

Antalya Örneğinde Kent Kimliği¹

Arzu Erdinç

*Doktora Öğrencisi
Süleyman Demirel Üniversitesi
SBE Sosyoloji ABD
E-posta: arzuerdinc@gmail.com*

Giriş

Her değişim ve dönüşüm kentleri etkilemektedir. Dünyadaki bu değişim ve dönüşümler küreselleşme süreciyle birlikte yaşanmaktadır. Tabii ki bu süreç kentleri de etkilemektedir. Çünkü kentler yaşayan canlı bir ekosistemdir. Kentlerin var olabilmesi ya da yaşayabilmesi için kendilerini geliştirmesi gerekmektedir. Bu gelişim de kentin kendi kültürünü yaygınlaştırması ile olacaktır. Kent kültürü de beraberinde kent kimliğini getirmektedir. Bu kavram önemlidir. Çünkü kavram, kentin kendi var olan kültürünü ön plana çıkarmaktadır.

Bu çalışmada; kentle kimliğin bütünleşmesini, markalaşma ve kentsel kimlik ayrımını ve son olarak da Antalya'da kentsel kimlik ele alınacaktır. Antalya şehrinin seçilmesi de, artık Antalya'nın deniz, kum ve güneş ile anılan kimliğinden ayrılıp farklı kimliklerle tanınmasının sağlanmasıdır.

Kentle Kimliğin Özdeşleşmesi

Kentlerin yaşanabilirliği tanımlanırken, ulaşılabilirlik, eşitlik, adil olma ve katılım gibi hakların dikkate alınması ve kentlinin sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel niteliklerinin iyileşmesinin sürekliliği önem taşımaktadır (Kayır, 2007).

Her kent belli kimliksel özelliklerle kültürü yaratır, barındırır; kültürü ve kültürün ürünü olarak kendisi olur; başka bir anlatımla, kentle kültür arasındaki ilişki o kentin kimliğini kurar ya da oluşturur (Çotuksöken, 2009). Önemli olan burada kentin varlığını, kimliğini "geçmişten geleceğe" bir süreklilik olarak algılamak ve kavramaktır. Kentin kimliği, geçmişin korunması ile bugünün kültürünün yaşatılmasına bağlı olduğundan:

¹ Bu çalışma, 2010 yılında Malatya Kent Konseyi tarafından düzenlenen "Kent Kültürü ve Kentlilik Bilinci" konulu makale yarışmasına gönderilen metnin gözden geçirilmiş halidir.

- Tarihi – geçmişi yıkmadan yenileşme,
- Gelişmeyi – yenileşmeyi durdurmayacak, engellemeyecek bir onarma gerekmektedir.

Kentlerin kimliğinin oluşumu üç öğeye bağlanmaktadır. Kentin fiziki değerleri (Doğal çevreye, mimarlık değerlerine, kültürel mirasa vb. bağlı), yaşam kalitesine ilişkin memnuniyet ve kentin kimliğine ilişkin olan söylem şeklindedir. Bu üç öğenin bir araya gelmesinin kentin kimliğini oluşturduğu biçiminde bir denklem söz konusudur (Tekeli, 2008: 15).

Merkezi ve yerel yönetimler de birlik içinde kentlerin ürettiği kültür birikimini korumalı ve kent kimliğine sahip çıkmalıdır. Ayrıca kentlinin de aidiyet duygularını güçlendirerek, yaşadığı mekânı benimsemesi sağlanmalıdır. Kentli kimliği ve kentli bilinci yaratmanın önkoşulu, kenti 'o kent' yapan tarihsel serüveni canlı tutmak, tarihsel dokusuyla, mekânlarıyla, adabı erkaniyla, ilişki biçimleriyle tanıdık hale getirmek, geçmişle bugünü birbirine bağlayıp geleceğe uzanmaktır. Burada devreye giren kent müzeleri ve arşivleri de, kentin geçmişi ve kültürüyle uyumlu bir değişime katılan ve kentli bilincine sahip hemşehriler yaratma işlevi görmektedir. Aynı zamanda kent müzeleri, kentli bilincini oluşturma, aidiyet duygusu yaratma, eğitim, turizm ve tanıtım işlevlerinin yanında, elimizden kayıp giden her şeyi derleme toplama, sınıflama ve koruma işlevini üstlenmektedirler. Kentler, benzerlerinden farklılaşma çabasına girerken, özgünlüklerini simgeleyen 'konsept'ler geliştirerek, moda deyimiyle "markalaşma" yarışına katılmaktadırlar (Dedehayır, 2010).

Marka ile Kent Kimliği Ayırımı

Son yıllarda kentlerin kimliğinden, girişimci kentlerden ve marka kentlerden söz edilmektedir. Bu kavramların kendi içinde yeniden yorumlanarak, kullanılabilir olması sağlanmalıdır. Markalaşma stratejisi, tek başına gerçekleştirilebilecek bir şey değildir. Kimliği olmayan bir kentin markalaşması düşünülemez. Bir kentin markalaşabilmesiyle kimlikli bir kent olmasının buluşturulması gerekir (Tekeli, 2008: 1 – 2). Marka ve kimlik, birbirleriyle ilişkili kavramlardır. Ve kentin de belirleyici özelliğini göstermektedirler.

Marka kavramı pazarlama alanının geliştirdiği bir kavramdır. Markalaşmadan söz edilmeye başlandığında, gerçekten varolan ve sürdürülmekte olan ama yaygın olarak bilinmeyen bir başarı hakkındaki farkındalığı artırmaktan söz edilmiş olmaktadır (Tekeli, 2008: 4). Kent kimliği de, kenti diğer yerleşmelerden ayıran bir özelliktir. Kent kimliği dendiğinde bu 'işiksel bir kimliktir'. Kentin kimliğini ilişkileri belirlemektedir. Bu ilişkilerin biçimine bakarak bir kent, dünya kenti, metropoliten kent, liman kenti, sanayi

kenti, çeşitlenmiş kent kategorilerine sokulabilir (Tekeli, 2008: 13). Bir kentin kimliği zaman içinde oluşur. Kimlik zaman içinde oluşan, ama yönetilen bir şeydir (Tekeli, 2008: 14). Bu zaman içinde oluşan kimlik, kentler için çok önemlidir. Çünkü kimlik, kentin bir simgesi ve kentle özdeşleşen bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca güçlü kimliği olmayan bir kentin de markalaşma çabası sonuç bulmayacaktır.

Antalya'da Kentsel Kimlik Oluşturulması

Antalya şehir merkezinin, engebeli kayalıklar üzerinde denizden 40 metreye kadar yükselen falezler üzerine kurulmuş olması, Antalya'yı dünya kentleri içinde çok farklı kılmaktadır. Yüzyıllar boyunca süren bir yaşam alanı olmasının yanında, kentin esas önemli niteliği, ekosistem özellikleri nedeniyle imparatorlukları ve çeşitli uygarlıkları barındırmış olmasından kaynaklanmaktadır. Antalya diğer kentlerle kıyaslanamayacak özgün değerlere sahiptir. Ayrıca coğrafik konumu itibarıyla Akdeniz'in stratejik bir kentidir ve özgün ekolojik değerleri bünyesinde barındırmaktadır (Kayır, 2007).

Antalya doğa zenginliğine ek olarak geleneksel bir ekonomik güce de sahip olan kentsel yerleşmelerden biridir. Tarıma dayalı ve maden ürünlerine yönelik sanayileşmeyle birlikte Antalya, bölgesel ve ulusal ticarete katkısı artan bir ekonomik varlık profili çizmiştir. Bunun yanında turizm sektörü de, Antalya ekonomik canlılığının belli bir parçasını oluşturur hale gelmiştir (Karaesmen, 2010).



Fotoğraf 1 ve 2: Antalya'dan Görünümler

Turizmin gösterdiği bu çok hızlı gelişme ile kentin yılda 7 – 8 milyon ziyaretçi alması, Antalya'nın kültür turizmi potansiyelinin kullanılmasını birlikte getirmemiştir. Yerli ve yabancı konukların çok önemli bir bölümü tatillerini kentin dışındaki büyük otellerde geçirmekte, yalnızca Antalya'nın

güneşli ve temiz plajlarından yararlanmaktadırlar ("Antalya Kent Müzesini Kuruyor").

Antalya'nın izleyeceği bir kimlik oluşturma, markalaşma ve girişimci nitelik kazanma konusunda Antalya Kent Müzesinin çok önemli bir rol oynaması gerektiği üzerinde özellikle durmakta yarar vardır (Tekeli, 2008: 16). Antalya Kent Müzesi Projesi, hem Antalya'da yaşayanların hem de yerli ve yabancı konukların kentin dününü, bugününü ve yarınını kavramalarına ve kentin değerini bilmelerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır ("Antalya Kent Müzesini Kuruyor"). Önemli olan Antalya'nın tarihi, kültürel, ekonomik değerlerini, deniz - kum - güneş unsurlarının önüne çıkaracak ve Antalya'nın kendi kimliğini oluşturacak bir proje hazırlamaktır.

Nitekim burada, Antalya'nın Markalaşma Projesinden bahsedilebilir. Bu proje Antalya Ticaret ve Sanayi Odası ile Antalya Büyükşehir Belediyesi tarafından yapılmıştır. Projenin adı da, Antalya Manifestosu - Türkiye'nin İlk Marka Şehir Planı'dır. Modern yaşamın tüm yönleri - ekonomi, kültür ve tüm diğer değerler - küreselleşme ile birlikte değişime uğramaktadır. Antalya Manifestosu'nda bu dinamik yapı içerisinde Antalya'nın kendisini nasıl konumlandırabileceğine dair bir yol gösterilmektedir. Antalya Manifestosu olarak isimlendirilen Antalya Şehir Marka Planı Türkiye'de bir ilktir (Antalya Manifestosu, 2008: 4). Ama yapılan yerel seçim ile ticaret ve sanayi odası seçimi sonucunda iki başkanın da görevden ayrılması bu projeyi durağan hale getirmiştir. Burada önemli olan sürdürülebilirlik kavramının yerleşmesinin sağlanması ve gerçekten kentin kültürünü ve kimliğini ortaya koyabilecek projeler üretilmesidir. Ayrıca denetim kavramının eksikliği de burada karşımıza çıkmaktadır.



Fotoğraf 3. Antalya Yat Limanı



Fotoğraf 4. Hadrian Kapısı(Üç Kapılar)

Antalya'nın imkânlarını daha verimli kullanmayı sağlamak için, deniz - güneş - kum seçeneklerinden farklı, uluslararası alanda ilgi çekecek tarihi ve kültürel yapılardan bahsedilmelidir. Mesela "Kaleiçi" olarak adlandırılan ve daha yakın yüzyılların yapı örneklerini barındıran yöre, Antalya'da kent

dokusunun tarihsel gelişmesinin anlamlı bir göstergesi olarak hala görev yapmaktadır. Buraların daha kullanışlı ve aktif hale getirilmesi, Antalya'nın tarihi ve kültürel bir kimliğini oluşturacaktır. Ayrıca bu şehir için yat limanı da büyük önem taşımaktadır.



Fotoğraf 5: Hıdırlı Kulesi



Fotoğraf 6: Yivli Minare

Sonuç

Antalya zengin doğal, kültürel, tarihi ve çevresel değerlere sahip bir kıyı kentidir. 1980'li yıllardan sonra hızla büyüyen Antalya, Türkiye'nin turizm merkezi haline gelmiştir. Burada önemli olan Antalya'nın yalnızca bir turizm kenti olduğu saplantısından çıkmaktır. Tarımıyla, kültürüyle, tarihiyle de kentsel gelişmeye katkıda bulunabileceği unutulmamalıdır. Ayrıca bu kaynakları en verimli şekilde kullanmakta önemlidir. Antalya aynı zamanda bir liman kentidir ve tarihinde bu özelliği her zaman yer almıştır. Antalya kentinin liman kenti olarak gelişiminin sağlanması ve denizden yararlanarak ekonomisinin yönlendirilmesi gerekir. Antalya kentinin kendine özgü özelliklerinden yola çıkarak kentsel göstergelerinin saptanması da söz konusu olmalıdır.

Antalya'nın tarihi, kültürel ve ekonomik değerleri ön plana çıkarılmalıdır. Yani Antalya'nın turizmin yanında tarihi ve kültürel değerleri ile markalaşması daha önemlidir. Kentin gelişmesi için de kent kimliğinin bu kavramlarla ön plana çıkması gerekir. Kısacası Antalya, turizmi araç olarak kullanarak, kültürel değerlerini öne çıkarmayı sağlamalıdır. Ayrıca burada Kent Müzelerinin de katkıları unutulmamalıdır. Çünkü onlar da kenti tanıtıcı bir amaçla kurulmuşlardır ve kentin kimliğini de bir araç olarak kullanmaktadır. Bir de kentin kimliği ve markalaşması kent müzesini çok yakından ilgilendirmektedir. Kent müzesi projesi de kent kimliği açısından önemlidir. Kent müzeleri kent kimliğini oluşturmada bir araç olarak kullanılmaktadır. Kent kimliği kentin tarihi, doğası, sanatı, bilimi ve kültürü ile gelişir. Bu değerler göz önünde bulundurulursa, kentin dünya kenti haline gelebileceği söylenebilir.

Kaynakça

- Antalya Kent Müzesi, 2010, *Antalya Kent Müzesini Kuruyor*, Antalya Kent Müzesi Projesi El Broşürü.
- Antalya Manifestosu, 2008, *Türkiye'nin İlk Marka Şehir Planı*, Antalya.
- Çotuksöken, B., 2009, *Kent, Kimlik ve Kültür*, [www.akademik.maltepe.edu.tr/~betulc/Kent,%20Kimlik%20ve%20Kültür.doc], e.t. 06.03.2010.
- Dedehayır, H., 2010, *Bana Kentimi Anlat, Bana Kendimi Anlat*, [http://www.cekulvakfi.org.tr/icerik/haftaninYazisi.asp?ID=66], e.t. 02.03.2010.
- Karaesmen, E., 2010, *Antalya Kent Dokusunun Yarım Yüzyıllık Serüveni (Kentsel Yapılaşma ve Altyapılaşmaya Giriş)*, [www.e-kutuphane.imo.org.tr/pdf/11058.pdf], e.t. 03.03.2010.
- Kayır, G. Ö., 2007, "Coğrafi Bilgi Sistemi'nden Yararlanarak Antalya Kenti İçin Sürdürülebilirlik Projesi Geliştirilebilir," *TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası Ulusal Coğrafi Bilgi Sistemleri Kongresi*, 30 Ekim - 02 Kasım, KTÜ, Trabzon, [www.cbs2007.ktu.edu.tr/bildiri/S_121.pdf], e.t. 03.03.2010.
- Tekeli, İ., 2008, *Bir Kentin Kimliği ve Marka Olması Konusunda Nasıl Düşünülebilir?*, Kent - Müze - Tarih Söyleşileri Dizisi - 5, Antalya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları, Antalya Kent Müzesi Projesi, Antalya.
- Tunçer, M., 2010, *Dünya Cenneti Antalya'yı Korumak*, [http://www.yapiworld.com/cevre/tuncer_antalya.htm], e.t. 10.03.2010.
- www.antalyakentkonseyi.org.tr, e.t. 02.03.2010.
- www.bizimantalya.com/marka_kent_antalya-4185.html, e.t. 02.03.2010.