

Kimliğin İnşasında Kent: Konya Örneği

Urban in the Identity Construction: Case of Konya

Ahmet Koyuncu¹

Özet

Modernite ve küreselleşmenin yarattığı yeni değerler skalası ile sadece kentlerin işlevi değil aynı zamanda kent ve kentli kimliği de dönüşüme uğratılmaktadır. Bu anlamda kentler, geçmişte olduğu gibi kendilerine özgü farklılıkların değil, çoğalma ve çeşitlenmeyle aynılaşan kimliklerin mekanı olarak arz-ı endam etmektedir. Bu süreç ilk olarak kent fiziksel mekanında görünürlük kazanmakta, başta tüketim kalıpları olmak üzere bir bütün olarak yaşam tarzları üzerinde etkili olmaktadır. Bu çalışmada da kent kimliğinin belirlenmesinde temel parametrelerden olan kent fiziksel mekanında ve başta tüketim olmak üzere gündelik hayatın rutinlerinde meydana gelen değişim ve dönüşümlerden hareketle, sürecin Konya’da nasıl işlediği ve nasıl bir gelenekle buluşup ne tür bir hayat tarzı ürettiği, kent mekanındaki değişimin kent kimliğine yansımaları irdelenmiş ve Konya’nın zaman zaman sosyolojik teoriyi zorlayan farklılıklarına yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Modernite, Küreselleşme, Kent Kimliği, Konya, Muhafazakarlık.

1 Yrd. Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, SBBF, Sosyoloji Bölümü Öğretim Üyesi, koyuncuahmet42@gmail.com

Abstract

New values, which are outcome of the modernity and globalization, have transformed not only function of the cities but also cities and their identity. In this sense, cities started to become the place of the same identities by growing and diverging. This process is gaining visibility in the physical space of the cities, and then it became effective in the lifestyles, particularly including consumption patterns. In this study, from the main parameters determining the identity of the city, such as Urban physical Space and transformations of the process in the routines of daily life, particularly the consumption, these are examined: how this process works; how it gets together with which kind of tradition; it produces which kind of life meet, the reflection of the changes in the urban space to the urban identity in Konya. Also some differences of Konya which is not overlapping to the sociological theories are examined.

Keywords: *Modernity, Globalization, Urban Identity, Konya, Conservatism.*

Giriş

Bir toplantı sonrası Kerkük Türkmenlerinden olan bir tanıdığım uzun zaman önce yerleşmiş olduğu Konya'ya geldiği günden bugüne birçok konudaki görüş ve kanaatlerinin değiştiğini özellikle de gençlik yıllarındaki baskın milliyetçi tavrında gözle görünür bir dönüşüme şahit olduğunu söylemişti. Bu değişim ve dönüşümde yaşam biçimi, dünya görüşü, dil ve eylem pratiğiyle Konya'nın merkezi bir konumda yer aldığını söylediğinde, kısa bir şaşkınlığın ardından, zihnimde canlanan ilk soru, bir kentin bireyin kimliğinin inşasında etkisinin olup olmadığı, eğer böyle bir etkiden bahsedilebilecekse bu etkinin nasıl ve ne tür bir etki olduğuydu.

Bu durumda belki de ilk önce cevaplanması gereken bir kent kimliğinden bahsedilip bahsedilemeyeceğidir. Nitekim bir kentin bireyin kimliğinin inşasında etkisinin olabilmesi için söz konusu inşa sürecine temel teşkil edecek bir kent kimliğinin zarureti aşıkardır. Peki, o halde kent kimliğinden ne anlamak gerekir?

Kent kimliğine ilişkin yapılan tanımlara bakıldığında, nasıl her insanın kendine ait özellikleri, kimliği ve kişiliği varsa kentlerin de kendilerine ait kimlik ve kişiliklerinin var olduğu (Tekeli, 1991: 81) tezi ön plana çıkmaktadır. Çünkü kent içinde yaşayan bireylerle hayat bulmakta, onların dil ve eylem pratiğiyle kendini ifade etmektedir. Buradan hareketle kent kimliği, kent imgesini etkileyen, her kentte farklı ölçek ve yorumlarla kendine özgü nitelikler taşıyan, fiziksel, kültürel, sosyo-ekonomik, tarihsel ve biçimsel faktörlerle şekillenen, kentliler ve onların yaşam biçimlerinin oluşturduğu, sürekli gelişen ve sürdürülebilir kent kavramını yaşatan, geçmişten geleceğe uzanan büyük bir sürecin ortaya çıkarttığı anlam yüklü bütünlük (Lynch, 1960; Tekeli, 1991) olarak tanımlanmaktadır. Bir kentin kimliği; doğal ve yapay çevreden kaynaklanan kimlik elemanları, bu elemanların mekânsal öğeleri, tarihi, kültürü, coğrafyası, bitki örtüsü, iklimi, jeopolitik konumu, mimarisi, ekonomik düzeyi, sosyal, siyasi, etnik, dini yapısı, yaşam biçimi, dünya görüşü, beşiklik ettiği uygarlıklar, bu uygarlıklara başkentlik yapıp yapmadığı, başka kültürlerle olan münasebetleri, geçirdiği işgaller, savaşlar, afetler vb. birçok etkene göre değişebilmekte ve böylelikle kendine has özellikler kazanmaktadır (Lynch, 1960; Ocakçı, 1994, Ocakçı ve Southworth 1995; Suher ve diğ., 1996; Önem

ve Kılınçaslan, 2005). Başka bir ifadeyle bir kentin ne olduğu, nasıl görüldüğü onun kimliğini yansıtmaktadır. Yapılan tanım ve açıklamalara göre bir kent kimliğinden bahsetmek mümkündür. Bu kimliğin en önemli belirteci de –bizatihi kimlik kavramında da olduğu gibi- kendine özgü oluşudur. Başka bir ifade ile bir kenti diğerlerinden ayıran, onu insanlar için nev-i şahsına münhasır kılan, kendine özgü karakteri ve farklılıklarıdır. Çalışmanın özünü teşkil eden soru da tam bu noktada arz-ı endam etmektedir.

Genelde küreselleşme özelde ise Türk modernleşmesinin temel parametreleri dikkate alındığında bir kentin, kimliğin inşasındaki imkan ve istidadı konuya ilişkin öncelikli sorudur.

Küresel Kentte Kimlik

McLuhan'ın ifadesiyle (2001: 44) “küresel köy” ya da daha doğru bir tanımlamayla “küresel kent” haline gelen dünyamızda kentlerin mimariden sanata, kültürel değerlerden bilime, tüketim kalıplarından yaşam biçimlerine kadar hemen hemen her alanda tek bir kalıba dökülmekte olduğu görülmektedir.

Konuya yapay çevreden kaynaklanan kimlik unsurları açısından bakıldığında modernizm ve küreselleşmenin ilk yansımalarının kentin fiziksel mekanında gerçekleştiği görülmektedir. Bu süreçte sanayileşmeye bağlı olarak kırdan kente yönelen yoğun göçlerle birlikte tam bir kaos ortamına dönüşen kent mekanının kapitalizmin ilkeleri çerçevesinde yeniden şekillendirildiği, sermayenin akışkanlığını kolaylaştırmak ve birikimini arttırmak yönündeki eğilimle birlikte (Işık,1993: 30) 19. yüzyılın ikinci yarısı ile 20. yüzyılın ilk yarısında betonarme mimarinin sağladığı teknik olanaklarla çok sınırlı bir arazide son derece basitleştirilmiş planlarla inşa edilen devasa sosyal konutlar, kent mekanının temel figürlerini oluşturmuştur. Evlerin ve kentlerin içinde yaşanacak makineler olarak düşünüldüğü bu dönemde (Harvey,1999: 46), kentler, düz, beyaz, çıplak, beton yüzeyler, geniş şerit pencereler, düz çatı gibi prensiplerin hakim olduğu bir tek düzelik ve homojenlik üzerine planlanmış, Amerikalı mimar Frank Lyord Wright'ın ifadesiyle “... modern yapılar ‘eskiden olduğu gibi parçaların cansız bir varlık ... birbirleriyle çekişen bir sürü küçük şeyin bir koleksiyonu olmak yerine, tek büyük bir şey olduğu” mekanlar haline gelmiştir (Connor, 2001: 109).

Bu dönem kent planlamacıları kenti salt bir meta olarak görüp onları tek tipleştirilmiş ve ardından küreselleşme süreci ile uluslararası ekonomik düzenin yeniden düzenlenmesi, kentlerin rolünü, doğasını değiştirmiş (Akın, 1999: 42), küresel sermayenin ve üretimin yeniden örgütlendiği bu süreçte kentler, dünya ekonomisine eklenme ve cazibe merkezi olma telaşı içine girmiş (Friedmann, 1986: 70-77), sürecin yoğunlaştığı 21. yüzyılda kent, artık coğrafi bir kendilik olmaktan çıkmış, telekomünikasyon teknolojisiyle küresel ölçüğe taşınmıştır. Yerel bütünlüğü parçalanmış ve olmayan yer haline gelmiştir (Robins, 1999: 214). 1970’li ve 1980’li yıllardan itibaren kamusal mekanlar farklı formlarda yeniden biçimlendirilmiş, alışveriş merkezleri, temalı parklar, süper marketler, fast-food restoranlar vb. özellikle kentsel orta – üst ve orta gelir sınıfının yaşam biçimiyle şekillenen tüketim pratiği, yaygın hale gelmiştir.

Kentsel mekanda beliren yeni tüketim mekanları, zaman ve mekan kavramlarının bilinen yapısında ve anlamında da bir dönüşüm meydana getirmiştir. Bu mekanlar, coğrafi sınırların yok olduğu, dolayısıyla aidiyet duygusu yerine, bir yere ait olmama/her yere ait olma duygusu veren, bağlamından kopuk küresel ortamlar haline gelmiştir (Akbalık, 2004: 26). Bir yanda çalışma hayatı, öte yanda medya ve küresel tüketim girdileri, kentsel bağlılığa ilişkin orali ya da buralı olma yani kendini bir yere ait hissetme duygusunu alabora etmiştir. Sennett’e göre, modern kültürün sorunu, kamusal mekânların nasıl düzenleneceği, kişisizliğin ve kimiksizliğin nasıl giderileceği; kentsel mekânın gerçekliğinin yeniden insan yaşantısının bir boyutu haline nasıl getirileceğidir. Kentsel mekanın “salt hareketin bir işlevi” haline gelmesi, beraberinde mekan içindeki hassasiyetini yitirmiş olan beden, parçalı ve süreksiz kent coğrafyası içine yerleştirilmiş hedeflere doğru pasif biçimde hareket etmesine sebep olmaktadır (Sennett, 2008: 13).

Kentin fiziksel mekanı açısından içinde bulunduğu yerelin özelliklerinden bağımsız, herhangi bir yerdeymiş gibi duran yapı örneklerinden biri de kent dokusunu yarıp yükselen gökdelenlerin dünya coğrafyasına dağılımıdır (Öncü ve Weyland, 2005: 9-10). Kentlerde yükselen gökdelenler bir açıdan, sermayenin belli yerlerde toplanması, kentleşmenin hızlanması, kentsel toprakların değerinin yükselmesi, gelir dağılımındaki dengesizlik gibi somut toplumsal gelişmelerin sonucu olarak görülebilirken, bir açıdan da, insanın doğayı denetim altına

alma isteğinin, teknolojik gelişmelerin, varsıllığın, gücün (Duru, 2001: 333), ussallığın simgesi olarak değerlendirilmiştir. Yapıların yüksekliği ve bu yüksekliğe verilen anlamın her kültürde, zaman dilimlerine göre farklılık göstermekle birlikte yasaklanmış (Sennett, 1999: 78) ya da hoş karşılanmamış olmasına karşın modernizmle birlikte özellikle Avrupa’da, kilise çanlarına karşı saat kulelerinin yükseltilmesi, kent’in kiliseye karşı güç kazanmasını simgelemiştir (Cansever, 1994: 79). Kentlerin kimliğinin şekillenmesin önemli bir role sahip olan tarihi mekanları, yerele özgü yapıları hatta kurumları kısaca bütün bir yerel kültürü gölgeleyen bu gökdelenler, Castells’e göre, kâr elde etme amacıyla yapılabildiği gibi teknoloji ve güven aracılığıyla kent üzerinde paranın gücünü sembolize ederler. Dahası bu dev binalar, kapitalizmin yükselme döneminin katedralleridir (1983: 103). Sonuç itibarıyla kentler, temelinde ticaretin yer aldığı ve birbirleriyle aynılaştıran mekanlar haline gelmiştir. Tarihsel süreçte fikirlerin, özgürlüklerin, dinlerin, kültürlerin birer ‘imkan alanı’ olarak görülen kentler, tüketime bağlı ya da ihtiyaçlara dayalı kapitalist ilişkiler yumağına dönüşmüş, “fabrikalar, ‘kültür evleri’, ‘tatil yerleri’ ve ‘toplu konutlar’ önce bireye hizmet eder gibi görünmüş, fakat aynı zamanda onu aile yuvasına geri döndürüyormuş gibi sahte bir kollektiviteye sürüklemiştir (Debord, 1996: 92-95). Coşkun (2004:190)’un ifadesiyle “modernliğin kenti, artık şehrin özgürleştirici niteliğine sahip değildir. Geleneksel şehrin özgürleştirici niteliğinden yoksun oluşu anlamında modern kent “ters” bir şehirdir”.

Kentlerin fiziksel yapısında meydana gelen bu değişim kültürel alana da yansımıştır. Her ne kadar küreselleşme ile yerelliklerin kendini daha fazla ve daha uzakta ifade etme imkanı bulacağı iddia edilse de mevcut durum bu iddiayı olumlamaktan uzaktır.

Günümüzde kent mekanı yalnızca üretim, dolaşım ve tüketim ilişkilerinin örgütlendiği yer olmanın ötesinde mekanın kendisi de üretim, dolaşım ve tüketim ilişkilerine konu olan bir meta haline gelmiştir. Finansın ve üretimin küreselleşmesi, bilginin hızlı dolaşımı, mal ve hizmet üretimi için kullanılan yöntem ve tekniklerin yanı sıra tüketici davranışlarını, sosyal ve kültürel değerleri, teknolojileri dünya ölçeğinde aynılaştırmaktadır (Akman, 1999: 20).

Tüketim kültürünün topluma ve toplumsal ilişkilere hakim olmasıyla

birlikte, müzik, sinema, tiyatro gibi sanatsal etkinliklerden, spora, bilimsel faaliyetlerden, toplumsal ve kültürel aktivitelere, insani münasebetlerden ekonomiye, eğlenceden giyim tarzına, yeme içmeye, kısaca bütün bir gündelik hayatın aynışmasına şahit olunmaktadır. New York'tan Londra'ya, İstanbul'dan Tahran'a Moskova'dan Singapur'a kadar Adidas, Nike, Leke, Levis veya Benetton'dan giyinen, batı, gitar, org vb müzik aletlerinin kullanıldığı rock ya da pop müzik dinleyen, yemek için McDonald's tercih eden, Coca-Cola, Pepsi içen, (ülkenin anadiline nispetle) merkez yerine "center", dükkan yerine "shop", teşhir salonu yerine "show room" kelimelerini kullanan insanların sayısı her geçen gün giderek artmaktadır. Kimi zaman mozaik ya da ebruli kimi zaman diasporik özellikleriyle kentler artık sadece hayat ya da üretim alanları değil, imaj ve tüketim alanlarıdır. Konuşulan diller, yaşama biçimleri, tipler modernleşme ile adeta dondurulmuş, hayal edilen topluluklar/cemaatler imajı ön plana geçmiştir. Bu süreçte dünya artık yeknesaktır; tek kutupludur, kültürel anlamda da melezleşen yapılara sahiptir. 'Microsoft programları', 'yahoo.com', 'Coca-Cola', McDonald's Mekke'den Moskova'ya her yeredir ve herkes içindir. Yenilikler sürekli, teknolojiler ise minyatür ve kırılındır. Bu süreçte kültürel hafıza sınırsız, 'dakika dakika' ve hatta 'an an'dır. Teknoloji ceplerde taşınacak kadar minikleşmiştir. CD'ler bilgi ve enformasyonun sürekli çoğaltılıp, tüketildiği en değerli (plastik) ürünlerdir. Ohmae'nin yaklaşımıyla "Aynı enformasyon", "aynı kültürel ikonalar", "aynı reklamlar" ve "aynı zevkler"le dünya adeta "Kaliforniya-laşmıştır" (Sözen, 2007: 109).

Yaşamın hızının artması ile arabalardan bilgisayarlara, cep telefonundan internete kadar kentlerde bitmek tükenmek bilmeyen bir telaş oluşmakta, günü yaşamak bir yaşam biçimi haline gelmektedir. Kısa, özensiz, çabuk tüketilen cümleler ile konuşan ve yazışan, sürekli bir yerlere koşuşturan bir toplum ortaya çıkmaktadır. Yaşamın hızı arttıkça tatminsizlik ve tüketimde artmakta, bütün değerler sürekli tüketilmektedir. Hatta yavaş oldukları için yaşlılar bile daha az önemsenmekte, hızlı tüketip, çabuk sıkılan ve yaşamın kendisini daha fazla erteleyen birey algısı hakim olmaktadır. Örfler, adetler, gelenekler, evlilikler, arkadaşlıklar, yemekler, oyuncaklar, giyecekler, mobilyalar, evler, kentler, kasabalar, köyler kısaca her şey tüketilmekte, daha fazla tüketmek için daha fazla çalışma teşvik edilmekte ve bunun bir sonucu olarak

bireyselcilik ve rekabetçilik artmaktadır. Bu durum beraberinde bireye tek tatmin yolu olarak tüketimini artırmayı salık vermektedir. Nitekim yeryüzünün farklı mekanlarında insanlar için gözlem, sorgulama, yeni-yi, farklıyı hatta kendini keşfetme, ibret alma imkanı sunabilecek nice güzellikler varken insanların rahatlamak ya da huzur bulmak amacıyla gezdiği yerler arasında ilk sıra(lar)da süpermarketlerin yer alması ve süpermarketlerin sosyal hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmesi de bunun en veciz delili niteliğindedir. Aslında böyle yaparak insan, sosyal hayatını, keşfetme, gözlem, sorgulama, ders çıkarma yeteneğini ve diğer insanlarla olan ilişkilerini dramatik bir şekilde askıya almaktadır. Bireyin hayatı, iş, ev ve başta AVM'ler olmak üzere tüketim mekanları arasına sıkışmaktadır.

Küreselleşme sürecinde, kültürler değişime zorlanırken, birbiriyle tezat oluşturacak şekilde, önce yerel farklılıklar ortaya çıkarılıp eski kültürler parçalanarak yeni biçimlere sokulmakta (Smith, 2002: 6); daha sonra insanlar tek bir kültüre; küresel kültüre yönlendirilmek istenmektedir. Başka bir ifadeyle, bireysel özgürlükler ve çok sesliliğin fazileti adına (Kösoğlu, 2002: 125) toplumdaki en küçük kültürel farklılıkların bile elektronik medya aracılığıyla tüm dünya kamuoyuna sunulması olağan hale gelmektedir (Kongar, 1997: 1). Yerel farklılıkların ortaya çıkarılması, küresel kente bir katkı sunmak bir tarafa mikro milliyetçilik/etnik milliyetçilik akımlarının giderek yaygınlaşmasına zemin hazırlamaktadır.

Sonuç itibariyle küreselleşmenin yarattığı yeni değerler skalası ile sadece kentlerin işlevi değil aynı zamanda kent ve kentli kimliği de dönüşüme uğramaktadır. Bu anlamda kentler, geçmişte olduğu gibi kendilerine özgü farklılıkların değil, çoğalma ve çeşitlenmeyle aynılaşan kimliklerin mekanları haline gelmektedir. Küreselleşme, çokkültürlülüğü özendirmesine karşın günlük tüketim alışkanlıklarının denetlenmesi yoluyla, tüm dünyayı benzer davranış kalıpları içine sokmaya, yani tek boyutlu bir kültürel kimliğe sahip olmaya doğru zorlamaktadır. Kentlerin gittikçe daha fazla tek düze kalıplara döküldükleri, birbirlerine benzedikleri görülmektedir.

Türk Modernleşmesi ve Kent Kimliği

Genel olarak küreselleşmenin kimliğin inşası üzerindeki etkilerine ilişkin bu söylenenlerden sonra kent kimliğinin inşasında Türk mo-

modernleşmesinin rolünü kısaca analiz etmek yerinde olacaktır. Türk modernleşmesi, seküler temelli bir Batılılaşma pratiği içinde gelişmiş olup, Batılılaşmayla modernleşmenin yolu açılmıştır. Toplum, ancak Batılılaşarak modernleşecektir. Bu sebeple geleneksel zihniyet yapıları, örf, adet ve hiç kuşkusuz din, modernleşme karşıtı söylemlerin kaynağı olarak görülmeyle kalmamış aynı zamanda da reddedilmiştir. Bu anlamda modernleşme, uzunca bir süre din ve gelenek karşıtı söylemler için en temel referans kaynağı olmuştur (Pultar, 2003: 54). Modernleşmenin tek karşılığının Batılılaşma olması modernleşmeyi biricik amaç haline getirmiştir. Bu anlayış, kentin fiziki mekanının planlanması da dahil olmak üzere hayatın tüm alanlarına şamildir. Ancak seküler temelli ulusal bir mimari oluşturma düşüncesinin, geleneksel Türk mimarisinden yararlanma eğilimi, Türk modernleşmesinin eski düzeni yıkmayı amaçlayan ilkeleri ile çelişkili bir durum arz etmiştir. Geleneksel mimarlık öğeleri, Osmanlı İmparatorluğu'nun sembollerini canlandırıcı onları hatırlatıcı niteliklere sahip olduğundan doğal olarak devrimlerin ilk yıllarında buna izin verilmemiştir. Miadını doldurduğu varsayılan bu mimarının yerini toplumun o günkü gereksinmelerine daha iyi cevap verebilecek yeni düşüncelere bırakmak zorunda olduğu ön kabulünden hareketle 1930'lardan sonra etkili olmaya başlayan rasyonel fonksiyoncu bir planlama yönünde adımlar atılmıştır (Alsaç, 1976). Cumhuriyetin ilk yıllarındaki bu modern ve batılı kentler yaratma isteğinde sadece modern bir kent değil, aynı zamanda siyasal otoritenin üzerinde kontrol kurduğu bir kent yaratma kaygısı baskındır (Şengül, 2001: 71). Bu anlamda Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş yıllarının en önemli planlama deneyimi, modernleşme projesinin model kenti olarak kabul edilen Ankara'da gerçekleştirilmiştir. Cumhuriyet öncesinde 20.000 nüfuslu küçük bir kasaba görünümündeki Ankara, başkent fonksiyonlarını yüklenmesine koşut olarak hızla gelişmiş, çağdaş Cumhuriyetin başkentine yakışacak biçimde imar edilmesine özen gösterilmiştir. Ankara'nın çağdaş bir kent görünümüne kavuşturulması Cumhuriyet'in başarısı ile eş tutulmuştur. Ancak Avrupa'dan mülhem saat kuleleri ve kamu binaları, SSCB'den mülhem büyük parklar ile bulvarlar dışında, gerek ülkenin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik durum gerekse Batıdaki gibi sanayi temelli bir kentleşmenin olmayışı başta başkent olmak üzere ülke genelinde planlanan modern kentin ortaya çıkmasına mani olmuştur. Nitekim Cumhuriyetin kuruluşun-

dan 1950'lere kadar olan dönemde endüstrileşme, demokratikleşme, kentleşme, nüfus artışı, iletişimde ve ulaşımda yeni sistemler, bilginin kullanımı vb. alanlarda modern kente temel teşkil edecek kayda değer bir gelişme mevcut değildir. Bu dönem, geleneksel toplumdan modern topluma geçiş çabalarının ve içte tarım ağırlıklı ekonomik yapı ile tek partiye dayalı merkezîyetçi yapının, dışta ise ekonomik durgunluk ve politik sıkıntılarının yaşandığı bir dönem olmuştur.

1950'den sonra (II. Dünya Savaşı sonrası tüm dünyada olduğu gibi) Türkiye'de de demokrasi, insan hakları, refah devleti ilkeleri ön plana çıkmış ve ülkenin siyasal durumunda önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Çok partili döneme geçiş ve Demokrat Parti ile beraber önceki döneme damgasını vuran devletçi politikalar yerini liberal söylemlere bırakmaya başlamıştır. (Tekeli, 1998: 12). Kentler, sanayileşmenin kısmen de olsa hızlanması ve sanayileşme stratejisinin yeniden tanımlanması, aşırı nüfus artışı, kentlerin belediye sınırları dışına taşarak büyümesi ve kentsel ulaşım araçlarının sayı ve çeşitlerinin çoğalması doğrultusunda biçimlenmiştir (Osmay, 1998: 142).

Batı da olduğunun aksine kentlerin çekiciliğinden (sanayi) değil kırsal iticiliğinden kaynaklanan göçlerle artan nüfus temelli kentleşme ile hükümetler kırsaldan göç eden kesimin konut ihtiyacını karşılayamamış ve Cumhuriyet'in başarısı ile eş tutulan başkent Ankara başta olmak üzere devlet eliyle uygulamaya koyulan rasyonel, seküler, kolektif ve devlet merkezli modernleşme projesinin kent mekanındaki en belirgin yansıması gecekondular olmuştur.

Bu dönüşüm sürecinde kentler plansız gelişmeleri yanında hem doğal, tarihi ve kültürel çevreyi de tahrip ederek büyümüşlerdir. Gecekondulaşma sorunu bu yıllardan itibaren ekonomik ve sosyal yapıyla bağları çerçevesinde kentsel bir olgu haline gelmiş ve yaygınlaşmıştır (Kıray, 1982: 278; Keleş, 2002: 557; Görmez, 2004: 16; Eke, 1998: 24). Kırsaldan kente göç eden bu kesimler, kültürel anlamda kente uyum sağlayamamış (kentlileşememiş) ve kentlerde sadece fiziki mekanda değil, kültürel anlamda da kent kimliğini alabora eden kaotik bir yapı oluşmuştur.

Ülke içinde yaşanan bu gelişmelerin yanı sıra tüm dünyanın kapılarını açtığı küreselleşme, 1980 sonrası Türkiye'de de özellikle ekonomi politikalarındaki değişimle yeni bir süreç başlatmıştır. Türkiye'nin gün-

demine 24 Ocak kararlarıyla birlikte giren küreselleşme olgusu, özelleştirme, devletin ekonomik alandaki etkisini azaltma, devleti küçültme çabalarıyla birlikte ortaya çıkmıştır (Kocacık, 2000: 113). Bu yeni ekonomik yapı, kentsel yerleşim yerlerinin içinde organize olan hizmet sektörü ve kentsel yerleşim yerlerinin çeperlerinde organize olan sanayi sektörü için daha fazla sayıda işgücüne ortam hazırlamıştır. Bu gereksinimin bir sonucu olarak da kırsal yerleşim yerlerinden kentsel yerleşim yerlerine işgücü göçü daha da hızlanmıştır.

Ancak ortaya çıkan büyük konut açığı, 1990'lardaki kitlesel zorunlu göç ile (Doğu ve Güneydoğu Anadolu'nun kırsal kesiminden bölgedeki ve Batı'daki şehirlere) daha da şiddetlenmiştir. Gerekli ekonomik ve yönetsel önlemlerin alınmaması nedeniyle, başta kat irtifai artan gecekondular ve gecekondulu kiracılığı olmak üzere, altyapısı ve sosyal donatı alanları olamayan, çoğu plansız, kaçak yapılar ve kısmen kooperatifler eliyle gerçekleştirilen toplu konut uygulamaları ile yeni, fakat kaotik bir görüntü oluşmuştur. Politik ödünlere yozlaştırılan kent fiziksel mekanının kullanımı ve sürüp giden arsa spekülasyonu, çevre değerleri, kent bütünlüğünün korunması ve yapılar arası ilişkilerin düzenlenmesi olanaklarını ortadan kaldırmıştır. Böylece kentlerimizin görünümünü, kimlik ve kişilikten yoksun anarşik yapılaşma örnekleriyle belirlenirken bireysel iyi örnekler kentlerin bu kaotik dokusu ve görünümünü içinde değer kaybına uğramıştır.

Küreselleşmenin etkilerinin daha belirgin bir biçimde gözlemlendiği 1990'ların ikinci yarısı ve 2000'li yıllardan itibaren ise yeni konut projelerinin yoğunlaştığı ve küreselleşme sürecine bağlı olarak kentsel mekanda, farklı ekonomik, sosyal ve kültürel özelliklere sahip kişilerin yaşam alanlarının birbirlerinden ayrılmasıyla ortaya çıkan mekansal ayrışma sürecinde, özellikle üst ve orta gelir gruplarının yaşamayı tercih ettiği yeni bölgeler oluşmuştur. Önceki döneme göre, daha planlı, düzenli ve sağlıklı bir yapılaşmanın ortaya çıkmasıyla birlikte gerek özel sektör gerekse son 10 yılda TOKİ marifetiyle yapılan toplu konut alanları tercih sebebi olmuştur. Ancak konutlardan AVM'lere kadar inşa edilen yapıların büyük bölümünün benzer nitelikleri paylaştıkları gözden kaçmamaktadır. Özellikle TOKİ yapıları birkaç küçük nüans dışında tüm ülke genelinde aynıdır. Kenti başta aşağı saran betonarme yapılar, kentin kimliğini yansıtacak mimariden hiçbir iz taşımasına ek olarak başta komşuluk olmak üzere insan ilişkilerini merdiven

aralığı, asansör gibi daha ziyade zorunlu (karşılaşmaların) selamlaşmaların gerçekleştiği alanlara hapsedmiştir (Koyuncu, 2005: 115). Bu dönemde gerçekleşen ekonomik gelişmeye paralel olarak lüks konut inşasında da ciddi bir artış meydana gelmiştir. Lüks konutlar biçiminde inşa edilen villaların ya da blokların oluşturduğu sitelerin bir bariyer ve güvenlik görevlileri ile korunaklı olması da giderek daha sık rastlanılan bir özellik olarak göze çarpmaktadır. Bu konutlarda; alışveriş ve spor aktivitelerinden temizlik hizmetlerine kadar birçok hizmet sunulmaktadır. Ayrıca burada yaşayanlara kentin içinde fakat kentsel problemlerin uzağında bir yaşam vaat edilmektedir. Yoğunluğun getirdiği kalıplaşmış kitle ve çevre ilişkilerinin dışında bir esneklik olanağına fazlaca sahip görünmemektedir. Bu konutlarda yaşayan kişiler, güvenlik kaygısı ile kendilerini korumak adına, çevrelerinden izole olmaktadır. Böylece kentsel mekanda korunaklı alanlar, birbirilerinden ve kentin diğer yaşam bölgelerinden uzaklaşmaktadır (Alver, 2010: 92).

Türkiye'nin küreselleşmeyle tanıştığı ve uluslararası kapitalist sistemle yeni bir bütünleşmeye girdiği bu süreçte, kentsel alanlarda önemli bir kırılma noktasını da gökdelenler oluşturmuştur. İnşaat sektöründe yaşanan teknolojik gelişmelerin de etkisi ile yaygınlaşan ve yeni yaşam tarzının göstergelerinden biri olarak görülen gökdelenler hızla yaygınlaşmıştır. Bir zamanlar cami minaresinden yüksek bina yapmanın uygun görülmediği topraklarda artık gücün simgesi olarak görülen gökdelenler, yarışmacı kent anlayışının kentlere dayattığı bir yapılaşma biçimi olarak gündelik hayatımızdaki yerini almıştır. 1990'ların sonunda önce Ankara'da ardından İstanbul ve diğer büyükşehirlerde arz-ı endam eden gökdelenlerin irtifai arttıkça kentin prestijinin de artacağı düşüncesi ile binaların irtifai gittikçe daha da yükselmiştir. Başta İstanbul olmak üzere tarihi kentlerin silüetini değiştiren ve her geçen yıl sayıları gittikçe artan bu yapıların verdiği en önemli mesaj, aslında ülkenin küresel sistemle bütünleştiğidir. Bu anlamda, gökdelenlere ilişkin küresel kent ve kimlik başlığı altında ifadesini bulan yorum ve yaklaşımlar artık ülkemiz içinde geçerlidir.

Küreselleşme olgusuyla, kentte meydana gelen mekansal değişim sürecinde, tüketim mekanlarında ortaya çıkan yeni oluşumlar da önemli bir yere sahiptir. Kentlerdeki ticari, sanayi, sosyal, kültürel ve siyasi aktivitelerin artmasına paralel olarak kent merkezinde yer alan tarihi çarşıların artan talebi karşılayamaması, yeni merkezlerin oluşması,

ulaşım ve hepsinden önemlisi tüketim anlayışındaki zihniyet dönüşümü sebebiyle bu çarşılar cazibesini kaybetmeye başlamıştır. Özellikle 1990'lı yıllardan itibaren alışveriş merkezlerinin açılması ile sadece alışveriş değil, yeme-içme, eğlence, spor, kültürel aktivelerde dahil olmak üzere bir çok ihtiyaca cevap veren, tek merkezden ve merkezin sunduğu ile yetinen yeni bir tüketim kültürüne kapı aralanmıştır. Alışveriş merkezlerinin sayısının artması ve kişilerin, bu mekânları tüketim yapmak dışında boş zamanlarını geçirebilecekleri mekânlar olarak algılamasıyla birlikte, kentte sosyal ve kültürel yaşamda da önemli dönüşümler meydana gelmiş, tıpkı Batı'da olduğu gibi ülkemizde de kentlerde, tüketime dayanan yeni bir sosyal ve kültürel yaşam şekillenmeye başlamıştır.

Kentleri modernite ve küreselleşmenin temel parametrelerine uygun biçimde yeniden şekillendiren süreç beraberinde örf, âdet, gelenek ve göreneklere de dönüştürmekte, toplumu kendi kültürüne yabancı değerlerle örmektedir. Yılbaşı kutlamaları, sevgililer günü, yaş günü, evlilik yıldönümü, anneler-babalar günü gibi yeni adetlerin yanı sıra kız isteme ile başlayan ve nişan, düğün, gelin alma ile son bulan her bir unsuru kendi içinde kurallara bağlanmış, köklü bir geleneğe sahip evlenme ritüellerinin yerini flörtler ya da evlendirme programlarına bırakmaya başladığı, yine bu merasimlerde varolan yerel eğlencelerin (halay, oyun havaları vb.) yerini dansın, davul-zurna ve bağlamanın yerini bateri, gitar ve orgun, sanat musikisi ve halk müziğinin yerini rock, rep, pop müziğinin aldığı yeni adetler arz-ı endam etmektedir. Küreselleşmenin bir diğer önemli etkisi de kuşaklar arasında bir köprü görevi üstlenen, kültürün taşıyıcısı ve en önemli ögesi olan dil üzerinde olmuştur. Selamlaşmadan kısa mesajlara kadar çok geniş bir yelpazede Türkçenin deforme olduğunu görmek mümkündür. Aynı şekilde işletmelerde (Star Copy, Moon Light Cafe, Polaris Plaza, Spot Center gibi) tamamen yabancı dilde (İngilizce) yazılı tabelalar, ya da (Dürüm-land, Gökçe Shoes, Coiffeur Metin, Cengiz Car Wash, Adnan Showroom, İsmet Marketing gibi) Türkçe sözcüklere yabancı ekler getirilerek hazırlanmış tabelalar görmek sıradan hatta bir prestij göstergesi olarak algılanmaya başlamıştır.

Sürecin kent yaşamı üzerindeki kültürel etkisi sadece tüketimle sınırlı olmayıp, gündelik hayatın tüm alanlarına yansımıştır. Bugün itibariyle ülkemiz kentlerinin aynışmasına ilişkin ortaya konacak iddialar kü-

resel kentte ifadesini bulan gelişmelerden farklı olmayacaktır. Değil Yahya Kemal'in "Bir semitten diğerine geçerken, bir yıldızdan diğer yıldızda geçmiş kadar başkalık duyulan" kenti, Ahmet Hamdi Tanpınar'ın büyük bir incelikle anlattığı o Beş Şehir'inden bile eser kalmamıştır. Artık anlatılacak tek bir şehir vardır. Onu da görmek için herhangi bir şehre gitmek yeterlidir. Sadece Türkiye'nin herhangi bir kentini değil, dünyanın herhangi bir ortalama kentini görmek için tek bir kenti görmek yeterlidir. Daha da önemlisi kentlerin her biri kendine özgü bir fark ortaya koyma yarışında bile tek bir kentin bir parçası olmaya doğru gitmekte yani kentler fark ortaya koyabilmenin telaşına düştükçe daha fazla küresel trendin bir parçası olarak temayüz etmektedir (Aktay, 2007: 98). Kentler insanlara kimlik kazandıran mekanlar olmaktan hızla uzaklaşmaktadır. Dünyanın her tarafında bir hayat alanı olarak kentin işlevleri birbirine giderek daha fazla birbirine benzemekte, büyük ölçüde kapitalizmin üretim düzenine tabi olan bu süreçte kentler birçok yeni sorunla da yüz yüze gelmektedir ki bu sorunların başında kentlerin kimlik sorunu öncelikle göze çarpmaktadır. Artık kentler, Edibe Sözen'in ifadesiyle plastik kimliklerin mekanı haline gelmiştir. Plastik olan da modern olan gibi çoğalan ve kolayca çeşitlendirilebilen bir özellik taşıdığı için bireyler ve topluluklar bağlamında plastik kimlikler moderndir; birbirinin tıpkısı birer kopya gibi çoğalıp, çeşitlenirler (2007: 103). Bu anlamda tüketimi merkeze alan, dünyanın her tarafında aynı planlama anlayışını teknik bir işe indirgeyen, bütün mekanları eşitleyen, birbirinin tıpatıp aynı çoğalan ve birbirine benzeyen bir kentsel mekanda kimlik arayışı ne kadar anlamlıdır ve bu sorudan hareketle Konya bu sürecin neresinde yer almaktadır?

Konya ve Kimlik

Konya ve çevresi Neolitik döneme kadar uzanan izleri bünyesinde barındıran en eski yerleşim yerlerinden biridir. Kent, Hititlerle başlayan Frigler, Kimmerler, Lidyalılar, Persler, Roma İmparatorluğu, Emeviler, Abbasiler, Bizans İmparatorluğu, Selçuklular ve Osmanlı İmparatorluğu ile devam eden medeniyetlere tanıklık etmiştir. Tarihi boyunca hep bir cazibe merkezi olan Konya, İslam öncesi medeniyetlerin bıraktığı mirasın yanı sıra Selçukluların payitahtı, Osmanlı'nın önemli eyalet merkezlerinden biri olması sebebiyle birçok tarihi ve kültürel mirasa da sahiptir. Tarihinden aldığı dindar-muhafazakar kimliği bugüne taşıyan Konya da genelde küreselleşme özelde Türk modernleşmesi

dediğimiz süreçler nasıl işlemiştir ve nasıl bir gelenekle buluşup ne tür bir hayat tarzı üretmiştir? Ne tür çatışmalara yol açmıştır? Kent mekanındaki değişimin kent kimliğine yansımaları nelerdir? Süreçle birlikte gelenek neye dönüşerek var olmaya devam etmiştir? Bu değişim dalgası, kentte doğup büyümüş yerli halkın ve dışarıdan göç ile gelen insanların zihninde kentin kimliğine ilişkin nasıl bir algı üretmiştir? Bu sorular sürgit artırılabilir ancak şunu açıkça ifade etmek gerekir ki, Konya, modernleşmeyle ilgili bütün modellerin sınanabileceği ve belki de, resmedilen modernleşme çizgilerinden farklı modellerin mümkün olabileceği, sosyolojik teoriyi zaman zaman zorlayan bir farklılık taşır. Bu farklılık iddiası, tüm bu süreçlerden müstağni, ütöpik bir kente işaret etmek niyetinde değildir. Konya’da ortalama bir Türk kenti olarak süreçten payına düşeni almıştır. Ancak Konya’nın küreselleşme ve Türk modernleşmesi ile kurduğu ilişki sosyolojik teoriye özgün bir katkı olarak okunabilir.

Bu bağlamda ilk olarak Türk modernleşmesi ardından küreselleşme karşısında Konya’nın konumunu irdelemek gerekecektir. Cumhuriyetin ilk yıllarında diğer kentlerde olduğu gibi Konya’da da kentin yeniden yapılandırılmasına ilişkin imar planı çalışmaları yapılmışsa da 1960’lı yıllara kadar kent fiziksel mekanında neredeyse hiçbir değişim yaşanmamıştır. 1970’li yıllardan itibaren ilk apartman tipi konutlar yükselmeye başlamış, uygulamaya konulan imar planında, Selçuklu ve Osmanlı döneminden günümüze kalan birkaç yapının tek yapı ölçeğinde korunması yeterli bulunmuş, bu sebeple kent kimliğinin önemli imgelerinden biri olan tarihi yapılar ve eski Konya evleri göz ardı edilmiştir (Erdem ve diğ., 2003). Bu dönemde başta Selçuklu İlçesi olmak üzere kentin gelişme alanlarında modernizmle şekillenen yeni gelişmeler yaşanmaya, yeni yapılaşma desenleri görülmeye başlanmıştır. Organize Sanayi Bölgeleri, Tümosan Traktör Fabrikası, Çimento Fabrikası, otomotiv yan sanayi, gıda ve tarım makineleri, mobilya sanayi alanlarında faaliyet gösteren büyük ve küçük sanayi sitelerinin, yanı sıra yeni konut alanları ve Selçuk Üniversitesi’nin de sınırları içinde yer aldığı Selçuklu İlçesi hızla büyümüştür. Aydınlikevler, Binkonutlar, Cumhuriyet, Sancak ve Bosna Hersek mahallelerinde sosyal donatı alanları ve çevre düzenlemesi olmayan bitişik nizam apartman tipi konutlar hızla artmış ve kent bu hat üzerinde gelişmiştir.

Bu yıllardan sonra kentin dikine büyüdüğü, bireylerin çok katlı apartmanlarda ve sitelerde ikamet ettiği, insanların ev ile iş arasına sıkıştığı bir yapı ortaya çıkmıştır. Yapılar, birçok kentte olduğu gibi bütünlüğü kaybolmuş, tekdüze bir mimari strüktürün oluşturduğu formdadır. Buna bağlı olarak, geleneksel dokudan farklı, kendi içine kapalı konut alanları oluşmuştur. Bu dönemde kentin ayrılmaz bir parçası haline gelen çok katlı, yeşil alanı olmayan, yol boyunca sıra apartmanlarla çevrilmiş konut bölgeleri (bir plan çerçevesinde oluşturulan ancak mekansal standartları düşük konut dokusu; Nalçacı, Nişantaşı, İhsaniye vb.) artmıştır. Plan kararları ile konut bölgelerinde oluşturulan ortak alanın kullanılmaması, bakımsız kalması ve konut çevresi ile yaşatılmayan, kendi içine kapalı konut alanları (Bosna Hersek Mahallesi, Cumhuriyet Mahallesi vb.) her çeşit taşıta açılması sonucu gereksiz yüklenen trafik yolları ile sosyal anlamını ve mekansal bütünlüğünü kaybetmiş mahalleler teşekkül etmiştir. Başka bir ifade ile Konya da diğer Türk şehirleri gibi tekdüze ve betonarme bir mimarinin esiri olmuştur.

2000’li yıllara gelindiğinde ise güvenli site ve rezidans tipi konutlarda gözle görülür bir artış meydana gelmiştir. Özellikle 2004 sonrası yaygınlaşan ve kentsel seçkinlerin güvenli ve saygın bir muhit talebi, kendi kendine yetebilen, alışveriş merkezi, yüzme havuzu, tenis kortları, halı ya da çim sahası olan, kültürel aktivite alanları vb. sosyal donatıları bulunan bu yeni konut tipini cazip hale getirmiştir. Daha çok Meram ilçesinde ve kentin yeni gelişim bölgesi olan Real AVM ve Otogar bölgesinde yaygınlaşan üst ve üst orta sınıfların tercih ettiği, ayrıcalığı ve konforu simgeleyen bu yapılar, hedef kitlesi, iş alanları, meslekleri, gelir kaynakları, eğitim düzeyleri bakımından homojen olmayan ancak maddi ve kültürel sermayeleri açısından belli bir homojenlik içeren insanları bir araya getirmiştir. Mimari özellikleri açısından yerel kültüre referansta bulunacak herhangi bir özgünlüğe sahip olmayan bu yapılar, pazarlama stratejilerinde mahalle kültürünü ve geçmişteki komşuluk ilişkilerini geliştirmeyi vaat etse de tek ortak payda bir imajı satın almak şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Küreselleşmenin de etkisinin görünür kılındığı bir diğer alanda Türkiye’nin hipermarketlerle tanışmasıdır. 1990’larla birlikte Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından kısa adı USAM olan Uygun Satış Mağazaları ile başlayan AVM’ler süreci, Adese Gros Market (1993),

36 katlı bir gökdelenle birlikte inşa edilen Afra (1996), Migros (1998), Masera (2002), M1 Tepe-Real (2003), Kipa I (2006), Kipa II (2007) ve 2012'nin sonunda açılan Kent Plaza ile devam etmiştir.

Görüldüğü üzere özellikle fiziki kentleşme noktasında Konya'da "küresel kent"teki herhangi bir kentten çok da farklı değildir (Belki tek fark bugün itibariyle gökdelen sayısının 3 ile sınırlı olmasıdır). Kent mekanında meydana gelen tüm değişimler elbette sosyal dokuyu da etkilemiştir. Aileden komşuluğa, evlilikten adab-ı muaşerete, eğlence-den tüketim alışkanlıklarına kadar birçok alanda dönüşüm yaşanmıştır. Ancak açık bir biçimde belirtmek gerekir ki, Konya'da meydana gelen değişim var olan geleneğin ve değerlerin yerinden edildiği ya da yok olduğu bir süreci ifade etmez. Tam aksine kent, metropollere ve diğer büyükşehirlere nispetle küreselleşmenin yerelliği yerinden eden olumsuz etkilerinden en az etkilenen yerleşimlerden biri olmuştur. Tıpkı modernlikte olduğu gibi onun bir devamı olan küreselleşme süreci de kente içkin bir dindarlık ve gelenek ile harmanlanmıştır. Bu süreçte dini ritüeller, inanca ait bağlılıklar, itikadî anlamdaki kutsallar ve bu kutsallardan beslenen manevi, sanatsal ve kültürel kodlar kendini muhafaza ederek yaşamaya devam etmiştir. Örneğin geniş aile yapısından çekirdek aileye doğru hızlı bir yöneliş olmuş ancak aile içi ilişkiler ve rollerde köklü değişiklikler meydana gelmemiştir. Kentin gittikçe genişlemesi sonucu artan fiziksel mesafe sosyal ilişkilere de yansımış, akrabalık bağları geçmiş döneme göre zayıflamış, neredeyse bir köy nüfusunun tek bir binada toplanması sonucu komşuluk ilişkilerinin niteliği, sıklığı ve formu değişmiş ancak tüm bu toplumsal bağlar gündelik hayatın en temel formları olma özelliğini korumuştur. Akrabalık ilişkileri sıla-i rahim anlayışından hareketle hâlâ devam ettirilmekte, eskisi kadar sık olmasa da büyükler, yetişkinler ve gençler arasında sistemli bir biçimde akraba oturmaları gerçekleştirilmektedir. Komşuluk, bir araya gelip ev temizliği yapma, yazlık ve kışlık ihtiyaçları hazırlama gibi maddi ihtiyaçların giderilmesi konusunda eski konumunu yitirse de hali hazırda düğün, nişan cenaze gibi önemli günlerde komşunun bir ihtiyacının bulunup bulunmadığının sorulması, komşuya gelen misafirlere kendi evinde buyur etmesi ve imkanlar ölçüsünde ihtiyaçların karşılanması, nişan, düğün, pilav, kına, mevlit gibi toplanılarda, kapı atlamadan, zengin fakir ayrımı yapılmadan bütün mahalle komşularının davet edilmesi, evde kokusu komşulara kadar ulaşan bir

yemek pişirilmişse derhal en yakın komşulara ikram edilmesi vb. adetler devam ettirilmektedir.

Çok katlı yapılaşma artmasına karşın hâlâ kentin silüetini şekillendiren ve kentin kimliğinin dışavurumu olan minareler, çok katlı güvenli siteelerde site içine ya da yanı başına yapılan cami ve mescitler, ülke genelindeki şubelerinin aksine Konya şubesinde mescide yer veren AVM'ler, alkol satışı yaptığı için Konyalıların alışveriş yapmadığı ve bu sebeple zarar eden ve bu tecrübeden hareketle Konya açtıkları şubelerde alkollü içecek satışı yapmayan AVM'ler, talep olmadığı için içkili mekan sayısının son derece az olması ve sayıları oldukça az olan içkili mekanların dini gün ve gecelerde hizmet vermemesi, kent insanının inançları ve ahlaki değerleri ile örtüşmediği için rağbet göstermediği (başta tiyatro olmak üzere) sanatsal ve kültürel faaliyetler, gerek erkekler gerekse kadınlar arasında son derece yaygın olan ve rutin bir biçimde (her hafta) gerçekleştirilen dini sohbetler, yurt içinde ya da yurt dışında ihtiyaç sahipleri için toplanan yardımlara gösterilen yoğun ilgi, bankacılık işlemlerinde imkan dahilinde faizsiz bankacılığın öncelenmesi, dünden bugüne kimliğiyle müsemma siyasal tercihleri, Ramazan aylarında şehrin tümüne hakim olan huzur ve sükunet, dini bayramların bir tatil vesilesi olarak algılanması bir yana, birlik ve beraberlik ruhuyla neşe içinde kutlanması, dini günlere verilen önem, aşure, fener alayı, şivlilik, hıdırellez, hacı ve asker uğurlama vb. geleneklerin bütün canlılığı ile yaşatılması akla gelen ilk örneklerdir. Kente mevcut kimliğini kazandıran en önemli unsurlardan biri de kente özgü gündelik dil pratiğidir. Allah'ın selamıyla başlayan ve yine Allah'a emanet edilerek bitirilen kısa karşılaşmalar, Allah'ın razı olması temennisiyle yapılan teşekkürler, besmeleyle başlanan ve her fırsatta Allah'ın iznine havale edilen işler, hemen her olayda ve her konuda din ve geleneğin referans alındığı yorumlar, analizler söz konusu dindar-muhafazakar kimliğin oluşmasında ve sürdürülmesinde etkilidir. Bu dil pratiği sadece sözel olarak değil, moderniteyle birlikte yaşamımıza giren telekomünikasyon aletleriyle gerçekleştirilen sanal iletişimde de kendini göstermektedir. sa (selamünaleyküm), as (aleyküm selam), inş (inşallah), aeo (Allah'a emanet ol) vb. kısa mesajlar, cep telefonlarına melodilerine yüklenen dini müzikler, her Cuma ve bayramlarda atılan dini içerikli e-mailler ve mesajlar ve saymakla bitmeyecek birçok farklılıklarıyla Konya, modernlik ile muhafazakârlığı, küreselleşme ile

yerelliği bir arada yaşatmaktadır. Aslında burada yapılan modern ya da küresel olanı kentin kimliğini oluşturulan dini-muhafazakar yapı ile temasa geçirmek, modern olanın içeriğini İslami terminolojiyle yeniden yapılandırmaktır. Başka bir ifadeyle Konya’da, sadece geleneksel olanın hatırlanıp korunmasıyla sınırlı olmayan, geçmişin yeniden güncellendiği ve aynı zamanda da modern-küresel olanla buluşmanın yeni bir vasatını tarihsel süreklilik içinde yaratma çabasının baskın olduğu görülmektedir. Konya’nın her zaman geleneksel-dinsel bir muhayyile içinde tanımlanmaya izin veren yapısı onun tarihsel birikimi ile de doğru orantılıdır. Buna göre, Konya’nın bir kent olarak tarihsel belleği ve her tür yenilik karşısındaki alışılmış soğukkanlılığı, kendi modernleşmesini özgüleştirmektedir. Konya, kentin kimliğini besleyen muhafazakarlığı üzerinden hem geleneksel hem de modern dünyaya açık, ancak ikilik yaratmayan bir yaşam stiline sahip olabilmıştır (Subaşı, 2007: 132-133).

Sonuç olarak Konya’yı emsallerinden ayıran asıl özelliği, manevi gelenek içinde şekillenen mazisi ve bu maziye günümüze taşıyan gündelik hayat pratiğidir. Konya’nın her zaman bir kutsallıkla ilişkilendirilebilen geçmişi, ona ihmal edilmemesi gereken bir ayrıcalık sunmaktadır. Gerek Türk modernleşmesinin gerekse küreselleşmenin bireylerin hayat tarzlarına yansıyan etkilerine karşı sessiz bir direniş ve mesafeli bir tutum takınan Konya’nın tarihi ve kültürel birikimi, dindar-muhafazakar kimliği ve diğer şehirlere kıyaslandığında incelikli, esnek ve dışarıdan gelen kültürel unsurları içeride eritme tecrübesine sahip özelliği kentte yaşayanların kimliğini de inşa etmektedir. Nitekim sadece Konyalılar değil, Konya’ya dışarıdan göç edenlerin önemli bir kısmı da bu dil ve eylem pratiğinin bir yansıması olarak tüketim kalıplarından siyasal tercihlerine kadar yaşam tarzlarını klasik sosyolojik kuramı zorlayacak şekilde yeniden dönüştürmektedir (Koyuncu, 2011: 268).

Sonuç

Küreselleşme, ülkeleri ve şehirleri aşan bir tasarımı çağrıştırıyorsa da, tıpkı modernleşmenin bütün unsurları gibi, nihai olarak şehirlerde somutlaşan bir hayat tarzıdır. Bu süreçte, Le Corbusier’nin gökdelen mimarisi, Mies Van der Roche’un cam yapıları, prototip toplu konut dokuları, tüketim kalıpları, müzik, sanat, kültür, edebiyat, bilgi, teknoloji kısacası bütün bir yaşam tarzı tüm unsurlarıyla dünyanın her yerin-

de aynılaşmaktadır. Bu durum kentlerin tarihsel-kültürel kimliklerinin hızla yitirildiği mekanlara dönüşmesine zemin hazırlamakta ve kentler bir yandan dünya kentleri kervanına katılabilmek için küresel anlamda bir yarış içine sokulurken ve bu yarışta da (sürdürülebilir kent, ortak miras vb. söylemlerle) kentin özgün ve yerel değerlerinin öne çıkarılması gereği vurgulanırken, diğer yandan da küresel kentler olarak kapitalist dünyanın tek tip tüketim mekanları haline getirilmektedir. Bu durum, tüketim toplumunun bireyleri haline dönüştürülen insanları, ne şekilde giyinmeleri, neler yemeleri, boş zamanlarını nasıl değerlendirmeleri gerektiği konularında benzer kalıplara sokmaktadır.

Seküler temelli bir Batılılaşma pratiğinden hayat bulan Türk Modernleşmesinin de bu süreci içselleştirme konusunda oldukça istekli olduğunu söylemek yanlış olmasa gerekir. Nitekim sürecin ülkemizdeki yansımaları da benzer niteliktedir. Başta metropoller olmak üzere ülke genelinde birbirinin prototipi olan kentlerin sayısı hızla artmakta ve bu durum kent kimliklerini deforme etmektedir. Elbette ortalama bir Türk kenti olan Konya’da bu süreçten nasibini almıştır. Ancak Konya’nın gerek Türk modernleşmesi gerekse küreselleşme karşısında kendini nasıl ve nerede konumlandığına bakıldığında Konya’nın ayrıcalığı da kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Tanzimat ile başlayan Cumhuriyet ile ivme kazanan Türk modernleşmesinin geçmişe ait olan her şeyin değer ve statüsünü deforme etmesi, var olan tüm geleneksel değerleri seküler-laik formlarla yeniden düzenleme çabası dindar-muhafazakar kimliği ile bilinen Konya’da “sessiz muhalefet” ile karşılanmış, kent hem geleneğe ve hem de modernliğe yaptığı eşzamanlı-eşdeğer atıflarla dikkatleri üzerinde toplamıştır. Konya’nın bir kent olarak tarihsel belleği ve her tür yenilik karşısındaki alışılmış soğukkanlılığı, kendi modernleşmesini özgüleştirmiştir. Konya’nın sosyal hayatını şekillendiren en temel parametre din, tasavvuf ve gelenek olmakla birlikte bu yapıyı besleyen unsurların başında 1924 mübadelesinin ardından daha homojen bir kültürel dokuya sahip olması, 1950’lerde başlayan ve 1980’lerde zirve noktasına ulaşan kırdan kente göç dalgasından etkilenmemesi gelmektedir. Nitekim 2000 yılı itibarıyla kent nüfusunun yüzde 88,5’inin (www.tuik.gov.tr) Konya doğumlulardan oluştuğu görülmektedir. Bu durum, kentin tarihi, kültürel, geleneksel kodlarının ve anlam haritalarının muhafaza edilmesinde etkili olmuştur. Yanı sıra modernitenin ve küreselleşmenin en fazla deforme ettiği iki kurum

olan aile ve dinin Konya’da gündelik hayatın merkezinde yer alması, gündelik ilişkiler dünyasının ürettiği toplumsal muhayyile ağının temelini oluşturması, kentin kimliğinin oluşumu, muhafazası ve sürdürülmesinde önemli rol bir üstlenmiştir. Konya’daki günlük hayat içinde her gün kendini yeniden üreten bu yapı, aile içi ilişkilerden komşuluk ilişkilerine, alışveriş kültüründen, eşyaya bakış tarzına, düğünlerden yas tutma tarzlarına, ticaretten siyasete kadar birçok alanda kente özgü farklıklar üretmiş ve bu farklılıklar Konya’nın sosyal dokusuna ve gündelik hayatına işlemiştir. Dinin ve geleneğin toplumsal hayattaki tezahürü sadece ibadet ve itikatla sınırlı kalmamış gündelik hayatın tüm rutinlerinde ete kemiğe bürünmüştür. Bunun en güzel örneklerinden biri tipik bir Konyalının zihninde bu şehrin nasıl bir imgeleme sahip olduğudur. Bir peygamberler ya da evliyalar şehri olarak Konya bu şehirde büyümüş biri için mübarek bir şehirdir. Sadece ortalama bir Konyalının zihninde değil ülke genelinde bu algı ve imaj mevcuttur. Kuşkusuz edebi ve entelektüel eserlerin ile kentte bulunan sanat değeri yüksek eserler ve mimari yapılarda Konya’ya özgü dil ve eylem pratiğinin keşfedilmesinde sakinlerine kentin gerçekliğine uygun düşecek bir anlam dünyasının kapılarını aramaktadır. Her ne kadar kentlerin fiziksel yapıları sürekli değişim ve dönüşüm içinde önemli bir zamansallıkla malul olsa da bu yüksek tipli eserler kentleri değişmez biçimde kendilerinde aksettirirler. Selçuklu payitahtı olan kentte kentin kimliğine göndermede bulunan mimari eserlerin yanı sıra kentin bir imgesi haline gelen Mevlana ve onun Mesnevisi ve diğer eserleri, genel İslam kültürü kadar Konya’nın şehir gerçekliğinin nasıl bir şey olduğuna dair bize bir ölçü sunmaktadır. Bu yönüyle Mesnevi’nin dili, Konya’nın sembolik şehir dilidir.

Sonuç olarak gerek modernleşme gerekse küreselleşmenin kent ve kent kimlikleri üzerindeki etkileri açısından Konya istisnai bir örnek olarak ele alınabilir. Söz konusu süreçlerin kent kimliklerine etkileri göz önüne alındığında Konya, modernleşme/küreselleşme ile geleneğe yönelik arzuların başka hiçbir yerde olmadığı kadar, paradoksal bir şekilde bulunduğu, kente içkin dindar-muhafazakar kimliğe yapılan atıfla modern olanı kendi toplumsal birikimi ile yeniden yorumlayan ve gündelik hayatta yeni tarzlara imkân veren model bir kenttir. Bu anlamda Konya, hem geleneğe ve hem de modernliğe yaptığı eşzamanlı atıfla dikkatleri üzerine çekmiş ve tarihsel belleği, modern olana karşı seçici

tutumunu ve her tür yenilik karşısındaki alışılmış soğukkanlılığı ile bir imkan ve ihtimal olarak sosyolojik teoriye mütevazı bir katkı sunarak kendi modernleşmesini özgüleştirmiştir.

Kaynakça

AKBALIK, E. (2004) Tüketim Kültürünün Etkisinde Değişen Kentsel Yaşam Biçimleri ve Küresel Kentler: İstanbul Örneği, İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.

AKIN, O. (1999) Küreselleşme Olgusu ve Kent Mekanı Üzerine Etkileri: İstanbul Metropolen Alanı Örneği, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul.

AKMAN, V. (1999) *Gelecek Yüzyılın Gündemi*, Rota Yayınları, İstanbul.

AKTAY, Y. (2007) “Küresel Kentleşme ve Kentsel Kimlik”, *Yerel Yönetimler Kültür Şurası*, Konya, 01-02 Eylül 2006, Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi, ss. 93–101.

ALSAC, Ü. (1976) Türkiye’deki Mimarlık Düşüncesinin Cumhuriyet Dönemindeki Evrimi, KTÜ İnşaat ve Mimarlık Fakültesi Yayınları, Trabzon.

ALVER, K. (2010) *Steril Hayatlar*, 2. Baskı, Hece Yayınları, Ankara.

CANSEVER, T. (1994) “Gökdelenler”, *Ev ve Şehir*, İnsan Yayınları, İstanbul.

CASTELLS, Manuel (1983) *The City and The Grassroots, A Cross-Cultural Theory of Urban Social Movement*, Edvard Arnold, London, s. 103.

CONNOR, S. (2001) *Post-Modernist Kültür*, Çev: Doğan Şahiner, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

COŞKUN, İ. (2004) “Ütopya ve Kent”, *Sosyoloji Dergisi*, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Sayı: 9, İstanbul, s. 185-192.

DEBORD, G. (1996) *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, Çev: A. Ekmekçi, O. Taşkent, Ayrıntı Yay., İstanbul.

- DURU, B. (2001) “Gökdelenler ve Kent”, *Cevat Geray’a Armağan*, Ankara, Mülkiyeliler Birliği Yayınları, No: 25, s. 333.
- EKE, E. Feral (1998) “75 Yıllık Cumhuriyetimizde İmar”, *Mimarlık Dergisi*, Sayı: 284, s. 22–25.
- ERDEM, R., DENİZ, K., KIZILDAĞ, Y., ÇAKIRER, Y. (2003) “Plan Kararlarının Konya Kent Kimliğine Etkisi”, *Konya Planlama Tartışmaları Kolokyumu*, Konya.
- FRIEDMANN, J. (1986) “The World City Hypothesis”, *Development and Change*, vol.17, Sage Publications, London, ss.69-83.
- GÖRMEZ, K. (2004) *Bir Metropol Kent: Ankara*, Odak Yayınevi, Ankara.
- HARVEY, D. (1999) *Postmodernliğin Durumu*, Çev.: Sungur Savran, Metis Yayınları, İstanbul.
- IŞIK, O. (1993) “Modernizm Kenti / Postmodernizm Kenti”, *Birikim Dergisi*, Sayı: 53, ss. 27-34.
- KELEŞ, R. (2002) *Kentleşme Politikası*, 7. Baskı, İmge Kitabevi, Ankara.
- KIRAY, M. (1982) “Gecekondular”, *Toplumbilim Yazıları*, Gazi Üniversitesi İİBF Yayın No:7, Ankara, s. 275– 282.
- KOCACIK, F. (2000) “Kitle Toplumu, Küreselleşme ve Türkiye” *Prof. Dr. Eyüp Kemerlioğlu’na Armağan*, Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Fak., Sivas
- KONGAR, E. (1997) “Küreselleşme ve Kültürel Farklılıklar Çerçevesinde Ulusal Kültür”, Kaynak: http://www.kongar.org/makaleler/mak_ku.php, Erişim tarihi: 24.10.2012.
- KOYUNCU, A. (2005) Konya’da Komşuluk İlişkileri, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- KOYUNCU, A. (2011) 1980’den Sonra Kente Göç Edenlerin Tutunma Yolları: Konya Örneği, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya.
- KÖSOĞLU, N. (2002) *Küreselleşme ve Milli Hayat*, Ötüken Yayınları, İstanbul.

LYNCH, A. Kevin (1960) *The Image of the City*, The M.I.T Press, Cambridge.

MCLUHAN, M. (2001) *Gutenberg Galaksisi*, Çev: G.Güven, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

OCAKÇI, M. (1994) “Kimlik Elemanlarının Şehirselleşmeye Yönelendirici Etkisi”, *5. Kentsel Tasarım ve Uygulamalar Sempozyumu-Kentsel Tasarıma Ekolojik Yaklaşım*, M.S.Ü., İstanbul.

OCAKÇI, M. ve SOUTHWORTH, Michael (1995) “Elements of Urban Identity: The Case of the Beykoz District of Istanbul”, *IURD*, Working Paper 650, University of California, Berkeley.

OSMAY, S. (1998) “1923’ten Bugüne Kent Merkezlerinin Dönüşümü”, *75 Yılda Değişen Kent ve Uygarlık*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

ÖNCÜ, A. ve WEYLAND, Petra (2005) “Giriş: Küreselleşen Kentlerde Yaşam Alanı ve Toplumsal Kimlik Mücadeleleri”, *Mekan Kültür İktidar: Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler*, Çev: L. Şimşek, N. Uygun, İletişim Yayınları, İstanbul, s.9-40.

ÖNEM, A.Buket ve KILINÇASLAN, İsmet (2005) “Haliç Bölgesinde Çevre Algılama ve Kentsel Kimlik”, *İTÜ Dergisi/ Mimarlık*, Planlama ve Tasarım, Cilt:4 Sayı:1, s.115-125.

PULTAR, G. (2003) “Moderniteyi Sorgularken”, *Kültür ve Modernite*, Ed. Gönül Pultar, Emine O. İncirlioğlu, Bahattin Akşit, Tetragon, İstanbul, ss. 25-62.

ROBİNS, K. (1999) *İmaj*, Çev: Nurçay Türkoğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

SENNETT, R. (1999) *Gözün Vicdanı: Kentin Tasarımı ve Toplumsal Yaşam*, Çev. S. Sertabiboglu ve C. Kurultay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

SENNETT, R. (2008) *Ten ve Taş Batı Uygarlığında Beden ve Şehir*, Çev. T. Birkan, Metis Yayınları, İstanbul.

SMITH, A. (2002) *Küreselleşme Çağında Milliyetçilik*, Çev: D. Kömürçü, Everest Yayınları, İstanbul.

SÖZEN, E. (2007) “Plastik Kimlikler Çağında Kentin Yeni İmkanları ve Sorunları” *Yerel Yönetimler Kültür Şurası*, Konya, 01-02 Eylül 2006, Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi, ss. 103–123.

SUBAŞI, N. (2007) “Şehir Kimliği ve Gündelik Hayat”, *Yerel Yönetimler Kültür Şurası*, Konya, 01-02 Eylül 2006, Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi, s. 125–151.

SUHER, H., OCAKÇI, M., KARABAY, H. (1996) “İstanbul Metropolitan Kent Planlama Sürecinde Kent Kimliği ve Kent İmgesi”, *Habita-ta Doğru İstanbul 2020 Sempozyumu-Bildiriler*, İTÜ, İstanbul.

ŞENGÜL, H. Tarık (2001) *Kentsel Çelişki ve Siyaset : Kapitalist Kentleşme Süreçleri Üzerine Yazılar*, Demokrasi Kitaplığı - Dünya Yerel Yönetim ve Demokrasi Akademi (WALD) Yayını, İstanbul.

TEKELİ, İ. (1991) “Bir Kentin Kimliği Üzerine Düşünceler”, *Kent Planlaması Konuşmaları*, TMMOB Mimarlar Odası Yayını, Ankara, s. 79-89.

TEKELİ, İ. (1998) “Türkiye’de Cumhuriyet Döneminde Kentsel Gelişme ve Kent Planlaması”, *75 Yılda Değişen Kent ve Uygarlık*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.