



bilimname 45, 2021/2, 185-218
Araştırma Makalesi
Geliş Tarihi: 21.07.2021, Kabul Tarihi: 21.09.2021, Yayın Tarihi: 31.10.2021
doi: 10.28949/bilimname.973612

MODERN VE POSTMODERN KENT KURGUSUNDA TURİST BAKIŞINA TERK EDİLEN DİNİ YAPILAR

 Mustafa Derviş DERELİ^a

Öz

Şehir/kent mimarisi ve tasarımı, geleneksel dönemlerden modern döneme değişim içerisindedir. Rönesans'ta temelleri atılan perspektifçilik fikriyle başlayan ve fotoğraf makinesinin icadıyla ivme kazanan göz merkezci dünya, şehir kurgusunda önemli değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Ulaşım araçlarının gelişmesi ve fotoğrafın yaygınlaşmasıyla birlikte seyahat anlayışında değişimler yaşanmış, insan hareketliliği küresel ölçekte artmıştır. Turizmin kurumsallaşmasının ve zaman içerisinde endüstrileşmesinin gereklerinden biri olarak turiste özgü yeni deneyim ve pratik alanları ortaya çıkmıştır. John Urry'nin kavramsallaştırdığı "turist bakışı", turistik seyahatin en belirgin göstergelerinden biri olarak hıza ve tüketime teşne tabiatıyla diğer bakışlardan ayrılmıştır. İnsanın bakışına konu olabilecek her mekanı, alanı, hatta boşluğu turist bakışını temele alarak görsel anlamda yeniden düzenlemeye kendisini hasretmiş modern ve postmodern kent kurgusu, kutsal mekanları ve camii, medrese, külliye, türbe, kümbet gibi dini yapıları da turist bakışının konusu haline getirerek tekdüzeleştirmiştir. Betimleyici bir yöntemsel yaklaşımla sosyodini yapılarla turist bakışı arasındaki ilişkiyi konu edinen bu çalışma, mekanın yeniden üretimi ile gösterişçi tüketimi kısıncasında gün geçtikçe hayatın çeperlerine itilen dini yapılara yönelik turist bakışının yansımalarını örnekler üzerinden konu edinmektedir. Sonuç olarak çalışma, turist bakışı merkeze alınarak gerçekleştirilen restorasyon, peyzaj ve rekreasyon çalışmalarının, dini yapıları kendi tarihlerinden, kimliklerinden uzaklaştırmakla ve daha da önemlisi yeni kuşaklar için bir yaşam alanı ve hafıza mekanı olma potansiyellerini tüketmekle karşı karşıya bıraktığına işaret etmektedir.

Anahtar kelimeler: Din Sosyolojisi, Turist Bakışı, Kent Kurgusu, Dini Yapılar, Mekanın Yeniden Üretimi.



^a Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi, mdervisdereli@erciyes.edu.tr

RELIGIOUS BUILDINGS ABANDONED TO THE TOURIST GAZE IN THE MODERN AND POSTMODERN URBAN SETTING

City/urban architecture and design are changing from traditional to modern times. The eye-centered world, which started with the idea of perspectivism based on the Renaissance and accelerated with the invention of the camera, brought along important changes in the urban setting. With the development of means of transportation and the spread of photography, there have been changes in the understanding of travel, and human mobility has increased on a global scale. As one of the requirements of the institutionalization of tourism and its industrialization over time, new tourist-specific experience and practice areas have emerged. The “tourist gaze” conceptualized by John Urry, as one of the most prominent indicators of touristic travel, is distinguished from other gazes due to its character based on pleasure and consumption. The modern and postmodern urban setting, which has devoted itself to visually rearranging every place, area, and space that can be the subject of a human’s gaze, has made holy places and religious buildings such as mosques, madrasahs, social complexes, tombs, cupolas the subject of the tourist’s gaze. This study deals with the relationship between socio-religious buildings and tourist gaze with a descriptive methodical approach. It focuses on the reflections of the tourist gaze on religious buildings, which are pushed to the periphery of life day by day, in the grip of the reproduction of space and its conspicuous consumption. As a result, the study points out that restoration, landscape, and recreation works carried out by taking the tourist gaze into the center face religious buildings away from their histories and identities, and more importantly, consuming their potential to become a living space and a place of memory for new generations...

[The Extended Abstract is at the end of the article.]



Giriş

Şehir/kent çalışmaları, sosyolojinin ortaya çıkış serüveniyle eşdeğer bir ömre sahiptir ve sosyolojik çalışmaların en önemli araştırma sahalarından biridir. Şehir/kent, toplum ile din arasındaki irtibatın ve etkileşimin kolayca müşahade edilebildiği, bireyin bireysel düzlemdeki veya toplumun toplumsal düzeydeki dindarlık algısının ortaya çıkarılabildiği bir yaşam alanına tekabül ettiği için, din sosyolojisinin de en mümbit çalışma konularından biridir. Zira şehirler bize dindarlığın bir cam fanus içerisindeymişçesine ya da bir kalıp yargı olarak mı benimsendiğini, yoksa toplumsal hayatta aktif bir rol mü üstlendiğini canlı şekilde gösterir. Din, eğer halen bir toplumu dönüştüren aktörler arasında yer alıyorsa, bunu ne düzeyde ve nasıl gerçekleştirdiği, dindarlığın süreklilik-süreksizlik

ekseninde hayatta nasıl ete kemiğe büründüğü yine şehirler üzerinden okunabilir. Dini anlatmakla mükellef olduğu düşünülen insanların toplumsal hayatta ne denli bir etkiye malik olduğunu, toplumda ne düzeyde saygınlık gördüğünü ya da sosyolojik bir tip olarak ötekileştirilip ötekileştirilmediğini de şehirler bize anlatır. Şehrin kapalı çarşısında, bedesteninde, tarihi yapılarında, camilerinde, medreselerinde, meydanında, sokağında, çarşısında, pazarında dolaşmak dahi bu izlenimi bize verir.

Şehirlerde yapılan küçük yürüyüşler, toplum ile din arasındaki etkileşimin hayat bulduğu dini yapıların günümüzde hangi anlamlar taşıdığına ya da herhangi bir anlamı halen taşıyıp taşımadığına yönelik bir merak uyandırır. Geleneksel dönemde şehir hayatının daha merkezi bir formunu teşkil eden ve hayatın akışına şahit olunan sosyo-dini yapıların, modern ve postmodern kent mantalitesinde çok daha farklı bir noktada konuşlandığı açıktır. İnsanın kendisini, hayatını, içerisinde yaşadığı dünyayı anlamlandırmasını sağlayan zaman-uzam dengesinin değişikliğe uğraması sonucu mekanın önemini görece kaybetmesi ve zamanın parçalı olarak algılanması, postmodern mekan algısını beraberinde getirmiştir. Dijital dünyayla birlikte hemen her şeyi anlık etkileşim pratiklerine hasreden postmodern mekan algısı, yüzyıllara bir şekilde meydan okuyan dini yapılara dahi hazza dönük, pragmatik niteliği haiz turistik bir bakışı ortaya çıkarmış ve bu yapılar, içerisinde tefekkür etmek ya da ibadet etmek yerine geniş kapsamlı bir kent gezisinin sıradan bir parçası olarak kodlanmaya başlanmıştır.

John Urry'nin 1990 tarihli *Turist Bakışı* isimli eseriyle literatüre dahil olan ve sonraki dönemlerde diğer sosyal bilimcilerin katkılarıyla farklı boyutlar kazanan "turist bakışı" kavramı, modern zaman ve mekân algısının deneyimlenmesinden gözetim ve tüketimin çeperinin genişlemesine, kimliğin anlamlandırılmasından yaşam alanlarının değişimine kadar farklı disiplinlerde ufuk açıcı uzanımları olmakla birlikte literatürde yeterince irdelenmemiş, din sosyolojisi özelinde de herhangi bir çalışmaya konu edilmemiştir. Bu çerçevede "modern ve postmodern kent kurgusunda dini yapılar, turist bakışının alanına nasıl dahil edilmektedir?" araştırma sorusuna cevap arayan bu çalışma, literatürden ve gözlemlerden hareketle dini yapıların sosyolojik karşılığındaki değişimi açığa çıkartmayı hedeflemektedir. "Dini yapılar" ifadesi çalışmamızda çoğunlukla camilere atfen kullanılmakla birlikte, kimi yerde konu ve bağlam gereği medrese, külliye, türbe, kümbet, tekke, dergah gibi yapıları da içermektedir. Diğer taraftan Türkçe literatürde modern öncesi ve modern dönem dikotomisinden hareketle "şehir" ve "kent" şeklinde ikili bir kullanım göze

çarpırsa da bu çalışmada böyle bir ayırım gözetilmemiş ve kelimeler birbirinin yerine kullanılmıştır.

A. Hayret ve Hayranlık Arasında Bakışın Sosyolojisi

Bakmak ve görmek, modern dünyanın üzerinde en fazla durduğu eylemlerdendir. Kökenleri oldukça eskilere giden modern bilim, evrendeki hemen her şeyi gözleme, deneye ve incelemeye konu ederken kaçınılmaz bir biçimde göz merkezci bir paradigma¹ inşa etmiştir. Bu paradigma, gözün kendisini iktidar kılarken aynı zamanda görmeyi ve gözetlemeyi bir iktidar elde etmenin, iktidar gücünü kullanabilmenin veya iktidarda kalabilmenin unsurları haline getirmiştir.

Göz merkezci inşa elbette bir anda gerçekleşmemiş, belirli kırılmalara ve dönüşümlere uğrayarak çağımızdaki formuna ulaşmıştır. Rönesans'la birlikte sanat alanında ortaya çıkan perspektifçilik fikri ve Descartes ile zirveye ulaşan Kartezyen özne anlayışı ile temelleri atılan modern göz merkezci yaklaşım, 19. yüzyıldan itibaren zeminini daha da sağlamlaştırmıştır. 19. yüzyılda insanın görme duyusuna müdahale edilmiş, ona çeşitli içeriklerle yön verilmeye çalışılmıştır. Bu döneme kadar daha gündelik düzlemde kendi doğal karakteri içerisinde gerçekleşen görme, henüz fotoğraf makinasının icat edilmesinden önce *camera obscura*, 1839'dan itibaren fotoğraf makinası ve 1870-1880'lerde değişen resim anlayışıyla birlikte artık çok daha biçimsel ve örgütlü bir eyleme bürünmüştür (Crary, 2015, s. 15). Fotoğraf makinasının icadı, alışılmış görme biçimlerini değiştirerek, bir "ân"da sabitlenmiş, birbirinden ayrılabilen, kesintiye uğratılabilen fotoğraflık görmeyi ortaya çıkarmıştır (Sontag, 2008, s. 120). Görmenin bir insan gözüyle değil de bir makinenin objektifi aracılığıyla gerçekleştirilmesi ve büyütme-küçültme ya da ağır çekim gibi insan gözüyle algılanamayacak görüntülerin yakalanabilmesi (Benjamin, 2016, s. 54) doğal bir görmeyi değil, çarpıtılmış görüngüler dünyasını ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla Urry'nin (2009, s. 223) de ifade ettiği gibi ulaşılan görüntüler artık dünyaya ilişkin değil; onun parçalarına ilişkin olup gerçekliğin minyatür dilimlerinden ibaret hale gelmiştir.

Kadim medeniyetlerde şifahi kültürün taşıyıcısı konumundaki işitme eylemi, modern dönemde önemini ve etkisini görece kaybederek üstünlüğü görmeye bırakır. Görselliği an be an yeniden üreten göz merkezci kültürde görmenin kaçınılmaz olarak ayrıcalıklı bir konum elde etmesi (Eken, 2020, s.

¹ Göz merkezci paradigmayı açıklamak, bu çalışmanın sınırlarını aşacak düzeyde derin açıklamalar gerektirmektedir. Konuyla ilgili en temel kaynaklar için (Jay, 1988; Panofsky, 2013, 2015; Florenski, 2017; Farago, 2018; Sennett, 2011; Sayın, 2018; Kaya, 2020).

49), insanın hakikat arayışıyla ilintili olarak bazı tartışmaları beraberinde getirir. Sözelimi John Berger, perspektif fikriyle görünenler dünyasının, bir zamanlar evrenin Tanrı'ya göre düzenlenmesi gibi seyirciye, yani bakan kişinin görüş açısına göre düzenlediğini öne sürer (2016, s. 16). Bu bakımdan görmenin geleneksel kodlarını dönüştürmesi ve referans noktasını insana indirgemesi dolayısıyla, modern görme rejiminin, insanın hakikat ile arasına mesafe girmesine sebebiyet verdiğini ifade etmek mümkündür. Görmenin belirli sınırlar içerisinde kalan suni bir inşa olduğunu düşünen ve modern dönemde "I understand" ile "I see" cümlelerinin doğrudan eşleştirilmesine ciddi anlamda karşı çıkan Ellul'a göre de hakikat göze emanet edilemeyecek kadar değerlidir (1998, s. 32, 52). Görme eylemine kapı aralayan ve görmeyi verili, sistematik bir mahiyete büründüren bakışın kökenlerini ve saçaklarını keşfetmek de modern göz merkeziliği anlamak açısından son derece ehemmiyet arz etmektedir. Zira bakışın epistemolojik içerimleri kadar onun ontolojik boyutuna karşılık gelen bir düzlemi ve düzeyi de söz konusudur.

Bakış açısı, hayatı keşfetmenin, hayata tutunmanın, hayatı hayretle mecedebilmenin bir ön koşuludur. Hayret, modern zamanlarda rutinin peşinde giden insanın unuttuğu bir kavramdır (Karaarslan, 2021, s. 60). Bakışa bir çerçeve çizecek, ona anlamını katacak, referans noktalarını gösterecek unsur hayrettir. Bu bakımdan esas olan, insanın görünenler dünyasına hayret nazarıyla yaklaşmasıdır. Hayret, bu anlamda bakışı ontolojik bir bağlama taşır. Fakat yaşadığımız zamanın ruhu, hem nesnelere hem de kişilere hayranlık duygusuyla yaklaşılmasını salık verir. Gösterişli mekanlara, şöhret sahibi insanlara, fenomenlere karşı hayranlık, popüler kültür unsurlarıyla sürekli canlı tutulur. Hayret kelimesiyle aynı kökenden gelmesine rağmen hayranlık, Türkçede aşırı isteğe, tutkuya tekabül ettiği ve tüketimi çağrıştırdığı için derinliği olmayan gelip geçici bir bakışın ürünüdür. Hayranlık duygusunu kişide uyandırabilmek için gösteri ve şov, sürekli işe koşulur. Modern ve postmodern kent mantalitesi, restorasyon ve peyzaj çalışmalarıyla tarihi eserlerden dini yapılara insanların bu mekanlara hayranlıkla bakmasını hedefler. Bu bakımdan turist bakışı hayretle değil, hayranlıkla irtibatlıdır. Dolayısıyla köksüz olduğu kadar gelecek perspektifi de yoktur.

Bakış bireysel özelliklerden, kültürel ve dini kodlardan ya da topluluk aidiyetinden bağımsız değildir. Başka bir ifadeyle bakışın psikolojik ve sosyolojik vecheleri vardır. Aynı nesneye bakan, aynı olayı gözlemleyen iki kişinin bakışı birbirinden farklıdır. Yaşamış oldukları deneyimleri, içsel yolculukları, karakteristik özellikleri, bu farklılığın bazı önemli etkenleridir. Benzer şekilde dünyanın farklı coğrafyalarındaki insanların benzer olaylara

bakışları da farklılıklar arz eder. Ait oldukları konjonktürel, siyasal, etnik, kültürel çerçeveler ve yaşam dünyaları, onların bakışlarını ve gözlemlerini çeşitlendirir. Her milletin, toplumun, topluluğun hafızası birbirinden farklılık arz edeceği için bakışın sosyolojik farklılaşması normale, olağana işaret eder. Fakat bakışın epistemolojik boyutunu teşkil eden modern görme biçimi, bakışa müdahale etmek suretiyle onu; amacı, hedefi ve çerçevesi önceden belirlenmiş, kodlanmış bir dizgeye dönüştürerek söz konusu çeşitliliği indirger. Kent keşmekeşi ve kente dair yaşam pratiklerinin yanı sıra popüler kültürün sözcülüğünü yapan medya unsurları da bakışların tekdüzeleşmesinde önemli rol oynar. Bakışın modern/postmodern dönemde aynılaşmasının veya büyük ölçüde benzeşmesinin en bariz ve etkili göstergelerinden birisi turist bakışıdır.

B. Turist Bakışı Nedir? Tanımı, Çerçevesi ve Temel Nitelikleri

Turist bakışı, bakışın turistle özdeşleşen, hemen bütün dünyada benzer özellikler taşıyan biçimidir. Kavram ilk kez John Urry tarafından *The Tourist Gaze* ismiyle 1990 yılında yayımlanan kitapla literatüre dahil olmuş ve sonraki dönemlerde araştırmacılar tarafından kavrama farklı bağlamlar kazandırılmıştır. Urry, bu eserinde yalnızca turist bakışının tanımına ve temel bileşenlerine yer vermekle kalmamış; seyahat anlayışının tarihsel süreçte nasıl değiştiğinden turizmin doğuşuna, turist bakışının küreselleşme serüveninden turizmin endüstrileşmesine kadar konuyla ilgili geniş bir çerçeve çizmiştir.

Turist bakışına (tourist gaze) temel teşkil eden ve bakışın bir türü, biçimi olan “gaze” kelimesini yakından tanımak, turist bakışının mahiyetini anlamak açısından son derece önemlidir. Bakmak kelimesinin İngilizcedeki karşılıkları olan “look”, “stare” ve “gaze”in anlamsal farklılıkları söz konusudur. “Look” kelimesi doğal bir görme pratiği içerisinde çift taraflı bir ilişkiyi ima ederken “gaze”, bir nesneye dikkatle, sistematik şekilde bakarken onu edilgen hale getiren tek taraflı bir bakışı açığa çıkartır (Harris, 2005, s. 120; Aytaç, 2012, s. 181). “Stare” kelimesi ise “gaze”deki gibi uzun süreliğine bakma eylemine tekabül etse de buradaki bakış, gözleri heyecanla ve şaşkınlıkla sabit bir noktaya çevirip oraya gözleri hiç hareket ettirmeden bakmakla gerçekleşir; “gaze” fiilinde var olan bakan-bakılan arasındaki etken-edilgen ilişkisi bu kelimedeki söz konusu değildir. Bu durumda turist bakışında yer alan bakış kelimesi, sıradan bir bakıştan çok belli içerimlere sahip olan farklı bir bakış türüne karşılık gelir.

Bakışa sıfat olarak gelen turist kelimesiyle ilgili olarak da literatürde oldukça ilginç yaklaşımlar vardır. Bunlardan en dikkat çekici olanı

Bauman'ın serseri ile turist arasında yaptığı karşılaştırmadır. Postmodern zamanlarda insanın kentlerdeki durumunu betimlemek için kullandığı başı boş kişi tiplerinden hareketle Bauman, serserinin bulunduğu yerde ne kadar kalacağını bilemediğini, yapılaşmamış bir mekan içinde yolculuk yaptığını ve bu bakımdan da epizodik zaman-mekan algısıyla hedefi olmayan bir göçebe ya da hacı konumunda olduğunu öne sürer. Turist de serseri gibi geldiği yerde uzun süre kalmayacağını bildiği halde bir sözleşmeyle yolculuğa çıktı; merakı, eğlenme ihtiyacı ve estetik kapasitesi doğrultusunda rotasını belirlediği ve bütün bunlar için para ödediği için serseriye kıyasla kendisini çok daha özgür hisseder. Serseri gibi turist de halihazırda yaşadığı bölgenin dışına çıkmasına rağmen, serserinin aksine turist kendisini rutinin dışına çıktığı için ayrıcalıklı hisseder. Serseri ve turisti aynı noktada buluşturan bir diğer özellik, her ikisinin de dolaştıkları mekanlarda diğer insanlarla kısa süreliğine, üstünkörü karşılaşmalarıdır. Dolayısıyla bunlar aslında sahte karşılaşmalardır. Her ikisinin de yaşama mottosu aslında şudur: fiziksel açıdan yakın, tinsel açıdan uzak (Bauman, 2016, ss. 290-291). Turist kelimesi diğer taraftan seyahat ve turizm kelimeleri arasındaki farka benzer şekilde kaşif, seyyah ve gezgin gibi nitelermelerden de ciddi ölçüde ayrılmaktadır. Gezilmesi ve görülmesi kendisine salık verilen mekanları çok hızlı bir biçimde gezen turist durumunu, şehri adımlayan ve onu bütünüyle keşfetmek isteyen kişinin durumundan çok farklıdır. Nitekim Boorstin oldukça erken tarihli çalışmasında, turistlerin keyiflerinin peşinde giderek kendileri için hazırlanmış bir çerçeve içinde turistik yerleri pasif olarak gezerken; gezginlerin, insanların/toplumun içerisine aktif olarak katılarak mekanları bizzat deneyimlediklerini öne sürer (1961, s. 85). Çalışmamıza turist bakışını dini yapılar bağlamında konu edişimizin en temel sebebi, turistin gerek gezilen alandaki yerel halkla gerekse bakışa konu edilen mekan ya da nesneyle gerçekleştirdiği sahte karşılaşmalardır. Bu açıdan turisti, yerel halktan izole olan, sahte olayların peşinden giden, özgün olanı değil de oluşturulmuş, kurgulanmış mekanlardan, metaya konu edilmiş kültürlerden keyif alan bir kişi (Boorstin, 1961; Sağıroğlu, 2019, ss. 93-94) şeklinde tanımlamak mümkündür.

Turist ve bakış kelimelerine bir konum tayin ettikten sonra turist bakışı kavramının çerçevesini çizmek gerekmektedir. Urry'ye göre turist bakışının nesnesi bir manzara, kum, güneş veya deniz olabileceği gibi bir kasaba ya da köy olabilir. Benzer şekilde herhangi bir etnik grup veya onların yaşam biçimi olabileceği gibi tarihsel bir yapı veya rekreasyon alanı olabilir. Bu nesnelere uzun süre bakılması, durulup fotoğraflanması ve yeniden

bakılması, bakışın durmaksızın yeniden üretilmesine imkan sağlar. Bakış, göstergeler aracılığıyla oluştuğu için turizmin kendisine özgü göstergeleri turist bakışında son derece önem arz eder (2009, ss. 16-17, 95). Bir yer, tarihi yapı ya da doğal alan, daha ne kadar turist çekilebilir anlayışıyla düzenlendikçe, turizm şirketleri oraya daha fazla yoğunlaşır. Yol üzerinde nerelerde mola verileceği, hangi yapıların ya da manzaraların fotoğraflarının çekileceği, hatta onların hangi açıyla çekilmesi gerektiği konusunda acente görevlileri turistleri sürekli olarak yönlendirirler. Turistler artık o anda orada bulunmanın ve yerleri/nesnelere fotoğraflamanın kendileri için çok büyük şans olduğu konusunda hemfikir hale gelirler. Bakılan nesnenin aslında gerçekteki halinden farklı olduğu, turist klişeleri ve pratikleriyle bezenmiş, inşa edilmiş nesnelere haline geldiği turistlerin ilgi alanlarına girmez (Urry, 2009, s. 205).

Turist bakışının gelişimi; seyahatin kolaylaşması, yoğunlaşması ve turizmin kurumsallaşmasıyla paralel seyretmiştir. 18. yüzyılda İngiltere başta olmak üzere pek çok Avrupa ülkesinde kaplıca kentlerinin görülmeye başlanması, turist altyapısının oluşmasına zemin hazırladı. Önceleri tıbbi amaçlarla ya da şifa arayışıyla gidilen bu kentlere zaman içerisinde sahil kentleri de eklendi ve tatil yerleri giderek gelişme kaydetti. Bu dönemde yeni sosyalleşme biçimleri ön plana çıkmaya başladı. Örneğin meyhaneler bu yüzyılda aydınlanma, ısınma, yemek yeme, haber, bankacılık, seyahat imkanı, eğlenmeyi ve sosyallaşmayı sağlayan belli merkezlerden biri haline geldi. 19. yüzyıl ise trenle gerçekleştirilen kitlesel seyahatlerin çağıydı. Belki de ilk kez bu tarihlerden sonra bir tatil yeri hiyerarşisi gelişti ve pek çok yer o güne kadar dudak bükülen ve hatta alay edilen kitle turizminin somut göstergeleri haline geldi (Urry, 2009, s. 37). 19. yüzyılda ulaşımın büyük bir ivme kaydetmesi, tatilin toplumsal anlamdaki karşılığını değiştirdi, böylece insanlar artık düzenli olarak belli tatil bölgelerine gitmeye başladılar. 1870'lerden sonra dini festivaller insanların kendi yerleşim yerlerinden çok daha uzaktaki deniz kıyılarındaki gezileri içerecek şekilde yapılır hale geldi. Bu yüzyılın sonlarına doğru turizm pazarı geliştikçe ve niceliksel olarak nüfusun dikkate değer bir kısmı tatil yapmaya başladıkça, turistler arasında statü farklılığı görünür oldu. Tatil için gidilen bölge, kalınan mekan, kimlerle birlikte gidildiği gibi hususlar artık belli düzeydeki zenginliğin ya da statünün göstergesi haline geldi (Urry, 2009, ss. 43-49).

19. yüzyılda turizmin ve turist bakışının gelişimiyle fotoğrafçılığın ilerleyişinin paralel seyretmesi son derece ilginçtir. Tarihte ilk kez bu denli yoğun şekilde, bildikleri çevrelerinin dışına herhangi bir ihtiyaçlarını gidermek üzere değil de kendi zevkleri için çıkmaya başlayan insanların

yanlarına fotoğraf makinesini aldıkları görülmektedir. Literatürde fotoğraf üzerine yaptığı önemli çalışmalarıyla tanınan Sontag'ın (2008) da dikkat çektiği gibi fotoğraflar, bir gezinin aşama aşama planlanıp gerçekleştirildiğinin ve arzu edilen eğlencenin yaşandığının bariz göstergesi olarak işlev görmektedir. Dolayısıyla seyahat etmek, artık bir fotoğraf biriktirme stratejisine dönüşmüş, fotoğrafçı ise yerlilerin hassasiyetlerini önemsemeden onların pratiklerini kadraja aldığı için süper-turist olmuştur. Süper-turistin ya da post-turistin en dikkat çeken özelliği, turizmin birçok metinden oluşan bir oyunlar dizisi olduğunu ve ne kadar oyun oynarsa o kadar haz duyacağını bilmesidir (Urry, 2009, s. 162). Sontag, "fotoğraf makinesi, herkesi başka insanların –nihayetinde, kendi kendisinin gerçekliğinin turisti haline getirmektedir" (2008, s. 52) ifadesiyle fotoğraf(çı) ve turist bakışı arasındaki ilişkiyi çok daha özlü biçimde ortaya koymaktadır.

İkinci Dünya Savaşı ve sonrasına gelindiğinde ise tatile gitmenin insan için yararlı olduğuna, tatilden sonra kişinin yeniden çalışma gücü ve enerjisiyle dolacağına yönelik bir anlayış yaygınlaştı. Tatile gitmek, vatandaş olmanın bir nevi göstergesi haline gelerek yaşamdan haz duyma hakkı olarak konumlandı. Herkesin turistik mekanlara gidip turist bakışıyla ilgili hazları deneyimleme imkanı vardı. Modern bir deneyim anlamında turist olmak; sağlıklı olmanın, statü sahibi olmanın bir yansımasıydı. Tatil için bir yere gidememek, temel ihtiyaçlardan olan eve ya da arabaya sahip olmamakla eşdeğer bir eksiklik gibi görülmekteydi. Böylece bu dönemlerden itibaren, insanların yoğun iş hayatından belli bir süreliğine "kaçarak" tatile gitmeleriyle fiziksel ve zihinsel sağlıklarının yenileneceğine yönelik bir söylem gelişti (Urry, 2009, ss. 18-20) ve bu söylem bireysel anlamda içselleştirilmekle kalmadı, halk katmanlarınca benimsenmeye başladı.

Tatil ihtiyacına yönelik oluşan söylem aslında turizmin dünya ölçeğinde yayılarak kurumsallaşacağına bir habercisiydi. Günümüzde turizm; ulaşım, misafir ağırlama, seyahat, tasarım, danışmanlık, gazetecilik, habercilik gibi çok çeşitli alanları içerisinde barındıran oldukça geniş bir ağa tekabül etmektedir (Urry, 2015, s. 249). Önemli düzeydeki ekonomik katkısıyla birlikte düşünüldüğünde turizm, çağımızda devletlerin kolay kolay vazgeçemeyeceği bir saha haline geldi. Ekonomik göstergeleri daha iyi hale getirebilmek amacıyla ülkelerindeki kırsal alanları, doğal güzellikler, tarihi ve dini yapılar başta olmak üzere hemen her türlü unsuru turizm alanına daha fazla dahil etmeyi amaçlayan devletlerin, tabiatı itibariyle zaten turist bakışını merkeze alarak oluşturulan modern ve postmodern kentsel alanlarda turizmin alanını daha ciddi düzeyde genişletebilmek üzerine kafa yordukları da bir gerçektir.

Urry'nin dikkat çektiği gibi turizm, genel algının aksine basitçe bir seyahate çıkma veya ülkeler nezdinde bir sermaye artırımı olmayıp son derece toplumsal bir olgudur. Çünkü turist bakışı her ne kadar dünya ölçeğinde bazı temel nitelikleri bünyesinde barındırsa da toplumun karakteristik özelliklerine ve toplumsal deneyime göre farklı görünüm alır. Yani dünya ölçeğindeki bütün turistler için bütün zamanlar ve mekanlar için geçerli olabilecek evrensel bir deneyim yoktur (2009, s. 14). Bakış, toplumsal etkinlik ve göstergeler sisteminden bağımsız olmadığı için turist bakışında da bu bakışı oluşturan hususiyetlerde veya bakışın hangi "ötekine" göre inşa edildiği gibi durumlarda farklılaşmalar ortaya çıkar. Bu bakımdan turist bakışı toplumsal olarak inşa edilir; üretim, tüketim ve sunum sarmalı yine toplumsal olarak düzenlenir. Fakat öte yandan Urry'nin "turistik deneyim, sıradan olanın dışında olmalıdır" (2009, s. 32) şeklindeki ifadesi bilhassa modern dönemde hangi coğrafyada olursa olsun belli şeylerin turizmin konusuna dahil edildiği, yöneticilerin bu perspektifle mekanları düzenlediği ve hatta yeniden ürettiği gerçeğini de açıkça ortaya koymaktadır.

Turist bakışının da kendi içerisinde çeşitleri bulunmaktadır. Urry'nin "turist bakışı biçimleri" şeklinde ifade ettiği bu sınıflamada romantik, kolektif, seyirlik, çevresel ve antropolojik turist bakışı biçimleri yer almaktadır. Buna göre romantik turist bakışı yalnızlıktan, kişinin sürekli kendi içine dönmesinden kaynaklanan ve bakarken bireyin huşu hissettiği, Walter Benjamin'in tabiriyle aura gerektiren bir bakıştır. Antropolojik turist bakışı da yalnızlığı ve kişinin kendi içine dönmesini merkeze alırken gözlemlenen yaşam veya mekan pratiklerini yorumlama işlevi de görür. Kolektif turist bakışı ise topluluk ruhunun hissedildiği komünal etkinliklerde ve büyük ölçüde tanıdık/bildik mekanlara bakarken gerçekleşir. Seyirlik turist bakışında da kolektif/komünal etkinlik önemlidir; kişi, farklı göstergelere sahip olan unsurlara bakar. Çevresel turist bakışı ise kişinin çoğunlukla etrafındaki mekanları veya nesnelere merak duygusuyla incelemesiyle ortaya çıkar (2015, s. 283). Bahsi geçen turist bakışı biçimlerinin hepsi kendi içerisinde önemli olmakla birlikte, dini yapılar özelinde daha görünür olması dolayısıyla bu çalışmada dile getirilen turist bakışı, büyük ölçüde romantik ve seyirlik turist bakışı türlerine karşılık gelmektedir.

Turizm hizmetlerinin çeşitlenmesi, turist olmanın anlam ve göstergeleri, modernite ve postmodernite süreçleri, turist pratiklerinin küreselleşmesi gibi etkenler, turist bakışı kavramının yeniden gözden geçirilmesini ve ona farklı içerikler kazandırılmasını zorunlu kılmıştır. Urry, *Turist Bakışı* kitabının yeni baskılarında "turist bakışı"ni güncelleştirerek

kavramın sosyal bilimler literatüründeki görünürlüğünü ve işlevselliğini arttırmıştır. 2002 yılında ikinci baskısı yapılan kitabına “Bakışın Küreselleşmesi” başlıklı bir bölüm ekleyerek bu baskıda giderek mobilleşen dünyada “sanal seyahat” ve “iletişimsel seyahat” gibi yeni seyahat türlerinin ortaya çıktığına, önceki dönemlerin aksine savaş, hastalık ya da kıtlık bölgeleri olarak bilinen uzak yerlerin turist cazibesinden çıktığına ve daha da önemlisi Batılıların ya da Batıya ait nesnelere de turist bakışına konu edilmeye başlandığına dikkat çeker. 2011 yılında Larsen’le birlikte yayımladığı kitabın üçüncü baskısında ise yazar, turizm yapıp etmelerinin yalnızca görsel olmadığını, aynı zamanda fiziksel veya bedensel de olabileceğini ve bakışın diğer duyuuları da içeren daha kapsamlı bir eylem olduğunu fark etmiştir. Böylece kavramın 3.0 versiyonunda, bakışa konu edilen şeyin yalnızca yerlerden ve nesnelere ibaret olmadığı, turizm alanlarındaki insan kalabalığından dolayı bakan kişi aynı anda başka bir turist bakışı haline gelebileceği için söz konusu pasifliğin ve güçsüzlüğün ortadan kalktığı dile getirilmiştir. Bu baskıda ayrıca “kapalı devre televizyon” anlamında kullanılan güvenlik kameralarının artan niceliğiyle bir aylağın dahi anonim olarak kalamayacağı savından hareketle “gözetim bakışı”, internet ve dijital ortamların giderek yaygınlaşan etki alanı ve toplumlara dönüştürücü gücü dolayısıyla da “dijital bakışın” yeni hakim bakışlar haline geldiğinden de söz edilmiştir (Larsen, 2014, ss. 306-311).

C. Modern ve Postmodern Kentsel Alanlarda Turist Bakışı

Turist bakışı, fotoğrafik bakış gibi bir ânda dondurulmuş fragmanlardan ibaret bir bakış olarak kendisini konumlandırmaktadır. Giderek sofistike hale gelen, mekanikleşen, dijitalleşen, “akıllı” hale getirilme çabalarıyla insana yer bırakmayan modern ve postmodern kentsel alanlar Urry’den hareketle açılmadığımız turist bakışını bütün boyutlarıyla aşkar etmektedir.

Modern kentsel alanların turist bakışına niçin daha uygun olduğu sorusunu sorduğumuzda günümüz kentlerinin bazı temel özelliklerinden bahsetmemiz gerekecektir. Bunlardan en dikkat çekici olanı, modern kentlerin değişen zaman-mekan kurgusuna uygun şekilde yapılandırılmasıdır. Zira insanın bu dünyada kendisini konumlandırabilmesi, kendisine bir yer-yön tayin etmesi ancak zaman ve mekan bağlarıyla birlikte mümkün olur. Giddens’in (2000, s. 23) dikkat çektiği gibi geleneksel zaman anlayışında ne zaman ve nerede soruları ayrılmaz biçimde bir aradaydı; tanışılan veya bahsi geçen kişiye öncelikle nereli olduğu sorusu sorulurdu. Güneşin konumu, mevsimlerin döngüsü gibi

çevrimsel tekrarlara dayanan ve böylece yaşanan dünyaya dair daha bütünlüklü ve sürekli bir deneyim sunan (Lefebvre, 1998, s. 25) zaman tasavvuru, mekanik saatin icat edilmesi ve dünya ölçeğinde yaygınlık kazanmasıyla iş, çalışma, eğlenme ve boş vakitler şeklinde parçalı hale geldi. Bu parçacılığın en ilgi uyandıran betimlemelerinden birini Benjamin (2016, s. 235) yapmış ve doğrudan doğruya boş zamana ve tüketime endekslenmesi sebebiyle insanların Pazar günlerinde kendilerini takvimden dışlanmış hissettiklerini söylemiştir.

Modern zaman kurgusunun en temel farklılığı, zamanı düzenlenebilen ve tüketilebilen bir kaynağa indirgemesinin yanı sıra onu uzamla eskiye dayanan köklerinden koparmasıydı. Baudrillard'ın veciz deyişiyle “düşüncenin bizatihi kendisine” (2012, s. 29) karşılık gelen mekan, “zaman aracılığıyla yok edilmiş” (Harvey, 2014, s. 232) ve literatürde “mekanın değer kaybı” (Bauman, 2011), “coğrafyanın sonu” (Virilio, 2018) ve “zaman-mekan sıkışması” (Harvey, 2014) gibi kavramlar ortaya çıkmıştır. Uzamın yüzleştiği bu yeni durum, geç-modern veya postmodern şeklinde kavramsallaştırılan dönemde çok daha belirgin bir hal alarak, mekanın ve bedenın görece önemini kaybettiği iletişim araçlarında somutlaşmıştır. Televizyon programlarının istenildiği zamanda yeniden izlenebilmesi, sosyal medya üzerinden canlı yayınlar yapılabilmesi ve eğitimin, iş takiplerinin, resmi yazışmaların “uzaktan” gerçekleştirilebilmesi, zaman-uzam-beden üçlüsünün giderek daha girift bir mahiyet kazandığının bazı örnekleridir. İnsanoğlunun uzunca bir süre tecrübe ettiği zaman-mekan bütünlüğünün giderek ayrışmaya ve hatta neredeyse ortadan kalkmaya doğru evrilmesi, kentlerin modern yaşamı temsil eden hıza ve ritme uygun şekilde kurgulanmasını ve gündelik hayat pratiklerinin de bu kurguyla ilişkili olarak yapılandırılmasını beraberinde getirmiştir.

Şehir/kent, cansız bir taş, toprak veya beton yığından ibaret değildir; sakinleriyle konuşan, dertleşen canlı bir varlıktır. Şehirde dolaşmak, onu hissetmek, onunla iletişim kurmamızı sağlar, zira “şehrin dili” (Barthes, 2012, s. 210) vardır. Şehir bir yandan insanlara bir barınak sağlar, onlara dayanak olur. Fakat diğer taraftan bizim gibi olmayanların, yani “yabancıların”², “ötekilerin” yaşadığı yaşam alanlarıdır. Bu anlamda şehirler,

² Sennett, şehir/kent ortamında iki tip yabancı bulunduğundan bahseder. Bunlardan ilki, bir şehre dışarıdan gelen ve orali olmayan kişidir; o şehrin sakinleri kimin oraya ait olup kimin olmadığına ilişkin kurallar koyabilecek ölçüde kimliklerinin farkındadır. İkinci tip yabancı ise başka dünyadan gelen bir varlık değil de bir meçhuldür. Yeni ama henüz şekillenmemiş bir topluma sayıları belirsiz şekilde dahil olmuşlar ve bir meçhul olarak yabancı etiketi yemişlerdir (2010, s. 75).

bir umut mekanı olmasının yanı sıra fiziki ve ahlaki kirliliğin, yozlaşmanın da hüküm sürdüğü, sekülerliğin ve kutsallığın iç içe olduğu, dolayısıyla olumlu ve olumsuz tahayyüllerin bir arada bulunduğu yerlerdir (Harvey, 2008, s. 194). Nitekim Mumford'a (2006, s. 675) göre bir şehri şehir, bir metropolü metropol yapan bu özelliklerdir. Nispeten dar bir alanda birbirinden çok farklı etnik aidiyetler, kültürler, gelenekler ve mutfaklar yer alır. Bireyler bu çeşitlilik ağında etraflarındakileri benzerlik ve farklılık açısından kıyaslayarak kent deneyiminin karmaşıklığını görece azaltmaya çalışır (Sennett, 2011, s. 329).

Yabancılarla bir arada yaşamının zorluklarını bertaraf etmek, kamu yararını gözetmek, güvenliği ve huzuru sağlamak gibi birtakım klişe haline gelen amaçlarla şehirler, modern dönemde büyük ölçüde görme ve gözetlemeyle özdeşleşmiştir. Her şeyden önce kentlerde bir insanın diğer kent sakiniyle göz teması kurduğu ve bu göz temasıyla onu dikkate aldığını, önemseydiğini ya da görmezden geldiğini, hatta alaya aldığını hissettirdiği bir ilişki düzeyi söz konusudur. Bu ilişki düzeyinde karşdakine bakmıyor, onu görmüyor veya onun kendisini gördüğünü fark etmiyor gibi davranmak esastır ki Goffman'ın "uygar ilgisizlik" ya da "kibar yabancılaşma" (Goffman, 2009) kavramları tam da bu durumu anlatır. Diğer taraftan 16. ve 17. yüzyıllardan itibaren kent alanlarının, görülebilirliği ve gözetlenebilirliği mümkün olduğunca üst seviyeye çıkartacak şekilde tasarlanmaya başladığı ve hemen bütün şehirlerin aşama aşama ilk örneğini Paris'in teşkil ettiği birer "ışıklı kent" haline geldiği açıktır (Lyon, 2006, s. 104). Işıklı kentlerde görmek, kişileri görüş altında tutmak, denetlemek, gözetlemek ve kontrol etmek esastır. Modern ve postmodern gözetleme sistemleri, her ne kadar giderek elektronik hale gelse de gözün kent ortamlarındaki etkinliği ve gücü devam etmektedir.

Kentlerin göz merkeziliğinin bir başka dikkate değer göstergesi, yaşam alanlarının ve mekanlarının imge ve sembollerle bezenerek imaj odaklı inşa edilmesidir. Modern mekan kurgusu, mekanı toplumsal anlamda biçimlendirilmesi gereken bir şey olarak görürken postmodern mekan kurgusu, mekana herhangi bir toplumsal amaçla veya işlevle zorunlu bağ gerektirmeyen estetik bir kurgu olarak yaklaşır (Harvey, 2014, s. 84). Bu perspektif, farklı medeniyet kodları taşıyan, farklı sosyolojik zeminlerde yer alan, coğrafi olarak birbirinden çok uzaktaki iki ülkedeki kültürel alanların dahi kendilerine özgü niteliklerini kaybetmesine ve benzer biçimde düzenlenen kentsel alanların giderek kişisizleşmesine (Sennett, 1999, s. 15) alan açmıştır. Sözgelimi Harvey, Avrupa'nın baştan sonra Disney ölçütlerine göre tasarlandığını, oysa Disney'le benzeştiği ölçüde eşsizliğini

kaybettiğini, bundan dolayı da herhangi bir tüketim ürünü gibi metalaşmayla karşı karşıya kaldığını vurgulamaktadır (2013, s. 126). Birer oyun uzamı haline gelen bu kültürel alanlar anti-auratikleştiği için biriciklik iddiası taşımaz, mekanik ve elektronik olarak yeniden ve yeniden üretilebilir oldukları için özgünlükleri yoktur, temsili ile gerçeği arasındaki ayrım ortadan kalktığı için hiper gerçektir (Urry, 2009, ss. 136-138). “İngesel bir gösterge”ye (Robins, 2013, s. 217) dönüşen kentlerde kodların, söylemlerin, ütöplük planların işlerlik kazandığı gösteri mekanları ve “hayali peyzajlar” (Harvey, 2014, s. 247) giderek yaygınlaşmıştır. Bu durum kentlerin birer müze gibi iş görmesiyle hatta nihayetinde müzeye dönüşmesiyle (Mumford, 2006, s. 676) sonuçlanmıştır. Müzede sergilenen geçmiş dönemlere ait nesnelere nasıl oraya gelenlerin ilgisini çekecek şekilde düzenleniyorsa, kentler ve kentsel alanlar da ister yerli isterse yabancı insanlardan olsun, bütünüyle onların bakışları hesaba katılarak tasarlanır hale gelmiştir. Bu bakış, turist bakışıdır.

Turist bakışının modern kent kurgusunun merkezine yerleştirilmesi, bir kent ne kadar turisti kendisine çekebiliyorsa o kadar görülmeye değerdir anlayışını ortaya çıkarmıştır. Halbuki bir kenti kıymetli kılan husus, niceliksel olarak ne kadar turist çektiğinden öte kendi kimliğini ne kadar koruyabildiği ya da her türlü müdahaleye rağmen hala nasıl ayakta kalmayı başarabildiğidir. Modern ve postmodern kentsel alanların turist bakışına, dolayısıyla tüketime ve turizme endeksli olarak oluşturulması, hayatı kuran diğer alanları dışarıda bırakarak kenti aslında sınırları fazlasıyla daraltılmış bir yaşam alanına ve pratiğine hapsetmek anlamına gelmektedir. Kentin birikimine, tarihsel tecrübesine, hafızasına ışık tutan ve bütün bunları varlıklarıyla resmeden tarihi eserler ve dini yapılar da bu kent kurgusu içerisinde turist bakışının tahakkümüne sürekli maruz kalmaktadır.

D. Mekanın Yeniden Üretimi ile Gösterişçi Tüketimi Kısacasında Dini Yapılar

Şehir metafiziğinde dinin, dini yapıların ve dini sembollerin çok ayrı bir önemi vardır. Din, Batıdan Doğuya hemen bütün toplumlara ve kültürlere sirayet eder, insanların hayata bakışlarını ve kendi benliklerini anlamlandırmaktan çok sıradan gibi görünen gündelik hayat pratiklerinin yerine getiriliş biçimlerine kadar, hayatın bir şekilde içerisinde yer alır. Seküler kültür³ ve yaşam tarzı, dinin toplumdaki görünürlüğünü, etkinliğini ve

³ Bu ifadeyi Sennett'in *Kamusal İnsanın Çöküşü* eserinde tanımladığı anlamda kullanılmaktadır. Sennett 19. yüzyılda gelişen seküler kültürle birlikte önceki dönemlerden miras kalan kamusal yaşamın halihazırdaki dünyaya duyulan inanç açısından

dinamizmini bir nebze olumsuz yönde etkilemiş olsa da farklı görünümlemlerle din, bireysel ve toplumsal anlam dünyasına tutunmaya çalışır. Din, toplumsal yaşam alanlarında sembollerle, biriciklik niteliği taşıyan eserleriyle var olur. Hıristiyanlık bağlamında kiliseler bunun en bariz göstergesi iken İslamiyet özelinde de camii, medrese ve külliye gibi yapıları zikretmek gerekir ki, Giriş'te de ifade ettiğimiz üzere çalışmamızın merkezi temalarından biri olan "dini yapılar"dan kastımız bu mimari eserlerdir.

Kentlerin tarihine ışık tutulduğunda, mimarilerinin büyük ölçüde ait oldukları dini referanslar doğrultusunda inşa edildikleri gözlemlenir. Geleneksel Orta Çağ Avrupa kentlerine bakıldığında, kilise meydanından dağılan ya da kilise meydanında kesişen yolların olduğu gözlemlenir. Geniş meydanlar ve bulvarlar da aynı şekilde bu mimariyi estetikleştirerek biçimde düzenlenir. Bu bağlamda Barthes'ın farkındalığı çok dikkat çekicidir. Ona göre geleneksel Avrupa kentlerindeki mimari eserleri ya da anıtları Hıristiyan teolojisinden veya Katoliklikten bağımsız düşünmenin imkanı yoktur, dolayısıyla bu dini arka planı görmezden gelen bir sanat tarihi inşa etmek mümkün değildir (Barthes, 1990, s. 97). Benzer durum İslam şehirleri için de geçerlidir. İslam kültüründe cennet tasavvurunun bir yansıması olarak kabul edilen şehirlerde mimari yapılar tevhide ilkeyi merkezi alarak İslam'ın varlık hakkındaki yaklaşımı doğrultusunda inşa edilmiştir (T. Cansever, 2010, s. 24). Bu bakımdan camiler, külliyeler, medreseler gibi İslam'la özdeşleşmiş dini yapılar, mimari eserler olmadan geleneksel İslam şehirlerini anlamak neredeyse imkansız gibidir. Bunun belki de en bariz göstergesi, dini yapıların şehrin stratejik yerlerinde konumlanmaları ve şehir silüetinin en belirgin yüzleri olmalarıdır (Yıldırım & Yetim, 2020, s. 1858). Köln'deki Köln Katedrali, Vatikan'daki St. Pierre Katedrali, İstanbul'daki Süleymaniye Camii, Edirne'deki Selimiye Camii, Konya'daki Alaattin Camii gibi farklı kültürlerden pek çok dini yapıyı bu bağlamda anmak mümkündür.

İslam geleneğinde dini yapıların en mümeyyiz örneklerini teşkil eden camilerin yalnızca bir ibadet mekanı olmayı aşan uzanımları söz konusudur. Bir belde/şehir/ülke fethedildiğinde sembolik bir iş olarak o bölgenin en stratejik konumlarından birinde imar edilen büyük/ulu camiler, bütün sosyal ve kültürel hayatı cem eden bir yaşam alanı olarak (Çelik, 2014, s. 147) ibadet mekanı olmasının yanı sıra şehrin sosyolojik yapısını bütün berraklığıyla açığa çıkartan bir toplumsal mekan ve aynı zamanda

sorgulanmaya başladığına ve yine o güne dek "aşkın" bir doğa düzeni içerisinde anlam verilen insanların ve nesnelere artık "içkin" bir mahiyet elde ettiğine ve yaşanan bu köklü dönüşümün hayatın bütün alanlarına sirayet ettiğine dikkat çeker (2010, s. 39).

yöneticilerin halkla irtibat kurduğu bir kamu mekanıydı. Cuma namazlarında sultanın hutbe verdiği, medrese öğrencileriyle buluştuğu ve yöneticilerin, insanların şikayetlerini dinlediği bir mekan hüviyetindeydi. Sözelimi Kufe ve Basra gibi şehirlerde Cuma mescitleri halifelerin biat aldığı, politikalarını ilk kez halka duyurduğu, fetihlerin yönlendirildiği, belirlenecek devlet politikaları konusunda istişarelerin yapıldığı bir karar merkezi olarak askeri, siyasi ve bilimsel faaliyetlerin yürürlüğe konulduğu mekanlar olarak göze çarpmaktaydı (İnalçık, 2010, s. 313; Bıçakçı & Yıldırım, 2018, ss. 547-548). Camii ve caminin yanı sıra medrese ve külliye gibi kompleks dini yapılar, şehir halkının buluştuğu, eğlendiği, eşi dostu görmeye geldiği yaşanılabilir mekanlar konumundaydı ki Evliya Çelebi, Beyazıt Camii ve çevresini anlatırken bu doğrultuda ifadeler kullanır (İnalçık, 2010, s. 317).

Rönesans ve Reform'dan itibaren aşama aşama değişime uğrayan şehri imar etme zihniyeti, dini niteliği haiz mimari yapıları diğer yapılardan farksızlaştırmış, postmodern kültür de onları kendi perspektifi doğrultusunda yeniden düzenleyerek dini mekanların içeriğini ve anlamını boşaltmıştır. Böylelikle modern ve postmodern kent kurgusu, kutsal mekanların ve dini yapıların bizatihi kendilerine dokunmasa da bazı görsel dokunuşlarla onları kapitalizmin ve turizmin alanına dahil etmiştir. Berger'in oldukça orijinal betimlemelerinden birinden hareket edecek olursak, zaten epeyce bir süredir "zihnin sekülerleşmesi"ne (P. L. Berger vd., 2000, s. 79) maruz kalan modern dönem insanları, bilhassa da genç kuşaklar, mekanların bu yeni kurgusuyla dini yapılara hepten yabancılaşmaya başlamıştır. Ardında muazzam bir tarihin, medeniyetin izlerini taşıyan şaheser yapılar, artık bir turistik gezi içerisinde tur rehberinin uygun gördüğü kadar vakit ayrılan ve fotoğrafının çekilmesiyle de amacı gerçekleşmiş olan turistik yapılara dönüşmüştür. Dini yapıların modern ve postmodern kent kurgusunda görece değersizleşmesinin veya sıradanlaşmasının en bariz göstergesi, tur acentelerinin bu yapılara gezilecek diğer yerlerden biri olarak yaklaşmalarıdır.

Dinlerce kutsal kabul edilen mekanların veya dini yapıların turizm çeperine alınması, aslında turizmin kurumsallaşmaya başladığı dönemlere kadar geriye gider. Bu bağlamda turistler üzerine yazdığı eserle dikkat çeken ve Urry'nin "turist bakışı" kavramsallaştırmasının entelektüel kaynaklarından birini oluşturan MacCannell'e atıfta bulunmak gerekir. 1976 tarihli çalışmasında MacCannell, yukarıda referansta bulunduğumuz Boorstin'in turizm eleştirilerine karşı çıkararak turizmin modern bir kutsal yolculuk olduğunu öne sürer. Ona göre, modern insanlar, kendi yaşamlarında bir türlü yerine getiremedikleri özgün deneyimleri, en saf haliyle kutsal

mekanlarda bulmakta ve bu mekanların manevi atmosferini derinden hissetmek istemektedirler. Bu yönüyle turist, MacCannell'a göre yaşadığı mekanın uzağındaki başka yerlerde otantikliği aradığı için aslında bir çeşit çağdaş hacıdır (MacCannell, 1976, s. 43; Sağıroğlu, 2019, s. 94). Bauman (2000, s. 126) ise turistin derinlikli bir amacının olmadığı gerekçesiyle bu görüşe itiraz ederek ikisini eşitlemenin modern dönem turistini anlama konusunda kifayetsiz kalacağını düşünür.

Cohen de (1979, s. 183) din sosyolojisi ve turizm sosyolojisini merkeze alarak eğlence odaklı, dinlenme odaklı, deneyimsel, deneysel ve varoluşsal olmak üzere beş turist deneyimi belirler. Bunlardan eğlence ve dinlenme odaklı turist deneyimleri, insanların yaşadıkları yerlerden dinlenme ve eğlenme amacıyla ayrılmalarına karşılık gelir. Deneyimsel turist, kendi hayatına, manevi hayatına yabancılaşan insanların başka yaşamların gerçekliğine kendisini adanması yoluyla hayatın anlamını yeniden bulma amacındadır ve bu yüzden deneyimsel turist tecrübesi MacCannell'in görüşüyle benzeşmektedir. Kendi toplumlarının dini referanslarıyla bağlantılarını kopartan ve alternatif anlam arayışında olan insanlar, deneysel turist türünü temsil ederler. Birey, deneyimsel turist tecrübesinde başkalarının hayatına bir gözlemci olarak yaklaşırken deneysel turist tecrübesinde bizzat o hayata katılır, bu arayışları hemen hemen hiç bitmez, çünkü aslında aradığı şey kendisidir. Son deneyim biçimi olan varoluşsal turist deneyimi ise belirli bir dini merkeze gitmeyi önceden hedefleyen, orada bulunmayı fazlasıyla arzulayan ve hatta orada olamadığı zamanları sürgün zamanları gibi gören turistleri anlatmaktadır (Cohen, 1979, ss. 184-190). Bu kişiler kendilerini o kutsal mekana adamakta ve orayı ziyaret ettikten sonra yeni bir hayata başlamayı ümit etmektedirler. Görüleceği üzere hemen her toplumda kendisiyle özdeşleşen bir kutsal mekan inancı vardır.⁴ Kutsal mekan anlayışı ya da mekanı kutsallaştırma pratiği, bu açıdan

⁴ Kutsal mekan ifadesinin analizinde hangi kelimenin daha öncelikli olduğu, yani hangisinin diğerinden hareketle ortaya çıktığı konusunda sosyal bilimler literatüründe bazı önemli tartışmalar göze çarpmaktadır. Otto'nun temsil ettiği ontolojik yaklaşım, tezahür eden bir kutsallıktan dolayı mekanın kutsallaştığını savunmaktadır. Durkheim'ın temsil ettiği sosyokültürel yaklaşım, bir kültürel-sembolik etkileşim formu olan mekandan hareketle kutsalı tanımlamayı amaçlamaktadır. Daha fenomenolojik bir perspektiften meseleye odaklanan Eliade, kutsal-profan ikiliği hususunda Durkheim'ı takip etse de Otto'nun ontolojik yaklaşımına daha yakın konum almaktadır. Hemen bütün ilahi dinler içerisinde metafizikçilerin dile getirdiği diğer bir anlayış ise Tanrı'nın yaratma alanının tamamı anlamında tüm kainatın kutsal olduğu düşüncesidir. Bu konuda sonuç olarak mekanları salt kutsal ya da profan şeklinde ayırmak yerine insanların tarihsel ve toplumsal anlamda onlarla kurduğu ilişki biçimlerindeki değişimlerin izlerini sürmek daha isabetli gözükmektedir (Tatar, 2017, ss. 9-13).

bir insanlık hali olarak da okunabilir. Bu durumda kutsal mekan, aslında tarihsel olarak dini tecrübelerin biriktiği, saklandığı ve geleceğe umutla taşındığı bir hafıza alanı olarak karşımıza çıkar. Örnek vermek gerekirse Mekke veya Kabe, Müslümanlar için Hz. İbrahim'e kadar geriye giden derin bir tarihsel ve dini tecrübenin korunduğu bir hafıza mekanı olduğu kadar Müslümanların gelecek tasavvurlarını ve metafiziksel umutlarını temsil eden bir kapı hüviyetindedir (Tatar, 2017, s. 19).

Kutsal zamanı⁵ kutsal mekanlarda deneyimlemek isteyen insanlar, yüzyıllardır kutsal kabul ettikleri mekanlara giderek farklı bir manevi atmosfer teneffüs etmek istemektedirler. Fakat yeni bin yıllar birlikte kullanımı giderek yaygınlaşan internet ve sosyal medya ortamlarının, kutsal zamanların geçirildiği kutsal mekanları görsel paylaşım kültürünün parçası haline getirmesi, dini motivasyonlarla gerçekleştirilen seyahatlerin kendisine özgü havasını dağıtmaktadır. Bu çerçevede ibadetlerin ve dini ritüellerin gösterişe ve teşhire teşne haline getirebildiği sosyal medya ortamlarında yapılacak siber-etnografik gözlemlerle çok net biçimde ortaya çıkmaktadır. Kabe'nin tavaf edilişi sırasında yapılan özçekimler veya sosyal medyadan yapılan canlı yayınlar, aslında görünme veya paylaşma arzusunun ne kadar baskın olduğunu gösterdiği kadar bedenlen orada bulunmanın, kutsal kabul edilen o mekanı hissetmekte yeterli olmayabileceğini ortaya koyacaktır. Çünkü ibadet veya ritüel esnasında önem verilmesi beklenen manevi hazır bulunuşluğun yerini, kamera kadrajı almaktadır. Kutsal mekanların, teknolojik araçların bu kullanım vasatına dahil edilmesi, o mekanların görsel olduğu kadar zihinsel tüketimine de sebebiyet vermektedir. Benzer şekilde Kabe'nin etrafındaki kule yüksekliğindeki otellerden sosyokültürel bir üst sınıf göstergesi olarak "lüks inanç turizmi"ni çağrıştıran görsellerin dolaşıma sokulması ve sık sık karşılaşılmasından dolayı bu görsellerin giderek sıradanlaşması, başka bir ifadeyle kutsal mekanın "gösterişçi tüketime" (Veblen, 2005) terk edilmesi, mekanın kutsallığına olduğu kadar kutsallığın bireysel ve toplumsal algılanma biçimine de olumsuz yönde etki etmektedir.

Dini mekanların gösterişçi tüketiminin yanı sıra yeniden üretimi de söz konusu olmaktadır. Bölge halkı tarafından bir şekilde kutsallaştırılan ve

⁵ Eliade'ye göre kutsal zaman tarihsel zamana; din dışı zaman ise tarihsel olmayan zamana işaret eder. Kutsal zaman anlayışı bir toplumda kutsallığın dönem dönem yeniden ortaya çıkarılmasıyla güncelleştirilir; ritüeller, ayinler, mitler kutsal zamanın pratikleridir. Kutsal dışı zaman ise, dini anlamdan yoksun eylemlerin icra edildiği zamansal süreye karşılık gelir (1991, ss. 48-51). "Kutsal" kelimesinin Eliade ve diğer sosyal bilimciler tarafından ele alınışıyla ilgili ayrıca bkz. (Karadeniz, 2018).

zamanla toplum içerisinde dini yapı olarak kabul gören mekanların dünya genelinde olduğu gibi ülkemizde de fazlaca yer alması, bir mekanın toplum tarafından yeniden üretilebildiğinin göstergesidir. Bu bağlamda İslam toplumlarında insanların çeşitli gerekçelerle fazlaca rağbet göstermesi sonucu zaman içerisinde “kutsal”lık elde eden, Mardin’in tanımlamasıyla daha çok “halk dini” (Mardin, 2017) kapsamına dahil edilebilecek tekke, dergah, türbe, mezar ve mezarlık gibi yapılar, dini mekanın sosyolojik olarak üretimine örnek teşkil etmektedir. Kuşaklar boyu yerine getirilen geleneksel birtakım ritüeller; bir yerin, mekanın kutsallaştırılmasında doğrudan aktif rol oynar. Bazı mezarlıklar, makam türbeleri, tek başına kalmış taş, ağaç, kaya, su kaynağı gibi tabiat varlıkları (Güngör, 2016, s. 684), insanların buralara gidip çeşitli ritüelleri yerine getirmesiyle zamanla kutsal bir mekan olarak kabul görmeye başlar. Dini mekanın bu tarz üretiminde farklı dini anlayışları ve kültürleri içerisine alan senkretik bir anlamlandırma dünyasının etkili olduğu yadsınamaz. Sözelimi, Hidrellez ve Nevruz gibi ardında mitler, efsaneler, anlatılar barındıran bazı kutlamalar; önemli görülen, kutsal kabul edilen veya zamanla kutsallaştırılan mekanlarda gerçekleştirildiğinde daha kolektif bir havaya bürünebilmektedir (Arslan, 2014, s. 26). Fakat kolektif bir bakış söz konusu olduğunda, yani bir bayram, karnaval veya dini bir motivasyon ortamı oluştuğunda, diğer insanların da mutlaka orayı gidip görmeleri şeklinde bir algı uyanır; çünkü turizm genellikle görülen bir nesneyle ya da mekanla ilişkili olduğu için performansı, sergilemeyi ya da ziyaretçileri ayartmayı öngörür (Urry, 2015, s. 270). Bir mekanın kutsallaştırılmasıyla turist bakışının böyle bir irtibatı söz konusudur.

Mekanın üretimi, toplumda simge kabul edilen yerlere camii gibi yeni dini yapıların inşa edilmesi⁶ yoluyla da gerçekleşmektedir. Mekanın üretimi, Lefebvre'nin tabiriyle bir kilo şekerin ya da bir metre kumaşın üretilmesi gibi gerçekleşmez. Bir üstyapının yansıması olan devlet veya devlet kurumu, bir mekan tahayyül eder ve orayı kendi ideolojisi doğrultusunda düzenler (2014, ss. 110-111). Bu bakımdan mekanlar, toplumsalla ve siyasayla sıkı sıkıya irtibatlı olan mekan politikasından bağımsız değildir ki kutsal mekanlar veya dini yapılar da günümüzde hemen her toplumda kültürel iktidar alanının enstrümanlarından biri olmaya devam etmektedir.

Mekanın üretiminin diğer bir türü ise atıl durumda bulunan ya da

⁶ Mayıs 2019'ta resmi açılışı yapılan Büyük Çamlıca Camii, Temmuz 2020'de müzeden tekrar camiye dönüştürülen Ayasofya Camii ve Mayıs 2021'de yapımı tamamlanarak ibadete açılan Taksim Camii'ni bu bağlamda değerlendirmek mümkündür.

kente gelen yabancıyı yeteri düzeyde kendisine çekemeyen bir dini yapının çeşitli restorasyon ve çevre düzenlemeleriyle farklı bir hüviyete büründürülmesiyle, yani dini bir yapının görsel anlamda iyileştirilerek yeniden üretilmesiyle söz konusu olmaktadır. Dini yapıların, diğer mimari eserler gibi zaman içerisinde eskimeye yüz tutması sonucu çeşitli restorasyonlara ve çevre düzenlemelerine tabi tutulması son derece olağandır, hatta belli ölçütlerde bunları yapmak, kent hayatının gereklerindedir. Nitekim peyzaj ve rekreasyon çalışmalarının, tarihi ve kültürel alanların korunması, suçun azaltılması, çevrenin daha sağlıklı hale getirilebilmesi, ekonomik katkıda bulunması, kamu sağlığının korunması gibi birtakım yadsınamaz faydaları bulunmaktadır (Polat & Önder, 2012, ss. 99-103). Bununla birlikte restorasyonların zaman zaman aslına uygun şekilde yapılmaması ya da kötü malzemeler kullanılarak yapılması bir tarafa, peyzaj veya rekreasyon çalışmalarıyla tarihi ve dini yapıların eski hüviyetlerinden çok daha farklı bir görünüme bürünebilmeleri söz konusudur.

Kelime olarak manzara anlamına gelen peyzaj, literatürde genellikle “bir görüş çerçevesinde yer alan bütün doğal ve kültürel çevrenin meydana getirdiği bir kompozisyon yahut tablo” (Gül, 2000, s. 98) şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tanımdaki “kültürel” kelimesi son derece önemlidir. Zukin, içerisinde yaşadığımız kentlerin bir gösteriye, “görsel tüketimin düşsel bir peyzajı”na (1992) dönüştüğünü ifade ederken, kent alanlarının turistik hediye eşyaları gibi tüketilmeye başlandığına, imajlar ve simülakrlarla doldurulduğuna göndermede bulunmaktadır (Urry, 2015, s. 264). Nitekim Cansever’e göre de her mimari eserin en belirgin özelliği, kalıcı ve değişmez olmayı hedeflemek iken, peyzaj mimarisi bunun dışında kalır (2010, s. 34). İnsanların dinlenebilecekleri, oyunlar oynayabilecekleri, çeşitli farkındalık faaliyetlerini gerçekleştirebilecekleri alanları da rekreasyon alanları şeklinde tanımlayacak olursak, rekreasyona tabi tutulmuş yerlerin ve mekanların⁷ da “oluşturulmuş” yerler ve mekanlar olduğu açıktır. Dini yapıların çevrelerinin peyzaj ve rekreasyon çalışmalarıyla düzenlenmesi, o eserleri bir taraftan görsel olarak daha iyi bir görünüme kavuştururken öte yandan suni şekilde oluşturulmuş sıradan mekanlar haline getirerek

⁷ Türkçe literatürde her ne kadar çoğunlukla birbirlerinin yerine kullanılsalar da aslında “yer” ile “mekan” arasında dikkate değer farklılıklar söz konusudur. Yer antropolojik anlamda o bölgede yaşayan insanlar için bir anlam ve anlaşılabilirlik ilkesi iken mekan, ilk ve son defa toplumsal tarafından üretilmiş gibi kültürel bir mahiyet arz eder ve ancak zaman içinde ve zaman aracılığıyla oluşur (Augé, 2016, s. 58). Mekan daha soyut bir kavram olarak göze çarparken yer, insanların ilişki kurdukları, bağlandıkları mekanlara ve anlamlı konumlara karşılık gelir (Usta, 2020, s. 28).

fotoğraflanmaya ve turist bakışına çok daha fazla maruz bırakılmaktadır.

Burada Lefebvre'nin dikkat çekici analizini işe koşmak gerekmektedir. Ona göre bakış, nesnelere uzağa, pasifliğe sürgün eder ve görülen şey, soğuk bir imgeye indirgenir. Bu indirgenmeye direnen mekan ancak yoğun, saldırgan ve baskıcı bir görselleştirme yoluyla toplumsal varlık edinir; fakat bu seferki varlığı, sembolik değil görseldir (2014, s. 294). Dini yapıların modern zamanlarda mekanın yeniden üretimiyle hayatîyetlerini sürdürmeleri de çoğunlukla görsel şekilde mümkün olmaktadır. Fakat fotoğraf, fotoğrafa konu olan her şeye; pazarlanmaya, satılmaya, tüketilmeye müsait bir beğeni havası katarak onu meta derecesine indirger ve nihayetinde onu mağazaya veya duvarsız bir müzeye dönüştürür (Sontag, 2008, s. 134). Fotoğraf makinasının kadraji nasıl sıradan olana değil de sıra dışı olana yöneltiliyorsa kişilerin bakışları da görsel anlamda artık sıra dışı gözükken, bakıldığında bir motivasyon ya da haz veren mekanlara çevrilmektedir. Buradaki bakış, daha önce de ifade ettiğimiz üzere, belli bir konumlanışın ürünüdür; bu yüzden de doğal olmayan, çarpıtılmış bir bakıştır. Debord'un ifadesiyle "görünen şey iyidir, iyi olan şey görünür" mantalitesiyle dini yapılar da dahil olmak üzere hemen bütün dikkate değer yapıları birer sahte-kutsala dönüştüren modern ve postmodern kent kurgusu, gösterinin, toplumsal yaşamı bütünüyle işgal etmeyi başardığının resmi gibidir (2017, s. 37, 50). Toplumla diyaloga kapalı olan ve kendi kurallarını kendisi belirleyen gösterinin, toplumun ve gündelik hayat pratiklerinin kılcal damarlarına sirayet etmesi, -Ritzer'den (2011, s. 197) mülhem ifade edecek olursak- tarihi, geleneği ve nihayetinde kutsal mekanları ve dini yapıları seyirliğe mahkum etmektedir.

Dini mekanların veya dini yapıların gösterişçi tüketime imkan sağlayacak şekilde albenili hale getirilmeleri, dini yapıların kendilerine özgü niteliği olan ihtişamla bütünleşmiş mütevazılıklarına hanel getirmekte, maddi dünyadan öte içsel/deruni keşfi önceleyen dizgelerini tersine çevirmektedir. Dini bir yapıyı dini bir mekan haline getirmenin, onu mümkün olduğunca canlı tutmanın yolu, orayı insanların gündelik hayatlarının bir parçası olarak teneffüs etmelerine imkan sağlamaktan geçmektedir. Fakat modern ve postmodern kent kurgusunda mekanın yeniden üretimi ile gösterişçi tüketimi sarkacında sürekli salınım gösteren dini yapıların bu karakteristik niteliği, yaşadığımız zamanlarda gün be gün soluklaşmaktadır.

E. Hayatın ve Hafızanın Kıyısında Kalmak: Dini Mekanlara Yönelik Turist Bakışının Yansımaları

Kutsal mekanlar, tarihi ve dini yapılar; görmenin epistemolojik

anlamda içeriğinin doldurulmasından, turizmin kurumsallaşmasından ve kapitalizme eklenmesinden, bunun gereklerinden biri olarak sürekli görsel düzenlemelere tabi tutulmasından ne düzeyde etkilenmektedir? Çalışmanın şimdiye kadarki başlıklarında referansta bulunduğumuz literatürden ve bazı gözlemlerden hareketle bu sorunun sahadaki yansımalarını keşfetmek önemli olsa gerektir.

Lefebvre bir şeyin altını ısrarla çizer: Mekan, pasif veya boş bir şey değildir; tam aksine ekonomik, toplumsal ve siyasal ilişkilerin temelidir, zihinsel olanla kültürel olanı, toplumsalla tarihseli birbiriyle ilişkilendirir. Ona göre ister küçük bir tapınak, ister mütevazı bir köy kilisesi olsun mabetler birer “mutlak mekan”dır, toplumsal imgeleri ve zihinsel kategorileri inşa ettiği kadar yaşamın gerçekleşeceği mekânsal formları da belirler (2014, s. 24, 248). O halde mekan, bütün hücreleriyle “bizi” temsil eden canlı bir mekanizma ise bizim mekanımızın; tarihimizi, geleneğimizi ve kültürümüzü bütün şeffaflığıyla ortaya koyması gerekir. Fakat dini yapıların kent kurgusunda diğer türden yapılar ya nesnelere gibi her an tüketilebilmeye müsait turist bakışıyla doğrudan eşleşir hale gelmesi, dini yapılarımızı bu kimliklerinden uzaklaştırmaktadır. Dini yapılarımızın bizim mekanlarımız olmaktan çıktığına yönelik eleştirilerimiz, ibadet yerlerinin veya dini yapıların bizatihi mimarilerine ya da iç alanlarına müdahalede bulunulduğunu ima etmemektedir. Buradaki kastımız, söz konusu dini yapıların, yüzlerce yıllık geçmişine, birikimine, hafızasına, hatırasına uygun olmayacak şekilde turist bakışına uygun şekilde yeniden düzenlenmesi ve bunun sonucunda kaçınılmaz bir şekilde bireysel ve toplumsal hayatına dışına itilmesidir. Dini mekanların bir önceki başlıkta bahsini ettiğimiz farklı şekillerde yeniden üretimi, o dini yapıların belki bir taraftan tanınırlığını ve popülerliğini arttırırken öte yandan bu yapıları aynı ölçüde gündelik hayatlarında oraları olağan şekilde teneffüs eden insanlardan uzaklaştırmaktadır. Çünkü bu mekanlar artık her an gidilip ibadet edilebilecek, uzun süreliğine avlusunda oturulabilecek yaşanılabilir mekanlar olmaktan uzaklaşmaktadır.

Bu durumun en önemli göstergelerinden biri, herhangi bir yerin, mekanın, tarihi eserin veya dini yapının turistik bakışın ve turizmin alanına daha fazla dahil oldukça, o bölgenin yerel halkının ilgisinden aşama aşama çıkmasıdır. Ülkemizde bir sokağın, mekanın, caminin, medresenin, kümbetin, türbenin bölge turizmi için önem kazanması ve sürekli turist akınına uğramasıyla orası artık yerel halkın da turistik gezi için gittiği uğraklardan biri haline gelmektedir. Ülkemizde turizme bu şekilde konu edilen mekanlar veya dini yapılar fazlaca olmakla birlikte burada bazı örnekler vermekte

yarar var. Kayseri’de 2000’li yıllardan sonra başlayan restorasyon çalışmalarının bir devamı niteliğinde Yaman Dede Camisi, Harman Camisi ve Ali Saip Paşa Camisi gibi dini yapılar, restorasyonları yapılarak yüz yıldan daha önceki görünümüne kavuşmuş olsalar da otantik hale getirilen bu mekanlar, büyük ölçüde katalog çekimlerine veya evlilik fotoğraflarına ev sahipliği yapmaktadır. Bunun da ötesinde söz konusu dini yapılar artık bölge halkının dahi Kayseri’de otantik bir tarihi yolculuk yapmak istediklerinde gitmeyi tercih ettikleri ya da bu amaçla Kayseri’yi görmek isteyen misafirlerini götürdükleri mekanlar haline geldi. Dolayısıyla yerli veya yabancı turistlerin yoğun olduğu zaman dilimlerinde bu dini yapıların etrafı neredeyse yerel halkın giremeyeceği kadar kalabalık olurken, diğer zamanlarda ise -yerel insanların o mekanı yitirdiklerine dair bir duyguya kapıldıkları için (Urry, 2015, s. 248) olsa gerek- تنها alanlara dönüşmekte, dolayısıyla bu mekanlar gündelik hayatın uzamlarından biri olmaktan çıkmaktadır.

Başka bir örnek olarak Konya’da Mevlana Türbesi’nin hemen yanı başında konumlanan Sultan Selim Camisi’nin önündeki alan, çok daha doğal ve yeşil bir görünüme sahipken 2017 yılında tamamlanan restorasyon ve çevre düzenlemesiyle geniş bir meydan haline getirildi. Eskisine göre daha betonarme bir görünüme bürünen geniş alan, bitki gösterisi, kitap fuarı gibi çeşitli faaliyetlerin yanı sıra Ramazan aylarında binlerce kişinin açık alanda aynı anda cemaatle namaz kılmasına imkan tanınması gibi mekanın yeniden üretilmesinin olumlu görülebilecek bir örneğine karşılık gelirken, öte yandan bu alanı bölge halkından daha çok turistlerin uğrağı haline getirmektedir. Yine Konya halkının asırlardır ailevi, ekonomik vb. müşküllerini gidermek, şifa bulmak, çocuk sahibi olmak, yanı başında dua etmek gibi çeşitli amaçlarla gittikleri Mevleviliğin simge mekanlarından olan Ateşbâz-ı Velî Türbesi’nin 2013 yılında restorasyonu yapılmış, yol ve çevre düzenlemeleriyle de önünde geniş bir meydan oluşturulmuştur. 2014 yılından itibaren her yıl düzenlenen “Ateşbaz-ı Veli Aşçı Dede Mutfak Kültürü Günleri”nde gastro şovlara ve yöresel yemek yarışmalarına mekan temin eden bu meydan, ulusal kanalların şov içerikli yemek yarışmaları için de zaman zaman kullanılmaktadır. Konya’nın ve Konya mutfağının ulusal ve uluslararası düzeyde daha popüler hale gelmesine katkıda bulunduğu için bir tür belediyece başarı olarak dahi okunabilecek bu örnekteki dikkat çekici husus, halk dini bağlamında hayatın doğrudan içerisinde olan dini bir yapının; hemen her şeyi tüketebilme potansiyeline sahip olan turizme, tur arabalarına ve turist bakışına fazlasıyla maruz bırakılması ve böylece bölge halkının bilhassa genç kuşaklarının zihinlerinde giderek silikleşmesidir.

Konya ve Kayseri’de yer alan bazı dini yapılar üzerinden verdiğimiz örneklere Türkiye’nin hemen her şehrinde rastlamak mümkündür. Bursa’da Yeşil Külliye Medresesi, Ankara’da Hacı Bayram Camii, Şanlıurfa’da Mevlevihane Camii, Hatay’da Anadolu’nun en eski camisi olarak kabul edilen Habib-i Neccar Camii, Antalya’da Murat Paşa Camii ve İstanbul’da Eyüp Sultan Camii⁸ başta olmak üzere pek çok dini yapının restorasyon ve çevre düzenlemelerinde de benzer handicap ortaya çıkmaktadır. Örnek olarak verdiğimiz bu yapılar ya da diğer tarihi ve dini niteliği haiz eserler, elbette asırlara şahitlik etmeleri bakımından pek çok kez hem mimari yapısı ve çevresi hem de ibadet edilen iç mekanı bağlamında düzenlemelerle karşı karşıya kalmıştır. Fakat bilhassa son dönemlerde gerçekleştirilen bu faaliyetlerde temel kaygı, mimari yapıyı sağlamlaştırmaktan ziyade mekanın iç ve dış bölümlerinin ne kadar daha fazla turist çekebileceği üzerine yoğunlaşmıştır.

Urry’nin turist bakışı biçimleri arasında yer verdiği romantik ve seyirlik turist bakışının örneğini teşkil eden bu bakışın en temel özelliği mutlaka bir yerden, gündelik yaşam rutininden belli bir süreliğine ayrılarak kısa zamanda yeniden eve dönme düşüncesini içermesidir (2009, ss. 15-16). Sontag’ın “dur, çek ve yürü” (2008, s. 11) şeklinde özetlediği, fotoğrafla turistik eylemin ittifakını açıkça ortaya koyan bu bakışta bir kanıksama, müdahil olmama durumu söz konusudur; yani etken pozisyondaki kişi edilgen konumundaki kişi ya da nesnenin ne hissettiğini düşünmez; çünkü bu eylem, onunla duygusal bir bağ kurmasını gerektirmez.⁹ Modern ve postmodern kent kurgusunda dini yapıların bilhassa çevrelerinin görsellikle bezenmesi, onunla kurulan ilişkiyi mesafeli hale getirdiği kadar, tüketme kültürü ile unutmaya arasındaki bağı da hatırlatmaktadır. Bauman’a göre hangi türde ve içerikte olursa olsun, tüketim kültürü ihtiyaçlar ile ihtiyaçların giderilmesi arasındaki geleneksel ilişkiyi tersine çevirerek tatmin vaadi ve umudunu ihtiyaçtan daha öncelikli hale getirir. Böylelikle hiçbir zaman

⁸ Bahsi geçen camilerin restorasyon çalışmalarıyla ilgili bazı çalışmalar için bkz. (Kuleli & Binan, 2019; Aytekin, 2020; Erdoğan, 2004; Diker & Erkan, 2017; Erdoğan vd., 2021; Aksoy, 2014).

⁹ Sontag, 1869’da Amerika’nın iki kıyısını birbirine bağlayan demiryolu ağının tamamlanmasıyla Batı’nın fotoğraf aracılığıyla sömürgeleştirme sürecinin başladığını ve kutsal kabul ettikleri nesnelere ilahi içerikli danslarına kadar bütün hayat pratikleri daha iyi fotoğraf çekme uğruna turist bakışına kurban edilen Amerikan Kızılderililerin, fotoğrafın en hoyrat tarafıyla karşılaştıklarına dikkat çeker (2008, s. 78). Mitchell (2001) de *Mısır’ın Sömürgeleştirilmesi* isimli eserinde Batılıların Doğululara sürekli bir teşhir nesnesi gözüyle baktığı ve dolayısıyla Doğu coğrafyasının onlar için büyük ölçüde bir sergi dünyası olduğu konusunda dikkat çekici bir analiz sunar. Bu yorum, aslında turist bakışı ile kolonyal bakış arasındaki irtibatı da ortaya koymaktadır.

soluklanmaya fırsat bulamayan insanlar, daima yeni ayartmaların peşine düşerek dikkatlerini bir başka noktaya yöneltirler; çünkü “her şeyi gördüğünü mü sandın, daha hiçbir şey görmedin ki!” (Bauman, 2018, ss. 86-88) mesajı turist bakışını sürekli hale getirir.

Şurası oldukça açık ki, kutsal kabul edilen bir mekan ya da tarihi/dini herhangi bir yapı ne kadar fotoğraf kadrajının, turist bakışının vazgeçilmez ögesi haline gelirse, kendisine özgü referanslarından ve kimliğinden o denli uzaklaşacaktır. Son dönemlerde çeşitli peyzaj ve rekreasyon çalışmalarıyla etrafları büyük ölçüde aynılaştırılan dini yapıları, Augé'nin “yok yerler” (2016, ss. 15-22) kavramına referansla açıklamak mümkündür. Ona göre geleneksel toplumlarda gündelik yaşam, o bölgenin coğrafi, ekonomik ve kültürel özelliklerine, iklimine sıkı sıkıya bağlıdır ve mekan ile yerin çakışması, orayı benzersiz kılar. Fakat modern dünyada yerin kendine özgü koşullarıyla değil de dünyanın farklı bölgelerini de ilgilendiren ekonomik ve toplumsal etkilerle şekillenmesi, zamanla ve hafızayla ilintisini kopartan yerin, kendisini ayırt eden niteliklerini kaybetmesine ortam hazırlar. Dolayısıyla tarihi, kültürü ve hafızası olan “yer”, yerini “yok-yer”e bırakır. Nitekim dünyanın hemen her tarafında benzer şekilde tasarlanan Hilton gibi oteller ya da Starbucks gibi kafeterya zincirleri, buldukları yerin koşullarından bağımsız, sürekli tekrar eden mekânsal aynılıklar taşıdıkları için “yok-yer” hükmündedir.

Yerin fiziksel bağlarının indirgenmesi, antropolojik anlamda “yer”in gereklerinden olan insanlar arası olağan karşılaşmaların giderek azalması, dini yapıları da yukarıda bahsi geçen tüketim mekanları gibi “yok-yer” hüviyetine yaklaştırmaktadır. Bu bakımdan dini yapıları hayatın ve hafızanın kıyısına ittiğimiz sürece sürekli bir antropolojik yer inşa etmeye çalışmaya devam ederiz, oraların sakini olamayız. Geçmişten bize miras kalan tarihi; otantik ve seyirlik turist bakışıyla bugün yeniden imar etmemiz, o tarihe veya tarihsel-dini mirasa geçmiş dönemlerdeki gibi dahil olduğumuz anlamına gelmemektedir. Çünkü zihnimizdeki geçmiş ve tarih algısı nasıl olursa olsun, yani ister ona çok mesafeli isterse hayranlıkla yaklaşalım, ancak yaşadığımız an içindeki haletiruhiyemiz, zamana ve mekana yönelik yaklaşımımız, hayatı ve dünyayı anlamlandırma tarzımız ve gündelik pratiklerimizle ilişkili olarak onu içselleştirebiliriz. Dolayısıyla yüzyıllara meydan okumuş, tarihi ve hafızası olan dini yapıları yeniden hayatın akışına dahil etmek, hayatı kuran mekanlardan biri haline getirmek ya da en azından bu farkındalıkla modern ve postmodern kent kurgusuna terk etmemeye özen göstermek son derece ehemmiyet arz etmektedir.

Sonuç

Şehirler, içerisinde nefes aldığımız, eylemlerimizi gerçekleştirdiğimiz, sevdiklerimizle halleştirdiğimiz, tarihimiz ve kültürümüzle söyleştirdiğimiz, geleneğimizin yansımalarını ya da boşluklarını gördüğümüz, kendimize ve medeniyetimize dair hafızamızı gözden geçirdiğimiz ve nihayet yaşadığımız sosyolojik değişim ve dönüşümleri müşahade edebildiğimiz en önemli yaşam alanlarıdır. Kadim geçmişimizden ne kadar beslendiğimize, bugünü ne denli yakalayıp yakalamadığımıza, geleceğe neleri taşıyıp neleri taşıyamayacağımıza dair şehirler net bir fotoğraf sunar.

Bugün halihazırda yaşamlarımızı sürdürdüğümüz şehirler, açıkça ifade etmek gerekirse, bizim olmaktan çıkmıştır. Modernitenin jakoben karakteri şehirleri de tasallutu altına almış; sosyal, kültürel, dini hemen bütün farklılıkları bertaraf ederek tekdüzeleştirmiştir. Paris'ten New York'a, Tahran'dan İstanbul'a şehirler artık hep aynı mantalite doğrultusunda dizayn edilir hale gelmiştir. Bu tekdüzeliğe ve sıradanlığa meydan okumaya çalışan, mekan anlayışında gelişen yeni politikalara ayak direyen dini yapılar gündelik hayatın dışına taşmıştır. Şehirleri modernleştirmeye, kentleştirmeye, dijitalleştirmeye hatta akıllılaştırmaya yönelik yapılan değişiklikler, ulusal ve yerel siyasi elitler tarafından şehri çağın gereklerine uygun hale getirmek gerektiği sloganıyla meşrulaştırılmaktadır. Modern kentleri inşa eden temel dinamikler olarak gösterilen bu yeniden düzenleme çalışmalarının, büyük ölçüde -literatürdeki karşılığıyla- "gelişmekte olan ülkeler" üzerinden gerçekleştiriliyor olması da ayrı bir dikkate değer husustur. Bütün hücreleriyle modern şehri temsil ettiği ifade edilen şehirlerde iş ve ticaret sahası olarak kategorileştirilen kısımlar haricinde yatay mimari görülürken, Türkiye'nin de dahil olduğu kimi ülkelerin dikey mimaride ısrarcı olması, yalnızca kat sayısının yükselmesine ya da şehrin dış çehresinde değişikliklere sebebiyet vermemekte, sosyokültürel anlamda ve bilhassa yeni kuşaklar özelinde çok daha derin zihni dönüşüme alan açmaktadır. Artık İstanbul gibi bir metropolde değil, herhangi bir Anadolu şehrinde yaşayan bir ilkokul öğrencisinin yaptığı resimlerde, iki katlı üç katlı evlerin yerini on beş katlı evler ve kuleler almaktadır.

Beylikler dönemine damgasını vurmuş, Selçuklulara uzunca bir süre başkentlik yapmış ya da Osmanlı bakiyesi olan şehirlerimizde dahi bugün camii, medrese, külliye, kümbet ve türbe gibi dini yapılar, maketleşen yeni kent kurgusunda binalar arasına sonradan inşa edilmiş izlenimini verecek şekilde sıkışıp kalmıştır. Çalışmanın başına dönecek olursak, mekanın

yeniden üretimi ile gösterişçi tüketimi arasında çeşitli restorasyonlara, peyzaj ve rekreasyon çalışmalarına tabi tutulan dini yapılara günümüzde çoğunlukla mekanın tarihinden, hafızasından ve referanslarından beslenen bir konumlanmadan kaynaklanan hayret nazarıyla değil, perspektif fikriyle temelleri atılmış bakışın ve onun bir alt türü olan turist bakışının etkisiyle hayranlıkla bakılmaktadır. Buradaki hayranlık, daha çok hazza dönük, gelip geçici, sadece orada bulunma süresiyle sınırlı olan bir bakışla ortaya çıkmaktadır. Dini yapıların gelenekteki rollerini ve anlamlarını bağlamından kopartan bu bakışın özündeki “mesafeli duruş”, giderek daha seküler bir zemine oturmaya başlayan hayat tarzıyla birlikte yeni kuşakların söz konusu dini yapıları yeterince tanıyamaması ve dolayısıyla içselleştirememesi sonucunu doğurmaktadır. Bireysel, toplumsal ve dini hayatı inşa eden bir dinamik olmaktan giderek uzaklaşan sosyo-dini yapıları turist bakışına bütünüyle maruz bırakmadan yeniden hayatın ve hafızanın merkezine çağırmak, ancak şehre/kente dair bakış açımızı bütüncül şekilde sorgulamak ve bugünü elbette ıskalamayan fakat geçmişten de izler taşıyan yeni teşebbüsleri hayata geçirmekle mümkün olacaktır.



Teşekkür:

-

Beyanname:

1. Etik Kurul İzni:

Etik Kurul İzni gerekmemektedir.

2. Katkı Oranı Beyanı:

Yazar, makaleye başkasının katkıda bulunmadığını beyan etmektedir.

3. Çıkar Çatışması Beyanı:

Yazar, herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmektedir.



KAYNAKÇA

AKSOY, A. (Ed.). (2014). *Eyüp kentsel sit alanı tarihi merkez yönetim planı çalışması 2. Etap raporu*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Kültür Politikaları ve Yönetimi Araştırma Merkezi.

- ARSLAN, M. (2014). Modern mekânda kutsal deneyimi: Kernek'te yeniden üretilen kutsal, mit ve ritüel. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 7-36.
- AUGÉ, M. (2016). *Yok—Yerler*. Daimon Yayınları.
- AYTAÇ, Ö. (2012). Turist bakışının yapı sökümü: Turist deneyimleri ve otantisite sorunu. *Sosyologca*, 2(4), 179-207.
- AYTEKİN, Ö. (2020). Tarihi çevrede koruma ve peyzaj yaklaşımları, Hacı Bayram Camisi çevresi örneği. *Türkiye Peyzaj Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 57-76.
- BARTHES, R. (1990). *Çağdaş söylenler* (T. Yücel, Çev.). Metis Yayınları.
- BARTHES, R. (2012). *Göstergebilimsel serüven* (M. Rifat & S. Rifat, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- BAUDRILLARD, J. (2012). *Amerika* (Y. Avunç, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- BAUMAN, Z. (2000). *Postmodernlik ve hoşnutsuzlukları* (İ. Türkmen, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- BAUMAN, Z. (2011). *Bireyselleşmiş toplum* (Y. Alogan, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- BAUMAN, Z. (2016). *Postmodern etik* (A. Türker, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- BAUMAN, Z. (2018). *Küreselleşme: Toplumsal sonuçları* (A. Yılmaz, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- BENJAMIN, W. (2016). *Pasajlar* (Ahmet Cemal, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- BERGER, J. (2016). *Görme biçimleri* (Yurdanur Salman, Çev.). Metis Yayınları.
- BERGER, P. L., Berger, B., & Kellner, H. (2000). *Modernleşme ve bilinç* (C. Cerid, Çev.). Pınar Yayınları.
- BİÇAKCI, H., & YILDIRIM, C. (2018). İslam Uygarlığı'nda kent ve kentleşme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 541-561.
- BOORSTIN, D. J. (1961). *The image: A guide to pseudo-events in America* (1st Vintage Books Ed edition). Vintage.
- CANSEVER, T. (2010). *Osmanlı şehri*. Timaş Yayınları.
- COHEN, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), 179-201.
- CRARY, J. (2015). *Gözlemcinin teknikleri: On dokuzuncu yüzyılda görme ve modernite üzerine* (E. Daldeniz, Çev.). Metis Yayınları.
- ÇELİK, C. (2014). İslam Şehri'nden Şehir İslamı'na: Tarihsel tecrübeden sosyolojik pratiğe şehrin medeniyet kodları. *Milel ve Nihal*, 9(3), 137-156.
-

- DEBORD, G. (2017). *Gösteri toplumu* (A. Ekmekçi & O. Taşkent, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- DİKER, M., & ERKAN, N. Ç. (2017). Kent kimliğinde ibadet yapıları: Antakya örneği. *Planlama*, 27(2), 180-192.
- EKEN, M. (2020). Modern görsel kültürde nesli'nin online inanç pratikleri. *Bilimname*, 2020(43), 31-71. <https://doi.org/10.28949/bilimname.762744>
- ELIADE, M. (1991). *Kutsal ve kutsal-dışı: Dinin doğası* (A. Berktaş, Çev.). Gece Yayınları.
- ELLUL, J. (1998). *Sözün düşüşü* (H. Arslan, Çev.). Paradigma Yayınları.
- ERDOĞAN, E. (2004). Şanlıurfa Mevlevihane Camii ve peyzaj tasarımı. *Vakıflar Dergisi*, 28, 173-184.
- ERDOĞAN, R., OKTAY, H., & SELİM, C. (2021). Tarihi çevre yenileme çalışmalarının peyzaj mimarlığı açısından değerlendirilmesi: Muratpaşa Camii örneği. *Journal of Architectural Sciences and Applications*, 6(1), 195-205. <https://doi.org/10.30785/mbud.886207>
- FARAGO, F. (2018). *Sanat* (Ö. Doğan, Çev.). Doğu Batı Yayınları.
- FLORENSKI, P. (2017). *Tersten perspektif* (Y. Tükel, Çev.). Metis Yayınları.
- GIDDENS, A. (2000). *Modernliğin sonuçları* (E. Kuşdil, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- GOFFMAN, E. (2009). *Günlük yaşamda benliğin sunumu* (B. Cezar, Çev.). Metis Yayınları.
- GÜL, A. (2000). Peyzaj-insan ilişkisi ve peyzaj mimarlığı. *Turkish Journal of Forestry*, 1(1), 97-114. <https://doi.org/10.18182/tjf.58789>
- GÜNGÖR, H. (2016). Geleneksel Türk din ve inanışlarında kutsal mekân / Ziyaret yerlerinin oluşumu. İçinde A. H. Eroğlu (Ed.), *Türkiye'de Dinler Tarihinin Kurumsallaşma Sürecinde Prof. Dr. Abdurrahman Küçük* (ss. 675-685). Berikan Yayınları.
- HARRIS, D. E. (2005). *Key concepts in leisure studies* (First edition). SAGE Publications Ltd.
- HARVEY, D. (2008). *Umut mekanları* (Z. Gambetti, Çev.). Metis Yayınları.
- HARVEY, D. (2013). *Asi şehirler: Şehir hakkında kentsel devrime doğru* (A. D. Temiz, Çev.). Metis Yayınları.
- HARVEY, D. (2014). *Postmodernliğin durumu: Kültürel değişimin kökenleri* (S. Savran, Çev.). Metis Yayınları.
- İNALCIK, H. (2010). İstanbul: Bir İslam şehri. *İslam Tetkikleri Dergisi*, 9, 221-

242.

- JAY, M. (1988). Scopic regimes of modernity. İçinde H. Foster (Ed.), *Vision an Visuality*. Bay Press.
- KARAARSLAN, F. (2021). Bir insanlık durumunu hatırlamak ya da gündelik hayatın sınırına dair değiniler. İçinde F. Karaarslan & S. Doğan (Ed.), *Rutin ve Hayret: Bir İmkan ve İmtihan Olarak Pandemi* (ss. 49-66).
- KARADENİZ, S. (2018). Bir kavram habitusu denemesi: "Kutsal". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(56), 376-388.
- KAYA, İ. (2020). Simgesel bir form olarak perspektiften dinin seküler inşasına mekânın poetikası. *Eskiyeni*, 41, 491-513. <https://doi.org/10.37697/eskiyeni.740323>
- KULELİ, A. E., & BİNAN, D. (2019). Bursa Yeşil Külliyesi Medresesinin müze işleviyle kullanımına yönelik koruma ve projelendirme yaklaşımı. *Megaron*, 14(2), 213-229. <https://doi.org/10.14744/MEGARON.2019.37048>
- LARSEN, J. (2014). The tourist gaze 1.0, 2.0, and 3.0. İçinde A. A. Lew, C. M. Hall, & A. M. Williams (Ed.), *The Wiley Blackwell Companion to Tourism* (ss. 304-313).
- LEFEBVRE, H. (1998). *Modern dünyada gündelik hayat* (I. Gürbüz, Çev.). Metis Yayınları.
- LEFEBVRE, H. (2014). *Mekânın üretimi* (I. Ergüden, Çev.). Sel Yayınları.
- LYON, D. (2006). *Gözetlenen toplum* (G. Soykan, Çev.). Kalkedon Yayınları.
- MACCANNELL, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class* (First Edition, With a New Introduction). University of California Press.
- MARDİN, Ş. (2017). *Din ve ideoloji*. İletişim Yayınları.
- MİTCHELL, T. (2001). *Mısır'ın sömürgeleştirilmesi* (Z. Altok, Çev.). İletişim Yayınları.
- MUMFORD, L. (2006). *Tarih boyunca kent: Kökenleri, geçirdiği değişimler ve geleceği* (G. Koca & T. Tosun, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- PANOFSKY, E. (2013). *Perspektif: Simgesel bir biçim* (Y. Tükel, Çev.). Metis Yayınları.
- PANOFSKY, E. (2015). *Gotik mimarlık ve skolastik felsefe: Ortaçağda sanat, felsefe ve din arasındaki benzerliklerin incelenmesi* (E. Akyürek, Çev.). Kabalcı Yayınları.
- POLAT, A., & ÖNDER, S. (2012). *Kentsel peyzaj: Tasarım ve uygulamaya yönelik bazı öneriler*. 97-116.
-

- RITZER, G. (2011). *Büyüsü bozulmuş dünyayı büyülemek* (Ş. S. Kaya, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- ROBINS, K. (2013). *İmaj görmenin kültür ve politikası* (N. Türkoğlu, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- SAĞIROĞLU, M. (2019). Turistik mekânda gerçekliğin algısal değişimi: Modern ve post-modern turizm deneyimlerinde özgünlük. *PLANLAMA*, 29(2), 90-101. <https://doi.org/10.14744/planlama.2019.42204>
- SAYIN, Z. (2018). *İmgenin pornografisi*. Metis Yayınları.
- SENNETT, R. (1999). *Gözün vicdanı: Kentin tasarımı ve toplumsal yaşam* (S. Sertabiboğlu & C. Kurtulay, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- SENNETT, R. (2010). *Kamusal insanın çöküşü* (A. Yılmaz & S. Durak, Çev.). Metis Yayınları.
- SENNETT, R. (2011). *Ten ve taş: Batı uygarlığında beden ve şehir* (T. Birkan, Çev.). Metis Yayınları.
- SONTAG, S. (2008). *Fotoğraf üzerine* (O. Akınhay, Çev.). Agora Kitaplığı.
- TATAR, B. (2017). 'Kutsal mekan': Fenomenolojik bir analiz. *Milel ve Nihal*, 14(2), 8-22. <https://doi.org/10.17131/milel.377607>
- URRY, J. (2009). *Turist bakışı* (Enis Tataroğlu, İbrahim Yıldız, Çev.). Bilge Su.
- URRY, J. (2015). *Mekanları tüketmek* (R. G. Ögdül, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- USTA, G. (2020). Mekan ve yer kavramlarının anlamsal açıdan irdelenmesi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 10(1), 25-30.
- VEBLEN, T. (2005). *Aylak sınıfın teorisi* (Z. Gültekin & C. Atay, Çev.). Babil Yayınları.
- VIRILIO, P. (2018). *Hız ve politika: Dromoloji üzerine bir deneme* (M. Cansever, Çev.). Metis Yayınları.
- YILDIRIM, D. Y., & YETİM, Ş. (2020). Dini yapılar ve kent kimliği ilişkisi üzerine bir değerlendirme: Trabzon örneği. *İDEALKENT*, 11(31), 1856-1881. <https://doi.org/10.31198/idealkent.769504>
- ZUKIN, S. (1992). The city as a landscape of power: London and New York as global financial capitals. İçinde *Global Finance and Urban Living*. Routledge.



RELIGIOUS BUILDINGS ABANDONED TO THE TOURIST GAZE IN THE MODERN AND POSTMODERN URBAN SETTING

 Mustafa Derviş DERELİ^a

Extended Abstract

City/urban studies have a lifetime equivalent to the emergence of sociology and it is one of the most important research areas of sociological studies. Since the city/urban corresponds to the living spaces where the interaction between society and religion can be easily observed, it is also one of the significant study subjects of the sociology of religion. Because cities provide us the observation of whether religion plays an active role in social life or whether it withdraws from life. Even walking around the city's covered bazaar, historical buildings, mosques, madrasas, squares, streets, and bazaars gives us this impression.

Socio-religious buildings, which correspond to a more central form of city life in the traditional period, have faced the loss of importance in modern and postmodern urban mentality. One of the most notable reasons for this is the change in the time-space balance and the loss of importance of space. The postmodern perception of space, which devotes almost everything to instant interaction practices with the digital world, has revealed a touristic view even to religious buildings that have somehow challenged centuries. "How are religious buildings included in the field of tourist gaze in the modern and postmodern urban setting?" This study, which seeks an answer to that research question, aims to reveal the change in the sociological counterpart of religious buildings based on the literature and some observations.

Tourist gaze is the form of gaze that is identified with the tourist and has similar characteristics almost all over the world. The concept was first brought to the literature by John Urry with the book published under the

^a Asst. Prof., Erciyes University, mdervisdereli@erciyes.edu.tr

name *The Tourist Gaze* in 1990, and different contexts were brought to the concept by researchers in the following periods. “Gaze”, which forms the basis of the tourist gaze, has a different connotation from the words “look” and “stare”, which also mean to look. While the word “look” implies a bilateral relationship in a natural practice of seeing, “gaze” refers to a one-sided gaze that makes it passive while looking at an object carefully and systematically. The word “stare” corresponds to the act of looking for a long time by turning the eyes to a fixed point with excitement and surprise and looking at it without moving the eyes. So the word “gaze” refers to a different type of gaze that has certain implications rather than an ordinary look.

The tourist gaze, like the photographic gaze, positions itself as a gaze consisting of fragments frozen in an instant. The modern and postmodern urban areas, which have become increasingly sophisticated, mechanized, and digitalized, reveal the tourist gaze with all its dimensions. Placing the tourist gaze at the center of modern urban setting has revealed the understanding that the more tourists a city can attract, the more it is worth seeing. However, what makes a city valuable is how much it can maintain its own identity, rather than how many tourists it attracts in quantity. Historical artifacts and religious buildings that reflect the historical experience and memory of the city are constantly exposed to the domination of the tourist gaze in this urban setting.

Religion, religious buildings, and religious symbols have very different importance in urban metaphysics. Religion permeates almost all societies and cultures, from the West to the East, and is somehow involved in life from making sense of identity to everyday life practices that seem ordinary. Although secular culture and lifestyle have negatively affected the visibility, effectiveness, and dynamism of religion in society, religion tries to hold on to the world of individual and social meaning with different appearances. Religion exists with its symbols and unique buildings in society. But sacred places, historical and religious buildings are greatly affected by the filling of the epistemological content of seeing, the institutionalization of tourism, and its articulation with capitalism.

If space is a living entity that represents “us”, our space should reveal our history, tradition, and culture. However, the fact that religious buildings are directly matched with the tourist gaze, which can be consumed at any time, like other types of structures or objects in the urban setting, removes our religious buildings from their identities. The recent visualization of religious buildings with restoration, landscape, and recreation works eliminates their

unique differences and, more importantly, pushes them out of individual and social life. Reproduction of religious places or subjecting them to conspicuous consumption makes these places away from being livable places where one can go and worship at any time and sit in its courtyard for a long time. The tourist gaze, which detaches the traditional roles and meanings of religious buildings from their context, results in the inability of new generations to adequately recognize and internalize these religious buildings. Calling the socio-religious buildings, which are gradually moving away from being a dynamic that builds individual, social and religious life, to the center of life and memory without exposing them to the tourist gaze, will only be possible by questioning our perspective on the city in a holistic way and putting new initiatives into practice.

Keywords: The sociology of religion, Tourist Gaze, Urban Setting, Religious Buildings, Reproduction of Space.



Acknowledgements:

-

Declarations:

1. Ethics approval:

Not applicable.

2. Author contribution:

The author declares no one has contributed to the article.

3. Competing interests:

The author declares no competing interests.

