

HAFIZANIN DÖNÜŞEN MEKÂNLARI “SEYAHAT BLOGLARI”, KENT BELLEĞİNİ “SEYAHAT BLOGLARI”NDAN OKUMA DENEMESİ*

"Travel Blogs" as Transforming Spaces of Memory: An Attempt to Evaluate The Urban Memory Through "Travel Blogs"

Dr. Gülnaz ÇETİNKAYA**

ÖZ

Bir kentin kültürel belleğine yolculuk, o kentte yaşayan insanların mekân ve nesnelere üzerine bıraktığı izleri, söylemleri, göstergeleri yorumlamakla başlamaktadır. Birey, yaşadığı dünyayı anlamlandırarak, belirli bir mekânda iletişim ve etkileşim hâlinde olarak, nesnelere izler bırakarak, kendi bireysel ve kültürel geçmişini belleğinin derinlerinde saklayarak, biriktirerek yaşamaktadır. Geçmiş; nesne olarak sandıkta, albümlerde, evin en değerli köşelerinde; tarihin, sanatın, estetiğin ve kültürün ifadesi olarak mimaride; geleneksel bir giysinin nakışında, motifinde, yenen bir yemeğin tadında, yapılaşında yaşatılmaktadır. Yaşatma, yüzyıllara dayalı kültürel kodların, gelecek kuşakların belleklerine sözlü, sözsüz veya yazılı olarak aktarılmasıyla gerçekleşmektedir. Böylelikle kültürel kodların en önemli aktarıcılarında biri olan mekân, sadece “yaşanılan yer” olmaktan çıkıp yüzyıllara dayalı kültürel belleğin yaratıldığı, oluşturulduğu, sergilendiği çok anlamlı ve işlevli alan olmaktadır. Özellikle teknolojinin ve ulaşım imkânlarının gelişmesiyle birlikte mekân yeni kültürel çağda hafızanın canlandırıldığı, hatırlatıldığı ve aktarıldığı “görsel bir imge” hâline gelmektedir. Mekânın görselliğinin altında kültürün derin ve sembolik anlamlarının, yaşam tarzının, estetik yaratıcılığın, tarihin, sosyo-ekonomik durumların, ekolojik felsefenin izleri vardır. Mimaride sözlü geleneğin, yeme-içme mekânlarında yeni dönemin ritüelistik davranışlarının, kültür aktörlerinin, ulaşımında estetik ve siyasi yaklaşımların etkileri görülmektedir. El sanatlarının ve tarihi, mitolojik kahramanların biblo, anahtarlık ve süs eşyaları şeklindeki görselliğinin altında ise hatırlatma, hafıza ve belleği diri tutma, kimlik bilincini yansıtırma, canlandırma, ait olunan kültürü tanıtırma gibi işlevsel yaklaşımlar ön plana çıkmaktadır. Böylelikle her kent, kültürel unsurlarıyla hafıza mekânı olmanın yanı sıra kültür turizminin, endüstrisinin ve ekonomisinin yeni söylemlerinin oluşturulduğu ve pazarlandığı alanlar hâline getirilmektedir. Çok katmanlı anlam aktarıcısı olarak mekânın sözlü, yazılı ve elektronik kültür ortamında tanıtım ve aktarım biçimleri şekil ve bağlam değiştirmiş, seyahatnamelerden, gezi programlarına ve “blog”lara dönüşüm sürecinde seyahatse bir mekânı tanımanın, anlamının, tanıtımının en önemli aracı olmuştur. Bu çalışmada özellikle web 2.0 uygulamalarına dayalı olarak oluşturulan ve yeni “kültürel bellek mekânı” hâline gelen “seyahat blog”ları ele alınmış ve internet ortamında en fazla beğenilen, takip edilen on Türk seyahat blogunun içerikleri karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Çalışmanın amacı “Kent belleğine dair içerikler, hafızanın yeni mekânı olan seyahat “blog”larında nasıl oluşturulmaktadır? Kent belleği, “blog”larda “blogger” adı verilen sanal seyyahlar tarafından ulaşım, mimari, tarihi ve dinî mekânlar, yeme-içme, eğlence mekânları ve buralarda yaratılan kültürel imgelerle kültür turizmi, endüstrisi ve ekonomisi bağlamında nasıl aktarılmaktadır?” sorularının cevabını aramaktır. Elde edilen veriler imge yaratımı, anlam aktarımı, geleneğin kültürel dönüşüme bağlı yüklediği yeni endüstriyel işlevler, kültür turizminin ve tanıtımının yeni ritüelistik kalıpları bağlamında işlevsel olarak incelenecektir.

Anahtar Kelimeler

Hafıza, kültür, mekân, seyahat, blog.

ABSTRACT

The journey to the cultural memory of a city starts with interpreting the traces, discourses and the signs on space and objects left by people living in that city. The individual moves on in time by making sense of the world where he lives, communicating and interacting in a certain space, leaving traces on objects, hiding the traces of its own individual and cultural past somewhere deepest in his memory and accumulating them in time. The past is kept alive in different ways, sometimes in the chest as an object, in albums, in the most precious parts of the house, sometimes in the architecture as a reflection of history, art, aesthetics and culture, sometimes in the embroidery and pattern of a cloth, on the taste of a traditional dish, and in its process. Keeping the past alive occurs by transmitting the centuries of cultural codes into the memories of future generations orally, non-verbally or in a written way. For this reason, the space, which is one of the most important transmitters of

* Geliş tarihi: 25 Mayıs 2020 - Kabul tarihi: 11 Kasım 2020
Çetinkaya, Gülnaz. “Hafızanın Dönüşen Mekânları “Seyahat Blogları”, Kent Belleğini “Seyahat Blogları”ndan Okuma Denemesi” *Millî Folklor* 128 (Kış 2020): 138-152

** Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, Ankara/Türkiye,
gctetinkaya@hacettepe.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-5099-394X.

cultural codes, is not only a “place of living” but also a very meaningful and functional area where centuries of cultural memory is created, formed and exhibited. The space becomes a “visual image” in which the memory is revived, reminded and transferred in the new cultural age especially with the development of technology and transportation facilities. Some functional approaches appear such as the oral tradition in architecture, the ritualistic manners of the new era in refreshment places, cultural actors, aesthetic and political approaches in transportation, handicrafts in shopping, reminding the historical and mythological heroes by using the trinkets, key rings and ornaments, keeping memory alive, reflecting and reviving identity awareness, and presenting its own culture. Thus, in addition to being a space of memory with its cultural elements, each city has been turned into areas where new discourses of cultural tourism, industry and economy are created and marketed. As a multi-layered semantic transmitter, the ways of presentation and transfer of the space in oral, written and electronic culture environment have changed shape and context. Moreover, travelling has become the most important means of recognizing, comprehending and presenting a space in the process of transformation from travel books to travel programs and “blogs”. In this study, the “travel blogs” are discussed which have been formed based on especially web 2.0 applications and have become a new “cultural memory space”. In the study, the contents of the ten most popular Turkish travel blogs were analysed comparatively. The main purpose of the research was to identify the content perceptions on different cultures and cities especially by the content managers called “bloggers”, and to examine how they have determined the content of “travel blogs” related to city memory. In this context, in the study, how the city’s history was transferred as a memory space in the context of cultural tourism, industry and economy by virtual travellers called “bloggers” on “blogs” will be determined through transportation, historical, religious, refreshment and entertainment places. The data obtained will be functionally examined in the context of image creation, meaning transfer, new industrial functions that tradition has attributed to cultural transformation, new ritualistic patterns of cultural tourism and its promotion.

Key Words

Memory, culture, space, travel, blog.

Giriş

Mekân keşfedilen, merak edilen, deneyimlenen, hayal edilen yer olarak insanoğlunun yaratma eyleminin yüzyıllar boyunca merkezinde yer almıştır. Mekânı deneyimin, yaratıcılığın merkezi hâline dönüştürerse insanın mekânda fiziki olarak var olması ve kültürel faaliyetlerini gerçekleştirmesidir. Böylelikle mekân, sadece fiziki bir gösterge olmaktan çıkıp aynı zamanda sosyal bir göstergeye dönüşmekte ve nesne-insan ilişkisinin zamanlar arası bağlamını oluşturmaktadır. İnsan, deneyimlerini mekân aracılığıyla yaratmakta, sözlü ve sözsüz olarak yaratılan her türlü kültürel eylemi mekânda sergilemekte ve aktarmaktadır. Yaratıcılığın estetik kodları, kültürel performans ve öğrenmeler böylelikle “gelenekten geleceğe” doğru yol almakta, geçmiş mekânlarda ve burada gerçekleşen icralarda tekrar tekrar canlandırılmaktadır. Nora’nın da belirttiği gibi hafıza “somuta, uzama, harekete ve imgeye kök salmakta”dır (Nora 2006: 19). Mekânlar böylelikle bireysel ve toplumsal hafızanın önemli hatırlatıcıları hâline gelerek “hatırlama” ve “unutma” ikileminde insan belleğinin daimi “ikametgâh”ı olmaktadır. Kültürel bellekte “hatırlama, fiziki, sosyal, tarihî ve kültürel mekânda, sosyal ilişkiler ve etkileşimler sonucunda oluşan bir eylemdir” ve “karşılaşılan her nesne ve onun genel içinde işgal ettiği yer, çok sayıda insan için müşterek bir var olma biçimini hatırlatmakta”dır (Halbwachs 2018: 160). İnsan mekânda üreterek, tüketerek, hatırlayarak, hatırlatarak yaşamaktadır.

Her çağda insan, değişen zaman ve dönüşen mekân anlayışıyla kendini ifade edebileceği kültürel araçlarını yaratmıştır. Sözlü kültürde bellek, yazılı kültür çağında yazı, hafızaya kodlanan bilginin yüzyılları aşan koruyucu yaratım alanlarını oluşturmuştur. Elektronik çağda yazının üstünlüğü ve görüntüyle birlikte yeni kayıt teknolojileri, deneyimlenen bilginin saklanması ve geniş bir toplulukla kısa bir süre içinde paylaşılmasına fırsat vermiştir. Böylelikle “sözel ve yazılı metinler, sanal ve dijital metinlere, dahası görsel-işitsel metinlere dönüşmüş”tür (Özdemir 2009: 38). Bu dönüşüm neticesinde sözlü

kültür ortamındaki dinleyici yerini yazılı kültürün okuyucularına ve elektronik kültür ortamının okuyucu, izleyici, dinleyici ve beğenicilerine bırakmıştır. Yeni kültür ortamında web 2.0 uygulamalarına dayalı sosyal medya olarak nitelendirilen blog, twitter, facebook, instagram vb. sanal ortamlar kültürün yaratıldığı, aktarıldığı, yaşatıldığı, paylaşıldığı yeni “kültürel bellek” mekânları olmuştur (Parmaksız 2019: 12). Bu yeni “küresel bellek mekânları, kolektif belleğin olduğu yeni bir *topos* olarak düşünülmüştür” (Pentzold 2009: 263). Bu bağlamda “teknik bilgi gerektirmeden, kendi istedikleri şeyleri, istedikleri şekilde yazan insanların oluşturabildikleri, günlüğe benzeyen web siteleri olarak tanımlanan” (www.wikipedia.org) “blog”lar, son dönemin en popüler kültürel yaratım ortamlarından birini oluşturmuştur. Yeme-içmeden, güzelliğe, giyim-kuşama, sağlığa, seyahate kadar pek çok konuya yer verilen “blog”larda “blogger” adı verilen kişiler, elektronik kültür ortamının yeni “içerik yönetici ve üretici”leri olmuşlardır. Sanal sosyal platform bu içerik yöneticilerinin popülerlik ve ekonomik kazanç alanlarından biri hâline gelmiştir. Bu nedenle deneyimlenen, fotoğraf, video, yazıyla kayıt altına alınan bilgilerin alıcı kitleye sunulduğu ve tüketildiği bu ortamlarda içeriğin oluşturulması ve pazarlanması önem kazanmıştır. Bu yeni kültür ortamında tavsiye etmek, reklam yapmak, beğenmek, tıklanmak vb. eylemler kültüre dayalı içeriğin pazarlandığı yeni kültürel ekonomik alanların moda terimleri olmuştur.

Sanal ortamlarda içerik üreticileri, geleneksel bilginin yeni taşıyıcısı, aktarıcısı, yani “kültürel aktörleri” olmuşlardır. Bu kültürel aktörlerin yarattıkları sanal içeriklerin ilgi görmesinin belki de en önemli nedenlerinden biri global dünyada her türlü tehdide açık bireyin, korku temeline dayalı güvenlik arayışıdır. Sanal dünyanın kahramanları, mücadeleleri, deneyimleri ve zorluklara göğüs germeleriyle modern dünyanın yeni imgelerini oluşturmakta ve takipçilerine “her türlü tehditten arındırılmış güvenli bir ortam”ın kapılarını açmaktadırlar. Denenmiş bir yemek tarifi, yapılmış ve etkisi görülmüş bir güzellik maskesi ya da bilinmeyen yerlerin tehlikeye dayanan heyecan verici maceralarının birileri tarafından gerçekleştirilmiş olması, birilerinin başkalarının iyiliği, sağlığı ve ekonomisini düşünmesi temeline dayanan sanal empati ve tecrübenin sonuçlarının “ben denedim işe yaradı” gibi ifadelerle sanal ortamda sergilenmesi; tehlikeden ve başarısızlıkla sonuçlanan her türlü eylemden uzak durmaya çalışan insanın kendini “modern dünyanın tehlikelerinden” korumasının yöntemlerinden biri olmuştur.

Modern dünyada boş zaman faaliyetlerinin sadece tüketmekten değil aynı zamanda üretmekten ve ekonomik olmaktan geçtiği vurgusuyla “blog”lar, geleneksel bilgiye ve kişisel tecrübeye dayalı sanal bir üretim ağı oluşturmaktadır. Böylelikle “tüketim ekonomisi etkisini yitirirken paylaşım ekonomisi belirginleşmektedir” (Özdemir 2018: 15). Sözlü gelenek kültürü sanal ortamda egemenliğini dönüştürerek devam ettirmekte ve geleneksel bilgi bu ortamda kültürel ekonomik bir imge hâline getirilmektedir. Yemek “blog”larında yerel tatlar tekrar tekrar tanıtılmakta ve evde ekonomik olarak yapılabilecek tarifler, sanal dünyanın beğenicilerinin zevkine sunulmaktadır. Güzellik “blog”larının pek çoğunda halk hekimliği ve otacılığa dayanan uygulamalar yer almaktadır. İçerik yöneticileri, iyileştirici özelliğinin olduğu bilinen bitkileri, yağları halk hekimliği bağlamında kullanarak sanal sağaltmalar gerçekleştirmektedir. Böylelikle sanal otacılar hazırladıkları karışımlarla takipçilerine ucuz, sağlıklı, risksiz güzelleşmenin yollarını sunmaktadır. Hobi, dikiş vb. gibi alanlarda da dikişin nasıl dikileceğinden, örgünün nasıl örüleceğine, tasarımların nasıl yapılması gerektiğine, eşyaların geri dönüşümlerle nasıl farklı hâllere getirileceğine kadar pek çok geleneksel bilgi sanal ortamda değişerek, dönüştürerek

ve ekonomik bir şekilde tüketicinin beğenisine sunulmaktadır. “Çırağın usta”dan, “kızın annesi”nden görerek, yaparak öğrendiği bilgi yerini sanal dünyanın ustalarından görerek, tekrar tekrar izleyerek öğrenmeye bırakmış ve yüz yüze iletişimin bağlamları değişmiştir. Kusursuzlaştırmak ve hatadan arındırmak modern dünyanın yeni yaratım sloganlarından biri olmuştur. Gelenekte iyiye ve mükemmele erişmek bir dizi hatadan ve kusurdan geçer, performansı iyi ve yetkin kılan budur. Hatayı keşfetmek, tekrarlamamak etkili öğretim metotlarından biridir. Deneyimi ve performansı anlatılır, akılda kalır yapan da ilklerdeki tecrübesizlikler ve hataların içerdiği mizah, korku ve heyecanlardır. Kusursuz bir şeyde anlatılacak bir deneyim de yoktur.

Sözlü Kültür Ortamının Anlatıcılarından Elektronik Kültür Ortamının Sanal Tanıklarına Seyahat

Elektronik kültür ortamı içerik üreticilerinin “blog”larda ele aldığı konulardan biri olan seyahat, her dönemin kültürel ve edebî yaratım alanlarından biri olmuştur. Sözlü kültürde seyahat arayışın, kavuşamamanın, sevginin, mesafenin, tutsaklığın sembolik kodlarını aktarmaktadır. Mânilerde sevdiğini görmek için diyar diyar dolaşan, dağları, denizleri aşan, kimi zaman ekonomik vb. nedenlerle mekândan ayrılan âşığın lirik anlatımları vardır. Destanlarda kahraman, kendi fiziki yetkinliğinin farkına varmak ve benlik bütünlüğüne ulaşmak için seyahat eder, bu seyahatler neticesinde tutsak olur, ilinden yurdundan ayrı kalır. Masalların hayalî ülkelerinde kahramanlar yeni bir macera için yolculuğa çıkarlar. Bu yolculuklarda kötü insanlarla mücadele ederek sınırlar. Âşıklık geleneğinde seyahat önemlidir. Âşıklar ilden ile, boydan boya gezerek sanatını ve edebî yeteneğini duyuran, pazarlayan, sanatının yaratıcı kaynaklarını keşfeden kişilerdir, âşık olmak da rüyada pir elinden dolu içerek yapılan bilişsel bir yolculuktur. Halk hikâyelerinde yolculuk aşkın fiziki boyuttan çıkıp manevi boyuta taşındığı bir olgunlaşma sürecidir.

Sözlü kültür ortamında haber almak, edebî yaratıcılığını, kahramanlığını duyurmak için gezen insan toplulukları yerini elektronik kültür ortamında farklı coğrafyalarda yeni maceralar ve keşifler yapmaya yönelik insan topluluklarına bırakmıştır. Gezmek, modern zamanın mesleği, entelektüel bir faaliyeti ya da üst sınıfsal bir kesimin hobisi olarak tasarlanmış, pazarlanmış ve sunulmuştur. Kişisel deneyimlerin süslendiği, paketlenildiği ve tüketicinin tüketimine hazır hâle getirildiği “blog”lar, modern dünyanın bireylere hiçbir karşılık beklemeden verilen hediyeleri olmuştur. Sayfalarca okuyarak edinilecek bilgilerin, en ince noktasına kadar incelemeyi gerektiren haritaların yerini modern dünyanın sanal rehberleri, “blog”ları, mobil haritaları, navigasyonları almış, bunlar gezgincilere dünyanın hiç bilmedikleri bir noktada kaybolmadan gezme imkânı vermiştir. “İnternetin olduğu her yerde cesursunuz” anlayışı belki de gezinin yönünü, seyrini, amacını değiştirmiş, gezi artık yeni kültürel pazarların, kültür turizminin, endüstrisinin önemli bir alanı olmuştur.

Seyahatnamelerden, yazılı gezi rehberlerine, televizyonlardaki gezi programlarından “blogger”lara dönüşüm sürecinde görselliğin yazıyla desteklenmesi ve kişisel anlatıların modern çağda da devam eden samimi üslubu, bir yeri keşfetme merakıyla birleşmektedir. Özellikle akıllı telefonlarla istenilen yerde, zamanda “blog”ların içeriklerine ulaşabilme imkânı da insanları, başkalarının deneyimlenen hayatlarını okumaya yöneltmektedir. Ulaşım ve iletişim olanaklarının geliştiği çağda insanın seyahat serüvenine bir başkasını dâhil etme isteği etkisini kaybetmemiştir. Bu durum seyahat eyleminin özü itibarıyla anlatma ve tecrübeyi paylaşma esasına dayalı olmasından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda gezi

“blog”larıyla yıllar öncesinin sözlü hafızası farklı bir kültürel yaratım ortamına taşınmıştır. Sözlü kültürde geleneğin performansa dayalı icrasını o geleneğin yaratıldığı ve yaşatıldığı ortamlarda ilk önce görerek, izleyerek daha sonra da performansın içine girerek deneyimleyen insan, burada da aynı şekilde bir performansın, eğlencenin, festivalin, dansın icrasına başkalarının deneyimleri üzerinden ortak olmaktadır. Bu şekilde “hakiki deneyimin (*Erfahrung*) yerini geçici deneyim (*Erlebnis*)” almaktadır. “Deneyim sahibi özne olarak *aneurün* bir zamanlar modernitenin eşliğinde yürüme eylemiyle gerçekleştirdiği tanık olma durumu yerini postmnemonik toplumun kentsel mekânında yürüyen bir bant üzerinde önünden hızla geçen hareket hâlindeki parçalı görüntülerin karşısındaki anlık tanıklığa” bırakılmaktadır (Connerton’dan aktaran Parmaksız 2019: 19).

Sanal dünyanın tanıkları, tek bir tıklamayla yeni bir yeri keşfetmekte, bilinmezliklerin oluşturduğu korku, endişe ve heyecanları başkalarının tecrübeleri üzerinden okuyarak sanal yolculuğa çıkmaktadır. Bu sanal yolculukta mizahi anlatımlar, anılar sohbet ortamı içerisinde samimi bir dille aktarılmakta ve böylece içerik kadar anlatım tarzı da “blog”ları popüler hâle getirmektedir. Sanal seyyahların seyahat anılarını mizahi bir dille anlatmaları kendi başımıza geldiğinde endişe ve korku duyacağımız durumları başkalarının deneyimleri üzerinden okumamıza neden olmaktadır. Pek çok kişinin seyahatle ilgili mizahi anılarının içinde yer alan bagajın belirtilen ağırlığın üstünde gelmesi durumunu *Çelebi Alper* bloğunda şu şekilde anlatır:

“İzlanda uçağı el bagajım ağır gelip kısıtlı hakkımı aştı. Ya evden çıkarken bozulmasın diye çantaya attığım bir baş karalahanayı ya da geleceğimi duyup e-postayla müzeyi gezdirmeye davet eden Grönland Ulusal Müzesi müdürüne aldığım büyük paket lokumları yemem gerekti. Havalimanında oturdum tavşan gibi kart kart karalahana yedim, tip tip baktılar.” (<http://www.celebialper.com/ulkeler/izlanda/reykjavik-gezi-notlari-gezilecek-yerler.html>)

Bu şekildeki samimi ve mizahi üslup insanları eğlenerek içeriği okumaya davet etmektedir.

Seyahat “blog”larında mizah diliyle eleştirel düşüncenin metaforik anlatımları da aktarılmaktadır. *Çelebi Alper*’in yeme-içme konusunda İzlanda’da yaşadığı mizahi bir anı şu şekildedir:

“Geleneksel İzlanda yemeği için Ingigerdur Halanın Yeri diye bi yere geldim. Köpek balığını kocam bugün avladı daha diyor Ingigerdur teyzem. Bir yakınlık hissettim, elini öpmeye davrandım ama o sırada gözüm menüye takıldı, bu tabak yüz liraymış, öpmekten vazgeçtim, nasılsa Ingigerdur teyze birazdan beni öpecek dedim.” (<http://www.celebialper.com/ulkeler/izlanda/reykjavik-gezi-notlari-gezilecek-yerler.html>)

Bu söylemlerle, kültürel davranış kalıpları (el öpme), eleştiri (pahalı) ve popüler kültürde bedensel eylemlerin (öpme) metaforik söylemleri bir araya getirilmiş ve okuyucuya eğlenerek bloğu okuma fırsatı sunulmuştur.

“Blog”ların isimleri de seyahatin insan zihninde oluşturduğu çağrışımların kültürel, yerel ve evrensel kodlarını aktarır niteliktedir. “*Bilinmeyen Rota*” “*Gezginin Ayak izleri*” “*Keşfetsek*” gibi gezi bloğu isimleri, seyahatin özünde yatanın bilinmezlik, merak ve keşfetme arzusu olduğunu anlatmaktadır. “*Bir Hayalin Peşinde*” “*Cesur Gezgin*” gibi isimlendirmelerse yeni yerler keşfetmenin hem bir hayali gerçekleştirmekten hem de korkusuz olmaktan geçtiğinin kodlarını sunmaktadır. Bilinmeyen yerlerin kapılarını açmak modern dünyanın sanal kahramanlarının yarattıkları yeni kahramanlık söylemleridir. “*Çok Okuyan Çok Gezen*” gibi “blog” isimlerinde hem yazılı kültürün hem de sözlü kültürün

izlerinin sanal ortama taşındığı görülmektedir. Çok gezenle özellikle sözlü hafızada yaratılan ve aktarılan bir gezme anlayışı, çok okuyanla da yazılı kültürde gezme eyleminin kültürel yorumu bir araya getirilmektedir. Böylece sanal ortamın hem sözlü hem de yazılı geleneğin kodlarını kullanarak oluşturduğu yeni terkiplere gönderme yapılmaktadır. Birer sözlü kültür geleneğinin izlerini; görerek, yaşayarak hem hafızasının derinliklerine hem de elektronik ortamın sanal sayfalarına aktarmaktadır. “Çelebi Alper” gibi seyahat bloğu isimliyse kültürel aktörlerin (Evliya Çelebi) bellekteki çağrışımlarına dayalı kullanımları olarak değerlendirilebilir. Seyahat kültürel bir kodun temsiliyetiyle isimlendirilmekte ve dikkat çekici hâle getirilmektedir. Âdeta Evliya Çelebi’nin Seyahatnamesinin sanal dünyadaki kültürel dönüşüm ve sürekliliğinin izleri hatırlatılmaktadır.

Kent Belleğini Ulaşım ve Mimari Üzerinden Okumak

Seyahat “blog”larında yazılarının giriş bölümlerinde çoğu “blogger”, gittikleri şehirlerin ulaşım imkânlarıyla ilgili ayrıntılı bilgiler vermektedir. Özellikle hava alanından şehre ulaşım için yapılması gerekenler, şehir içindeki ulaşım alternatifleri, turlar gibi konularda paketlenmiş bilginin içeriği okuyucuların hizmetine sunulmaktadır. Ulaşım, bir kentin alt yapısı, teknik donanımı, teknolojik imkânları, şehri planlama biçimleri, seyahat kültürüyle ilgili önemli bilgileri içermektedir. İstasyonlar, burada kullanılan görsel imgeler, reklamlar, ulaşım araçlarındaki teknolojik olanaklar bir kentin sosyo-kültürel yapısının yakından gözlemlenebileceği alanlarını oluşturmaktadır. İnsanların sosyal davranış kuralları, nezaket anlayışları, gençlerin ve diğer insanların şakaları, mizah anlayışı, metronun ve trenin camlarına ve diğer bölümlerine yazılmış yazılar, beden dili, gündelik konuşma biçimleri, moda ve kültürel grupların kendilerini ifade şekilleri kentin “okunabilir metinler” olduğunu göstermektedir. Bu hâliyle aslında ulaşım bir kentin belleğinin ve gündelik hayatının mikro ölçekteki tanıtımını gözler önüne sermektedir. Özellikle bazı kentlerdeki metro istasyonları “blogger”lerin ele aldıkları en önemli konulardan biridir. “Blog”larda metro istasyonları, kültürel belleğin, siyasi görüşlerin, tarihin, estetik zevk ve anlayışın, tanıtım ve reklamın ön planda olduğu yer altı müzeleri olarak işlev görmektedir. Buralarda gezginciler metro istasyonunun derinliklerine inerken âdeta kentin hafızasının derinliklerine doğru seyahat etmekte ve kent belleğini görsel imgelerle okumaktadırlar.

“Blog”larda en çok bahsedilen metro istasyonu, Moskova metro istasyonudur. Bu istasyon, önemli bir gündelik yaşam alanının; hafıza mekânına dönüştürülmesinin bir örneğidir. Burada kent belleğindeki siyasi, kültürel ve estetik semboller yaşayanlara tekrar tekrar hatırlatılmakta, gezgincilere ise tanıtılmakta ve anlatılmaktadır. Böylelikle “şehir sakinleriyle konuşur, biz içinde bulunduğumuz kenti konuşuruz; bunu da orada yaşayarak orada dolaşarak, ona bakarak yaparız” (Barthes 2009: 210) düşüncesi işlevsel bir mekânda can bulmaktadır. *Rota Dışı Gezginler* adlı “blog”da Moskova metrosuyla ilgili şu ifadeler ulaşım üzerinden kentin siyasi ve kültürel belleğinin nasıl aktarıldığını gösterir niteliktedir:

“Stalin metro haritasının üstüne kahve fincanını koymuş ve bir çember çizip inşaatı başlatmıştır. Bu hat Stalin’in kahvesinin rengini temsilen kahverengidir. Ortalama 70 m. inen derinlik, savaş dönemlerinde hem karargah hem de sığınak olarak kullanılabildiği için bilinçli olarak yapılmıştır. Moskova metrosu vagonlarında durak isimlerinin anonsları merkeze doğru giden trenlerde erkek sesiyle, merkezden uzaklaşan trenlerde kadın sesiyle yapılmaktadır” (<https://www.rotadisi.com.tr/muhtesem-moskova-metrosu/>).

Bu ifadeler, kent belleğinin siyasi, ekonomik ve toplumsal cinsiyet kodlarını aktarmakta ve sözlü hafıza, yazılı tarih ve gelenek kültürü işlevsel bir ihtiyaç mekânında bir araya getirilmektedir. Bir yerden başka bir yere gitme eylemi sanal bir zaman yolculuğunun, zamanda geriye gitmenin araçları olmaktadır.

“Blog”larda ulaşımdan sonra ikinci sırada kent belleğini aktaran alanlar tarihî mekânlar, inanç mekânları ve müzelerdir. Tarihî mekânlar ve yapılar, kolektif belleğin canlandırıldığı, hafızanın diri tutulduğu, dönemin estetik ve sosyal anlayışının yansıtıldığı, belleğin saklandığı yerlerdir. Bu alanlarda özellikle mimari eserler hem görsel imajlarıyla hem de kültürel özellikleriyle kent belleğini yansıtan sembolik nesnelere sahiptir. “Blog”larda pek çok mimari eserin yapım tekniği, tarihi ve döneminin sosyo-kültürel yapısı içindeki önemi mitolojik, efsanevi ve masalsi anlatılarla aktarılmakta, bu eserler şehrin yüzyıllara dayalı geçmişinin, inancının, estetik zevkinin göstergeleri olmaktadır. Çünkü “anı imgelerini mekâna belirli bir düzen içinde yerleşmiş nesnelere yoluyla işaretlemek, daha sonra da bu nesnelere arasında imgesel bir yürüyüşe çıkmak hatırlamayla özdeşir” (Parmaksız 2019: 15). Böylelikle, kültür endüstrisinde mimari, kolektif belleğin aktarıcısı, taşıyıcısı ve yaşatıcısı olarak kent belleğini oluşturan görsel bir imge hâline gelmektedir. Bu görsel imgelerle Erol Gülüm’ün de belirttiği gibi kentle özne arasındaki sözsüz iletişim gerçekleşmekte ve göstergenin barındırdığı anlamlar özne tarafından anlamlandırılıp bağlamlı ilişkilendirilmektedir (Gülüm 2015: 153). Özellikle sözlü anlatılarla görselliğin bir araya getirildiği mimari eserler “blog”larda kentin hafıza mekânı olarak görülmektedir.

Sözlü anlatının mimari eseri hafıza mekânı hâline getirmesinin örneğini Kopenhag’daki *Gefion* ve Roma’daki *Trevi* çeşmesinin anlatıldığı “blog”larda görmek mümkündür. Çeşmelerle ilgili mitolojik anlatılar, mekânı geçmişin bugünde sergilendiği teatral bir alana çevirmektedir. Bu hafıza mekânlarında, modern zamanın yeni efsanevi anlatıları ve ritüelistik davranışları oluşturulmakta ve bu davranışlar popülerleşmektedir. Bu çeşmelere ve havuzlara para atınca dileklerin gerçekleşeceğine dair anlatılar, mekân, nesne ve insan ilişkisinin kültürel tanıma dayalı yeni yaratımlarının kodlarını gözler önüne sermektedir. Böylece kültür turizminin anlatı, görsellik ve performans temeline dayalı yeni söylemleri “gelenekten geleceğe” sanal ortamda aktarılmaktadır. Sözlü anlatı geleneğinin ve kent kültürünün önemli aktörlerinin simgesi durumundaki bir diğer mimari eser örneği Kopenhag’taki *Küçük Deniz Kızı* heykelidir. Danimarkalı yazar Andersen’in *Deniz Kızı* masalından esinlenerek oluşturulmuş heykel; edebiyat, kent ve turizm ilişkisinin sembollerinden biri olmuştur. Böylece Nebi Özdemir’in de belirttiği gibi somut ve somut olmayan kültürel miras kültürel imge yaratımı için bir tasarım belleği olarak değerlendirilmiştir (Özdemir 2012: 16).

Kent belleğinin aktarımında mitoloji, efsane, masal gibi sözlü anlatıların yanı sıra kültürel bellek aktörleri de önemli rol oynamaktadır. Belirli bir kentte doğmuş, yaşamış ve bilim, sanat alanlarında ün kazanmış kişilerin müzeye dönüştürülmüş evleri de otobiyografik belleğin ve dönem kültürünün aktarıldığı ve yaşatıldığı alanlardır. Bu ev müzeler, kent belleğinin, kentin belirli bir döneminin gündelik yaşantısının, tarihinin ve kültürünün minimize edilmiş örnekleri olarak “blog”larda görülmektedir. Evlerdeki yaşam alanları, kullanılan eşyalar, evlerin mimari özellikleri sadece kişilerin yaşamına değil aynı zamanda kentin belirli bir tarihteki sosyo-kültürel yaşamına da ışık tutmaktadır. Meksika’daki *Frida Kahlo Müzesi*, Amsterdam’da *Anne Frank Evi*, Torun’da *Kopernik Evi*, *Salvador Dali’nin Müze Evi* gibi evler, yaşamışlıklar ve gerçeklikler üzerinden kültürel

tanıtımın yapılmasını sağlamaktadır. Böylelikle belirli bir mekânda Halbwachs'ın da belirttiği gibi “fiziki nesnelerin değişmemesinden ya da az değişmesinden” ve “kalıcılık ve istikrarlık görüntüleri”nden grubun kendi geçmişinin istikrarlığının, köklülüğünün, sürekliliğinin kodları aranılmakta ve aktarılmaktadır (Halbwachs 2018: 159-161).

Kent belleğinin yansıtıldığı alanlardan bir diğeri açık hava müzeleridir. Bu müzelerde, modern dünyada “hatırlananlar” ve “unutulmasından korkulanlar” orijinaline uygun şekilde yaşatılmaya çalışılmaktadır (Parmaksız 2019: 13). Böylelikle zamanda ve mekânda görsel bir ziyafete dönüştürülen hatıraların, geçmişin bilinmeyen bir zamanında değil de şimdide bireylerin algısında, belleğinde ve performansında yaşatıldığı kodları oluşturulmakta ve geçmiş deneyimlenerek aktarılmaktadır. Modern çağın nostaljik özleminin, mitoloji ve efsanevi öğelere dayalı sineması ve yazılı kültürüyle yüceltilen geçmiş merakının, içinde bulunulan çağın insan duygularını öteleyen maddeciliğinin ruhsal kaçış mekânları olan bu müzelerde, pek çok geleneksel unsur belirli bir mekânın ve dönemin şartlarına uygun olarak sergilenmekte yerelin bağlamı içinde tanıtılması ve pazarlanması ön plana çıkmaktadır. Öcal Oğuz'un da belirttiği gibi bu müzelerde “uygulama” kültür varlığının bütün unsur ve detaylarıyla ziyaretçinin aktif katılımını sağlayacak tarzda “tiyatrolaştırılması”, “canlandırma” ise elektronik veya mekanik kimi görsel teknikleri kullanarak, müzelenen kültür varlığının bütün unsur ve detaylarıyla “görselleştirilmesi” anlamına gelmektedir (Oğuz 2002: 52). Bu şekilde geleneksel kent yaşantısının öğeleri, kültür turizminin deneyimlerine dönüşmektedir. Açık hava müzelerinde mekân, belleğin “mikrokozmosu” olmakta ve bellek “damgasını, mührünü veya kalıbını taşıyan bir mekânın imgeleri” olarak yaşatılmaktadır (Draaisma 2018: 90). Gezgini belirli bir dönemin özelliklerini yansıtan kentin sokaklarında gezerken, aynı zamanda kentin sözlü kültürüyle, tarihiyle, gündelik yaşantısıyla sinematografik bir yolculuğa çıkmaktadır. Böylelikle “kentler kendi öykülerini anlatan, dolayısıyla yaşayan kültürel mekânlar bütününe (yaşayan kültürel miras müzelerine) dönüşmeye başlamaktadır” (Özdemir 2018: 17). Buralarda oluşturulan izlenimlerle gezgincilerin ve onların okurlarının belleğinde yüzyıllar boyunca hatırlanacak bir anı hâline getirilmektedir. Macaristan *Skanzen Müzesi*, İngiltere'nin Durham kentinde bulunan *Beamish Museum*, Hollanda *Arnhem Openluchtmuseum* gibi açık hava müzelerinde “blogger”ler, şimdide geçmişi deneyimlemenin zamanlar ötesi söylemini yaşamakta ve oluşturmaktadır.

Tarihi ve dini mekânlarının yanı sıra kentler, içerisinde yaşayan insanların yaş, cinsiyet, siyasi görüş, ekonomik vb. farklılıklarıyla ve kendilerini ifade ediş biçimleriyle kendilerine özgü bir kültür ortamı oluşturdukları yerlerdir. Modern dünyada insanın özüne, farklılığına, biricikliğine dayalı düşünce hareketleri, felsefi yaklaşımlar, eleştirel düşünme biçimleri, aynılıktan sıyrılıp farklılığa ulaşmanın imajları kent içerisinde mahallelerle anlatılmakta gelenek kültürünün izlerine daha çok buralarda yer verilmektedir. Böylelikle “kültür ve kültürel kimlik kültürel mekânla özdeşleşmiş olarak yaşayabilmektedir” (Oğuz 2019: 51). “Blogger”ler “blog”larında mahallelere yer vermekte ve okuyucularını kent yaşamının kendi içindeki farklılıklarının izini bulmaya davet etmektedirler. “Blogger”ler tarafından daha çok “hipster” anlayışın mekânları olarak nitelendirilen mahalleler, belirli bir kente ait olan orijinali ve eskiyi keşfetmenin yerleri olarak anlatılmaktadır. İkinci el kıyafetlerin ve orijinal objelerin bulunabileceği bu yerler genellikle “blog”larda “mural” adı verilen sokak resimlerinin yer aldığı mekânlar olarak görülmektedir. Görseller belirli bir sanat anlayışının dışında, eleştirinin, ütopyanın, realitenin, entelektüel faaliyetlerin aktarımının kodu olarak mahallenin imajıyla bütünleşmektedir.

Madrid’de *Malasana*, Milano’da *Isola*, Stockholm’da *Södermalm*, Barselona’da *Gracia*, Tokyo’da *Shimokitazawa* adlı mahalleler “blog”larda hem görüntüde hem de yaşayışta yerelliğin izlerinin sürüldüğü alanlardır.

Mahalleler kadar meydanlar, parklar, bahçeler de yeni bir kenti keşfeden biri için hem dinlenme hem de kültürel gözlem alanlarıdır. Parklar bireylerin sosyalleşme, psikolojik rahatlama, kentin görüntüsünden, kalabalığından uzaklaşma alanlarıdır. Bu alanlarda bir kentin ekolojik bilgileri, coğrafi özellikleri, simetri ve düzen anlayışları görülebileceği gibi belirli bir yerde yaşayan insanların sokak sanatları, duvar resimleri, sportif faaliyetleri, geleneksel çocuk oyunları, kültürel faaliyetleriyle ilgili bilgi sahibi olmak da mümkündür. Öcal Oğuz’un da belirttiği gibi buralarda “7’den 77’ye bir arada veya her yaştan akranlar arasında oyun, eğlence ve geleneksel spor yapılmasına imkân tanınmakta ve kültürün kuşaktan kuşağa aktarımı teşvik edilmektedir” (Oğuz 2019: 69). “Blog”larda bazı parkların düşüncenin sembolik ifadesinin yeri olduğuna da değinilmektedir. Bu parklardan biri Kopenhag’daki *Süperkilen* adlı parktır. Farklı “blog”larda bu parkın etrafında elliden fazla ülkeden gelen insanın yaşadığı ve her birinin kendi ülkesine ait nesnelere getirerek bu parka yerleştirdikleri anlatılmaktadır. Bu bilgi parkların, belirli bir kentin etnokültürel yapısını yansıttığını ve kentte yaşayan insanların farklı kültürlerle bakış açısını ve felsefesini ortaya koymak için de kullanıldığını göstermektedir.

“Blog”larda kentin kültürel belleğinin aktarımında geleneksel ekolojik bilgiden de faydalanılmaktadır. Bir kentin ekolojik özellikleri, kültürel tanıtımın ve kültür endüstrisinin önemli bir ögesidir. Bu durumun örneğini İtalya’da görmek mümkündür. Kanallar kentin ekolojik durumuyla ilgili bu kanallarda süslü, Venedik kanunları gereği siyaha boyanmış ve kente ait görsellerle süslü gondollarla gezme kentin ekolojik seyahat kültürünü oluşturmaktadır. Gondolların yapımı, gondollarda kullanılan görsel imgeler, gondolcuların kıyafetlerine kadar pek çok şey ulaşım kültürünün geleneğe dayalı kodlarını da seyahat üzerinden aktarmaktadır. Ekolojik durumların ve endüstrileşmenin oluşturduğu meslek dalları ve bunlarla ilgili inanışlar da kentin inanç turizminde önemlidir. *Çelebi Alper*’in Tallinn’i anlattığı yazısındaki “On dokuzuncu yüzyıl kıyafetleriyle çalışan ve dolaşan baca temizleyicilerin ceketinin pirinç düğmesine dokunmanın şans getireceğine inanılıyor.” (<http://www.celebialper.com/ulkeler/estonya/tallinn-gezi-rehberi.html>) açıklaması kentin ekolojisine dayalı bir meslek dalının ve bununla ilgili giyim-kuşam kültürünün inanışla birleştirilen anlatısını aktarmaktadır. Bu anlatı, kent belleğinin sosyo-ekonomik tarihine ve yaşamına ışık tutan kısa ama yüzyıllara dayalı anlam aktarıcı kodu olarak nitelendirilebilir.

Kentin Geleneğe Dayalı Modern Söylemleri: Yiyerek Eğlen, Eğlenerek Tüket

“Blog”larda kent belleğini yansıtan bir diğer alan yeme-içme mekânlarıdır. Kent ve yemek ilişkisi “blog”larda kültürel tanıtımın önemli konularından biri olarak görülmektedir. Yeme-içme kültürünün analiziyle bir kentin ekolojisi, coğrafyası, pişirme teknikleri, yeme alışkanlıkları, yeme-içme mekân, zaman ve kuralları, sosyalleşme alanları gibi pek çok konuda bilgi sahibi olunmaktadır. Eğlenerek tüketme anlayışının ön planda olduğu yeme-içme mekânları yerelin pazarlandığı alanlar olarak yeme-içmeyi modern dünyanın “ritüelistik” bir eylemine dönüştürmektedir. Böylece tüketmek, özensiz ve rasgele yapılan bir eylem olmaktan çıkıp büyümlü bir eyleme hâline gelmektedir. Özellikle İtalya’da kahve kültürünün anlatıldığı “blog”larda bu durumun örneklerini görmek mümkündür. Bu ülkede kahve sadece sunumu ve yapımıyla değil aynı zamanda tüketimiyle de

ayrı bir kültür ortamı oluşturmaktadır. Kahvenin hangi vakitlerde ve nasıl tüketileceğinden, nasıl sipariş verileceğine, garsona yerel dilde nasıl seslenileceğine, kahvenin sunuluş tarzına, kahvenin yanında neler tüketileceğine, kahve çeşitlerinin yerel bölgedeki karşılığına kadar pek çok bilgi yeme-içmenin “ritüelistik” davranış kalıpları olarak “blog”larda sunulmaktadır. Yeme-içme mekânında ödenen parayla ya da bilgiyle sosyal mekânda bir yere, kent belleğinde bir seyre, deneyime ve sosyalleşmeye sahip olunmaktadır. Yine sanal ortam orijinal tatların telifini belirli kentlere aktarmanın da aracı olmaktadır. Örneğin *Oitheblog* adlı “blog”da “barista” olarak nitelendirilen kahve çeşidinin İtalya’ya ait olduğu İtalya’da “cafe”lere bar, garsonlara da “barista” denmesinden yola çıkılarak anlatılmakta ve marka, kentin yerel dil özelliklerinden yola çıkılarak kente atfedilmektedir (<https://oitheblog.com/2017/12/17/italyan-kahve-kulturu/>).

Yemenin “ritüelistik” bir eylem olduğu “blog”larda, yiyecek ve içecekler de yüzyıllara dayanan gizemli bir bilginin ürünü olarak anlatılmaktadır. Yemeğin gizemli bilgisini, Lizbon’un ünlü tatlısı *Belem* ile ilgili *Gökçe’nin Seyir Defteri* adlı “blog”daki anlatıda görmek mümkündür: “*Bir rivayete göre Jeronimos Manastırının rahipleri tarafından bu tatlının yapımına başlanmış ve bu ünlü tartın tarifini sadece 3 kişi biliyormuş. Bu 3 kişi aynı anda başlarına bir şey gelebilir diye birlikte seyahate bile çıkmazlarmış.*”¹ Bu anlatı yemeğin yapımının giz olduğunu, kültüre özgü kodlar barındırdığını hatırlatmaktadır. Böylece sözlü anlatılar önce zihinlerde sonra damaklarda izler bırakmaktadır. Yeme-içmeyle ilgili unsurlar yüzyıllara dayalı gizli formüllerle pazarlandığı gibi, bazı yeme-içme mekânlarına giriş ise masallardaki sınanma aşamalarının ödülü gibi kurgulanmaktadır. Örneğin İtalya’da “*Jerry Thomas*” adlı bara giriş için ilk olarak o barın internet sitesine girmek, oradaki bulmacayı çözmek gerekmektedir (<https://oitheblog.com/2017/12/27/roma-yeme-icme-rehberi/>). Böylelikle yeme ve içme modern çağda gizli bilgiye ulaşmanın, sınanmanın, bilgi anlamında hüner göstermenin ifadesi olarak sunulmaktadır.

Yeme-içme ortamlarında bir giz olarak sunulan yiyecek, yüzyıllara dayalı bir performansın öğrenilmesine, aktarılmasına da vesile olabilmektedir. Kişiler bu mekânlarda belirli bir yere özgü geleneksel oyunların kurallarını öğrenmekte, performansı icra ederek sosyalleşmekte ve yiyerek, içerek modern dünyada gelenekseli deneyimlemenin hazzını yaşamaktadır. Örneğin “*Boulebar Tanto*” adlı barın ismini oluşturan “*Boules*” açık havada toplarla oynanan Fransa’ya özgü geleneksel bir oyundur (<https://www.boulebar.se/bar-restaurang/tanto-stockholm/>). Bu mekânda insanlar, bu oyunu oynayabilmekte, ücreti karşılığında ders alabilmekte ya da başkalarının performanslarını izlemenin keyfini yaşamaktadır. Böylelikle gelenek performansına dayalı bir aktivite üzerinde eğlence mekânında uygulamalı olarak tanıtılmaktadır. Performans kadar performansın icra ortamının özellikleri de yine yeme-içme ve eğlence ortamları üzerinden aktarılmaktadır. *Gökçe’nin Seyir Defteri* adlı blogda yer alan Lizbon’da “*Fado*” olarak nitelendirilen balıkçı eşlerinin yaktıkları bir çeşit ağıt olan müzik türünü dinlerken yeme-içme ve konuşmanın yasak olduğu gibi bilgiler de, gelenekte sözlü kültür ürünlerinin performanslarının sergilendiği bağlamların özelliklerinin de “blog”larda aktarıldığını göstermektedir (<http://gokceninseyirdefteri.blogspot.com/2015/03/lizbon-gezi-notlari.html>).

Kent belleğinde yeme-içmeyle ilgili ön plana çıkan bir diğer yaklaşım “kültürel bellek aktör”lerinin mekânın tanıtımı için kullanılmasıdır. Nebi Özdemir’in de belirttiği gibi “kentsel ve ulusal imgelerin ve imajların yaratılmasında, öncelikle ilgili kent ve ülkenin tutkunları olan yazar ve şairler, gönüllü” olmaktadırlar (Özdemir 2009: 39). Bir kentle

özdeşleşen ya da ünü uluslararası boyutlara ulaşmış özellikle sanatla ve edebiyatla uğraşan önemli kişilerin isimlerinin mekânla özdeşleştirilmesi kültürel tanıtımda ve kent belleğinin aktarımında önemli bir yer tutmaktadır. Burada, sanatın ve bu alanın aktörlerinin ait olduğu kültürün çok daha ötesine uzanan etkisinden yararlanma gibi kültürel ekonomik bir anlayış ön plana çıkmaktadır. “Blog”larda tanıtımı yapılan Paris’in ünlü kafesi *Les Deux Magots*’un Hemingway, Camus, Picasso; *Brasserie Lipp*’in Marcel Proust; *Cafe de la Paix*’in Émile Zola ve Guy de Maupassant; Roma’daki *Antico Caffè Greco*’nun Goethe, Stendhal, Franz Liszt, Andersen gibi önemli isimlerle anılması, *Ritz Paris* adlı mekânın Bar Hemingway olarak adlandırılması, Lizbon’da yer alan *Cafe Brasileira*’da ünlü sanatçı Fernando Pessoa’nın bir sandalyede oturan heykelinin yer alması, Viyana’da *Hawelka* adlı kafeye Nazım Hikmet’in çok gitmesi gibi tarihî söylemler, hem mekânın tarihîliğini vurgulamanın hem de tüketicilerin dikkatini çekmenin yollarından birini oluşturmaktadır. Böylece dünyaca ünlü kişilerin uğradığı mekânlarda bulunmanın estetik ve edebî tatmini yeme-içme eylemiyle bütünleşmekte, kafeler içecek üzerinden kodlanan entelektüalizmin aktarım alanlarına dönüşmektedir.

Kent belleğinin ve ekonomisinin yeme-içme üzerinden bir diğer aktarım şekli geleksel üretim tarzlarının tanıtımı şeklinde gerçekleşmektedir. Özellikle Köln gibi bazı kentlerde çikolata müzeleri gibi müzelerin olması kenti gezen kişileri üretimden tüketime doğru yolculuğa çıkarmaktadır. Buralarda kakaonun nasıl elde edildiğinden, çikolatanın hangi aşamalarda yapıldığına kadar modern dünyanın seyyahları bilgi sahibi olmakta, görüntü ve kokuların eşliğinde tadım denemeleri yapmakta, kendi çikolatalarını yaratmakta ve üretimin sıkıntılı bir o kadar da eğlenceli süreçlerine tanık olmaktadır. Kibarca sunulmuş tadımlıklar, üretmenin verdiği hazların karşılıksız bırakılmaması düşüncesi kişileri bir şeyleri almaya ve tüketim davranışına itmektedir. İşin hem kültürel boyutu (geleksel üretim tekniği) hem de kişiye özgü yaratım boyutu (kendi çikolatanı kendin yap) gibi uygulamalar ticari kültürün ve pazarlamanın bir ögesi olarak hem üretimin hem de tüketimin hazını müzeyi ziyaret eden kişilere yaşatmaktadır. Üreterek tüketmek anlayışının sonucu olarak genellikle müze, bir satış atölyesi ya da mağazasıyla sonlanmaktadır. Bin bir zorluklarla üretilen ve rengarenk paketlenmiş her biri bir marka değeri taşıyan ürünleri almak hem algısal hem de davranışsal bir tecrübenin karşılığı olmaktadır.

Müzeler gibi sokaklar da bir kentin yeme-içme üzerinden tanıtımının yapıldığı alanlardır. Yeme-içme gezen ya da yeni bir yer keşfetmeye çalışan kişinin en özel alanlarından birini oluşturmaktadır. İnançla ilgili tercihler, yemeğin içindeki malzemeler, pişirme ve sunum teknikleri, hijyen vb. kaygılar gezme eylemine eşlik etmektedir. Hızlı ve ucuz tüketimin alternatifleri olan sokak lezzetlerinde belirli bir kültüre özgü yiyeceklerin hazırlanma sürecine bireylerin dâhil olması, içerikle ilgili sorular sorması, pişirme tekniklerini görme vb. gibi uygulamalar, pahalı restoranlarda giz olarak sunulan yeme-içme eylemini, sokak lezzetleriyle bilgisi paylaşılan paylaşıldıkça da popülerleşen bir deneyime dönüştürmektedir. Şehri dolaşan pek çok kişi kendi damak tadına uygun yiyecekleri bu ortamlarda ekonomik olarak deneyimleyebilmektedir. Müşteri ve satıcı diyalogu olmadan otomatlardan satın alınan hazır yiyeceklerse yeme içmenin pratik, kolay, ulaşılabilir biçimlerini oluşturmaktadır. İspanya ve Peru’da *Churros* adlı hamur kızartması, Amsterdam’a özgü *Patatje Oorlog* adlı patates kızartması ve *Bitterballen* adlı kızartılmış köfte topları, Almanların *Fischbrötchen* ve *Bretzel*’i, İspanya’nın *Pinchitos*’u “blog”larda çok bahsedilen sokak lezzetlerinden bazılarıdır. Özellikle “blog”larda sokak lezzetleriyle gezgincinin ekonomisine, gezme eyleminin ruhuna uygun alternatifler ortaya konmaktadır.

Böylece yeme-içme, gezerek kültürel yaşamı tanımının, deneyimlemenin beden ve ruhta bıraktığı doyuma eşlik etmektedir.

Eğlencenin yeme-içmeyle bütünleştiği kent belleğini aktaran diğer kültürel aktiviteler kutlama ve festivallerdir. Her kent ve ülke belirli zamanlarda yaptıkları festival ve eğlencelerle hem yereli pazarlamakta hem de insanları gündelik yaşamın sıkıntılarından uzaklaştırarak bir araya getirmektedir. Seyahat “blog”larında festival ve eğlenceler, pek çok kişinin seyahat etme nedenlerinden birini oluşturmaktadır. Festivalin yapılacağı tarihler için seyahat planları sanal seyyahlar tarafından önceden yapılmakta ve yerel kültürün özelliklerini deneyimlemenin hazı eğlenerek gerçekleştirilmektedir. Sanal seyyahlar, bu eğlencelerin hangi zamanlarda yapıldığından, ücretli ya da ücretsiz oluşuna, festivalde yer alan kültürel imgelerin toplumun bilinçaltındaki simgesel kodlarına kadar pek çok bilgiye “blog”larında yer vermektedirler. Özellikle yerel kıyafetlerin giyildiği, yerel yiyecek ve orijinal içeceklerin tüketildiği alanlar olarak festivaller, belirli bir kentin sakinleri için geçmişin anda canlandırıldığı, hatırlatıldığı, yalnızlığın diğer insanlarla bir araya gelerek ortadan kaldırıldığı, gezginciler içinse müzik, dans, giyim-kuşam, yeme-içme eşliğinde kültürün tanındığı alanlardır. Münih’teki *Oktoberfest*’te ahşap bira fıçısına belediye başkanın çeşme çakması töreni gibi geleneksel hâle gelmiş uygulamalar, *Venedik Karnavalı*’nda giyilen kostümler ve takılan maskelerle belirli bir dönemin yaşanan hastalıklara, sosyal statünün eğlenceyle ortadan kaldırılmasına ve baharın gelişinin kutlanmasına dayalı tarihî ve efsanevi anlatılar, *Swedish Midsummer*’da yazın gelişinin kutlanması gibi doğaya ve mevsimsel döngüye dayalı uygulamalarla belirli bir kente ait yerel unsurlar, yaratıldığı ortamlarda dönüşerek, değişerek ve süreklilik kazanarak icra edilmektedir. Böylelikle yüzyıllara dayalı kültürel süreklilik Öcal Oğuz’un da belirttiği gibi “korunarak” değil “yayılarak” sağlanmaktadır (Oğuz 2002: 20).

Bazı popüler hâle gelmiş ve icat edilmiş kimi etkinlikler ve festivallerde doğaya dönüş, modern hayatın yarattığı maddecilikten arınma, sosyalleşme ve eşitlik anlayışı, kendine ve ötekine yabancılaşmanın aykırılığa üzerinden kodları, psikolojik arınma, toplum tarafından bireye yüklenen rolleri ve kuralları kabul etmeme gibi düşünceler de anlatılmaktadır. Bu şekilde eğlence ortamları ve kutlamalar, tarihin ve geçmişin yeniden canlandırılmasına, istenmeyen unsurların temsili bir şekilde yok edilmesine ya da felsefî, siyasi ve sosyo-psikolojik alt yapıya dayalı olarak eleştirilmesine yönelik kutlanmaktadır. Kaliforniya’daki *Coachella Festivali*, Kopenhag’daki *Distortion Festivali*, farklı ülkelerde *Sonisphere Festivali*, Belçika’nın Boom kenti’ndeki *Tomorrowland Festivali*, Amerika Nevada’daki *Burning Man festivali* gibi festivallerde eleştiri, aykırılık, farklılık sınırsal etkinlikler üzerinden bir araya getirilmekte ve etkinliğin icra edildiği ülkelerin tanıtımı da gerçekleştirilmektedir.

Kentte Gelenek Kültürüyle Pazarlanan Geçmiş

Seyahat “blog”larında gezmeyle bütünleşen ve kent belleğini yansıtan bir diğer eylem alışverişidir. Kent belleğini yansıtan hediyelikler, geleneğin uluslararası boyuttaki ticari pazarları hâline gelmekte ve kültürel tanıtımı, mekânın sınırlarının ötesine taşımaktadır. Kentin tasarımıyla görsel imgeleri, mimarisi, el sanatları, sözlü kültür anlatıları, geleneksel meslekleri ve coğrafi özellikleri kültürel tanıtımın görünüşte mikro ama içerikte makro ölçekte unsurları olmaktadır. Özellikle geleneksel mesleklerin ürünlerinin kültürel ekonomik ortamda pazarlanması yerelin uluslararası boyutta tanıtılmasında oldukça etkin rol oynamaktadır. Geçmişte belirli bir yaşam tarzının, tekniğin, hünerin gös-

tergesi olan bu meslekler, fayda temeline dayalı üretim şekline dekoratif veya süs amacıyla üretim şekline dönüşerek yeni kültürel yaşam alanlarını oluşturmuştur. Örneğin Amsterdam'ı anlatan "bloglar"da genellikle hediyelik olarak satılan tahta ayakkabılara yer verilmektedir. Tahta ayakkabıların değişik boyutlarda ve renklerdeki hediyelik formları, ayakkabının nasıl yapıldığına dair görsellerle anlatılmakta ve geleneksel bir mesleğin ürünü kültür endüstrisinin unsuru olmaktadır. Ayakkabının üzerindeki köy hayatını yansıtan yel değirmenin olduğu bir resim, o kültüre özgü lale, çiçek vb. gibi motifler ve renkler, tek bir nesnenin kültürel belleğin kentle ilgili çok boyutlu anlam aktarım araçları olarak kullanıldığını göstermektedir. Hatıralar ve geçmiş; nesne, nesnenin görsel imajı ve bu imajdaki ayrıntılarla pazarlanmaktadır.

Yeme-içmeyle ilgili unsurlar da kentte markalaşmanın ve orijinalitenin kültürel aktarım alanları olmaktadır. Farklı kentlerdeki (İtalya, İspanya, Amsterdam) şarap, zeytin yağı, peynir gibi tadım alanları da yeme-içme üzerinden yeni bir uzman ve profesyonel kitlenin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Kalitenin kıstaslarının oluşturulduğu bu alanlarda deneyimleme eşittir tüketme ve pazarlama anlamına gelmektedir. Buralardan alınan hediye zeytinyağları, şaraplar, peynirler yerel ve orijinal tatların kalite ve orijinaliteye dayalı söylemlerinin deneyimle bütünleştiği çok anlamlı nesnelere sahiptir.

Kent belleğinin kültür ekonomisinin pazarlanan nesnesi hâline dönüşmesinde sözlü kültür ürünlerinin rolü de "blog"lardan tespit edilebilmektedir. Pek çok "blogger" hediye seçeneklerini anlatırken bunların kent belleğindeki kültürel anlamları da yer vermektedir. Efsaneler, masallar ve mitolojilerde yer alan yaratık ve kahramanların anlatılardaki korkunç şekline uzak tüketim anlayışına bağlı olarak sevimli ve eğlenceli görsel imgeleri, tüketim ortamlarında pazarlanmaktadır. Böylelikle popüler kültür, geleneği dönüştürüp yeni şekle sokarak kültürel pazarların objesi hâline getirmektedir. Örneğin Norveç'in önemli kültürel ekonomik imgelerinden biri olan *trollar*, "blog"larda maddi bir obje olarak kent tanıtımına hizmet etmektedir. Görsel imajdaki çirkinlik, anlatıdaki korku öğeleri tasarlanan ürünlerde komikliğe, absürtlüğe ve eğlenceye dönüşmektedir. Böylece soyut ve korkunç olanın nesneye dönüşmesiyle gerçekleştirilen tutsaklaştırma ve egemen olma anlayışının modern dünyadaki haz imgeleri oluşturulmakta ve bunlar ellerinde taşıdıkları ülke bayraklarıyla, belirli bir dönemin özelliklerini taşıyan giyim-kuşam unsurlarıyla kent belleğinin aktarımında yeni tasarım alanları olmaktadır. Yine özellikle Kuzey Avrupa ülkelerindeki *Elfler* ve *Vikingler*le ilgili anlatılar ve bunların süs eşyası olarak bardaklarda, magnetlerde, anahtarlıklarda, biblolar, tişörtlerde pazarlanması görsel imajlara dayalı kültürel belleğin ticarileştirilmesinin tüketim alanlarını oluşturmaktadır.

Sonuç

Kültürel yaratım, aktarım, dönüşüm ve süreklilik bağlamında küresel pazarın görsel imajlarla dolu alanı olan "blog"lar, kendine özgü söylemlerle modern dünyanın yeni ritüelistik davranışlarının oluşturulduğu ve kültürel kodların görsel imajlarla zamansal bir derinlik kazandırıldığı bir kültürel ortam hâline gelmiştir. Her kültürel ortam gibi elektronik kültür ortamı da içeriğini kendinden önceki kültür ortamlarının içeriklerine göre şekillendirmiş, yüzyıllara dayalı geleneksel bilgiyi yeniden deneyimlemenin oluşturduğu haz, sanal dünyada şekil değiştirmiştir. Nostalji ve romantizmin egemenliğini devam ettirdiği modern dünyada geçmiş ve bugün bir araya getirilmiş böylelikle yeni hafıza mekânları oluşturulmuştur. Kuşaklararasıda sözlü anlatı geleneğiyle kurulan bağ biçim değiştirmiş, hiç tanımadığımız bir kişinin belleğinin ve deneyimlerinin anlatisına ortak olmak son dönemlerin trendi olmuştur. Gelenek, sanal ortamları birer hafıza mekânı

hâline getirmiştir. Dönüşüm ve sürekliliğin geleneğe dayalı kodları ve anlamları sanal ortamdaki görsel imgelerle artık kültür endüstrisinin, turizminin en önemli araçlarından biri olmuştur. Bu bağlamda “blog”larda en fazla yer verilen konulardan biri seyahattir. “Seyahat blog”larında kent, sanal bir görüntünün ötesinde yüzyıllara dayanan geleneksel bilginin yaşatıldığı ve aktarıldığı alan olmuş, mekânı deneyimlemenin şekilleri değişmiş, fiziki olarak bulunmayla oluşan tanıklık yerini bir tıkla kentin mahallelerini, sokaklarını, müzelerini gezdiğimiz sanal tanıklığa bırakmıştır. Böylelikle bireyin mekânla etkileşiminin boyutları değişmiş, mekân hatırlatıcı olduğu gibi yeni serüvenlerin başlangıcı için de özendirici bir alan hâline getirilmiştir. Kent yaşanılan bir yer olmanın dışında görülen, izlenilen yer olarak da sosyal hayatta çok işlevli bir görsel imgeye dönüşmüş ve kent kimliğiyle tarih, mitoloji, mimari, yeme-içme de artık bu görsel imgenin tanıtılan, pazarlanan yeni alanları olmuştur. Böylelikle kent yaşayanlar için okunabilir ve anlamlandırılabilir alanlar, gezginler içinse kültürel kod ve sembollerin barındırıldığı, anlamlandırıldığı, tanındığı, tanıtıldığı cazibe alanları olarak değerlendirilmiştir. Tüketmek ve eğlenmenin ön planda olduğu modern hayatta gelenek eğlenerek tüketmenin, tüketerek üretmenin, üretmek var olmanın kodlarını tekrar tekrar oluşturmuştur. Yeme-içme ortamları kültürel performansların sergilendiği, kültürel aktörlerin hatırlatıldığı, tarihle özdeşleşen markalaşmanın oluşturulduğu alanlar hâline gelmiş, kent belleğini oluşturan mitolojiler ve efsanelerse modern dünyanın ya yeni anlatılarına kaynaklık etmiş ya da eğlence ortamının görsel figürleri olarak yaşatılmıştır. Kent sözlü anlatısıyla, tarihiyle, görsel imajıyla, ekolojisiyle kendine özgü kültürel ekonomik bir alan yaratmış; “blog”larsa bu bilginin kişisel deneyimlerle üretildiği, saklandığı ve paylaşıldığı sanal alanlar olarak hafıza, mekân ilişkisinin tanığı olmuştur.

NOTLAR

1. Bu bilgi (<http://gokceninseyirdefteri.blogspot.com/2015/03/lizbon-gezi-notlari.html>) adresinden alınmıştır.
2. Kaynakçada sonunda “*” işareti olan kaynaklar sadece adlarına yönelik incelemeler yapılan seyahat bloglarıdır. Bu bloglardan makale içinde alıntı yapılmamıştır. Blogların içeriklerini kullanmak izne tabi olduğu için bu açıklama yapılmıştır.

KAYNAKÇA

- Barthes, Roland. *Göstergebilimsel Serüven*. Çev. Mehmet Rifat- Sema Rifat. İstanbul: YKY, 2009.
- Draaisma, Douwe. *Bellek Metaforları*. Çev. Gürol Koca. İstanbul: Metis Bilim, 2018.
- Gülüm, Erol. “Ankara’nın Öne Çıkan Kentsel İmgelerinin Sanal Seyahatnamelerdeki Yansımaları.” *II. Uluslararası Genç Halkbilimciler Sempozyum Bildirileri Kitabı*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, 2015.
- Halbwachs, Maurice. *Kolektif Bellek*. Çev. Zuhul Karagöz. İstanbul: Pinhan Yayıncılık, 2018.
- <http://cokokuyancokgezen.com> (Son erişim tarihi 20.05.2020)*
- <http://gezgininayakizleri.com> (Son erişim tarihi 20.05.2020)
- <http://celebialper.com/ulkeler/estonya/tallinn-gezi-rehberi.html> (Son erişim tarihi 20.05.2020)
- <http://cesurgezgin.com> (Son erişim tarihi 20.05.2020)*
- <http://gokceninseyirdefteri.blogspot.com/2015/03/lizbon-gezi-notlari.html> (Son erişim tarihi 18.05.2020)
- <http://kesfetsek.com>*
- <http://www.celebialper.com/ulkeler/izlanda/reykjavik-gezi-notlari-gezilecek-yerler.html> (Erişim Tarihi 18.05.2020)
- <https://bilinmeyenrota.com/> (Son erişim tarihi 20.05.2020)*
- <https://birhayanpeşinde.com> (Son erişim tarihi 20.05.2020)*
- <https://oitheblog.com/2017/12/17/italyan-kahve-kulturu/> (Son erişim tarihi 20.05.2020)
- <https://oitheblog.com/2017/12/27/roma-yeme-icme-rehberi/> (Son erişim tarihi 20.05.2020)
- <https://www.boulebar.se/bar-restaurang/tanto-stocholm> (Son erişim tarihi 20.05.2020)
- <https://www.rotadisi.com.tr/muhtesem-moskova-metrosu/> (Son erişim tarihi 18.05.2020)
- www.wikipedia.org (Son erişim tarihi 18.05.2020)

- Oğuz, M. Öcal. *Küreselleşme ve Uygulamalı Halk Bilimi*. Ankara: Akçağ Yayınları, 2002.
- _____. *Paldır Kültür Kentleşmeler*. Ankara: Geleneksel Yayıncılık, 2019.
- Nora, Pierre. *Hafıza Mekânları*. Çev. Mehmet Ali Özcan. Ankara: Dost Kitabevi, 2006.
- Özdemir, Nebi. "Turizm ve Edebiyat". *Millî Folklor*. 83(Yaz 2009): 32-49.
- _____. *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi Seçki*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları, 2012.
- _____. "Geleneksel Bilgi ve Kültür Ekonomisi". *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi* 18 (Yaz 2018): 1-28.
- Parmaksız, Melis Yelsal "Belleğin Mekânından Mekânın Belleğine: Kavramsal Bir Tartışma". *İlef Dergisi*. 6 (Bahar 2019): 7-26.
- Pentzold, Christian. "Fixing the Floating Gap: The Online Encyclopaedia Wikipedia as Global Memory Place." *Memory Studies* 2 (2009): 255-272.