilişkiyi sorgulamak için önemli fırsatlar sunar. Tostrup'a göre (1996), burada iki önemli faktör vardır; birincisi, mimari yarışmaların hem meslek için hem de kurumlar için önemi; ikincisi, yarışmada kullanılan araçların (çizimler, modeller, diyagramlar, fotoğraflar vb.) doğrudan proje ile ilgili

tanımlayıcı ve değerlendirci metinler içermesidir. Retorik sanatının mimari yarışmalarda önemli olmasının sebebi, tasarımcının (retor), kasıtlı olarak ikna edici tavırlar içerisinde girmesinden kaynaklıdır. Sözlü ve görsel rekabet içerisinde bulunmak, ikna kabiliyetini de artırmaktadır. Bu nedenle çağlar boyunca tüm retorik faaliyetlerde merkezi bir rol oynayan ikna kavramı, mimari yarışmaların etkinliğinde de bir öneme sahiptir. Projenin başarısı, ikna edilecek insanların alıcılığına ve merakına olan gücüne bağlıdır.

2500 yıl önce Yunanistan'da ortaya çıkan ve geliştirilen retorik, hem takdir edilmiştir hem de hor görülmüştür. Fakat Fafner'e göre (1982), "temsil edilebilir, görmezden gelinebilir ya da azarlanabilir, ama ortadan kaldırılamaz, çünkü insan olmanın ayrılmaz bir parçasıdır". Retorik, Rönesans döneminde olduğu gibi Roma Antik Çağı'nda da sıklıkla kullanılırdı. Mimari yarışmalar özel olarak belirlenmiş jüri tarafından değerlendirilir. Jüri kararlarına zemin hazırlayan yarışmanın yazılı değerlendirmesi, sadece sonucun doğruluğunu teşvik eden kişiyi ikna etmeyi değil, aynı zamanda şüpheli bir halkı projenin gerekliliği ve önemi konusunda ikna etmeyi amaçlamaktadır. Dahası, meslekler arası alanda katılımcılar jüriyi ikna etmeyi hedeflemektedir ve jüri tüm katılımcıları ve mimar topluluğunu ikna etmeyi amaçlamaktadır. Retorik yön, tasarım sürecinde de içsel bir görev üstlenir ve süreçteki önemli kararlar ikna edici argümanlar ile onaylanır. Retorik argümantasyon sürekli olarak değişen koşullara, bağlamlara ve izleyicilere uyum sağlamalıdır. Yarışmaların diyalektik koşulunun bir ön yoruma ihtiyacı vardır: yayınlanan yarışma materyali, bir davada veya sürekli bir tartışmada olduğu gibi, sürekli bir tartışma sürecini oluşturmaz. Yarışma projeleri ve jüri açıklamaları, iyi tanımlanmış diyalektik hamleleri temsil eder; jüri üyelerine ve halkın izleyicilerine hitap eden hamleler. Her yarışmanın hamleleri 'soru', 'cevap için öneriler' ve 'değerlendirme' bölümlerinden oluşmaktadır. Dahası, müzik ya da resim gibi diğer sanatlardaki yarışmalardan farklı olarak, bir mimari yarışmadaki retorik hareketlerin toplamı, bir mimari eseri gerçekleştirme sürecinin ilk aşamasıdır. (Tostrup, 1996). Mimari yarışmalardaki özgün retorik materyal, görsel ve sözel olmak üzere iki tartışma biçiminden oluşur. Toplum ile sürekli etkileşimde olan bir meslek olarak mimarlık, görsel formlarda mı yoksa sözlü dilde mi ifade edildiğine göre farklı işlevlere sahiptir. Sözel dil, mimarının malzeme ve konstrüksiyon gibi somut koşullarına göre büyük bir özgürlüğe sahiptir. Bu özgürlük sayesinde, sözel dil bir yandan yeni fikirler ve biçimsel olasılıklar üretme sürecinde aktif bir güç olabilir. Yarışma materyallerinin görsel retorisi ile ilgili başka bir ayrım yapılması gerekmektedir. İlk olarak, sözlü bilgi ile desteklenen çizimler

ve modellerin tasarım malzemesi, somut bir mimari tasarımın ön yapılandırmasını sağlar. Çizimler metinler olmadan okunabilir, ancak metinler mimari niteliklerin algılanmasını açıklamaya ve desteklemeye yardımcı olur.

Yarışmalar, ortaya çıkan sorunlara göre mimarlık ile bir bütün olarak ilgilenmektedir; sadece iç mekânları, dış görünüşü ya da sanatsal veya pratik yönleri ilgilendirmezler. Yorumlanmış mimarlık algısı, gerçek binaya değil, fikrin retorik argümantasyonuna dayanır. Temsilin doğası ve verdiği bilgi yorum için belirleyicidir. Mimarlık, nesnelerin ortak dünyasına aittir. Mimari yarışmalarda ifade edildiği gibi, mimarlıkla ilgili fikirler de aynı ortak dünyaya aittir.

Mimari yarışmalar eski Yunanistan'dan gelen bir uygulama olarak, özellikle kurumsal yapılar için tasarım fikirleri oluşturmada önemli bir hale gelmiştir. Mimari tasarım kavramlarını hızlı bir şekilde harmanlamanın ve değerlendirmenin bir yoludur (Khan, 2020). Bilinen en eski mimari yarışmanın sekizinci yüzyılda Hindistan'da yapıldığı öngörülmektedir (Görsel 4.8). Dünya genelinde spesifik olarak yaygın olan iki tür mimari yarışma vardır; proje yarışmaları ve fikir yarışmaları. Mimari yarışmalarda iletişimin esasen dört temel alıcısı vardır; müşteriler, organizatörler, proje mimarları ve jüriler. Bunlar teknik uzmanlar gibi başka disiplinler tarafından da desteklenmektedir (Khan, 2020). Mimari yarışmalar sayesinde toplumlar da sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunan ve geliştiren projelerle kültürel değer çözümlerinden yararlanır.



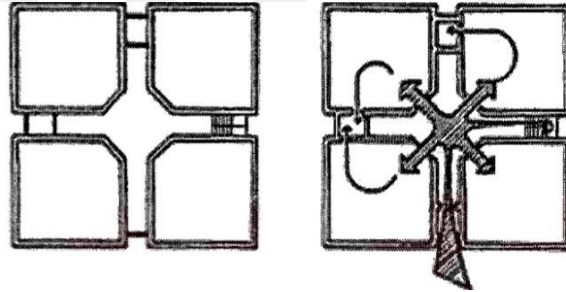
Görsel 4.8. *Bir mimari yarışmanın kazanan projesi (Mahabalipuram / Hindistan)(Khan, 2020)*

Mimari projeleri ifade etmenin en iyi yolu, ifade biçimini açık bir şekilde sunabilmek ve projeyi tasarımcısı olmadan anlaşılabilir kılmaktan geçmektedir. Yarışmaya uygun en etkin ifadeyi araştırmak ve hatta yeni ifade biçimleri üretmek, mimari proje yarışmalarının yapısı gereği rekabet ortamında yenilikçi bir yaklaşım sunar. Bu yarışmalar, bir tasarım elde etmek için bir araç ve yeni fikirlerin savunulduğu etkin platformlardır.

4.5. Mimari İfade Biçimleri ve Retorik

Mimari ifade, mimari fikirlerin somutlaştırılarak aktarılmasını sağlayan bir araçtır. Mimarların ya da tasarımcıların fikirlerini ve tasarımlarını dinleyiciye aktarabilmelerine ve iletişime geçebilmelerine yardımcı olur. Dünya üzerinde meydana gelen birçok şeyi ifadeler aracılığıyla algılayarak onları anlamlandırmaya çalışmaktayız. Konuşulan dil, yazılan cümleler, kullanılan grafikler, çeşitli semboller, görsel betimlemeler ifade alanının sınırları içerisindedir. Bu ifadeler aynı zamanda sunuş biçimleri olarak da adlandırılabilir. Her ifadenin kendisine özgü bir söylemi yani bir retorik bulunmaktadır. Bu söylemler ifade alanında yer alan imgeler ile kendini ortaya koymaktadır.

Söylem, bir iletişim aracıdır ve bunu ifade etmenin birçok yolu vardır. Edebiyatta şiirle, geometride açılarla, matematikte sayılarla, bir sunumda dil ile mimarlıkta ise çizim ile söylem gerçekleştirilebilir. Mimarlıkta retorik düşüncesinde anımsanan durum ilk olarak çizim ile dinleyiciye fikirlerin aktarılmasıdır. Bunun sebebi tarih boyunca mimari tasarımda en baskın role çizimlerin sahip olmasıdır (Gürer, 2004). Çizimin yanı sıra mimarlıkta kullanılan plan, kesit, görünüş, diyagram, aksonometri, hologram, maket gibi ifade araçları bulunmaktadır. Bu araçlar önemli bir iletişim aracı olmasıyla zihnimizdekileri dinleyiciye aktarabildiğimiz gibi kendi içimizde de anlamlandırma eylemini gerçekleştiririz. Bu ikili yapının birbiriyle uyumu ve bir bütün olarak hareket etmesi düşünce süreci için çok önemlidir. Akın (1986), bu ifade araçlarını ortaya çıkarmak için birçok farklı özellikteki kavramla karşılaşacağımızı belirtmektedir. Bu kavramlar; çeşitlilik, uyum, işlevsellik, soyutlama ve organizasyondur. Çeşitlilik, farklı özellikteki olguların nitelikleridir. İfadeler ise bu özelliklere dikkat çekmek için kullanılır. Örnek olarak bir kapı iki mekanı ayıran bir öge olarak kullanılabileceği gibi o iki mekanı birleştiren unsur görevini de üstlenebilir. Akın, bu durumu iki diyagramla ifade etmiştir (Şekil 4.12).



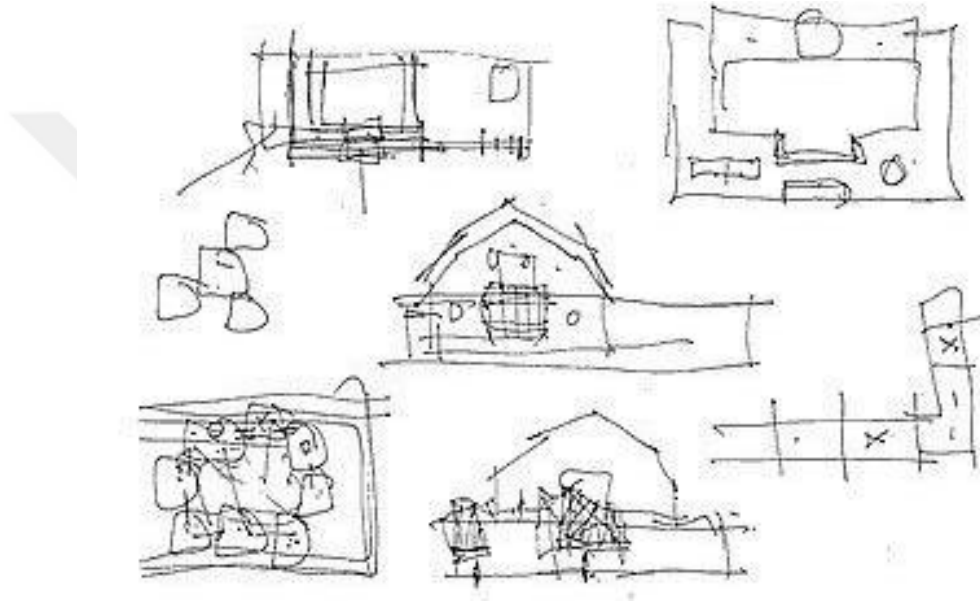
Şekil 4.12. Hipotetik plan, (Akın,1986)

İşlevsellik, ifade biçimlerinin hizmet ettiği amaç olarak nitelendirilebilir. Örneğin, dil inşalar arasındaki iletişimi sağlar. Grafikler görsel olarak iletişime geçirirler. Her ifade biçiminin belli bir amacı ve hitap ettiği kitlesi bulunmaktadır. İfadeler amaçları dışına çıkarsa uyumsuzluk ve iletişim kopukluklarına neden olabilmektedir.

4.5.1. Eskiz

Mimari tasarım sürecinde tasarımcı, eskizler ile fikir üretmeye başlar. Bu nedenle eskiz tasarım başlangıcında önemli bir yer tutmaktadır. Geçmişten günümüze iletişimi somutlaştırmak amacıyla insanlar çizimden yararlanmışlardır. Çizimin gücüyle birlikte eskizin yaygınlaşması ise Rönesans döneminde kâğıdın hızlı üretimiyle başlamıştır. Kâğıt

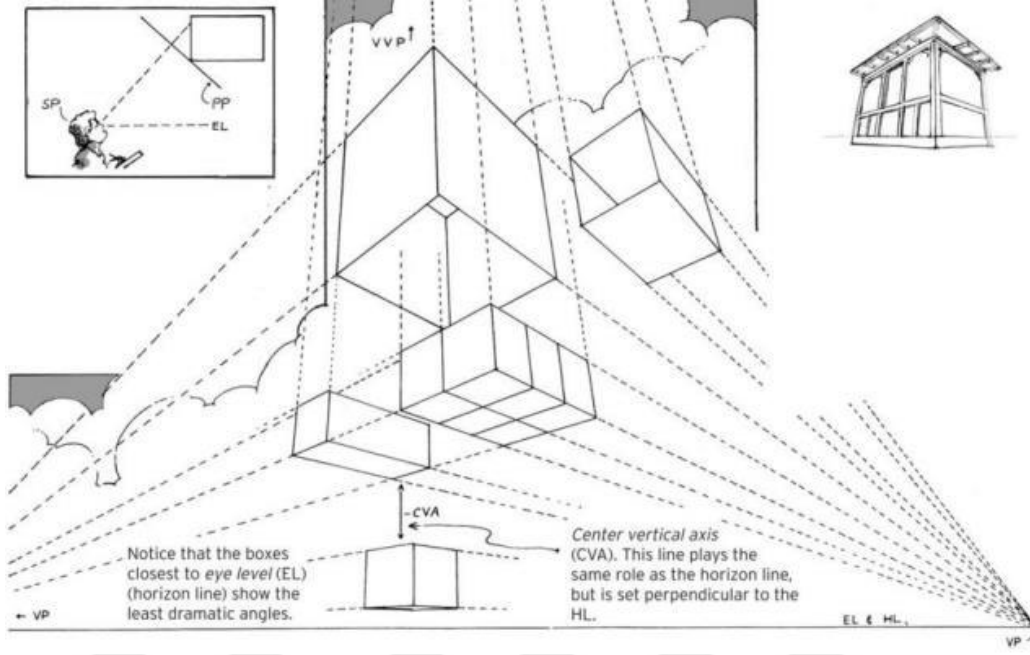
üzerinde yapılan eskizler günümüzde dijital ortamda da gerçekleştirilebilmektedir. Eskiz ile ilgili birçok tasarımcının farklı görüşü ve çizim biçimi bulunmaktadır. Bunlardan Laseau, eskizin hayal gücünün gelişmesine katkıda bulunacağını savunmaktadır. Yorumlamaya açık olan bu anlatım dili grafiksel olarak düşünme yeteneğinin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Laseau, 1989). Gehry ise eskizi imza niteliğinde kişisel bir çizim olarak nitelendirmektedir. Yapının eskizi oluşturulurken çevresiyle birlikte bir bütün olarak ele alıp tasarlanmalıdır. Bu sebeple eskizler yapıyı ve çevreyi tanımada ilk olarak kullanılan yardımcı araçlardır (Şekil 4.13).



Şekil 4.13. Frank Gehry, Noel Evi (1978) Santa Monica, Kaliforniya (<http://18>)

4.5.2. Perspektif

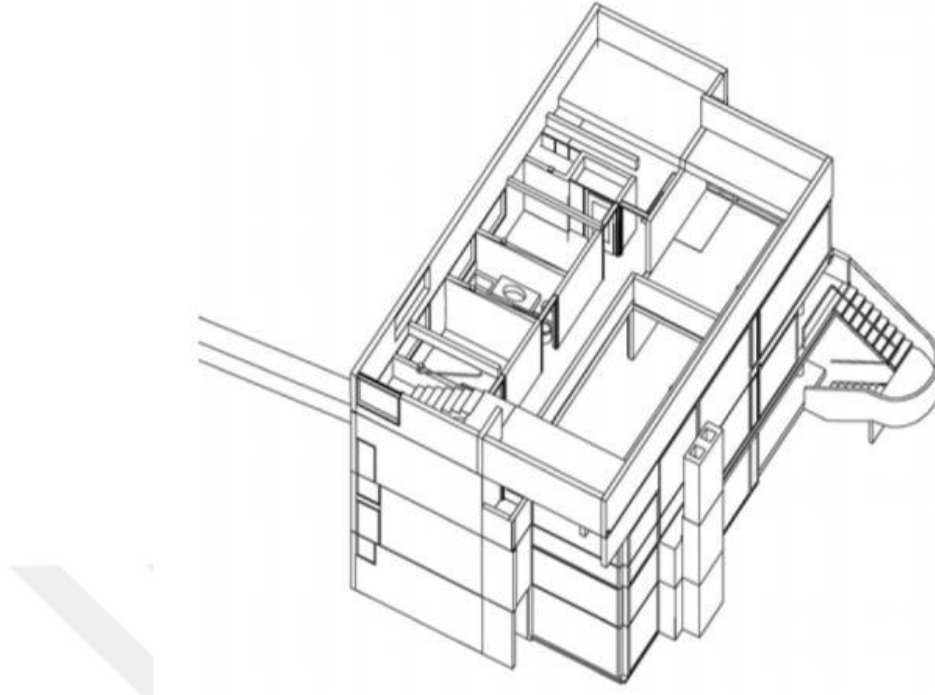
Perspektif çizim, göz ile görülen şekilde gerçekliğin ortaya çıkarılmasıdır. Perspektif çizimde tasarımcı çizimleri bir noktada birleşir gibi düşünerek hareket eder. Geride yer alan öğeler küçültülerek, önde yer alanlar ise büyük ölçekte çizilerek perspektif çizim oluşturulur. Perspektif çizimde önemli öğeler, düzlem, ufuk çizgisi, kaçış noktaları, zemin çizgisi ve izleyicinin duruş noktasıdır (Şekil 4.14). Yapının dış görünüşü ya da iç görünüşünü aktarmak için perspektif çizimlerden yararlanılabilir. Perspektifin temel yasaları Floransa'da Brunelleschi ve Alberti tarafından geliştirilerek görme biçiminin temelleri oluşturulmuştur (Montague, 2013).



Şekil 4.14. Üç noktalı perspektif düzeneği. Bakış açısı yukarı veya aşağı doğrudur. (Montague, 2013)

4.5.3. Aksonometri

Aksonometrik ifadeler, plan kesit ve görünüşün bir arada ifade edildiği çizimlerdir. Günümüzde sık kullanılan ifade araçlarından biridir. Aksonometrik çizimdeki derinlik etkisi yükseklik ile sağlanır (Şekil 4.15). Plan açılı olarak yerleştirilerek aynı aks üzerinden yükseklik eklenir. Aksonometrinin kabul görmesi üzerine çalışmalar yapan tasarımcılar arasında, Theo Van Doesburg, Alberto Sartoris, Hannes Meyer sayılabilir. Aksonometrik çizim izleyicinin sabit bakış açısından çıkmasını sağlayarak imgenin farklı okumalarını anlamasına yardımcı olur (Bois, 1981). Farklı açılarla oluşturulan aksonometrik çizim türleri vardır. Bunlardan en yaygın kullanımı eğik aksonometrik çizimdir.

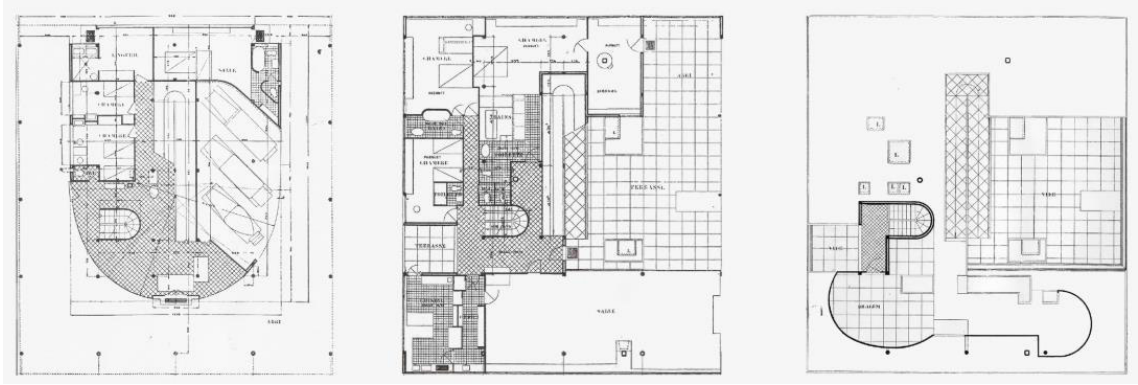


Şekil 4.15. Aksonometrik Çizim, Smith House, (Economou, 2009)

Aksonometrinin ortaya çıkışı Rönesans dönemi ile birlikte başlamıştır. Maket ve çizimler, yüksek miktarlar ayrılması gereken bütçelere sebep olunca planı ve kesiti birleştiren ve tek çizimde anlaşılmasını sağlayan aksonometri çizimi geliştirilmiştir. Aksonometrinin modern yorumu De Stijl sergisi ile oluşmuştur. Bu sergide Van Doesburg ve Van Eesteren çizimleri sergilenmiştir. 20. yy başında kullanımı yaygınlaşan bu çizim türü, bundan sonraki tasarım modelleme çalışmalarının önemli ifade aracı haline gelmiştir (Economou, 2009). Le Corbusier'in çalışmaları, Bauhaus ekolünde bu etki açıkça görülmektedir. Farklı çizim tekniklerini tek çizim altında birleştiren bu ifade biçimi, iletişimin çok yönlü dilini gösterir.

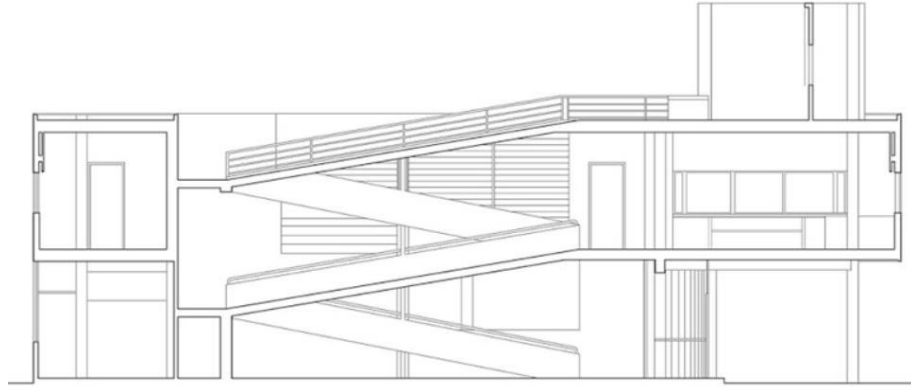
4.5.4. Ortografikler (Plan, kesit ve görünüş)

Ortografikler yani dik izdüşümlü ifadeler, tasarımcının zihninde oluşturduklarını ifade etmede en çok kullandığı retoriksel bir diğer türdür. Plan, kesit ve görünüş bu temsilin ifade ettiği çizimlerdir. Rönesans'tan günümüze en yaygın olarak kullanılan ifade biçimidir. Planlar, yukarıdan alınan yatay kesiti ifade eder. Doluluk ve boşluk oranları planlar aracılığıyla yapılır. Plan zihindekilerin oluşmasını sağlayan en önemli ifade biçimidir (Şekil 4.16).



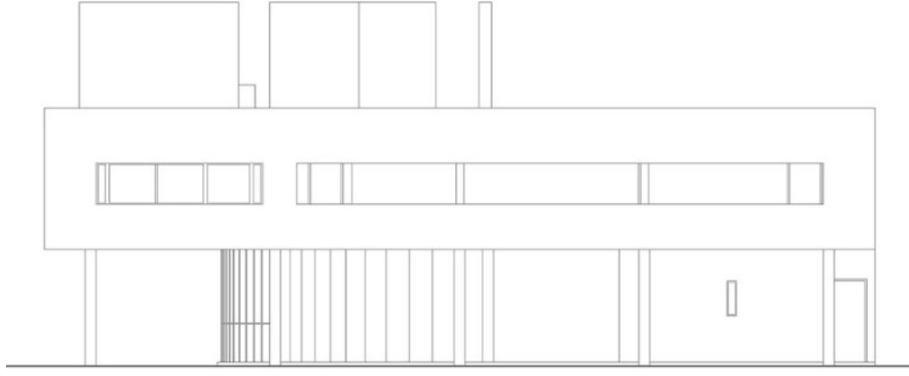
Şekil 4.16. Le Corbusier Villa Savoye plan (<http-19>)

Kesit, düşeydeki ilişkileri algılamamızda yardımcı olur. Yapıdaki öğelerin düşeyde nasıl organize edileceği bu şekilde karar verilir. Kesitlerle birlikte yapı ve çevresi de yapının kendisiyle birlikte analiz edilmiş olur (Gürer, 2004). Mekânsal ilişkilerin çevreyle birlikte değerlendirilmesi kesit çizimlerinde mümkündür (Şekil 4.17).



Şekil 4.17. Le Corbusier Villa Savoye kesit (<http-19>)

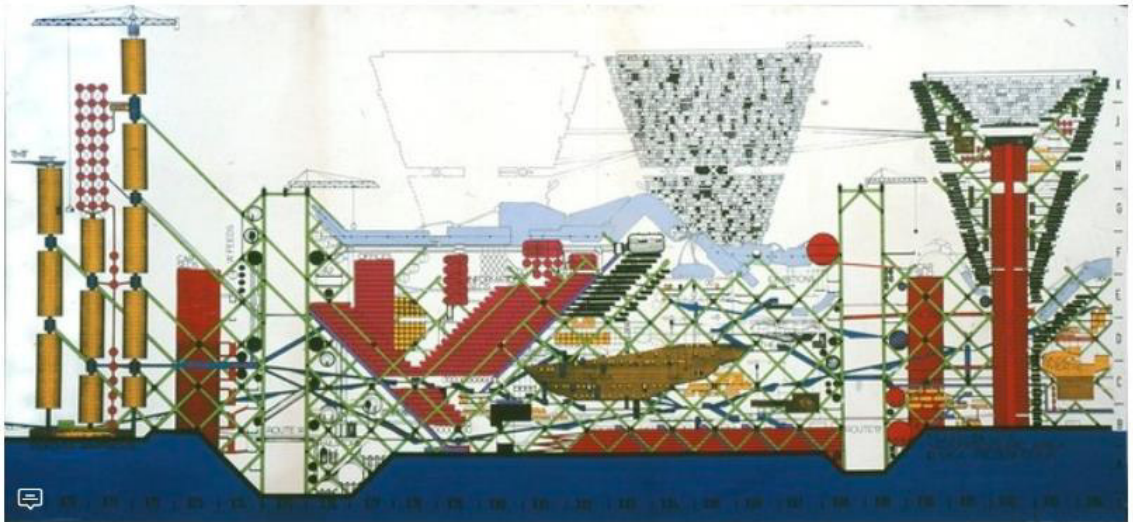
Görünüş, bir yapıya dışarıdan bakılınca nasıl görüldüğü ile ilgilidir. Yapının dış yüzey özelliklerini algılamamıza yardımcı olur (Şekil 4.18).



Şekil 4.18. *Le Corbusier Villa Savoye görünüş (http-19)*

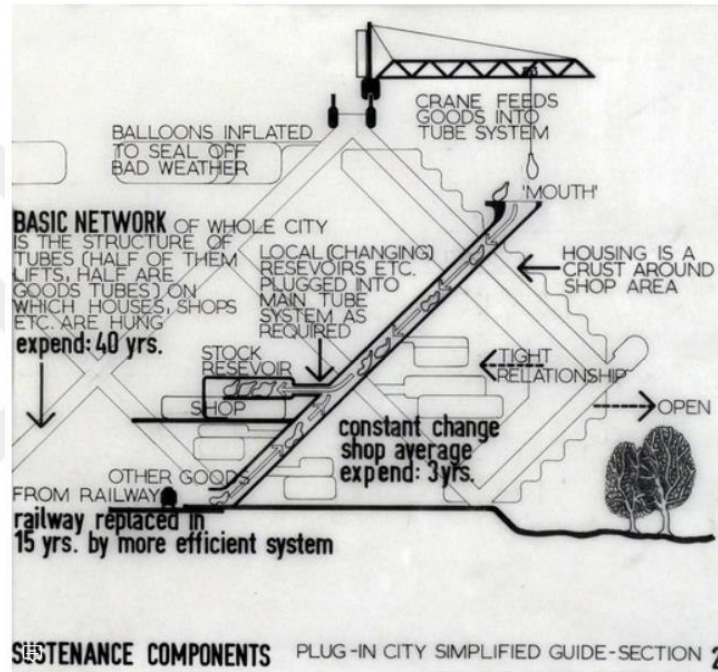
4.5.5. Kolaj

Kolaj ile ifade biçimi, modern sonrası olarak nitelendirilen dönemlerde karşımıza çıkmaktadır. Plan, kesit ve görünüş üçlüsü üst üste çakıştırılarak bir kolaj oluşturulur. Çeşitli malzemeler, proje parçaları, fotoğraflar gibi parçalar birbiri ile kompoze edilerek sunulur. Bu ifade biçimleri bir sunuş şeklinin yanı sıra retoriksel bir sanatı da temsil etmektedir. Archigram grubu bu ifade türünü kullanarak kendilerini izleyiciye aktarmışlardır. Archigram ile birlikte endüstriyel olanaklar mimari temsil ortamında kolaj ile kendine yer bulmuştur. Cook (2008), perspektiflerin yanı sıra diyagramlaşan kolajları ile de dönemin ifade biçimlerine yenilik getirmiştir (Şekil 4.19).



Şekil 4.19. *The Plug-In City / Peter Cook, Archigram (http-20)*

Kolajın mimari ifade biçimlerinde yer alması postmodern dönem ile birlikte başlamaktadır. Kolajlara dahil olan yazılar ise dinleyicinin algısına yönelik olarak yapılan retorik gücü artırmaya yönelik çalışmalardır (Şekil 4.20). Pohl, (2012) 1960-1970 yıllarında ortaya çıkan bu ütöpik ifade biçimlerini, dinleyicinin dikkatini çekmeye yönelik olduğu üzerinde durmuştur. Ona göre tüm bunlar, tasarımcı ve dinleyici arasında algı arttıran bir çalışmalar bütünüdür.

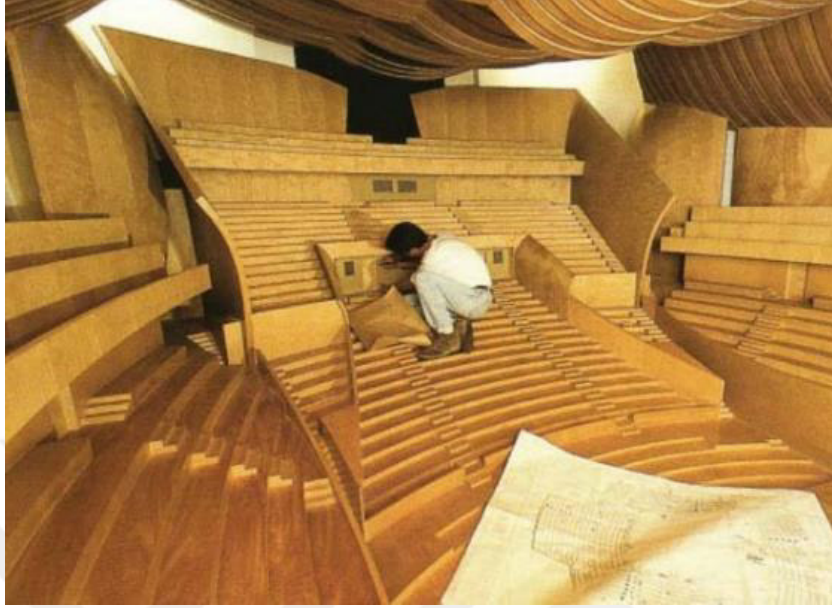


Şekil 4.20. The Plug-In City detail/ Peter Cook, Archigram (<http://20>)

4.5.6. Maket (Model)

Rönesans döneminde gelişme gösteren maket, mimari temsil açısından tasarımcı için üçüncü boyutu daha iyi ifade eden gösterimlerdir. Mimari maket ya da model, sadece tasarımcının değil dinleyicilerin de mekânsal ilişkileri kolay algılamasına yardımcı olur. İki boyutta anlatımın yetersiz kaldığı noktalarda üçüncü boyutu daha iyi ifade eden maketler anlaşılabilirlik açısından önemlidir. Millon (1994) “Italian Renaissance Architecture” adlı kitabında temsil aracının Rönesans döneminde maketler olduğunu belirtmiştir. Ölçeğine uygun maketler yapılarak henüz inşası yapılmadan meydana gelebilecek hataların maket üzerinde giderilmesi sağlanmıştır. Birçok mimar maket teriminin yanında kavramsal model olarak adlandırılan bu temsil şeklini kullanırken Frank Gehry de tasarımlarını modeller üzerinden geliştirenlerdendir. İnsan ölçeğine yakın

maketler yaparak mekânın organizasyonunu, akustiğini ve tasarımla ilgili birçok kriterini bu modeller üzerinden incelemektedir (Görsel 4.9)



Görsel 4.9. *Frank Gehry Concert Hall maketi* (<http://21>)

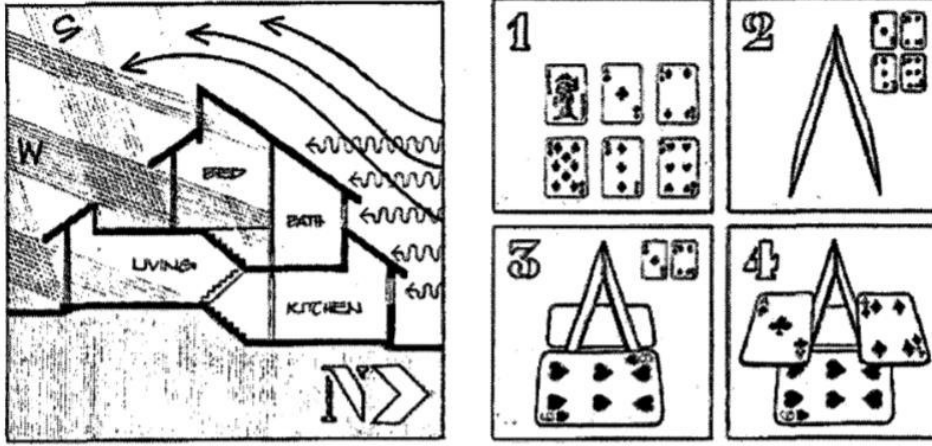
Soyut maketler, detay maketleri, sunum maketleri ve kavramsal maketler gibi tasarımcının tasarımını dinleyiciye en iyi şekilde anlatabileceği maket türlerindendir. Tasarımcı bu aşamada odaklanmak istediği noktayı, tasarımdaki bağlamları, tasarım konseptine uygun olanı seçerek dinleyiciye kendini aktarma aşamasına geçer. Bu aşama tasarımcı ve dinleyici arasında bir ikna süreci olarak tanımlanabilir.

4.5.7. Diyagramlar

Mimari ifade biçimlerinin kavramsal olarak ifade edilmesi diyagramlar ile mümkündür. Porter (1979), mimari ifadelerin soyutlama biçimine odaklanarak, diyagramları fikirlerin ilk çıkış anında kullanılan araçlar olarak nitelendirmiştir. Onun düşüncesine göre oluşturulan diyagramlar ile mimari soyutlamanın başlangıcı yapılmış olur. Porter diyagramları beş gruba ayırarak incelemiştir. Bunlar; şematik diyagramlar, operasyonel diyagramlar, işlev diyagramları, akış diyagramları ve analitik diyagramlardır.

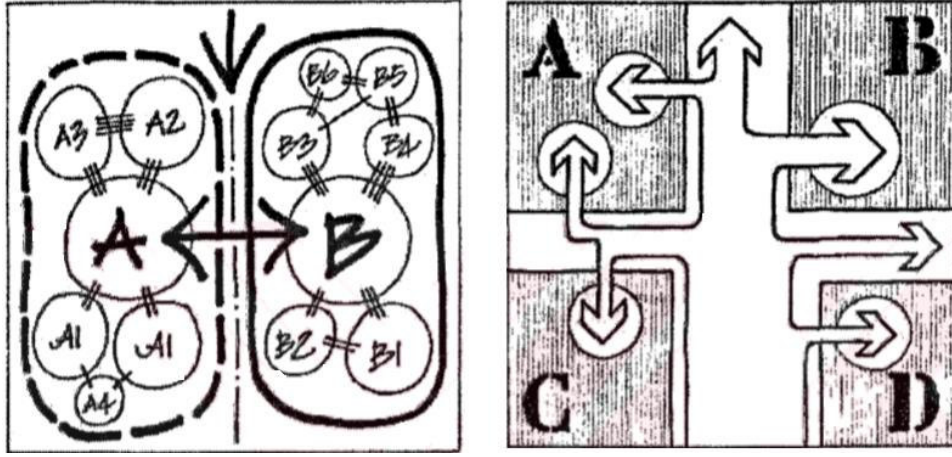
Şematik diyagramlar, kavramın oluşma sürecinde çevresiyle olan ilişkilerini tanımlayarak içinde biçimin oluşmasını sağlayan ve bu biçimlere destek olan fikirleri

temsil eden şematik çizimlerdir. Örnek olarak bir yapının en yalın kesiti bu grupta yer alan bir çizimdir (Şekil 4.21).



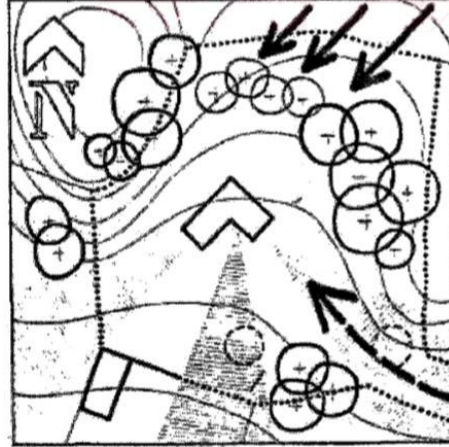
Şekil 4.21. Şematik ve operasyonel diyagram, (Poret, 1979)

Operasyonel diyagramlar, tasarımcının zihin sürecinde oluşan ve meydana gelen değişimleri ifade etmesinde yardımcı olan grafiklerdir. Tasarımın oluşum sürecini anlamamıza yardımcı olur (Şekil 4.21). İşlev diyagramları, balon diyagram olarak adlandırılan zone bölgelerini belirten grafiklerdir. Eskizler gibi defalarca oluşturulabilirler. Bölgeler halinde mekânı anlamlandırmamıza yardımcı olurlar. Tasarım sürecinin minyatür bir halini ifade eder (Şekil 4.22). Akış diyagramları, bir nokta ile diğeri arasında yönelimleri, yoğunlukları ortaya koymak ve belirtmek için kullanılırlar. Ulaşım, yaya yolu, hava akışı, su yönü gibi imgeler bu diyagramlarla oluşturulabilir (Şekil 4.22). Analitik diyagramlar ise tasarımı sınırlayan kısıtlamaları anlaşılır hale getirmek için kullanılırlar. Var olan koşulları sorgulayarak tasarımın çıkış fikrini ve yönelimlerini anlamamıza yardımcı olur (Şekil 4.23).



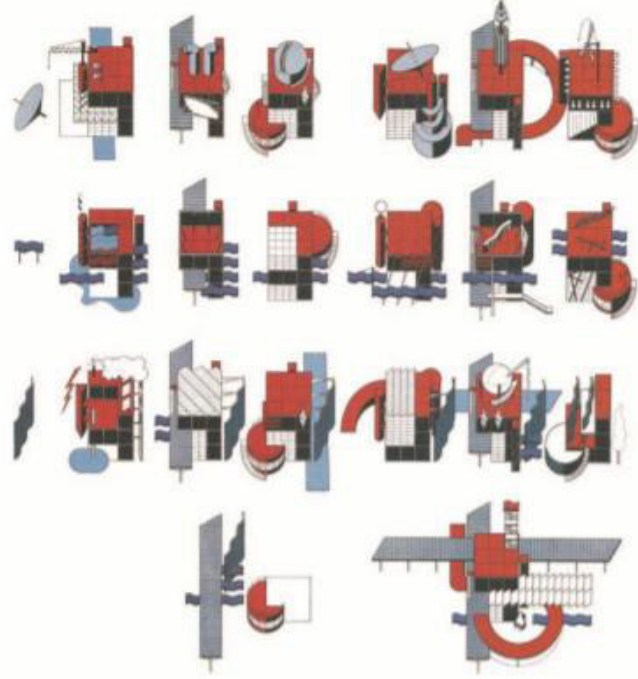
Şekil 4.22. İşlev ve akış diyagramı, (Porter, 1979).

Kavramsal grafiklerde yararlanılan göstergeler ve semboller bir fikrin retorik karşılığıdır. Porter (1979), gerçekliğe doğrudan kavramsal grafiklerle ulaşamayacağımızı sadece soyut araçlarla tanımlayabileceğimizi ifade etmektedir.



Şekil 4.23. Analitik diyagram, (Porter, 1979).

Bernard Tschumi (2012), mimarlığın salt görselden ibaret olmadığını, sürekli değişen ve gelişen dinamiklere sahip olduğunu savunmuştur. Olay mimarlığı olarak adlandırdığı bu anlayış değişim ve zaman gibi olguları öne çıkarmaktadır. Görsel kompozisyon olarak adlandırdığı hareket diyagramları ile mimari mekânların görüntülerini birbiri ardına sıralamıştır (Şekil 4.24).



Şekil 4.24. Bernard Tschumi, *Parc de la Villette*, 1984 (Rattenbury ve diğ, 2002)

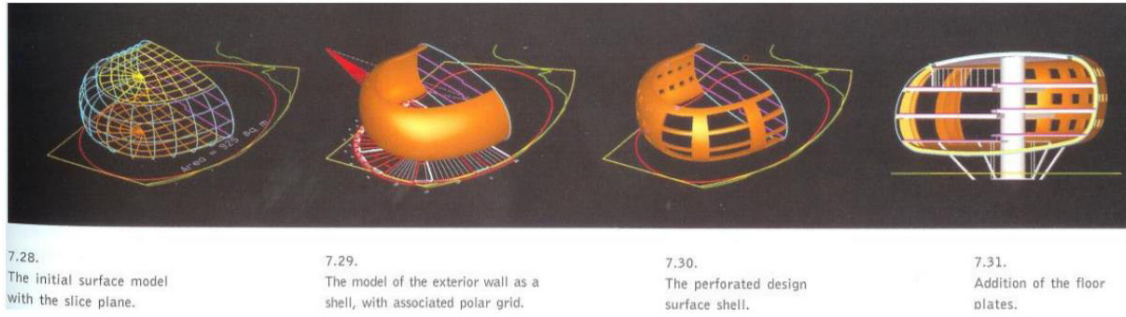
Semboller ve diyagramlar düşüncenin sadece ifade biçimidir. Bu biçimlerin belirsiz olması tasarımın daha çok önünü açabileceği gibi tasarımın gelişmesinde de önemli bir rol oynayabilir.

4.5.8. Dijital-teknoloji

Bilgisayar ortamında kullanılan ifade biçimleri 20.yy sonlarına doğru teknolojinin gelişmesiyle birlikte yaygınlaşmıştır. İlk zamanlarda tasarımcılar projelerinde bilgisayarı kullanmaktan çekinmiş olsalar da günümüzde bilgisayarsız tasarım ofisleri yok denecek kadar azdır. Hızla gelişen yazılım sektörü ile birlikte bilgisayar programları gelişmiş ve yaygınlaşmıştır. Gelişen ara yüzlerle gerçekçi görüntüler elde etmek mümkün olmuştur. Doğal malzeme görünümünden yararlanarak yapıların gerçek-gibi görüntüleri betimlenebilmektedir (Bruegmann, 1989). Bilgisayarlarla her türlü perspektifleri elde etme imkânı yüksektir. Gün ışığı, hava şartları gibi gerekli tüm bilgiler girildikten sonra tüm hesaplamaları bilgisayar kendisi yapabilmektedir. Tasarımcılar arasındaki ilişkileri kolaylaştırmakta ve iş gücünün daha verimli olmasını sağlamaktadır. Günümüzde bilgisayar, zamanı verimli kullanmamızı sağlayan, düşünülen fikirleri somutlaştırmamıza yarayan faydalı bir araçtır. Wertheim (1995), üç boyutta simülasyonların gelişmesiyle yeni algı biçimlerinin oluşmasına katkı sağladığına değinmiştir. Bilgisayarlar ile fiziksel

dünyada karmaşık olarak görülen ve düşünölemeyen formların şekillenmesine yardımcı olmuştur.

Kolarevic ve Mitchell'e (2003) göre, bilgisayar destekli tasarımlar (CAD) ve bilgisayar desteğiyle yapılmış objeler (CAM) üç farklı fayda sağlamaktadır. Birincisi, daha önce keşfedilmemiş tasarımları yapabilme, özgür ve sınırsız düşünebilme ve ifade gücünü sağlamaktadır. İkincisi, uygulamaya faydalı olabilecek model aplikasyonlarını görebilmektir. Üçüncüsü ise, daha sonra oluşturulabilecek tasarımlar için kaydedilebilir olması istenildiğinde kolaylıkla yararlanılabilesidir (Kolarevic, 2003).



Şekil 4.25. Chesa Futura, Norman Foster (Kolarevic, B., Mitchell, W.J., 2003)

Norman Foster ve partnerleri “Chesa Futura” isim bir apartman projesi tasarlamışlardır. Projeye dijital sistemleri entegre etmeleri dijital ortamdaki mimari projeler açısından öncüdür ve önemlidir (Şekil 4.25). Proje tasarım aşamasında dijital ortamda hazırlanmıştır ve biçimsel kararlar yine bilgisayar ortamında netlik kazanmıştır. Tasarım elips bir yapıya sahip olduğundan dolayı yapım aşamasında bilgisayar desteği kullanılmıştır (Kolareviz, 2003). Bilgisayar tarafından sayısallaştırılan yüzeyler ve ölçüler yapının uygulamasının hızlı ve hatasız olmasını sağlamıştır.

Mimarlık, dönem içerisinde değişen durumlara uyum sağlayarak gelişmiş ve farklı bakış açıları ile kendini geliştirmeye devam eden bir disiplindir. Bununla ilgili Bouman (2002a), “Mimarlık artık sabit bir bitişe ve imaja sahip değil, aksine tahmin edilemeyen bir biçimde hatta hava durumunun değişimi gibi değişmektedir” demiştir. Sanal mimari, gelişen dijital teknoloji ile birlikte bünyesinde barındırdığı yeniliklerle mimarlığa yeni bir boyut kazandırmıştır. Sanal mimari ile üretilen bir ürünü gerçeklikten ayırmak imkânsız

gibi olabilmektedir ve bu durum birçok mimar tarafından halen tartışmalıdır. Sanal, barındırdığı anlam neticesinde gerçek olan fakat somut olmayanı açıklar. Yani bir olgunun sanal olması gerçek olmadığı anlamına gelmediği gibi, birebir gerçeklikle de örtüşmesi beklenemez. Franck (2000), sanal mimarlığı gerçekliğin unsurlarından biri olarak görmüştür.



Şekil 4.26. E. McIntosh, "Alternatives to High-Rise Circulation" (Cook, 2008).

Frascari (2011), dijital ile el çiziminin birleşmesiyle ortaya çıkan hibrit çizimlerin bünyesinde çeşitli argümanları taşıdığını belirtmiştir. Mimari stüdyolarda da hibrit çizimlerin faydalarından yararlanıldığını görmek mümkündür. (Şekil 4.26). Mimar ya da tasarımcı serbest el çizimi ile bir talak oluşturur ve ardından bu çizimi CAD ortamına tarama yöntemiyle aktarır. CAD ortamında düzenlenen ve eklemeler yapılarak geliştirilen çizim, hibrit çizim yöntemleri arasındadır (Farrelly, 2012). Bu yöntem, projenin farklı araçlarla birleştirilmesi ve her açıdan düzenlenebilmesine olanak sağlayarak tasarımcının yardımcısı olur.

5. SONUÇLAR

20. yüzyıl ortalarından itibaren mimarlık alanında gelişen retorik kavramı, insanlığın doğası ve yapısal formların ilişkisiyle ilgilenir. Etkileme ve ikna etme anlamına gelen retorik, milattan önceden beri var olan bir hitabet yöntemidir. Retorik, konuşmacının uzman olduğu alandaki bilgisini ya da deneyimini izleyiciye aktarmasında önemli bir rol oynar. İnandırma yöntemleri ile dilin iletişimde kullanımını güçlü kılar. Araçlar ve anlamları arasında temel bir görev üstlenerek olgunun iletilmesini sağlar. Hitap ile ilgili olan tüm sanatlarında retorik kavramından bahsetmek mümkündür. Retorik mimarlıkta ise metinsel ve görsel ilişkilerin birbiri ile kurduğu ilişki olarak tanımlanabilir. Bu kavram tasarımcılar için tasarım süreçlerini açıklama ve bu sürecin her aşamasında belirli yöntemlerle karar vermelerine yardımcı olmaktadır.

Retorik, sözlük anlamıyla, söz sanatlarını inceleyen bilim dalı ve bir hitabet sanatı olarak bilinmektedir. Bu kavram ile ilgili en eski bilgi, Platon tarafından ilk kez MÖ 5. Yüzyılda Antik Yunanistan'da kullanıldığıdır. Aritoteles de Platon'dan sonra ilk kullananlardandır ve günümüzde halen Aristoteles'in retorik anlayışı diğerlerine göre baskın çıkmaktadır. Aristoteles, retoriğin oluşumunu üç bölüme ayırmıştır; ethos, pathos ve logos. Ethos, konuşmacının güvenilirliği ile ilgilenir ve temelinde izleyiciyi otorite ya da sosyal statü bağlamında etkilemek vardır. Pathos, izleyicinin duygularına hitap eder ve duyuları kontrol ederek ikna etmeyi amaçlamaktadır. Logos, mantıksal argümanlar kullanarak akla hitap eder ve konuşmalarını ispatlarla kanıtlar. Retorik söylemde anlatıcının güvenilir ve etkin bir konuşma yapabilmesi için bu üç söylemden yararlanarak bunu izleyiciye en etkin şekilde aktarması gerekmektedir. Geçmişten günümüze tüm kaynaklarda retorik sanatının sözlü ifade biçimiyle ilgilendiği belirtilse de, görsel ifade ile ilişkisi yirminci yüzyılın ortalarında etkin hale gelmiştir. Bir tasarımcı farkında olmasa da sunum yaparken, eskiz çizerken ya da bir grafik oluştururken karşındakini ikna etme amacı taşıdığından retorik argümanlardan faydalanır. Retoriğin üç söyleminin dışında bir de etkili mesaj göndermek ve sunmak için beş adet kanonu vardır. Bu kanonlardan birincisi icat etme, bir fikir bulmak ile ilgilidir. İkincisi düzenleme, fikri organize etmek ile ilgilidir. Üçüncüsü üslup, görselleştirme ya da kelime seçimi ile ilgilidir. Dördüncüsü hafıza, konuşmacının bilgisi ile ilgilidir. Son kanon ise hitabet, aktarılacak istenenin nasıl sunulduğu ile ilgilidir. Kanonlar, daha yaratıcı düşünmenin ve sunmanın analitik ve düzenli bir yoludur. İletişim ya da sunum esnasında izleyiciye etkin ve güçlü bir hitap

yapmayı sağlar. Tez içerisinde daha detaylı olarak açıklanan bu kanonlar konuşmacının hazırlık aşamasında üretken bir imaj sergilemesine ve etkin hazırlık yapmasına yardımcı olur.

Tasarım ve retorik arasındaki ilişki özellikle son elli yılda büyük bir gelişme göstermiştir. Aristoteles'in retorik söylemleri ile ilgili tasarım stratejilerini geliştirmek mümkündür. Ethos kavramı tasarımda güvenilirlik sağlaması gerektiğinden ürünün ya da markanın adı, anılan sesi olarak düşünülür. Pathos, tasarımda belirli ve özel kullanıcılara hitap ederek özellikle ekonomiklik kavramında öne çıkar ve işlevselliği vurgular. Logos ise tasarımın akıllı yapısıdır ve tasarımda ürünün nihai sonuçta verdiği başarı olarak görülür. Tasarımcılar, iknayı bir araç olarak kullanarak müşterilerine, meslektaşlarına ya da herhangi bir disipline kendilerini ifade ederler. İknanın buradaki hedefi ise ürünün kullanımını içeren kullanıcılardır. Schenk'e göre tasarım sürecinin en önemli aşamaları hazırlık, yaratıcılık ve üretimdir. Hazırlıkta tasarım çözümüne yönelik görüşmeler yapılarak gerekli referanslar toplanmaktadır. Yaratıcılıkta ilk fikirler analiz edilerek ara sunumlar ve değerlendirmeler yapılmaktadır. Üretimde ise sanat ürününün gerçeklik boyutu ile sunum dinleyiciye aktarılmaktadır. Retorik ise bu noktada barındırdığı argümanlarla tasarımcılara destekleyici yönlendirmeler sunar. Tasarım sürecinde retorik çok yönlü düşünmeyi sağlar. Tasarımcılar hitap ettikleri kişilerle bu sayede iletişime geçer ve retorik'in ikna özelliklerini kullanırlar. Çünkü tasarımcılar, karşısındaki kişileri oluşturacakları tasarım karışığında ikna etmeye çalışmaktadırlar. Retorik'in buradaki hedefi tasarımcının kendisi olabileceği gibi, diğer ekip üyeleri, akademisyenler, yatırımcılar, ilgili diğer meslekler ya da kullanıcılar olabilir.

Mimarlık disiplini teknolojik, toplumsal, sosyo-kültürel ve estetik değerlere ilişkin bilgiler ve tüm bu unsurları bir arada barındıran söylemler sunar. Mimarlığı anlamak, mimarlığın fiziksel kavramlarının haricinde kullanıcıya ait duygu ve düşünceleri de kapsayan izlenimlerle ilgilidir. Tasarım ve kullanıcı arasında iletişimsel bir rol üstlenen mimarlık, uzun yıllar boyunca ürettiği söylemler ile tasarımcılara yardımcı olmuştur. İletişim ve retorik mimarlığın doğasında vardır çünkü mimarlık da işlevini ve anlamını ifade etmek için ifade yöntemlerine başvurur. Mimarlık, retorik olarak bizi anlamlandırma yetimizi kullanmaya teşvik eder ve ikna edici bir olgudur. Bir mimarlık söylemi, mimari yapıların ardındaki anlamı, bu nesnelerin nasıl çalıştıklarını ve kullanıcı le kurduğu ilişkileri inceler.

Mimarlıkta retorik kavramı tez içerisinde beş başlık altında ele alınmıştır. Birincisi, insanlığın karmaşık doğası ve varoluşunu anlamak amacıyla kentlerin oluşumunda retorik başlıdır. Kentler, toplumu bir arada barındıran çok yönlü ortamlardır. Kentler ve mimari arasında anlam ifade etmek ise çevresel yansımalarla mümkündür. Mimarlığın retorik olarak nasıl işlediğini incelemek için insanların kentleri nasıl algıladığını analiz etmek önemlidir. Mimarlık sayesinde kentlerin kimliği oluşur ve bu sayede insanlar ve yer arasında bir bağlantı kurulur. İnsan, zihninde oluşturduğu imgeler ve semboller ile birlikte kentleri şekillendirir. Mimari retoriği algılamak kent yaşamlarındaki anlamın açıklanmasıyla yaşayan mimariyi tanımlamaktan geçer. Kentler, sürekli değişen ve gelişen toplumsal mekânlardır. Tez kapsamında, beş farklı kent ve o kentin gelişiminde rol oynayan yapılar araştırılmış ve değerlendirilmiştir. Kentlerden birincisi Florida’da bulunan Seaside kasabasıdır. Kasaba sıfırdan inşa edilerek, Florida’nın gökdelenlerle yükselen diğer sahillerine kıyasla refah yeri olarak düşünülmüş bir ütopyik tasarım anlayışı sergilemektedir. Seaside, sosyal değişim için hem reaktif hem de radikal yönden kullanıcılarına hizmet etmeyi başarmıştır. Yapıldığı dönemde diğer kentlerde ve çevresinde artan hızlı kentleşme insanlarda güven duygusunu sorgulatmaktadır. Amerika’daki yeni şehircilik ilkeleri üzerine tasarlanan bu kasaba mimarlık tarihi derslerinde de anlatılmıştır. Proje genel olarak müstakil villalardan oluşan, düzenli bir sahil kasabasıdır. Time Dergisi’nde on yılın en iyi projesi seçilmiştir ve bu proje insanların güven duygusunu yeniden kazanmasını sağlamıştır.

İkinci örnek ise New York Ulusal 11 Eylül Anıtı’dır. Dünya Ticaret Merkezi’nin 11 Eylül saldırısı esnasında yıkılmasıyla binlerce kişi hayatını kaybetmiştir. Amerika ise iki gökdelenin çok daha fazlasını kaybetmiştir. Ardından mimari proje yarışmasıyla gökdelenlerin bulunduğu noktaya iki adet kulelerin silüetini temsil eden havuz yapılmıştır. Hayatını kaybedenlerin isimleri havuz kenarlarına kazınarak bir anma alanı oluşturulmuştur. Bu tasarımdaki en büyük retorik okuma ise, mimari bir eserin, halkı bir araya getirme gücü ve halk üzerindeki duygusal yönüdür. Geçmişin izlerini taşıyan bu anıt kent için sembolik yerlerden biri olmuştur. Üçüncü örnek Romanya’daki Parlamento Binası’nın yapım sürecidir. Yapı, ideoloji ve yönetimin birleşiminin mekân düzenlemesi üzerinde oluşturduğu etkiyi göstermektedir. Parlamento Binası’nın inşası için önemli çabalar sarf eden dönemin kralı Ceausescu, bu yapı için binlerce ev, kilise ve anıtların yıkılmasını istemiştir. Eski düzenin izlerini mimarisiyle birlikte ortadan kaldıran kral kendi rejiminin üstünlüğünü sağlamaya çalışmıştır. Binayı tarihi bir tepenin üzerine

stratejik olarak yerleştirerek Bükreş'in her köşesinden görünür olmak istemiştir. O dönemde yaşayan Rumen halkı ise, yaşadıkları ekonomik zorluklar sebebi ile yapıyı “kentlin yaşayan bedeninde açılan bir yara” olarak nitelendirmişlerdir. Günümüz Romanya rejimi ise sarayı ulusal bir sembol olarak görmektedir, Romanya halkının yapı uğruna çektiği zorlukların vurgulanması yapının sembolik oluşunu artırmaktadır. Her yıl binlerce turist tarafından ziyaret edilmesi, aslında Ceausescu'nun totaliterlik düşüncesinin gerçeğe kavuştuğunu göstermektedir. Tez çalışmasında bu yapının, yaşanan döneme göre farklı yorumlarının bulunması, ideolojik açıdan sorgulanmıştır. Mimari yapılar, kentler ve orada yaşayan toplum kentin ruhunu oluşturur. İçinde barındırdığı yıkımlar, yapımlar ya da restorasyonlar dönemini ya da geleceğini yine içerisinde bulunduğu şartlara göre belirler.

Dördüncü örnek İstanbul'da bulunan Ayasofya Müzesi'dir. İstanbul'un yedi tepesinden biri üzerinde yer alan günümüzdeki Ayasofya, 532 yılında Bizans İmparatoru Justinianus tarafında yaptırılmıştır. Tez kapsamında Ayasofya'nın üç farklı kimlik yapısına değinilerek, tüm bunlarında dünya üzerinde bulunan farklı toplumlar açısından nasıl yorumlandığına değinilmiştir. Bizans dönemi boyunca Hristiyanlık dini için önemli bir kilise olan Ayasofya, Fatih Sultan Mehmet'in 1453 yılında İstanbul'u fethetmesiyle camiye dönüştürülmüştür. Cumhuriyet Dönemi'nde ise müzeye dönüştürülmüş ve günümüzde halen müze olarak işlevini sürdürmektedir. İki büyük dine ev sahipliği yapan bu yapı, İstanbul kentinin oluşumu için çevresinde merkez görevi yapmış ve gelişmesine referans olmuştur. Ayasofya; siyasi, politik, kültürel ve dinsel boyutlarıyla birçok toplum için tartışmalı ve önemli bir yapıdır. İnsanlar üzerinde dilsel izlemler barındırır ve toplumların belleğinde yer eden imgeler sunar. Retorik argümanlar ise bu noktada yapısı gereği kendini daimi olarak üretir. Çünkü geçmişten günümüze sürekli olarak yapılan tartışmalar, ziyaretler, yazılan yazılar söylem işlevini yitirmediğini göstermektedir.

Son olarak Türkiye için bir başka değer olan Birinci Türkiye Büyük Millet Meclisi binası tez kapsamında retoriksel olarak incelenmiştir. Savaşın ortasında inşa edilen bu yapı, halk ve yönetim arasında oluşturulan egemenlik arzusunun bir göstergesidir. Türkiye'deki mimarlık ortamına yön vererek birinci ulusal mimarlık akımının Ankara'daki ilk örneklerinden olmuştur. 1919 yılında savaş ve işgal altında olan Türk milleti için “Kuvayı Milliye Ruhu” artmıştır. Özgürlüğün, egemenliğin ve Türk Milletinin tarihinde yeni bir döneme açılmasına yol açan Türkiye Büyük Millet Meclisi,

tamamlanmamasına rağmen 23 Nisan 1920’de açılmıştır. Ankaralıları kendi çatılarından taşıdıkları kiremitlerle çatısını tamamlamışlardır. Halkın inancı, desteği ile yapılan bu yapı retoriksel açıdan yönetim ve halk arasındaki bağın gücünün kavranmasını sağlamaktadır. Dönemin yönetimi, halk için oluşturduğu egemenlik arzusuyla, halkın desteğini almıştır.

Mimarlıkta retorik kavramının ikinci başlığı olarak göstergebilim üzerine araştırmalar yapılmıştır. Göstergebilim, iletişimin kültürel sistemlerin doğasında olduğunu gösterdiğinden, mimarlıkta retorik olarak kabul edilebilecek bir yaklaşımdır. Tüm kültür olgularını ele alarak kültürün temelinde iletişim olduğunu varsayar. Mimari yapılar üzerinde yapılan okumalarla, barındırdığı anlamları yorumlama imkânı sağlar. Mimari nesnelerle olan ilişki mimari olgulara bakış şeklimizdir. Bu sebeple mimarlığa genelde iletişim olgusu olarak yaklaşmaktadır. Mimarlıkta retorik kavramının diğer başlığı ise mimari stüdyolardır. Mimari stüdyolar öğrenci-eğitmen açısından ele alınarak, öğrencilerin profesyonel hayata geçişinde ve tasarım süreçlerinde dikkat edebilecekleri noktalar üzerine araştırmalar yapılmıştır. Mimari stüdyolarda jüri ortamı tasarım eğitiminin önemli aşamalarından biridir. Öğrenci stüdyo ortamının ilk gününden itibaren, çizimleriyle, modelleriyle ya da sözel ifadelerle danışmanı ile retorik bir iletişime girer. Çalışmanın gelişmesi ve ilerlemesi de bu iletişime bağlı olarak değişim gösterir. Dönem sonunda ise jüri ile iletişim son halini alır ve bu noktada öğrencinin, tüm jüri üyelerini tasarımı ile ikna etmesi ve etkilemesi gerekmektedir. Tüm bunların neticesinde tez kapsamında, bir projenin analiz, hazırlık ve sunum aşamasında sistematik olarak ilerlenebilecek adımları ele alınmıştır. Öğrencinin stüdyo ortamında, projenin tüm paydaşlarıyla iletişim halinde olmasının önemi ve projesine olumlu katkıları tartışılmıştır. Aktif öğrenmeyi teşvik etme, analiz etme, değerlendirme ve yaratıcılık gibi düşünme becerilerini geliştirme konusunda rol oynayan literatürdeki diyagramlardan örnekler verilmiştir. Bu bağlamda iletişimin, mimarlık eğitimi boyunca önemli anahtar kelimelerden biri olduğu öne çıkmaktadır.

Dördüncü başlıkta değerlendirilen mimari yarışmalar, mimari tasarım ve metin arasındaki ilişkilerin toplumsal boyutta sorgulanması açısından önemli fırsatlar sunar. Retorik sanatının mimari yarışmalarda önemli olmasının sebebi, tasarımcının (retor), bilinçli olarak ikna edici tavırlar içerisine girmesinden kaynaklıdır. Mimari yarışmalar özel olarak belirlenmiş bir jüri tarafından değerlendirilir. Jüri kararlarına zemin

hazırlayan yarışmanın yazılı değerlendirmesi, sadece sonucu belirleyen kişiyi ikna etmeyi değil, aynı zamanda halkı da projenin gerekliliği ve önemi konusunda ikna etmeyi amaçlamaktadır. Retorik yön, tasarım sürecinde de içsel bir görev üstlenir ve süreçteki önemli kararlar ikna edici argümanlar ile onaylanır. Retoriğin söylemlerinden yararlanarak hitap etmek tasarımcı için faydalı bir araçtır ve projesinin etkinliğinde önemli rol oynar. Mimarlıkta retoriğin son başlığı olan mimari ifade biçimleri, retorik açıdan değerlendirilmiştir. Mimari ifadeler, mimarların fikirlerini somutlaştırarak hitap etmek istediği kişiye aktarmasında önemli bir araçtır. Her ifadenin kendisine özgü bir söylemi yani bir retoriği bulunmaktadır. Mimari ifade biçimleri; eskizler, aksonometrik çizimler, perspektif çizimler, plan-kesit-görünümler, kolaj çalışmaları, maketler, diyagramlar ve dijital çizimler olarak ele alınmıştır. Her ifadenin izleyiciye aktarılış biçimi ve anlamları birbirinden farklıdır. Tezin ilgili bölümünde her biri kendi içerisinde retorik açıdan değerlendirilip yorumlanmıştır. Mimari ifadelerin, mimarlığın dilini oluşturma aşamasında en temel araçlar olduğu düşünülmektedir.

Sonuç olarak, ülkemizde mimarlık kapsamında yapılan retorik ile ilgili çalışmalar yok denecek kadar sınırlıdır. Bu tez, mimarlık ortamında retorik argümanlarının kullanılmasını yaygınlaştırmaya ve ülkemizde bu kavramın, özellikle mimarlık eğitim sisteminde öne çıkarılmasına öncülük etmeyi amaçlamaktadır. Etkili ifade ve ikna yollarını bir “sanat” olarak ele alan retorik, tasarım sürecinde farklı disiplinlerle de iletişim kurarak etkin, hoş giden, duyarlılık içeren, kalıcı bir anlatı ve öğrenme ortamı sunar. Ülkemizde başta mimari eğitim alanı olmak üzere, kentsel dönüşüm süreçleri, mimari stüdyolar, mimari yarışmalar, tasarım atölyeleri gibi içerisinde tasarımı ve iletişimi barındıran alanlarda, retorik argümanlardan yararlanmak, etkin ve faydalı bir sonuca ulaşılmasını sağlayacaktır. Eğitim alanında, proje aşamalarına retorik kanonlarını ve söylemlerini dâhil etmenin, meslek adaylarının ve araştırmacıların eğitim süreçlerinde daha aktif rol oynamasına yarar sağlayacağı düşünülmektedir. Mimar adayları bu sayede, eğitim hayatının ardından bir mimar olarak, karşısındaki dinleyicisine etkin hitap etmeyi, projesini dayandırdığı temeller konusunda ikna etmeyi ve en önemlisi mimarlığın diline hakim olabilmeyi ve onu en faydalı biçimde kullanabilmeyi öğrenir. Günümüzde önemli konulardan olan kentsel dönüşüm ve bu kapsamdaki sosyal ve toplumsal değerleri yüksek, kentin tüm faktörlerini ilgilendiren park, bahçe, kamusal alan gibi uygulamalarda ya da kentin bütününe ilgilendiren bir projede retorik stratejilerin kullanılması, toplumun farkındalığının artmasına ve sosyo-kültürel bağlamda gelişmesine katkıda bulunabilir.

Mimarlar da fikirlerini etkin bir biçimde ifade ederek ve toplumu bilinçlendirme yönünde girişimlerde bulunarak ülkemizdeki mimarlık ortamının daha sağlıklı bir şekilde gelişmesine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. İnsan ile yapılı çevre arasındaki var olan diyalektik ve bütünsel ilişki, mimarlığın düşünsel yönünü anlamlandırmada retoriksel açıdan önemlidir. Bu tezin günümüz mimarlık ortamını anlamlandırmaya ve yorumlamaya yönelik yeni tartışmalara konu olabileceği ve yeni çalışmalara ışık tutabileceği düşünülmektedir.



KAYNAKÇA

- Akın, Ö. (1986). *Psychology of Architectural Design*. London: Pion Ltd.
- Altınörs, A. (2000). *Dil Felsefesi Sözlüğü*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Altunbaş, E.Y. (2016). *İstanbul Ayasofya'sı Odaklı Tarihi Çevre (18. Ve 19. Yüzyıllar İçinde Değişim ve Dönüşümler)*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü.
- Aristoteles. (1991). *The Art of Rhetoric, Trans. Introduction and Notes by H.C. Lawsen-Tancred*. England: Penguin Books.
- Aristoteles. (2006). *Retorik*. (Çev: M. H. Doğan). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Ayan, A.B. (2013). *Dekonstrüksiyon için Tasarım Tekniklerinin Türkiye'de Uygulanabilirliği*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ballard, G. ve Koskela, L. (2013). Rhetoric and design. *Proc.19th International Conf. on Engineering Design*, Seoul, Korea, Aug. 19-22, 2013, pp. 1-10. ISBN: 9781904670445.
- Bashier, F. (2014). Reflections on architectural design education: the return of rationalism in the studio. *Frontiers of Architectural Research*, Vol. 3, No. 4, pp. 30-424.
- Bizzell, P. ve Herzberg, B. (1990). *The rhetorical tradition: Readings from classical times to the present*. Boston: Bedford Books of St. Martin's Press.
- Bois, Y.A. (1981). Metamorphosis of Axonometry, Daidalos. *Berlin Architectural Journal*, Num 1, 41-58.
- Bonsiepe, G. (2000). Design as tool for cognitive metabolism: from knowledge production to knowledge presentation. *Presented at the International Symposium on the Dimensions of Industrial Design Research Ricerca+Design*, Politecnico di Milano, Milan, Italy, May 18-20.
- Booth, W.C. (2004). *Rhetoric of rhetoric: the quest for effective communications*. Blackwell: Oxford and Cambridge.

- Boudon, P. (2015). *Mimari Mekan Üzerine: Mimarlık Epistemolojisi Üzerine Deneme*. (Çev: A. Tümertekin). İstanbul: Janus Yayıncılık.
- Brueggemann, R. (1989). *The Pencil and The Electronic Sketchboard: Architectural Representation and the Computer*. Cambridge: MIT Press.
- Buchanan, R. (1985). Declaration by Design: Rhetoric, Argument, and Demonstration in Design Practice. *Design Issues*, Spring, Vol. 2, No. 1, pp. 4-22.
- Buchanan, R. (1989). *Declaration by design: Rhetoric, Argument and Demonstration in Design Practice*. Design Discourse: History Theory, Criticism. Chicago: University of Chicago Press.
- Buchanan, R. (1995). "Rhetoric, Humanism, and Design," in *Discovering Design: Explorations in Design Studies*. Chicago: University of Chicago Press, 23-66.
- Buchanan, R. (2001a). Human dignity and human rights: thoughts on the principles of human-centered design. *Design issues*, Vol. 17, No. 3, pp. 35-39.
- Buchanan, R. (2001b). Design and the new rhetoric: Productive arts in the philosophy of culture. *Philosophy and Rhetoric*. Vol. 34, No. 3, pp. 183-206.
- Bogost, I. (2007). *Persuasive Games*. Cambridge: MIT Press.
- Bonsiepe, G. (1965). Visual/verbal Rhetoric. *ulm* 14/15/16: 23-40.
- Bouman, O. & Oosterhuis, K. (2002a). "Programmable Architecture". Milano: L'Arca Edizioni.
- Bresch, C. H. (2003). Rhetorical Architecture: A Study in Space and Totalitarianism, *Rhetoric and Composition Conference*, Penn State, Jul.
- Broadbent, G. (1980a) The deep structures of architecture. *Signs, symbols, and architecture*, Chichester and New York, Wiley.
- Brummett, B. (2006). *Rhetoric in Popular Culture*. Sage: Thousand Oaks.
- Carter, P. ve Norman J. (2004). For the Sake of Argument: Towards an Understanding of Rhetoric as Process. *Journal of Management Studies*, vol. 41(3), 469-491.
- Certeau, M. (1984). *The Practice of Everyday Life*. (Çev: S. Rendall). Berkeley: U of California P.

- Cevizci, A. (1998). *İlkçağ Felsefesi Tarihi*. Bursa: Asa Kitabevi Yayınları.
- Ciravoglu, A. (2014). Notes on architectural education: an experimental approach to design studio, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 152, 7-12.
- Cook, P. (2008) *Drawing: The Motive Force of Architecture*. West Sussex, England: Wiley.
- Cross, N. (1995). *Discovering design ability. Discovering design: Explorations in design studies*. Chicago: University of Chicago Press, 105-120.
- Demetri, P. (1985). "On Critical History." In *Architecture, Criticism, Ideology*. Princeton: Princeton Architectural Press, 13-21.
- Dervişoğlu, İ. & Yılmaz M. Y. (2005). *Güzel ve Etkili Konuşma*. İstanbul; Papatya Yayınları.
- Diker, H.F. (2016). *Ayasofya ve Onarımları*. İstanbul: Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Yayınları.
- DiSalvo C., Louw M., Holstius D., Nourbakhsh I., Akin A. (2012). Toward a Public Rhetoric Through Participatory Design: Critical Engagements and Creative Expression in the Neighborhood Networks Project, *Design Issues*, Summer, Vol. 28, No. 3, 48-61.
- Durğun, S. (2016). *Tarih Felsefesinde Metodoloji Problemi: Tarihselci Tarihyazım ve Annales Okulu Tarihyazımı Perspektifinden Nedensellik İlkesinin Temellendirilmesi*. Doktora Tezi, Mersin: Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Durmuş S., Öymen Gür Ş. (2014). Rhetoric Reading in Architecture: A Methodology Attempt, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:7, Sayı:31, 481-488.
- Eco, U. (2019). *Mimarlık Göstergebilimi*, (Çev: F. Akerson). İstanbul: Daimon Yayınları. (Orijinal kitap basım yılı: 1980).
- Economou, A. (2009). Emergent Symmetries and Visual computations: A group theoretical Analysis of the Smith House by Richard Meier, *Cultures and Visions: CAAD Futures*, Tuskegee University: Georgia Institute of Technology, USA, 173-187.

- Ehses, H. (1984). Representing Macbeth: A case study in visual rhetoric. *Design Issues*, Vol.1, No.1, 53-63.
- Ehses, H. (2008). *Design on a Rhetorical Footing*. NSCAD University: Design Division.
- Eldem, E. (2015). Ayasofya: Kilise, Cami, Abide, Müze, Simge. *Toplumsal Tarih*. Sayı: 254, 76-85.
- Emanuel, B. (2010). *Rhetoric in Graphic Design*. Master Thesis, Köthen: Anhalt University of Applied Sciences.
- Erdoğan, F.S. (2019) *Günümüz Ayasofyası'nın Oluşumunda Etkili Olan Kültürel Altyapı Üzerine Bir Deneme*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Eyice, S. (1994). "Ayasofya," *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Ezherli, İ. (1998). *Türkiye Büyük Millet Meclisi (1920-1998) ve Osmanlı Meclisi Mebusanı (1877-1920)*. Ankara: TBMM Kültür, Sanat ve Yayın Kurulu Yayınları.
- Fals-Borda, O. (2001). Participatory action research in social theory: origins and challenges. P. Reason & H. Bradbury (Ed.) in *Handbook of Action Research: Participatory Inquiry and Practice* (pp. 27-37). Sage: Thousand Oaks, CA.
- Farrelly, L. (2012). *Mimarlıkta Sunum Teknikleri*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ferro, C. S., Arredondo, I. A., Rodriguez, C.M, Nadal, D.H. (2020). Active Learning in Architectural Education: A Participatory Design Experience (PDE) in Colombia, *The International Journal of Art&Design Education*, Vol.39, Issue:2, 346-366.
- Foss, S.K. (2005). Theory of visual rhetoric. Ken Smith, Sandra Moriarty, Gretchen Barbatsis, and Keith Kenney (Eds.), In *Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media* (pp. 141-152).
- Franck, O.A. (2000). Düşünce İçin Mimarlık-Sanallığın Gerçekliği, *Arredamento Mimarlık Tasarım Kültürü Dergisi*, 11, 75.
- Frascari, M. (2011). *Eleven Exercises in the Art of Architectural Drawing: Slow Food for the Architect's Imagination*, Routledge: Abingdon.

- Freeman, S., Eddy, S. L., McDonough, M., Smith, M. K., Okoroafor, N., Jordt, H. & Wenderoth, M. P. (2014). Active learning increases student performance in science, engineering, and mathematics, *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, Vol. 111, No. 23, pp. 5-8410.
- Frith, S. (2004). A Primitive exchange: on rhetoric and architectural symbol. *Architectural Research Quarterly*, Vol. 8, No. 1, pp. 39-45.
- Gindroz, R. (1982). *Representation and Participatory Design Process*. USA: Maryland.
- Godin, D. (2016). Using Rhetoric in Persuasive Design: What Rhetoric?. *2016 Design Research Society 50th Anniversary Conference*, Brighton, UK, June 27-30. ISBN: 2398-3132.
- Goel, V., ve Pirolli, P. (1992). The Structure of Design Problem Spaces. *Cognitive Science*, Vol.16, No. 3, pp. 395-429.
- Goldberger, P. (2005). "Dashed Hopes for a Charged Site: What Went Wrong at Ground Zero." *Architectural Record*, 193,9, 61-63.
- Goldschmidt G. (1994). On Visual Design Thinking: The Vis Kids of Architecture, *Design Studies*, Vol 15, 2, 158-174.
- Graafland, A. (1996). *Architectural Bodies*. Rotterdam: Rotterdam Publishers.
- Gutenschwager, G. A. (1998). "Architecture in a Changing World: The New Rhetoric of Form." *Journal of Architectural Education*, Vol.49, No. 4, 246-258.
- Gürer, K. (2004). *Bir Paradigma Olarak Mimari Temsilin İncelenmesi*. Doktora Tezi, İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Hall, S. (2005). *Critical Dialogues in Cultural Studies*. New York: Routledge. (Orijinal basım tarihi: 1996).
- Halstrøm P.L. (2016). Design as Value Celebration: Rethinking Design Argumentation, *Design Issues*, Autumn, Vol. 32, No. 4, 40-51.
- Halstrøm P.L. (2017). Rhetorical Tools for Discovery and Amplification of Design Arguments, *Design Issues*, Winter, Vol. 33, No. 1, 3-16.

- Hasanin, A. (2013). Cultural diversity and reforming social behavior: a participatory design approach to design pedagogy, *International Journal of Architectural Research*, Vol. 7, No. 2, pp. 92-101.
- Hassanpour B., Utaberta N., Zaharim A., Abdullah N. G. (2011). "Students- Perception of the Evaluation System in Architecture Studios". *WASET International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 5, 5, 494-500.
- Hattenhauer, D. (1984). The rhetoric of architectre: A semiotic approach. *Communication Quarterly*, 32, 1, 71-77.
- Herrick, J. A. (2005). *The History and Theory of Rhetoric: An Introduction*. Baston: Pearson Education.
- Hill, J. (2001). "The Use of Architects." *Urban Studies*, 38, 2, 351-65.
- Kaufer, D. S. & Butler, B. S. (1996). *Rhetoric and the Arts of Design*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Kaya, N. (2016). Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Ayasofya Camii ve Ekfrastik Yaklaşım. *Milli Folklor*, 28,110,114-120.
- Kennedy, G. A. (1994). *A New History of Classical Rhetoric*. USA: Princeton University.
- Keskin, U., Büyük, K., Koç, U. (2013). Yönetmel ve Örgütsel Açıdan Retorik, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, 1, 27-39.
- Khan, H. (2020). Architectural Competitions: Creating Dialogues and Promoting Excellence?, *International Journal of Islamic Architecture*, Vol. 9, Nu.1, 5-18.
- Kolarevic, B. ve Mitchell, W.J. (2003). *Architecture in Digital Age*. New York: Spon Press, 74-79.
- Kroll, E., ve Koskela L. J. (2012). Interpreting parameter analysis through the proto theory of design. *Proceedings of the 12th International Design Conference DESIGN 2012*, Dubrovnik, Croatia, Jan. 1, pp. 1233-1242, ISBN: 978-953-7738-17-4. Marjanovic Dorian, Storga Mario, Pavkovic Neven, Bojcetic Nenad (Eds.)
- Lacan, J. (1992). *The Ethics of Psychoanalysis*. (Çev: D. Porter). Londra: Routledge.

- Lacy, B. (1991). *100 Contemporary Architects / Drawings and Sketchs*. Japan: Thames and Hudson.
- Laseau, P. (1989). *Graphic Thinking for Architects and Designers*. USA: John Wiley High Education.
- Lefebvre, H. (2014). *Mekânın Üretimi*. (Çev: I. Ergüden). İstanbul: Sel Yayıncılık. (Orijinal basım tarihi 1974, İngilizce basım tarihi 1991).
- McCloskey, D. N. (1998). *The Rhetoric of Economics*. Madison: The University of Wisconsin Press.
- McCloskey, D.N. & Megill, A. & Nelson J. S.. (2002). *Araştırma Retoriği. Retorik, Hermeneutik ve İnsan Bilimleri*. (Çev: H. Arslan). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Mejía, G. M., & Chu, S. (2014). "Rhetorical Ability": Reason, Emotion, and Character as Heuristics for the Evaluation of Efficacy in Design. *The 9th International Conference on Design & Emotion*. Bogotá, Oct. 6-10, 2014, ISBN: 9789587740707. Ediciones Uniandes, Bogotá.
- Meyer, M. (2009). *Retorik*. (Çev: İ. Yerguz). İstanbul: Dost Kitabevi Yayınları.
- McNeill, W. H. (2005). *Dünya Tarihi*. (Çev: A. Şenel). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Millon, H. (1994). *Italian Renaissance Architecture: From Brunelleschi to Michelangelo*. USA: Thames and Hudson Ltd.
- Montague, J. (2013). *Basic Perspective Drawing: A Visual Approach*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Moriarty, B. (2018). *The Canons of Rhetoric*. Virginia: Darden Business Publishing.
- Nelson, S. R. (2004). *Hagia Sophia, 1850-1950: Holy Wisdom Modern Monument*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Nobel, P. (2005). *Sixteen Acres: Architecture and the Outrageous Struggle for the Future of Ground Zero*. New York: Metropolitan.
- Oktan, T., Derviş, L. (2015). Ortaçağ Rus Seyahatnameleri ve Hikayeleri Işığında Ayasofya. *Cedrus The Journal of MCRI*, 3, 311-328.

- Öksüz, A.A. (2011). *Cumhuriyet Dönemi Mimarlık Üretiminde Bir Aktör Olarak TBMM (1923-1950)*. Doktora Tezi, İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Özsarı, R. (2012). *Kompozisyon ve Anlatım Biçimleri*, Balıkesir: Altın Post.
- Pallasmaa, J. (2011). *Tenin Gözleri*. (Çev: A. U. Kılıç). İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi Yayınları.
- Platon ve Longinos, C. (2003). *Siyaset ve Retorik*. (Çev: A. Aydoğan). İstanbul: İz.
- Platon. (2016). *Gorgias*. (Çev: F. Akderin). İstanbul: Say Yayınları.
- Pohl, E.B. (2012) "From Line to Hyperreality", Domus. Alınan yer: <https://www.domusweb.it/en/architecture/2012/03/12/from-line-to-hyperreality.html> (Erişim Tarihi: 10.05.2019)
- Polat, V. (2008). *Politik Konuşma ve Politik Söylenme*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Porter, T. (1979). *How Architects Visualize*. London: Studio Vista.
- Quek, R. (2010). Excellence in Execution: Disegno and the parallel of eloquence. *Working Papers in Design*, Vol. 4, 1-19.
- Rattenbury, K., Cooke, C., Hill, J. (2002). *"Iconic Pictures"; in This is Not Architecture*. London: Routledge.
- Redström, J. (2006). Persuasive design: Fringes and foundations Persuasive Technology. *Lecture Notes in Computer Science*, Springer, pp. 112-122.
- Richards, J. (2008). *Rhetoric*. London: Routledge.
- Salama, A. (2009). *Transformative Pedagogy in Architecture & Urbanism*. Solingen: Umbau-Verlag.
- Schenk, P. (1991). The Role of Drawing in the Graphic Design Process, *Design Studies*, Vol 12,3.
- Schopenhauer, A. (2012). *Eristik Diyalektik*. (Çev: Ü. Hıncal). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Schneller, A. (2015). Design rhetoric studying the effects of designed objects. *Nature & Culture*, 10(3), 333-356.

- Schön, D. (1985). *The Design Studio*. London: RIBA Publications for RIBA Building Industry Trust.
- Somer P.M. (2015). *Metinden Görsele Mimaride Ekfrasis*. Doktora Tezi, İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Sönmez, A. (2008). *Batı Retoriğinin Genel Terimleri Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Strauss, A. (1961). *Images of the American City*. Glencoe, IL: The Free Press.
- Tanyeli, U. (2007). *Mimarlığın Aktörleri Türkiye 1900-2000*, İstanbul: Garanti Galerî Yayınları.
- Tanyeli, U. (2012). “Günümüz Mimarlık Düşünceleri ve Tasarıma Yansımaları: Türkiye’de Mimarlık Düşünce-Tasarım-Uygulama Pratiklerine Dair”, *Arredamento Mimarlık Dergisi*, 6, 90-105.
- Taşer, S. (1992). *Konuşma Eğitimi*. İzmir: İleri Yayıncılık.
- Thompson N. & Sholette G. (2006). *The Interventionists*. Cambridge: MIT Press.
- Tostrup, E. (1996). *Architecture and Rhetoric. Text and Design in Architectural Competitions 1939-90*. Oslo: Oslo School of Architecture.
- Tschumi, B. (2012). *Architecture Concepts: Red is Not a Color*, New York: Rizzoli International Publications.
- Tuan, Y. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Türk Dil Kurumu (TDK) (2011). Genel Türkçe Sözlük. (11. Baskı). Ankara.
- Vatz, R. (1973). “*The Myth of the Rhetorical Situation*.” *Philosophy and Rhetoric*. New York: Guilford Press.
- Vermaas, P.E. (2013). *On Managing Innovative Design Projects Methodologically: The Case of Framing*. Delft, The Netherlands: Delft University of Technology,.
- Vickers, B. (1987). *In Defense of Rhetoric*. Oxford, UK: Oxford University Press.

- Vitruvius, (2019). *Mimarlık Üzerine*. (Çev: Ç. Dürüşken). İstanbul: Alfa Yayınları.
(Orijinal Latince yayın tarihi yaklaşık Milattan Önce 30).
- Wertheim, C. (1995). "Eidetic Images". *AA Files*, 30, Autumn, 74-76.
- Williams, J. (2009). *An Introduction to Classical Rhetoric: Essential Readings*. New Jersey: Wiley Blackwell.
- Wolfgang, M.W. (2007). *İstanbul'un Tarihsel Topografyası*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Woolgar, S. (1999). *Bilim: Bilim İdesi Üzerine Sosyolojik bir Deneme*, İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Wrigley, C. (2013). Design Dialogue: The Visceral Hedonic Rhetoric Framework, *Design Issues*, Spring, Vol. 29, No. 2, 82-95.
- Wuellner, C. F. (2008). *Towards a Rhetoric of Architecture: A Framework for Understanding Cities*. Thesis degree of Doctor of Philosophy, Kansas: University of Kansas, Graduate Faculty.

İNTERNET KAYNAKLARI

- http-1:** <https://thevisualcommunicationguy.com/rhetoric-overview/the-rhetorical-appeals-rhetorical-triangle/>
(Erişim Tarihi: 20.05.2018)
- http-2:** <https://www.storyboardthat.com/articles/e/ethos-pathos-logos>
(Erişim Tarihi: 08.05.2018)
- http-3:** <https://thevisualcommunicationguy.com/rhetoric-overview/the-five-canons-of-rhetoric/>
(Erişim Tarihi: 20.05.2018)
- http-4:** <http://rhetoric.byu.edu/>
(Erişim Tarihi: 10.09.2019)

http-5:

https://tr.wikipedia.org/wiki/Kullan%C4%B1labilirlik_ve_etkile%C5%9Fim_tasar%C4%B1m%C4%B1

(Erişim Tarihi: 07.02.2020)

http-6:

<https://www.colourbox.com/vector/set-of-attractions-of-europe-vector-26980116>

(Erişim Tarihi: 05.04.2020)

http-7: <https://city.likitimavm.com/beach-houses-and-cottages-seaside-florida/>

(Erişim Tarihi: 25.09.2019)

http-8:

<https://www.archdaily.com/272280/ground-zero-master-plan-studio-daniel-libeskind>

(Erişim Tarihi: 12.11.2019)

http-9: <http://cic.cdep.ro/en/halls>

(Erişim Tarihi: 12.11.2019)

http-10:

<https://www.romania-insider.com/the-guardian-parliament-palace-dec-2019>

(Erişim Tarihi: 18.01.2020)

http-11: <https://kulturelcisi.com/ayasofya-gezi-rehberi/>

(Erişim Tarihi: 28.05.2020)

http-12: <https://threader.app/thread/1120640562003107843>

(Erişim Tarihi: 29.05.2020)

http-13: <https://www.flickr.com/photos/brulelaker/41885120942>

(Erişim Tarihi: 20.01.2020)

http-14: <https://www.grandtourofmodernism.com/sites/details/17/>

(Erişim Tarihi: 05.02.2020)

http-15:

<https://www.khanacademy.org/humanities/ap-art-history/late-europe-and-americas/modernity-ap/a/sullivan-carson-pirie-scott-building>

(Erişim Tarihi: 20.03.2020)

http-16: <https://www.casabatllo.es/en/antoni-gaudi/casa-batllo/facade/>

(Erişim Tarihi: 30.10.2019)

http-17: https://tr.wikipedia.org/wiki/Uluslararası%C4%B1_%C3%BCslup (15.12.2019)

http-18: <https://arospace.com/studio/frank-o-gehry-sketches/>

(Erişim Tarihi: 12.09.2019)

http-19: <https://www.inexhibit.com/case-studies/le-corbusier-villa-savoye-part-2-architecture/>

(Erişim Tarihi: 09.05.2019)

http-20: <https://www.archdaily.com/399329/ad-classics-the-plug-in-city-peter-cook-archigram>

(Erişim Tarihi: 12.05.2019)

http-21: <https://www.tugendhat.eu/en/news/a-lecture-by-michal-sedlacek-334.html>

(Erişim Tarihi: 27.08.2019)

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Ad-Soyad : Fatma YAPICI
Yabancı Dil : İngilizce
Doğum Yeri / Yılı : İstanbul / 29.04.1995
E-Posta : fatmaypc@gmail.com

Eğitim Geçmişi

- 2018-2020, Eskişehir Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Bina Bilgisi Bilim Dalı, Eskişehir. Mezuniyet Ortalaması: 3.64.
- 2013-2018, Anadolu Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Mimarlık Bölümü, Eskişehir. Mezuniyet Ortalaması: 3.19

Mesleki Geçmiş

- 2019-Halen, Mimari Sistemler Teknik Analiz Uzmanı, ASAŞ Alüminyum, İstanbul.
- 2016-2018, Stajyer Mimar, Akan Plan Proje, Eskişehir.
- 2016 Yaz Dönemi , Stajyer Mimar, Aboutblank Architecture & Urban Design, İstanbul.
- 2015 Yaz Dönemi, Stajyer Mimar, Artas İnşaat, İstanbul.

Sertifikalar & Kongreler

- 2019, Architect@Work, İstanbul.
- 2019, Solidworks ve Solidworks Visualize Eğitim Sertifikası, İstanbul.
- 2018, LogiKal Eğitim Sertifikası, Orgadata, İstanbul.
- 2015-2016 Eğitim Yılı, Güz ve Bahar Dönemi, Onur Belgesi, Anadolu Üniversitesi.
- 2014-2015 Eğitim Yılı, Güz ve Bahar Dönemi, Onur Belgesi, Anadolu Üniversitesi.
- 2014, Fil Kafesi Uluslararası Çalıştayı, TSMD, Ankara.
- 2013, Mimarlık ve Eğitim Kurultayı VII Katılım Sertifikası, Eskişehir.

Mesleki Birlik/Dernek/Kuruluş Üyelikleri

- 2013 - Halen, TMMOB Eskişehir Mimarlar Odası, Eskişehir.