

Kent, Metropol ve Değişen Yer/Mekân İmajları

Ömer AYTAÇⁱ

Öz: Bu çalışmada, kent ve metropol imgesi üzerinden değişen yer mekan imajlarına dikkat çekilmekte, kentin kültürel yüzeyini yansıtan, birer imge repertuarı olarak görülen kentsel mekanlara odaklanılmaktadır. Özellikle küreselleşme ve iletişim teknolojilerinin etkisiyle mekan, kent ve metropol algısındaki değişimler, kent mekanlarının sosyal temsil yetileri, kültürel ve imgesel anlamlarında görülen farklılaşmalara dikkat çekilmektedir. Kent mekânlarının uçucu, değişken ve kurmaca kimlikler atfedici yanlarına vurguda bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kent, metropol, kentsel imge, kent mekânları, küreselleşme.



City, Metropolis and Changing Place/Space Images

Abstract: Observing on the changing spatial images of the city areas and metropolis, this study is focused on urban areas that are seen as the reflected image of the cultural base of the city. Considering the influence of globalization and communication technologies, particular attention has been taken place reading to the spatial changes in city and metropolis, the social representations of urban spaces, and the differences in cultural and imagery meanings. The volatility of urban spaces is emphasized in terms of variable and fictional identities.

Keywords: City, metropolis, urban image, urban spaces, globalization.

Giriş

Modern kentler, kültürün, kimliğin, imge ve göstergelerin birbiriyle yarıştığı, çatıştığı kaotik bir arenayı andırırlar. Üzerinde yaşayan insanlar için yer/mekân olmanın ötesinde, aidiyet, kültürel çeşitlilik ve değişik yaşam tarzlarının filizlendiği mümbit bir vahadırlar. Farklı sosyal katmanlara ve alt kültür

ⁱ Prof.Dr., Fırat Üniv., İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, oaytac75@hotmail.com.

gruplarına ev sahipliği yaptıkları gibi, kendi içlerinde dışlayıcı, ayrıştırıcı mekanizmalar vasıtasıyla polarize edici bir güce de sahiptirler.

Aslında kentin fiziki-sosyal mimarisi; tipik bir toplumsallık, kültür, kimlik, beden ve akıl üretme potansiyeli taşıır. Her kentin kendi ruhsallığı, bunun türevi ilişkiler sistemi ve normatif formları vardır. Kentsel dinamikler, oradaki yaşamı, sosyal ilişkileri, siyasal tahayyülleri yeniden organize eder, kamusal muhayyilenin rengine ve desenine şekil verir. Kent, her türden yapıp etmelerimizin zihinsel/düşünsel arka planına ev sahipliği yapar. Biz bir bakıma, kentin kucağında var oluruz, ontolojik sosyalliğimizin sınırlarını, düşünsel ufkumuzun hinterlandını kentin doğası belirler.

Modern kentler, her şeyden önce, farklılık, eşitsizlik ve rekabetçi siyasanın altüst ettiği bir sosyal ilişkiler dünyasına sahiptirler. Ulrich Beck *Siyasallığın İcadı* (2013) adlı eserinde bu durumu iktidar ve mülkiyet yapılarının devamı şeklinde ele alır. İnsanlar yakın fizikî mesafeye rağmen birbirlerini “görmeden”, “umursamadan” “modern kayıtsızlık” halinde yaşarlar. Bu yönleriyle özgürlüğün, yabancılaşmanın, varoluşun ve yalnızlığın mekânlarıdır. Bunun kamusal alandaki karşılığı, toplumun/topluluğun, cemiyetin/cemaatin, kolektifin/tikelin, yerelin/küreselin birlikte, iç içe, etkileşerek ve dönüşerek varolmasıdır. Modern kentler, çatışma, uyum, farklılık vb. temalar üzerinden, sınıf, cinsiyet, etnisite, mezhep vb. kategorilerin yeniden kurulup işleyişine sahne olurlar (Özdemir, 2010:74).

Modern kentler, 20.yüzyıl ile birlikte yoğun nüfus, göç, finans, bürokrasi, siyaset ve kültürel sermayenin akış alanları haline gelirken büyük bir evrim geçirdiler. Büyük kentler yerlerini mega şehirlere ve metropolitan alanlara bıraktılar. Metropol, devasa mimari alanları, büyük sermaye potansiyeli, kültürel çeşitlilik, yoğun ve akışkan nüfus, bürokratik ya da siyasal merkez vs. olmanın ötesinde, insani ve sosyal yaşam döngüsünün hızla aktığı, hızın ve mobilitenin hayatın motorize gücü haline geldiği, küresel rüzgârların etkisinin en hızlı şekilde kendisini gösterdiği yerleşim bölgeleri haline geldiler. Metropol, kentin sınırlarının kaybolduğu, mekânsal ve zamansal belirleyicilerin çaptan düştüğü, kontrolsüz ve akışkan ilişkilerin merkezi hale geldiği bir gerçekliğe tekabül etmektedir.

Kentin ne olduğunu ve sosyo-mekânsal bir süreç olarak özelliklerini kavrayabilmek herşeyden önce, kentsel yaşamın ciğerlerine kök salmış mekânların, bunların kente vurduğu damgaların çözümlenmesine bağlıdır (Tekeli, 2005:6-9). Kuşkusuz, kent ya da metropoldeki yaşamı imleyen en merkezi unsur, kentsel mekânlardır. Modern kentin kurgusu içerisinde kent mekânlarının büyük yeri vardır. Kentin nabzının attığı, kentli yurttaşların yüksek katılımına sahne olan mekânlar olarak eğlence yerleri, kafeler, restoranlar, sinemalar, müze ve galeriler, oteller, parklar vs. kentin yeniden üretiminde, toplumsal ve kültürel derinlik kazanmasında birincil elden katkı sahibidirler. Modern toplum büyük ölçüde kalabalıkların kendilerini kent mekânlarında bulması ile karakterize olur.

Gelenekçi yaşamda bireyler ev içinde tutulurken, modernite kitleleri sokağa çıkmaya, kamusal deneyim yaşamaya yöneltmiştir.

Kent mekanları, kentli yurttaşların, kentteki yabancıların, turistlerin, aylakların, fleneur'ların, marjinal grupların, farklılığını ve biricikliğini vurgulamak isteyenlerin bir şekilde kendi yaşam alanlarını inşa ettikleri, alt kültür cemaatlerini oluşturdukları, kendi ruhlarını ve renklerini yeniden ürettikleri, kentin kozmopolitesi içinde ontolojik birer aidiyet alanı olarak kurabildikleri yerlerdir. Bugün hemen her kentte, değişik türden ayrıcalıklı, sıradan, özellikli, konulu mekânlara rastlanabilmektedir. Ancak kentler gibi kent mekânları da, küresel kültüre açıklıkları sayesinde çok hızlı bir değişimin ya da başkalaşımın tarafları durumundadırlar. Günümüz kentleri, artık, istikrarlı, kalıcı, sabit ve kararlı kimliklerini, yaşadığımız çağın teknolojik gelişmelerinin bir sonucu olarak kaybediyorlar. Kentler, mekânlar, yerler sürekli değişen konuklarıyla, yeni kimlikler ve yeni yaşam tarzlarıyla tanışıyor, bunun etkisiyle yoğun ve yakıcı bir başkalaşım içine giriyorlar. Mekânlar, artık, Marc Auge'nın (1997) ifadesiyle "yok mekân", "yer olmayan", "hiçbir yer", "yersizlik" vb. gibi bildik mekân imgesinin kayboluşunu göstergeleyen yeni anlamlara kavuşuyorlar. Bildik mekânın yok oluşu, mekâna dair algılamalar, yaşam stilleri, dünya görüşleri, kimlik formları ve de aidiyet matrislerinin ölümü anlamına geliyor. Her gün değişen, süreklilik taşımayan müdavimleriyle kent mekânları giderek gelip geçiciliğin, seyyalitenin, yabancılaşmanın, göçebelik ya da turist deneyimlerinin şekillendirdiği sanal bir mekân olmaya doğru savruluyorlar.

Bu çalışmada, kent ve metropol imgesi üzerinden kentin kültürel yüzeyinde yaşanan dönüşümlere işaret edilmekte, küreselleşme sürecinde kentsel imge repertuarı olarak beliren kentsel mekanların geçirdikleri değişime betimsel açıdan yaklaşmaktadır.

Modernite ve Mekân İmgesi

Modernite öncesinde, mekânın niteliği yerel ölçeklere bağlıydı. Mekân ve yer birbiriyle özdeşti, mekânın kavranmasında, yerel etmenler belirleyici rol oynuyordu (Giddens, 1994). Oysa şimdi, mekânlar, erişilebilirliğin, teknolojik gelişmenin ivme kazanmasıyla, sınırların ortadan kalkmasıyla ve bilginin hızla yayılmasıyla birlikte yerel öğelerinden sıyrıldılar ve farklı kültürlerin, farklı ilişkilerin etkisi altında iletişimden yoksun bırakıldılar. Castells'in (2013: 547) ifadesine göre, mekanlar, artık, sermaye, iletişim, görüntüler, sesler ve semboller akışı gibi sadece toplumsal örgütlenmenin bir unsuru olmayan, ancak topluma, iktisadi, siyasi ve sembolik olarak da hakim olan süreçler eliyle yeniden şekillenmektedir.

Gerçekte, modernite ile mekân arasındaki ilişki, bildik geleneksel mekân tasavvurlarının yapıbozuma uğramış radikal bir örneğini bize sunar. Zira modernite ile birlikte örtük, saklı bir yerde olan mekân, toplumsal sahnede görünmeye başlar, zaman ve mekân algıları köklü şekilde değişime uğrar, daha

önceleri zamana atfedilen merkezi değer, mekâna doğru kayış gösterir. Modernite herşey gibi mekânı da disipline ederek, mekân üzerinden güç hiyerarşileri yaratmaya yönelir. Bildik mekân imgesini tersyüz etmek suretiyle, mekânın kapitalist maksatlarla ticarileştirilmesinin önünü açar. Bu bağlamda David Harvey (1997) ve Manuel Castells (2013), modernitenin mekânının tümüyle kapitalizm tarafından şekillendirildiğini, kapitalizmin sadece kentlerin karakterini değil aynı zamanda sakinlerinin çeşitli etkileşimlerini de biçimlendirdiğini ileri sürerler.

Gerçekte, modernite; insanın zaman-mekân deneyimlerinde yaşadığı radikal bir değişime karşılık gelir. Sosyologlar arasında, insanların zaman-mekân tasavvurlarıyla olduğu kadar, bu ikisi arasındaki fiili ilişkilerdeki değişimler hususunda da neredeyse bir uzlaşma vardır. Modernleşme süreci de bir bakıma, zaman/mekân ilişkisindeki radikal değişimlerle karakterize olur. Yine bu ilişki büyük ölçüde değer yüklü bir düalizm şeklinde kendisini gösterir. Marx, Durkheim, Weber ve Parsons gibi klasik sosyologlar, zaman-mekân arasındaki bu düalizmi; dinamizm, değişim, evrim ve gelişmeyle tanımlanan zaman lehine ve yine, doğurganlık ve durgunlukla denk tutulan mekân aleyhine kurarlar. Bu ilişki, modernliğin diğer bazı değerleriyle birlikte evrimci söylemi vasıtasıyla kurulur. Gerçekte, zamana eşlik eden söylem, modernist bir tabiata sahiptir. Mekâna karşılık gelen söylem ise modernizm lehine kurulu hiyerarşiyi tamamlamak üzere işletilmektedir (Aktay, 1999).

Bu çerçevede M. Berman, moderniteyi (başka şeylerin yanı sıra) mekân ve zamanın belirli bir yaşanma tarzıyla paralel görür. D.Bell ise, modernizmi, çeşitli düşünsel akımların mekân ve devrim konularının kavranmasında yeni bir mantık oluşturmak zorunda kaldığını belirtir. Ayrıca, yüzyılın başlarında nasıl zaman birincil estetik sorun ise (Bergson, Proust, Joyce), mekânın örgütlenmesinin de yirminci yüzyıl ortası kültürünün birincil estetik sorunu haline geldiğini ileri sürer (Harvey, 1997: 227).

Modernlik temelde, gelenekçi kavrayışları dışlamakta, yeni ve kesin formlar/yapılar oluşturarak, değişimci ve ilerlemeci göstergelerle kendisini ele vermektedir. Zamana hükmetmeyi hedeflediği gibi mekana hakim olmayı ve onu dönüştürmeyi de hedefler. Mekân üzerinden iktidar ve güç hiyerarşileri yaratmak suretiyle de, mekânın ele geçirilmesinin düşünsel altyapısını kurar. Mekân durağan, sabit, değişmez bir kategori olarak değil, aksine, dinamik, değişken ve de iktidar hiyerarşileri yaratan bir güç olarak resmedilir.

Modern düşüncede önemli yere sahip ve birbirinden farklı bakış açıları ve kuramsal kaygıları olan Lefebvre, Foucault, Giddens ve Harvey, mekâna özel bir önem vermiş ve modernliğin yapılaşmasında ve temsilinde belirleyici bir rol oynadığı üzerinde durmuşlardır. Bu yaklaşımlarda mekân, kimi zaman, bir dizi ilişkinin basit ve durağan eşzamanlılığı ya da belli bir anda çekilmiş fotoğrafı olarak görülmüştür. Mekân, bir nevi dondurulmuş/durdurulmuş zaman olarak

telakki edilmiş ve yine, zamansızlık ya da belli bir zamanı içermemekle eşdeğer addedilmiştir (bkz. Işık, 1994; Aytaç, 2006).

Modernizme ve onun mekâna dönük tasarruflarına dönük hoşnutsuzluk yerini, yeni, aykırı ve farklılık içeren görünümlere bırakmıştır. Jencks'e göre, her şeyden önce, postmodernizm olarak nitelendirilen bu süreçte, çoğulculuğun kapısı açıldı; tarih, gelenek, retorik, ikonografi, renk, konvansiyon, heykel ve hatta o pek korkulan süsleme içeri alındı. Modernliğin bütün uygulama ve ideallerine tepki olarak, P.Feyerabend'in bilimsel akılcılığa karşı savunduğu "anything goes" sloganıyla, tam bir serbestlik, dolayısıyla eklektizme geçildi. Ancak, bu durum, belirsizlik, ilkesizlik, alışıldık biçimler ve sembollerin bulanıklaşması, karmaşa ve kaotiklik anlamı da taşıyordu. Bu durum, postmodernlere göre, kurallarla oynayıp zenginleştirmeye yönelik bir yaratıcılık, "demokratik bir gönül genişliği" yaratıyordu. Çelişik, birbiriyle tezat öğeler yan yana konularak şaşırtıcılık elde ediliyor, sıradan olandan, karmaşadan ve hatta kitsch'den korku duymayan bir rahatlık söz konusuydu. Bu aynı zamanda, kahraman, kurtarıcı, topluma şekil veren mimar imajının da sonuydu. Kısacası bu durum, modernizmin "ya öyle ya böyle" mantığı yerine "hem öyle hem böyle" mantığının, çoğulculuğun, öne geçmesi, sıradan olanın yükselişine olan tanıklığın artması anlamı taşıyordu (Zeka, 1994: 15-16).

F. Jameson da, postmodern dönüşümü mekân ve zaman deneyimlerimizdeki krize bağlar. Bu kriz dolayımında, mekânsal kategoriler, bir yandan zaman kategorilerine hakim olmaya başlar, diğer yandan da bir iz ve işaret bırakmayacak ölçüde değişirler. Jameson'a göre, bu yeni tür bir hiper-mekâna karşılık gelmekte ancak, algılama alışkanlıklarımız eski tür mekâna göre yapılaştığından bunu kavramakta güçlük içindeyizdir (Harvey, 1997: 227).

Bu yeni dönemde, bir yere sabitlenmiş tüm toplumsal/kültürel "bütünlükler" artık aşınmış ve zayıflamıştır. Bu durumu tetikleyen en başta, hızlı ulaşım araçlarının kullanıma sunulması olmuştur denebilir. Ayrıca, enformasyon naklinin hızlanması, bildik yere ve zamana dair kategorik algılamaların buharlaşmasına neden olmaktadır. Kısa bir zamanda sonsuz imgeler değiş-tokuşu ile karşı karşıyayız ve bilginin, paranın, değer ve kültürel imgelerin mekânlar arasında engelsiz dolaştığına tanık olmaktadır. Hareketin hızındaki farklılaşmalar, sabit ve istikrarlı olana dair bildik kavrayışları altüst etmekte. Şimdilerde biz, zamanın, mekânın ve bunları bir biçime sokma, kalıcılık/esneklik kazandıran araçların yaşamımızda oynadığı rolü her zamankinden daha açık bir biçimde görüyor, toplumsal/kültürel ve politik bütünlüklerin ölümüne tanık oluyoruz (Bauman, 2006: 22-23).

Benzer şekilde Sennett'de, bilgi ve iletişim ağlarının küresel şebekeleri sayesinde mekânın eski anlamından boşaldığı kanaatindedir. Yoğun ve hızlı trafiğin hüküm sürdüğü bu küresel şebekeler, bir bakıma bilgi, sermaye, imge ve göstergelerin akışının mekânlarıdır, elektronik düğümler ise sanal gerçeğin mekânıdır. Bu soyut mekân, aynı zamanda özellik ve farklılık vurgusunu

etkisizleştirir. Emberley bunun giderek toplumu daha bir teknolojiye bağımlı kıldığını belirtir. Global köy bir bakıma, “düzenleyici geleneği olan seçkin mekânların, anlam yüklü sürelerin ve sonuçların çözülmekte olduğu, çevrelerin kişisizleştirildiği, karşılıklı bağımlılıkların eritildiği, elektronik devreler ve entegral parçalarıyla doldurulmuş çevrelerin dünyası... zaman ile mekanın sonsuz deneysel konfigürasyonlarının bir alanı olarak yeniden tasarlanmıştır” (Robins, 1996: 76-77).

Neticede, mekân ve yerellik kavramları küreselleşme ya da geç modernite ile birlikte, yeni ve farklı anlamlar kazanıyor. Son 20-30 yıl zarfında insan, eşya, para, meta, enformasyon ve imgelerin dolaşımı eskiye göre bir hayli hızlanarak; yer, mekân ve yerellikler, kendilerinden uzak, dışsal etkilere göre yeniden şekil almakta, küresel bir zaman-mekân ilişkisi içinde yeniden organize olmaktadır. Bu gerçek, Castells’in “akışların mekânı” kavramına da göndermede bulunur. Akışların mekânı, her türden mobilitenin zaman ve mekândan ayrışarak özerk bir akışlar sistematiğine boyun eğmesi anlamına geliyor. Toplumsallık, sermaye, bilgi, metalar, değerler ve muhayyile, küresel akış güzergâhlarında uçucu ve kırılğan yeni anlamlar kazanıyorlar.

Kent, Metropol ve Değişen Yer/Mekân İmajları

Kent ve metropol, sosyo-kültürel yaşama dair sembolik bir dünyanın çepçaplarını de çizer. R. Peet kentteki, mekânsal pratiklerin ekonomik/politik olduğu kadar ideolojik ve sosyal bir nitelik arzettiğini öne sürer. Ayrıca kentlerin kültürel sermayesi ve ekonomisinden bahseden S.Zukin’in belirttiği gibi metropoller kültür endüstrisi için de giderek önemli hale gelmektedirler. Özellikle, global kent olmanın bir prestij unsuru sayılması ve neredeyse bir söylem, bir rekabetçi yarışın hedefi haline gelmesinin bir sonucu olarak metropoller arası sembolik sermaye yarışı giderek hız kazanmaktadır (Aytar, 2005: 64).

Gerçekte, kentli dünya her geçen gün daha bir yeni anlam ve sembolizmle kaplanıyor ve “deneysel repertuarımızı” genişletip artırmaya yardımcı oluyor. Ancak, elektronik imajların kentsel alanla olan ilişkimizi giderek sorunsallaştırdığı da ortadadır. Televizyon, video ve sanal ortam sayesinde kentsel imgelemelerimiz zayıflıyor, yere ve mekâna dair düşüncelerimiz uçucu ve kaygan hale geliyor. Kent, imgesel bir kurum olarak daha geniş bir dönüşüm içine giriyor (Robins, 1999: 208).

Kent ya da metropol, temelde, simgecilik yoluyla ve içinde simgelerin karşılıklı olarak daha karmaşık toplum tabakalarını ima ettiği ve anlamların sürekli bir yenilik şeklinde kendisini gösterdiği bir süreçtir. Metropolün kültürel önemi, bireylerin kendi bireyselliklerini zenginleştirebilecekleri birçok yeni potansiyeli bir arada sunmasından gelir. Chaney (1999: 61), günümüz kentlerinin yerleşiklik ve sabitlik eğilimi taşımadan sosyo-kültürel yüzeylerini sürekli yeniledikleri ve çoğul anlamlar ya da anlamsızlıklar ürettiklerini vurgular. Bu durumun kentin gündelik

yaşam kültürünün çok hızlı bir şekilde görselleşmesiyle ilişkili olduğunu varsayar. Olsen (1986)'e göre, “metropol kültüründe görselleşmenin günlük yaşamın yorumlarına egemen olmasının nedeni, ondokuzuncu yüzyılın hızla büyüyen şehirlerinin arazi ölçeklerinde, ortak bir entelektüel düzenin büyük ölçüde sürdürülemez bir hal almasıydı. Görsel anlaşılabilirlik için yeni yollar bulup kullanmak, bilişsel yabancılaşma ile başa çıkmak için kaçınılmaz bir yol olmuştu. Şehrin önceden planlanmamış, gereksinim sonucu ortaya çıkmış bir konutlar ve işlevler yığını halinde kalmasına izin vermemenin tek yolu vardı. Şehir, başlangıçta ulaşımın sağladığı yeni kolaylıklar ve ardından dünya işlerinin ilerlemesi sonucu büyük demiryolu terminalleri aracılığıyla buyur edilen yeni bir toplumsal düzenin simgelerini yaratmak için çırpınıyordu. Daha genel olarak, yönetim, finans, eğitim, sağlık, ticari kuruluşlar, tiyatro, eğlence yerleri gibi halka açık binaların sayısındaki artış, şehrin etkileyici bir şov kibiri içinde yeniden inşa edilmesi olgusunun bir bölümüydü. Watkin (1977) de, şehirlerin görsel temsiline ilişkin olarak şu tespitleri yapar: “En meşhuru Paris’de Baron Haussman Bulvarında, ardından daha az ölçüde de olsa bütün Avrupa’da, şehirler birer görsel gösteri olarak yeni baştan yaratılmaktaydılar. Bu çaba kısmen yeni ulusal retoriklerin oluşmasına yol açan geleneklerin ortaya çıkarılmasına katkıda bulunmak için ve kısmen de vatandaş olmanın çelişkilerini oluşturan ticaret, eğlence ve yönetimle ilgili gösteriler konusunda ütopyik bir görüntü yaratmak içindi. O sıralarda, şehrin bir ahlaki sorumluluk olduğu fikri, şehir plancılarının ve görsel düzenle ilgili yeni bir disiplinin ortaya çıkışıyla profesyonelleştirilmişti” (Chaney, 1999: 113).

Postmodernizmin modernlik karşısında üstünlük kazandığı esas konu da, hiç kuşkusuz, kent'tir. Topyekün tasarımlara, toplumsal mühendisliğe karşı seçeneklilik, çeşitlilik, düzensizlik vs. öne geçiyor. Bir bakıma, geleneksel ile modern kente özgü hatların yakınlıştırıldığı ve harmanlandığı bir kolaj kent tiplmesiyle karşılaşmış oluyor. Yine, postmodern eğilimlerin en fazla kendisini gösterdiği alan da mimarlık olmuştur. Bunun nedeni ise, mimarlığın, postmodern olarak nitelendirilebilecek somut ürünler, yapılar üretmesidir. Mimarlık, ayrıcalıklı bir estetik dil olarak, modern ile postmodern arasında en dolaysız ilişkinin gösterilmesini sağlar. Postmodernite, esasta, temel olarak bir mekân estetiği, yeni bir görsellik estetiğidir. Borges'te de ifadesini bulan, aynalı gökdelenler ya da panorama-asansörler, “yer ve ad’ da ortak olanı yok eden”, mitlerimizi çözen birer heterotopyayı andırırlar. D.Fuder'e göre de, postmodern aynalı gökdelenler karşısında, bakış, durulan yerden bağımsızlaştığı için özne-merkezcilik ortadan kalkmış oluyor (Zeka, 1994: 12-21).

Bauman, postmodern kenti, istatistikleri açıklanamayacak dinamizme ve değişime sahip karmaşık bir sistem olarak görür. Postmodern habitat içinde yer alan insanlar, kentsel mekâna olan bağlılıklarını bazı sembolik işaretler vasıtasıyla kurarlar. Bunlar oturlan evin tipi, tercih edilen giysiler, tüketilen yiyecek içecekler, boş vakti geçirme biçimleri, okunulan kitaplar, katılan kültürel aktiviteler vs. olabilmektedir (Smith, 2000).

Yenidünya kenti, gerçekte, geçmişî olmayan, katmansız, tabakasız, yüzeysel, film stüdyosu gibi sonsuz bir yıkım ve yeniden yapım süreci içindedir. Bu kentte sokaklar; ölgün, kamusal alanlar; araç, otoyol ve hız lehine boşaltılmıştır. Kamusal alan bir bakıma, televizyon, medya ve iletişim aygıtları ile yer değiştirerek yok olmakta, buharlaşmaktadır. İnsanlar bakıp, görüntüyü, imgeyi satın almaktadırlar. Mekân, somut/katı bir şey olmaktan çıkarak belli bir uzaklıktan bakılan ancak doğrudan deneyimlenmeyen bir olgu olarak gözükmektedir (Teber, 2004).

Virilo'da çağdaş kentin hız ve elektronik teknolojiler sayesinde adeta gerçek/bildik imgelerinden boşalmakta olduğunu, zamanın ve mekânın eski kategorilerle anlaşılmasının mümkün olmadığını dile getirmektedir. Ona göre; "(...) çağdaş kent tamamen değişmiştir. Kente artık kapılardan değil, havaalanından giriyoruz. Hava-alanı ise, tamamen elektronik olarak düzenlenen ve denetlenen bir mekândır. Tüm kamusal alanlar (sadece geçiş noktaları olarak havaalanları değil, ofisler, süpermarketler) kapalı devre TV aygıtları ile denetleniyor. Birçok mekânda TV seyrediyor ya da kendimizi kapalı devre TV'de seyrediyoruz. Elektronik banka kartları, yaşamımızın ayrılmaz bir parçası ve bugünlerde hemen herkesin artık duyduğu gibi, pek yakın bir gelecekte bilgisayar, TV, telefon ve tele-text bir tek ve aynı ekrana bağlanacak. Yeni teknoloji bir yandan antik kent "polis" ten ekran olarak kente, içinde anıtlara yer kalmamış bir kente geçişi temsil ediyor; öte yandan, takvim ya da kolektif hafıza ile hiç ilgisi olmayan yeni bir "zaman" beliriyor: Virilio'nun 'saf bilgisayar zamanı' dediği 'sürekli bir şimdi, sınırsız, zamansız bir yoğunluk' (bkz. Mutman, 1994: 193-194).

Günümüzdeki postmodern kent, gerçekte herhangi bir bütünlük taşımayan, birbirinden kopuk, yabansı parçaların birer kolajı gibidir. Gündelik yaşam bölünük, parçalanmış ve aidiyet hissi taşımayan bir görünüm içindedir. Bu çerçevede kent mekânları, bu bölünük zihinsel karmaşanın yansıdığı adacıklar gibidir. Bu mekânlar, yerel ilişkilerden arındırılmış, birbirinin aynı, kimlikten yoksun, insani, duygusal ve de aidiyet bağlarından neredeyse tümüyle kopuk durumdadır. Postmodernliğin mekânları, fiziksel yakınlıkla paralel gitmeyen ilişki biçimlerine, sosyal uzaklığa içkin yapay ilişkilerle karakterize olmaktadır (bkz. Jameson, 1994).

Featherstone'un ifadesine göre, metropol, çoklu imajlar ve öz bilincin şekil verdiği ve bunun her ikisinin hem genel tüketimin hem de kültürel tüketimin merkezi olduğu; yaşam tarzı, gündelik hayat ve boş zaman aktivitelerinde simülatif eğilimlerin etkisinin öne çıktığı bir ortamdır (1993: 166).

Bu bağlamda postmodern kent, daha çok, imgesel bir gösteri alanını andırmaktadır. Yaşam, uçuşan, parıldayan, yanıp sönen kimlikler, imajlar, göstergeler çümbüşü içinde, yüksek tempoda devinen, kayan değişen, başkalaşan akış halindeki bir hipergerçekliğe dönüşmüştür. Modernlik ve teknolojik devrimin tetiklediği her bir ekonomik/politik değişim, kendisini güçlü

bir şekilde kültürel/sosyal temsil süreçlerinde gösterir. Kentler daha doğrusu metropoller hızlı değişen dünyanın merkezini temsil ederler. Her yenilik, değişim, en çarpıcı şekilde kendisini kentsel mekânlarda, mağazalarda, alışveriş merkezlerinde, kafelerde, restoranlarda, otellerde, eğlence yerlerinde gösterir. Buralar, kentli yurttaşların kendilerini, esen güçlü rüzgârların etkisiyle yeniledikleri, yeni değerler, davranışlar, yaşam tarzları edindikleri, çoğu zaman kitlesel bir histeriye tutulmuşluk hali içinde kitle yönelimlerine teslim oldukları, kimi zaman da bireyselliklerini öne çıkardıkları, tekil ifade biçimleri sergiledikleri yerler olarak belirirler.

Bu açıdan günümüz kentleri, sadece içinde yaşayıp, soluk alıp verdiğimiz yerler değil aynı zamanda yaşayıp hareket etme biçimlerimizi belirleyen politik birer coğrafyadırlar. Kentin imgesel haritası üzerinde, değişik yaşam biçimleri, kimlikler, ortak deneyimler ve farklı kültürel kolektiviteler kaotik bir birliklilik sergilerler. Birey, bu süreçte yeni yaşamsal deneyimler kazanır. Bu yaşamsal deneyimlerin en belirgin özelliği, kentin mekansallığı içerisinde bir anlam kazanmasıdır. Kent sadece mekânların uyumcu ya da kaotik birlikteliğini içermez, aynı zamanda, mekansallığın psikolojik evrenine de göndermede bulunur.

Temsil ve İmge Repertuarı Olarak Kentsel Mekânlar

Modern kentler, bünyelerinde farklı mekânsal formlara ve buna karşılık gelen sosyal, kültürel ve iktisadi ilişki ağlarına kapı açarlar. Bu açıdan modern kentler, belli bir tarihselliğe ve coğrafyaya göre şekillenen kurumlara, üretim/yeniden üretime dayalı sosyal ilişkilere, farklı iletişim formlarına, medya ve benzeri arasındaki etkileşimle oluşan mekânsallıklara dayanırlar.¹ Dahası, modern kentler birer temsiliyet ya da temsiliyetin mekânıdırlar (Bocock-Thompson, 1992).

Kentin taşıdığı kültürel temsiliyet, kentin kent olarak algılanmasında fiziki ve mimari örgütlenmesinden önde gelir. Çünkü kent uzam (space) ve alan (place) ekseninde var olagelen birer kültürel örgütlenmeye karşılık gelir. Kentin fiziki mimarisi (mekânsal coğrafyası), kültürün (ticari, tarımsal, dini, kamusal vs.) farklılığına temel teşkil eder. Gündelik hayat pratikleri de, kent kültürünün örgütleniş sürecinde yeni kimlik desenlerinin inşasına önyak olur (Chaney, 1999).

Modern kentlerin kozmopolit ve heterojen kimlikleri, bünyelerinde farklı kurumsal ağları çoğalttığı gibi, gündelik yaşam kültürünü, atomize, ayrık ve parçalı bir yapıya kavuşturmuş olurlar. Bu sayede kentler, eski bildik silüetlerini kaybederek, eklektik ya da sentetik kültürel göstergelerle benzeşik yeni bir form kazanırlar.

¹ Harvey, gerçekte, kentin mekânsal formunu anlayabilmemiz için öncelikle uygun bir toplumsal mekân felsefesi oluşturmak gereğinden söz eder. Toplumsal mekânı, ancak, bazı sosyal faaliyetlere göre anlayabileceğimizden, özellikle sosyolojik ve coğrafi muhayyileyi bütünleştirici bir bakış açısına ihtiyaç vardır. Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. D.Harvey, *Sosyal Adalet ve Şehir*, İst: Metis Yay.,2003, s.34

Kentler; nüfus, iktisadi, siyasi, bürokratik ve sosyal ölçekte genişledikçe bünyesinde kentsel yaşam pratiklerini organize eden yeni kamusal mekânlarla donanır. Kent mekânları, modernliğin dolayısıyla “kamusal alan”ın yükselişiyle atbaşı giden bir gelişim seyri takip etmiştir. Geleneksel dünyanın kalbi sayılan evden/özel alandan savrulma/çıkma karşısında bu mekânlar, kitleleri kent merkezlerinde tutmada büyük iş görmüşlerdir. Endüstriyel çalışma düzeninin, rasyonalitenin, bireyciliğin, seküler eğilimlerin yükselişiyle, doğal olarak kentli yurttaşlar ev dışına, yani kamusal alanlara/mekânlara savrulmuştur. O zamana kadar sınırlı müdahimleriyle varlıklarını sürdüren bu mekânlar, endüstrileşmeyle birlikte kurumsal ve kapitalist bir nitelik kazanmış, bu dönemden sonra, yeme-içme mekânları, eğlence mekânları, müzik mekânları, tüketim mekânları, park ve müze türü mekânlar, sinemalar/tiyatrolar vs. bir yandan kentin gündelik yaşam kültürünün ayrılmaz bir parçası olmuş, diğer yandan, modernliğin, endüstriyel kapitalizmin zorunlu olarak bireyleri evden çıkarması karşısında tutunulan birer kamusal barınak olmuşlardır. İş aralarında, iş çıkışlarında, işin baskı ve stresinden kurtulmak için insanlar, restoranlara, birahane/gazino türü yerlere ya da yürümek, açık havada dolaşmak gibi modernite öncesi insanların yaşamlarının doğal bir parçası olan serbest faaliyetlere yönelmişlerdir.

Gerçekte, her bir kentsel mekan, kendi ölçeğinde kentli yurttaşlar için işlevsel bir vizyon üzerinden varlığını kurumsallaştırır. Kent mekânları, kentli yurttaşların katıldıkları/göründükleri ilişki ve etkileşim ağlarına yaslanır. Fiziki mimarileri, taşıdıkları kültür ve kimlik öğeleri, karşıladıkları sosyal/kişisel tatmin olanakları itibarıyla kente derinlik katarlar, kentin ve kentliliğin mekânsal yeniden üretiminin aracı formları olarak fonksiyon icra ederler.

Kentin içinde konuşlanmış bu mekânlar, çeşitlilikleri ve aidiyet atfedici yanlarıyla oldukça farklılaşırlar. Müzeler, sanat galerileri, tiyatrolar, konser salonları, sosyal klüpler, yayınevleri, kitapevleri, üniversiteler, salonlar, cafe/kahvehaneler, barlar, restoranlar, oteller vs. aynı zamanda, kent kamusunun yöneldiği ve sosyal temsiliyete sahne olan yerler olarak görülürler (Oldenburg, 1999). Kent yaşamını kolaylaştırmaları, kentli yurttaşlara konaklama, yeme-içme, eğlenme, vakit geçirme, statü/itibar sunma gibi çoklu imkânlar sunmalarından dolayı, geniş kitlelerin yoğun ilgisini çekerler. Fiziki mimarileri, taşıdıkları kültür/kimlik kalıpları ve karşıladıkları sosyal/kişisel tatmin dereceleri itibarıyla kentli yurttaşlar için kentin sosyal coğrafyası üzerinde bir yer/mekân olmanın ötesinde, kentte var olmak, varoluşsal tutamlara kavuşmak gibi ontolojik bir aidiyet çeperi olarak görülürler.

Kimileri bu mekânları kamusalığın minör kurumları/mekânları olarak görür (Habermas, 1997). Gerçekte, özel/mahrem alandan çıkılan, dilin, söylem ve pratiklerin çarpıtıldığı/deforme edildiği ya da toplumsal sahnede oyuncu/kurmaca suretlere dönüşerek varlıklarını sürdürmekte oluşları, buraların soft ya da uçucu da olsa bir kamusal alanına sahip olduklarını gösterir.

Kent mekânları, mekâna bağlı sosyalitelerin, mekân cemaatlerinin ve buna dayalı alt kültür gruplarının ürettiği mümbit sosyal adaclardır. Buradaki anonimlik, popülerlik, yabancılik ve bireysel, grupsal temsil olanakları, mekânsal sosyalitelerin neşvü nema bulmasına pozitif destek sağlar. Bu realite, kent içinde yeni bir kentlilik retoriği ve farklı yaşamsallıklarla kendisini ortaya koyan bir kentsel gündelik yaşam pratiği yaratır. Bu da sonuçta kentin; modernlik, özgürlük, değişim, aidiyet, göçebelik, mobilite vb. temalar üzerinden derinlik kazanmasının yolunu açar.

Modern kentlerin kitlesel akış alanlarını temsil eden alışveriş merkezleri, yeme-içme mekanları, rekreasyon alanları, eğlence-dinlenme mekanları vs. aynı zamanda başkalarına, yabancılara açıklıkları ile kamusal kültürün inşa edildiği ve yaşandığı yerlerdir. Buralarda kentli yurttaşlar, kendiliklerini dramaturjik düzlemde yeniden kurarak kamusal benlikler inşa ederler.

Pek çok gözlemciye göre, kamu alanları olarak ifade edilen bu mekanlar, özelleşmiş kamusal mekânlar olarak ifade edilmektedir. Örneğin, alışveriş merkezlerinin (shopping malls), farklı bir hikâyesi bulunmaktadır. Son elli yılı aşkındır shopping malls, şehrin yeni merkezini oluşturmaktadırlar (Rybczynski, 1993). Shopping malls, şirket plazaları, pasajlar, galeriler ve kamusal mekanlar bir illüzyon yaratan temalı mekanları oluştururlar. Özel ve kamusal arasında yaratılan bu farklılıklar, Mircae Eliade'nın kutsal ve profan mekânlar nosyonunun aksine, ya da Mary Douglas'ın tehlike ve saflık tezinden ayrı olarak, günlük hayatın belirsizliği ve riskini de taşırlar (Banerjee, 2001: 9).

Gerçekte, şehir yaşamı, bir tarza sahip olma bilincine dayalı tüketimci eğilimleri provake eder. Bir diğer deyişle, hem belli bir gruba has belirleyici özellikleri hem de bireysel seçim/tercihleri yansıtabilecek bir alan içinde tüketimci eğilimleri pekiştirir. Şehirdeki birey daha çok bir kimlik duygusu yaratabilmek, kim olarak algılanmayı arzu ettiğini belirtebilmek maksadıyla bu mekanlarda gözükür (Chaney, 1999: 27-32).

Bu yönüyle kentsel mekânlar, kent insanının varoluşsal boyutunu tamlayıcı bir işlev görürler. Katılım, birliktelik, anonimlik, kamusal ve kimlik/aidiyet atfedici yanlarıyla ontolojik arayışlara düşünsel destek sunarlar. Aynı zamanda, gündelik rutinlere açık yanlarıyla, modern insan için anlam üretme, temsiliyet ve imgesel bir ardalana sahiptirler. Bu yönüyle mekân, kentteki insanı/toplumu algılamada bir referans noktası haline gelir.

Küreselleşme ve Kent Mekânlarının Dönüşümü

Küreselleşme ile birlikte şimdilerde kent, kamusal, kent mekânları vs. büsbütün yeni içerimler ve farklı çağrışımlar almaktadır. Kent sadece karmaşık uluslararası ulaşım sistemlerine değil, küresel bilgi ve iletişim ağlarına da entegre olmuştur. Kentsel mekân ve biçimin dönüşümünde artık küreselleşme ve ulusaşırı'dan (transnationalization) söz edebiliriz. M.Castells, "bilgi kenti"ni, hareket ile akış mekânlarının ortaya çıkışı ve mekânın anlamının nasıl değiştiğini,

yine, benzer şekilde, B.Tschumi, şeylerin artık fiziksel sınırlarıyla tanımlanmadıklarını ileri sürer ve “patlayan şehir” e dikkatleri çeker. P. Virilio buna, “aşırı korumasız kent” der. Bir başka ifadeyle, “belirli mekanları koruyan kesin sınırlar yerine, belli yollarla bilgi akışına izin verecek yarı geçirgen zarlarla örülmüş mekanlar” (Robins, 1996: 74) dan bahseder.

Chambers’in ifadesiyle, küreselleşme, kentleri ve kent hayatını değiştirmekte, eski bildik kentten, ona özgü imaj ve göstergelerden eser kalmamaktadır. Küreselleşme, sadece sermaye ve uluslararası işbölümünün iktidar ve hareketlerine değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel güçlere, kurumlara, ilişki ve fikirlere de işaret eder. Her şehir, mekân ve bunların sakinleri, her geçen gün biraz daha farklı ama küresel referansları olan bir uluslararası ve ulus-aşırı sistemin içine giriyorlar (2005: 140).

Auge, bu yeni kentsel mekânların değişerek/başkalaşarak aldıkları bu yeni görünümü şu şekilde izah eder: “modern mekânlarda metin hafızanın, deneyimin ve kişiliğin yerini almıştır. Bu tür mekânlar kimliği olmayan, her yerde karşılaşılabilecek, buldukları yerler ile bağları kopmuş, hiçbir yerde bulunmayan yerlerdir. İşaret sistemi mekânın kullanımına yönelik bilgi verir. Mekânın metinselleşmesi, mekân içindeki olayların metin tarafından kurulmasını ve denetlenmesini sağlar. Metinler herhangi bir hafızaya sahip olmadıklarından, değişen ihtiyaçlar doğrultusunda kolaylıkla değişebilir, yeni durumları, yeni mekânsal kullanımları işaret edebilirler” (Yırtıcı, 2005: 82).

Bugünün küresel dünyasında, üretilen ürünlere ve farklı mekânlara erişebilirliğimizdeki hızlı değişim (kitle turizminin yükselişi, uzaklık engelinin kalkışı), modadaki ve yaşam stillerindeki değişim, değerler, ideolojiler ve zaman-mekân içinde kurulan ilişkilerde bir belirsizlik ve kişisel güvensizlik yaratmıştır. Bu yöndeki radikal dönüşümler, Harvey (1993: 55-59) tarafından zaman-mekân sıkışması (space-time compresion) olarak da nitelendirilmektedir.

Bu süreçte kent ve kentsel mekânlar, küresel akışlara paralel şekilde dönüşmekte, özellikle iktisadi, teknolojik ve enformasyon alanındaki değişmelerin bir sonucu olarak yeni işlevler ve yeni görünlere kavuşmaktadırlar. Kentlerin yeniliğe ve değişime açık bölgelerindeki her tür kıpırdanma kentsel mekânlarda akis bulabilmekte, buralar kentteki yenilikçi değişimci trende uygun şekilde yeniden yapılanmaktadır. Pek çok sosyal teorisyen, kentsel mekânlarda vuku bulan değişimi daha çok olumsuzlayıcı bir perspektifle, örneğin özelleştirme, ticarileşme (Madinipour, 1996), sosyal kutuplaşma (Zukin, 1995), kamusal insanın çöküşü (Sennett, 1996) gibi daha çok kötümser bir bakışla değerlendirmektedirler.

Sancar ve Saygın (2000), kent mekânlarında meydana gelen değişmeleri (açılma-genişleme) ve sorunları şu şekilde özetlemektedirler: 1. Kamu mekânları gittikçe özelleşmektedir. 2. Kamu mekânlarına erişimde ve kullanımda denetim artmaktadır. 3. Elektronik kameralar ya da güvenlikçilerle davranışlar

denetlenmektedir. 4. Kamu mekânlarında, ırk, sınıf ayrımı ve sosyal dışlama gittikçe artmaktadır. 5. Mekân tasarımı yerel coğrafya ve tarihle bağlarını koparmaktadır. 6. Tüketim ve eğlence boyutu aşırı önemsenmekte, 7. Kamu mekânlarında sosyal ilişki ve yakınlaşma ihtiyacı giderek azalmakta, 8. Kamu mekânlarında tasarım özellikleri, kullanım türleri ve kullanıcı profilinde bir homojenleşme ortaya çıkmaktadır.

Banerjee de, kamusal kent mekânlarının dönüşümünde üç temel trendin etkili olduğunu ileri sürer. Bunlar, özelleştirme, globalizasyon ve iletişim devrimidir. Bu üç eğilim, aynı zamanda kamu mekânlarının geleceğini tehdit ediyor, geçmiş yüzyıllarda akla gelmeyen kimi kaygılar, bugün şehir ve mekân tasarımcılarının akıllarını ziyadesiyle meşgul etmektedir. Şehrin topografyasında göze çarpan eşitsizlik ve çelişkiler bunun geniş çaplı belirticisidir(2001: 9).

Görüldüğü üzere, kent mekânlarındaki değişiklikler küreselleşme ile atbaşı gitmekte, küreselleşme, her şey gibi, kentsel mekânları, yerel ve ulusal karakteristiklerinden kopararak dünyasal yani dünya eksenindeki gelişmelerin/değişmelerin kontrolü altına almaktadır. Sokaklar, meydanlar, parklar, mağazalar, vitrinler, restoranlar, oteller vs. küresel akışlar doğrultusunda Bounes Aires'te ne ise İstanbul'da ya da Kahire'de aynı görünlere kavuşmaktadır. Yerlerin otantisitesi tümüyle ortadan kalkmıyorsa da, benzer tarzlar, alışkanlıklar, damak zevki ve beğeni kalıpları her yerde aynileşiyor, herkes aynı yiyecekleri, giyecekleri ve eşyaları kullanıyor, aynı sinema filmlerini seyrediyor, aynı bilgisayar oyunlarını oynuyor ve de popüler kültür kolonyalist gücünü, uluslararası sınırları aşarak tüm dünyayı bütünleşik yeni bir mekâna dönüştürüyor. Bazıları bunun gerçekleştiği zemini sanal bir platform olarak görüyor, kimisi televizyon ekranında bunun gerçekleştiğini belirtiyor kimileri de Coca Cola içerken ya da Hamburger yerken aslında tek bir kültürün insanı olduğumuz duygusunun tek sahici duygumuz olduğunu deklare ediyor.

Her gün bir şekilde bulunduğumuz, alışveriş yaptığımız, yolcu olarak beklediğimiz, yemek yediğimiz, film seyrettiğimiz, uçmak için bulunduğumuz yerler, aslında bizlere gerçek yer/mekân duygusu vermekten giderek uzaklaşıyorlar. Ulaşım ve iletişim teknolojilerinin, doğal olarak fiziki ve elektronik hareketliliği artırmış olması, bizdeki sabit yer duygusunu aşındırmış, mekânın sadece yere bağlı olmadığı, uzakta gerçekleşen çeşitli toplumsal etkileşimlerle kuruluyor olması, doğal olarak coğrafyadan kopuk bir "soyut mekân" anlayışını ikame etmiş bulunmaktadır. Küreselleşmenin bir sonucu olarak bu soyut mekân anlayışını Marc Auge, non-place; non lieu ("yok-mekân") olarak nitelemektedir. Bu "yok-mekân"lar; alışveriş merkezleri, havaalanları, tatil köyleri, tema parkları (theme park) gibi yeni kamu mekânlarından oluşmaktadır. Bu değişim, hiç kuşkusuz eski/geleneksel kamu mekânlarının çöküşü ile yakından ilişkilidir. Yok-mekân'lar, gerçekte, küreselleşme ile yenilenen ve imaj değiştiren görünümleri ile kentin simgesel ve tanımlayıcı kamu mekânları haline geliyorlar. Bu mekânlar, Auge'nin mekânı tanımlamada olması gerektiğini iddia ettiği, "ilişkisellik",

“tarihsellik” ve “kimlikli olma” özelliği taşımazlar. Bu mekânlardaki ilişkiler daha çok “simule edilmiş”, kimliği “yaratılmış” ve tarihselliği ise sürekli bir “şimdi” algısı içinde “kaybolmuş” tur (Tanyeli, 2000). Auge’ye göre, kimlik, ilintili olmak ve geçmişin izinden yoksun olmak, “yer” imgesini buharlaştırır. Global dünya, “yok-yer”ler üretmektedir. Bu “yok-yer”ler, mevcut, bildik “yer”lerle bütünleşmeyip ayrık dururlar. Bu mekânlarla duygusal bağlantı kurulmaz. Örneğin, havayolları, demiryolu, karayolu ve bunların üstünde giden taşıtlar ve onlara ait istasyonlar, internet salonları vs. gibi yeni kentin gözde mekânları bir nevi “yok-yer”lerdir (Teber, 2004).

Kent mekânlarının değişmesinde bilgi ve iletişim teknolojilerindeki radikal patlamaların etkisi büyüktür. Bu teknolojiler sayesinde bireyin iletişim uzamı neredeyse tüm dünyaya doğru genişlerken, fiziksel mekân giderek küçülmekte, bir binadan çıkmayı gerektirmeyecek ölçüde daralmaktadır. Özellikle çalışma, dinlenme, eğlence gibi yaşamsal faaliyetlerin aynı mekân içinde, birbirine geçmiş şekilde cereyan etmekte oluşu, bildik mekânsal sınırların erimekte olduğunu göstermektedir (bkz. Akcan, 1999). Ritzer, bu birbirine geçme sürecini tüketim(cilik)le ilişkilendirmekte ve tüketim araçlarının birbiriyle karışması, yemenin, içmenin, çalışmanın, eğlencenin oldukça şenlikli, eşzamanlı ve aynı mekân içinde gerçekleşebiliyor olmasının bu yeni dönemin karakteristik yanı olduğunu belirtmektedir. Ritzer’e göre, alışveriş ve eğlence, alışveriş ile kumar, turizm ve tüketim faaliyetleri birbirine karışmakta, her biri için farklı mekân ve zaman tanzimi gibi bildik kategorilere ihtiyaç hissettirmeyen bir düzenleme yapılmaktadır. Yürüme, yeme-içme, dinlenme, konuşma, fizik bakım, spor yapma gibi temel işlevler artık restoran, spor salonu, alışveriş merkezi, kuaför salonu vs. gibi ihtisaslaşmış yerlerde değil, tek bir bina kompleksi içinde gerçekleştirilmektedir. Oldukça rasyonel organize olmuş ve birbirinden çok farklı işlevlerle donanmış bu kompleksler sayesinde oldukça parçalı ve birbirinden kopuk hale gelmiş kent yaşamı, yeni bir tür *bütünlük* kazanmaktadır. Enformasyon ve gözetim teknolojileri; alışveriş merkezi, havaalanı ve tema parkları gibi yeni kamu mekânlarının kontrolü ve işleyişinde merkezi rol oynamaktadırlar. Ritzer’in ifadesiyle, Disney Dünyasında parklar ve oyun alanları insanları bazı şeyleri yapmaya bazı şeyleri yapmamaya yöneltmek üzere kurulmuştur. Patikalar insanlara, aslında genellikle tasarımcıların önceden düzenlediği yönde giderlerken özgür seçim yaptıklarını düşündürtecek şekilde yapılmıştır... Disney parkları, tıpkı alışveriş merkezleri gibi, önceden planlanır, çevresi kuşatılır, korunur ve denetlenir. Disney Dünyası insanın yerine insansız teknolojinin geçmesinin zaferidir (Ritzer, 2000). Dolayısıyla kamusal kent mekânlarında bulunmak, davranış, hareket ve tercihlerimizin rasyonel araçlar yoluyla denetim altında tutulduğu bir nevi, kapalı mekân deneyimi haline dönüşmüş olmaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi aynı zamanda, kentsel fiziksel “yer” ile bilgisayar/internet yoluyla oluşturulan “siberalan” arasında birbiri içine

geçmiş, bağlantıları olan, çok katmanlı/melez oluşumları da beslemektedir². Siberalanda reel dünyanın temsili, mekânsal metaforlar vasıtasıyla oluşturulmaktadır. Tartışma ve ilgi grupları “sanal topluluklar” (virtual communities), yerel yönetimler tarafından oluşturulan web siteleri de “sanal kentler” olarak isimlendirilmektedir. Kentsel kamu mekânlarının önemli bileşenlerini oluşturan caddeler “enformasyon otoyolu”, meydanlar ise siberdemokrasinin alanı olarak görülen “elektronik agora” ile temsil edilmektedir. İnternetin yeni bir kamusal alan oluşturduğu ve bireyciliğin karşısında yok olup gittiği varsayılan kolektivite duygusunun sanal cemaatler vasıtasıyla yeniden inşa olunduğu fikri giderek daha fazla kabul görmektedir. Ayrıca, internet sayesinde kurulan “sanal kentler” (virtual cities) in de alternatif bir kamusal alana tekabül ettiği ileri sürülmektedir. Sanal kentler, yerelliğe vurgu yapar, bulunulan kent ya da yerleşim yerine ait değişik aktivite ve hizmetlerin bütünlük bir ağ sistemini oluşturur. Buralar aynı zamanda çok farklı renk, ırk, din ve etnisiteden gelen insanların ortak bir farkındalık üssü olarak da kendisini var kıldığı dikkat çeker. Siberalanda gözlenen söz konusu sosyalite bağlamı, kent mekânını tanımlamada yeni/farklı perspektiflerin belirmesini olanaklı kılar.

Kent Mekânları ve Sosyallik Kurgularındaki Değişim

Kentin, işlevsel olduğu kadar, parlıtlı, şenlikli, gösterişli mekânları giderek daha fazla kentli yurttaşların yönelindikleri adresler haline geliyorlar. Daha önce evde, sokak arasında, işyerinde, camide, dernekte bir araya gelen insanlar artık bu alanda profesyonel olarak sivrilen mekanlara hatta marka, imaj ve prestij üssü olarak ünlenen restoran, cafe, eğlence yeri vb. mekanlara yöneliyorlar. Kent, kendi içinde farklılaştıkça değişik mekânsal temsillere dolayısıyla farklı kesimlerin kendilerine uygun kamusal platformlarda daha fazla gözükmelerine alan açıyor. Modernliğin sınırlayıcı/kısıtlayıcı tekil mekân tanzimi modernlikteki kırılma ile birlikte, yeni, uçucu, postmodern mekânsallıklara kapı aralıyor.

Bu yönüyle kentin kamusal mekânları, bireysel temsil ve kurmacalara konu olabilecek kimi öznel tasvirlerle/tanımlamalara da sahne olmaktadır. Söz konusu kentsel mekânları tasvir eden imgeler, simgeler, temsiller ve söylemler, kent sakinlerinin zihninde, belleklerinde şu ya da bu şekilde, benzer ya da farklı, olumlu ya da olumsuz anlamlar yüklenerek var olurlar ve tüm bunlar, genelde “kentsel imge alanı” olarak nitelenirler. İmge alanı bir bakıma “imge

² Hiç kuşkusuz, bu süreçte, mekân imgesine dönük bildik argümanlar önemini yitirmekte, mekânın toplumsal anlamı giderek kaybolmakta, kökeni, profili ve asıl amacı bilinmeyen bir hareket ve akışın mantığı içinde eriyip gitmektedir. Hareket ve akışın zaferi karşısında, kent yöneticileri ve planlamacılar için, giderek parçalanmış ve altüst olan kentsel sistemi birleştirmek daha da zorlaşmaktadır. Yen ağ türleri (fiziksel, sanal) geleneksel semt yapılarını yıkar ve daha karmaşık biçimlerde yeniden oluşturur. Bu süreçte, kentsel topluluk biçimlerinin kültürü, mantığı ve duyarlılığı parçalanır. O halde, ana sorun, yurtsuzlaşmanın yeni dinamiklerini yönetmenin mümkün olup olmadığıdır. Sürat ve akışın, tutarlı bir kentsel anlayış içinde tutulup tutulamayacağı da bir başka sorun alanını oluşturmaktadır (Geniş bilgi için bkz. Robins, 1996:74-75).

repertuarıdır” ve sadece sakinlerin gündelik iletişimde değil, sanatçıların, şairlerin, yazarların ve kitle iletişim araçlarının anlatılarında da temsil edilir ki, bu yönüyle, Lefebvre’in “temsili mekân” kavramına denk düşerler. Kent araştırmacıları, kentin fiziki ve sosyal yapısının inşasında nesnel göstergelerin yanı sıra imgesel boyutta nasıl yapılandırıldığını da açıklamak isterler. Örneğin, Suttles, kentin fiziksel yapısı ile insanların zihinsel evrenlerinin ya da “bilişsel haritalarının” birbirinden kopmaz bir ilişki içinde olduğunu vurgular. Lefebvre, gündelik hayatı ve sosyal ilişkilerin nasıl inşa edildiğini anlamak için insanların kullandığı dile, imgelere, söylemlere bakılması gereğine vurguda bulunur (Demir, 2002: 109-110).

Kentin kamusal mekânları taşıdıkları imgeler dolayımında hiyerarşik, katmanlaştırıcı bir temsiliyet alanı olarak görülürler. Müdavimleri için kolektif deneyimlere açıklık gösterdikleri gibi, statü, itibar/prestij ve kimlik atfedici yanlarıyla da büyük ağırlığa sahiptirler. Hatta kent mekânlarının taşıdığı imge repertuarı ve söylemsel bağlam, kentin yüklendiği yeni vizyonlara bağlı olarak sürekli değişir. Bir dönem itibarlı/şöhretli olan mekânlar bir süre sonra gözden düşebilir, atfettiği itibar ve ayrıcalıklı kimlikler önemini yitirebilir. Yine zengin bir tarihsel mirası yüklenmiş kimi mekânlar, geçmişin izlerini, tarzlarını, imgesel ağırlıklarını bugüne taşırlar. Müdavimler, bu mekânlarda, tarih, hatıra, bellek, hafıza, kimlik ve gelenekle yüzleşir, bir şeyler alır, ortak heyecanlar duyar ve kolektif deneyimlerin coşkusunu yaşarlar (Aytaç, 2013).

Kent mekanları bu süreçte, eski görünümünü kaybederek, yeni işlevler, imaj, prestij ve uçucu görünüm alırlar. Müşterileri, iç mekân formları, sosyal ilişkileri vs. yeni görümlere kavuşuyor. Eski, geleneksel görünümde olan kamusal mekânlar da kentteki yeni değişime ayak uydurarak, modern hatta postmodern mekânlar haline geliyorlar. Avrupai etkinin ağır bastığı bu mekânlarda, eskinin ağırbaşlı duruşu, egzotik görüntüsü, zamanın durgun ve derinden işleyiş yerini, uçucu imgelere, günübürlük yeni kimlikler atfeden imajlara bırakıyor. Kimi cafe, restoran, pastane, sosyal klüp vs. bir yandan işlevleri öte yandan sosyal görünümleri itibarıyla değişerek, daha soft, uçucu, plastik görünümler alıyor; farklı tatlar, zevkler, beğeni kalıpları, sosyallik kurguları oluşturuyorlar. Yeni mekânsal imgeler atfederek, kentli seçkin kitleyi cezp etmeyi başarıyorlar. Bu süreçte giderek nezih, hakiki mekânlara dönüşebildikleri gibi, aynı zamanda kentlileri birliktelik konsepti oluşturmaya dahası kolektif deneyimler yoluyla yeni kent kültürünün parçası kılmaya da çalışıyorlar. Bu mekânlar bir bakıma, kentli yeni cemaatler ya da mekâna bağlı sosyallikler üreterek, kent hayatına farklı bir tat, değişik bir görünüm katıyor, kentin keşmekeşi, koşuşturması, telaşesi içerisinde, kentli insanlara nefes alma, rahatlama, hayatı düşük yoğunluklu yaşama olanağı sunuyorlar. Bu mekânlar, müdavimlerinin niteliği itibarıyla kentli elitlerin, okur-yazar kesimin, farklılıklarını öne çıkartanların, birer alt kültür oluşturdukları yerler olarak da beliriyor. Bu yönleriyle, kentteki pek çok mekân, aynı zamanda belli bir kültürel yüklenmeyi temsil ediyor, kentin heterojenitesini yansıtan imgelere, sembollere,

göstergelere, imaj performanslarına sahne oluyorlar. Kentin farklı mekânları (alışveriş merkezleri, parklar, restoranlar, pastaneler, barlar, lunaparklar, eğlence yerleri vs.) kentlilerin sembolik ifade arayışlarına, imge edinme isteklerine, gösterge ve imaj tüketme gereksemelerine karşılık geliyor. Buralar, aynı zamanda, kentin yeni yüzleri, peyzajları olarak, kentin kültür ve kimlik haritası üzerinde ayrıcalıklı bir yer ediniyorlar.

Kent mekânları, çeşitlilikleri ve aidiyet atfedici yanlarıyla olduğu kadar, kendilerine özgü mekân dili ve cemaatsel ağ ilişkileri üreterek de, kentli yaşamın heterojen yapısını doğrudan besliyorlar. Her bir mekân, (örneğin, müzeler, sanat galerileri, tiyatrolar, konser salonları, sosyal klüpler, yayınevleri, kitapevleri, üniversiteler, salonlar, cafe/kahvehaneler, barlar, restoranlar, oteller vs.) benzerlik temasına içkinlik taşıdıkları gibi, diğerlerinden farklarını ortaya koyucu bir takım ayırıcı mekânsal temsil yolları da denemekteler, mekânı dış yüzey, iç dekor, hizmet biçimi, sosyal ilişki ağları oluşturma biçimleri vs. gibi, ayrışmacı stratejiler üzerinden mekânın biricikliğini dolayısıyla müdavimlerinin farklılığını da vurgulamış oluyorlar. Kent mekanlarının giderek markalaşması, kendi logo ve amplerlerini oluşturmaları, mekânı simgeleyen renk/desen arayışı içine girmeleri, iç mekan tasarımı, çalışanların tek tip giyim içinde olmaları, hizmet dili ve adabı, gösterilen sevgi ve bağlılık biçimi, üründe/hizmette seçkincilik arayışı, vs. gibi, mekânı diğer mekanlardan ayırıcı/farklılaştırıcı bir kurumsallaşma stratejisi gütmeleri, bu mekanların belli bir kültürel yüklenmeyi temsil etmeleri dışında müdavimlerinin kültürel yüzeylerini biçimleyici, kültürleyici, diğerlerinden ayırıcı bir maksat takip ettiklerini gösterir. Bu çerçevede, kişi, statüsü, geliri, mesleği, eğitimi ne olursa olsun artık müdavimi olduğu mekan üzerinden yeni statü ve prestij ölçüleri edinir. Mekânsal aidiyet, bir bakıma, mekânın temsiliyet gücünün bireye transferi anlamına gelir. Örneğin, İstanbul'da, Laila, Reina vb. mekânlara gidenler, orada gözükme mekânın yüklendiği, temsil ettiği üst seçkin, kentli, paralı, burjuvaziden olma gibi payelere sahip olmaktadır. Bu yüzden de mekânda yer kapmak/gözükme mekânın işlevselliğinin önüne geçmektedir. İstanbul, Ankara, İzmir ve bir takım tatil yörelerindeki mekânlar, sundukları hizmetle hiç de orantılı olmayan fiyatlarla ürünlerini satmaktalar. Bu fiyatlar, kuşkusuz ürüne yapılan bir ödeme değil mekâna, mekânın sembolik gücünü satın almaya dönük bir ödemedir.

Kentlerin heterojen, farklılığa meyyal kucağında bireyler, farklılıklarını adeta takıldıkları mekanlar üzerinden deklare ederek, oralara atfedilen prestij ve statüleri toplamakla/tüketmekle meşguldürler. Özellikle de kentli yeni dalganın söz konusu prestijli mekanları adeta bir varoluşsal adacık olarak algıladıkları, buraların saldırdığı sembolik prestij gücü sayesinde yaşamlarını anlamlı kılabilirdikleri anlaşılmaktadır. Bu mekânlar, müdavimlerine itibar, güç, statü vs. kattıkları gibi, onlarda aynı zamanda sahte bir aidiyet duygusu yarattıkları, hayatı bir yanılsamalar içinde yaşamaya yönelttikleri, bu mekânların atfettiği parıltılı ancak içi boş kimliklerin, bireylerde derin bir kimlik krizini tetikleyebildiği bir gerçektir.

Zira çoğu insan buralara eğlencedeki doygunluğu yakalamak için değil, mekânın simgesel vaat ettiklerinin büyüyle yönelmektedir.

Bu mekânlar aynı zamanda müdavimlerine özgürlük, spontanelik, uçuculuk, sınırsızlık, kendi olma/kalma vaat etmekte, bunu gerçekleştirmenin aracı birimlerini oluşturmaktadırlar. Bireyler, parayla her şeye sahip olabildikleri, yaşama ve insanlara hükmedebildikleri, her şeyin hakimi olabildikleri sanısı içine girebilmektedirler. Bu özgür ortam, çoğunlukla yanılısamalar ve gözboyamaları içermekte, müdavimler parıltılı, ışıklı, gürültülü ve de şenlikli bir insan kalabalığı içinde, adeta büyülenmektedirler. Geçmiş ve gelecekte çok anı tüketmenin, “an” içinde olmanın sınırsız coşkusunu yaşamaktalar. Bu mekânlar, “zaman” duygusunun yitimi ya da anlamsızlığını hissettirmekte, ışık efektlerinin göz kamaştırıcı ve sınırsız devinimi, zamanın ne’liğine dair algılamaları sonuçsuz kılmaktadır. Kimileri bu mekânlardaki hız, hareket ve tekno/dinamizmin sınırsızlığını modernliğin sabitlik, kararlılık, sınırlayıcılık ölçülerinin aşındığına, artık yeni bir durumsallıkla karşı karşıya olduğumuza, ışık ve hızın egemenliğinin gerçekte postmodern dönemin bir belirleyici karakteri olduğunun işareti olarak okumaktadırlar. Postmodern toplum, doğal olarak zaman ve mekân kategorilerinin içinin boşalmasına yol açtığı, zamana ve mekâna bağlı tüm düşünümSELLİKLERİN iflas ettiği gerçeğiyle bizi karşı karşıya getirmektedir. Özellikle, eğlence yerleri, alışveriş merkezleri, Disneyland, Dreamland gibi fantazyaya dünyaları, bizdeki gerçeklik, sahicilik, otantisite, doğallık vb. duyguları daha bir tahrip etmektedir.

İletişim ve enformasyon teknolojilerine bağlı olarak değişen kamusal hayat ve mekanlarda, sosyal ilişkinin ölümü diye nitelendirilebilecek sosyal izolasyon, sahte birliktelikler, oyuncu bağlanmalar, sanal tutkular vs. yaşanmaktadır. Modern kent mekânları, ticari, örgütlü, bireysel ve rasyonel ilişkiler üzerine yapılaştıkça, modern yalnızlıklar biçim değiştirerek mekân sosyaliteleri içerisinde de kök salmaya başlıyor. Bu mekânlarda kendimizi köklü bir yalnızlığın, bireyselliğin içinde hissetmekteyiz. Mitchell’in (1995) dile getirdiği gibi şimdilerde hepimiz bir tür siber mekân ve siber cemaatin yurttaşları durumundayız. Banerjee’nin “Cyborgian life” diye ifade ettiği bu realite, sosyal hayattan geri çekilmeyi, izolasyonu ve nihayetinde toplumsal ölçekte anomiyi besleyen önemli bir yıkıma işaret etmektedir (2001: 9).

Dolayısıyla, kentlerdeki söz konusu mekânlar, heterojenlik ve kozmopolitlik algılarını keskinleştirici mekânsal iç düzenlemeleriyle mekâna özgü sosyalliğin bireysel, uçucu, geçici ve devingen yanlarıyla bizi yüzleştiriyor. Bu mekânlarda oluşan sosyallikler geleneksel toplumun sıcak, içten, samimi, özverili, paylaşımcı ilişki ağlarına yakın durmuyor, modern yaşama sinmiş yalnızlık, maddilik, güvensizlik, iğretlilik ve de geçicilik yüklü atmosferine fazlasıyla yakınlık gösteriyorlar. Bu mekânlar, modern yaşamda yeterince kristalize olmuş bu yeni benlik ve kişilik unsurlarını mekânın geometrisi içerisinde daha bir atomize ediyor. Sanki bir cemaatsellik kurgusu inşa ediyormuş gibi insanları bir araya

getirirken onlara (sanal oyunlar, tv/video vs.) bir takım seyirlik oyunlar sunuyor. Bu onlarda sahici bir sosyalite duygusu oluşturamıyor, sadece zamanı geçirmeye yarayan araçlar etrafında, maksatlı bir ayine katılmışlık duygusu yaratıyorlar bu da bittikten sonra, dostluğa, arkadaşlığa, sadakate dair bir iz ve işaretten eser kalmıyor. Tıpkı bir durak, istasyon, stadyum, müzikhol, konser salonu vb. trans mekânlarında olduğu gibi, insandan yana bir şey kalmadan bir iz ve işaretin çağrısı duyulmadan yok olup gidiyorlar. Dolayısıyla modern kent mekânları görece bir sosyalite bağlamı tesis etmekle birlikte bunun bireyin varoluşsal yanını tamlayıcı, kalıcı ve istikrarlı bir sosyalite duygusu vermekten çok iğreti ve geçici sosyal birlikteliği yerleştirmiş oluyorlar.

Sonuç Yerine

Kentler; içinde yaşayan insanlar, topluluklar, fikirler ve inşa edilmiş çevre için değişen ve yenilenen dinamik yerlerdir. Taşıdıkları anonim ve kozmopolit özellikler itibariyle gündelik yaşamı parçalı ve bölünük bir kültürel aura içerisinde deneyimleme imkânı sunarlar. Küresel dünyanın yedeğinde oldukça akışkan, hızlı ve devingen bir dinamizmle yüklüdürler. Küresel akışların hızlanması, yaşamın mobilite bir boyut kazanması, yere, mekâna, kültüre ve kimliğe dair imgelerin yeni ve uçucu anlamlar kazanmasına yol açmıştır.

Modern dünyada kentler, hem modernliğin/postmodernliğin odak unsurlarından biri hem de küreselleşmenin önemli ve merkezi taşıyıcı gücünü oluşturmaktadır. Özellikle büyük metropoller, küresel/yerel ekseninde yeniden şekillenen iktidar ilişkilerinin ana omurgasını teşkil etmektedir. Küreselleşme olarak adlandırılan karmaşık ve çok yönlü ilişkiler ağı, büyük ölçüde metropollerde düğümleniyor ve buralar, iktisadi, siyasi ve kültürel anlamda iktidar ilişkilerinin yeniden üretildiği ve yayılım gösterdiği yerler olarak öne çıkıyorlar.

Küreselleşmenin en merkezi dışavurumlarından biri, mekân üzerinde akışkanlığı ve dolaşımı ön plana çıkarmış olmasıdır. Küresel ilişkiler, iktidar mücadeleleri, yerde/mekânda hakimiyet tesis etmek şeklinde cereyan etmekte, yerlerin kapitalist niyetlere içkin şekilde organizasyonu belki de, hiçbir dönemde olmadığı kadar mekanın ticarileşmesiyle sonuçlanmıştır. Küresel kapitalizm için mekân, kârlı bir emtia, değiş tokuş rejimi, üzerinden büyük bir ekonominin, endüstrinin yükseldiği devasa bir sektördür. Mekânın taşıdığı merkezilik, küresel ilişkileri izahta, coğrafya, yer, uzam, harita, ağ, taşınma, göç, mobilite, yol/yolculuk vb. metaforları kullanmayı operasyonel kılıyor. Kent ve metropol imgesi, küreselleşmenin taşıdığı anlamsal sınırları fazlasıyla zorluyor, dünya ölçeğinde sermaye, nüfus, ticaret, tüketim malları, kültürel ürünler vs. gittikçe akışkan hale geliyor ve dolaşımı giderek hızlanıyor.

Kentlerde/küresel metropollerde hızlanan, yoğunlaşan ilişkileri, iletişim-ulaşım teknolojilerindeki gelişmelerin bir türevi olarak ele almak mümkün. Bilgi teknolojilerindeki akılalmaz gelişmeler, mekân ve zaman algılarımızı dönüştürdü,

zamana ve mekâna dair kategorileri yapıbozuma uğrattı. Artık, eski zaman ve mekânda yaşamıyoruz. Zaman hızlandı, fragmanter ve hızlı kâra hizmet eden kapitalist bir anlama kavuştu. Mekân, zamanın izdüşümü olarak ticari ve kapitalist anlamlar aldı, mekân alınıp satılan, tüketilen, üzerinden hızlı kâra ulaşılan gözde bir tüketim kalemi olup çıktı.

Küresel mekânda akışkanlık ve hareketliliğin artması, görsel imajların, sermaye hareketliliğinin ve sosyal/siyasi mücadelelerin artan bir yoğunlaşmasına da bizi tanık kıldı. Yeni sosyal hareketler kentlerin, kent kamusalılığının alameti farikası olup çıktı. Kentler, geniş insan yığınları için sadece yaşanan, çalışılan, siyasi mücadelelerin bir ardalanı değil, aynı zamanda, yeni bir kültürelilik, kentlilik ve kimliksel adacıklardır. Değişik alt kültür kümeleri, yaşam tarzları, sınıf, statü, cinsiyet, ırk ve etnisite gibi tanımlayıcı hususiyetler sayesinde gittikçe heterojen ve ayrık bir boyut kazanıyorlar.

Kent ve metropollerdeki dönüşümlerin mekân üzerinden izini sürmek, kentsel mekân organizasyonlarına, bu mekânlarda değişen dönüşen sosyalliklere, kimlik ve kültürel farklılaşmalara daha yakından bakmayı gerektirmekte. Kent mekânları, bu yönüyle, değişen dünyayı anlamak, küresel etkilerin izini sürmek açısından büyük imkânlar sunuyor.

Gerçekte, kenti tanımlayan şey de, üretim araçları ve süreçlerinin yanı sıra kentin üzerinde boy atan farklılık temelinde örgütlenmiş sosyal kurumlar, cemaatler, sosyal ilişki ağları ve bunların sindiği ya da vücut verdiği değişik mekânsal örgütlenmelerdir. Kentlerin mekânsal, iktisadi ve yönetsel karmaşıklığı ya da farklılaşması; yeni davranış normları ve kentlilik bilincinin kök salmasına; bu da bir bütün olarak yeni kent ve kentli tipinin oluşmasına imkân tanır.

Küresel kentlerin, kendi bünyelerinde parçalı, atomik ve bölünük bir manzara sergilemelerinin arkaplanında mekânsal tasarruflar yer alır, bu sayede, kent, mekânsal bir form olarak keskin bir parçalanma yaşar. Bunun temelinde kapitalizmin kentsel mekân tasavvurları büyük rol oynar. Kentsel parçalanmanın en göze batan göstergeleri, kentsel mekânlardır. Kent mekânları (çeşitli işlevler, temsil ve ifade) kentin kalbinde yeni aidiyetler, ilişkiler, etkileşim ve oyuncu hazlar sunan yanlarıyla kentli yurttaşların türlü gereksinimlerine karşılık verirler. Kentin kültürü ve kimliği, bir bakıma kentsel mekânlarda cereyan eden etkileşimin tınısı ve rengine ayarlı şekilde kaim olur. Kent mekânı, taşıdığı politik, sosyal, kültürel unsurlar sayesinde kente, metropole sürekli farklılık imgesi taşır.

Kentsel mekânlar arasındaki ayrışma, sadece fiziki değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel karakterlidir. Hatta sosyal ve kültürel boyut, mekânın fiziksel mimarisinin çok ötesinde, oldukça derin içerimler taşır, mekân bir bakıma sosyal ve kültürel imgeler etrafında operasyonel bir değere kavuşur. Bu mekânlar, simgelerin, göstergelerin, statü ve imaj situasyonlarının bir tür üretim ve dolaşım ünitesi olarak dikkati çekerler.

Kent mekânları küreselleşme dolayımında dönüşmekte, yeni anlamlar ve işlevsel vizyonlara kavuşmaktadırlar. Bunda küreselleşmenin yanısıra, kent kültürünün demokratikleşmesi, çalışan eğitilmiş nüfusun artışı, refah düzeyinin yükselmesi, yeni boş zaman değerlendirme kalıplarının ortaya çıkması, tüketim alışkanlıklarındaki değişim, mekânsal kimlik/temsiliyetin öne çıkması ve aynı zamanda kamusal görünürlük itibarıyla kadınların temsil oranlarındaki artış, kentsel mekânların dönüşümünde etkili olmuştur. Fiziki ve toplumsal görünüşleri değişen bu yerler, kentin kozmopolitleşmesine paralel olarak, farklı alt kültür adacıkları haline gelmekte, bünyelerinde yeni kent cemaatleri ve kentsel kimlik formları üretmektedirler. Bu yönleriyle, modern hatta postmodern görünümlere, yeni tatlara, boş vakit deneyimlerine ve uçucu sosyalliklere alan açmaktadırlar.

Kaynaklar

- Agnew, J. (1993). "Representing Space (Space, Scale and Culture in Social Science)", *Place Culture Representation* (Edt.J. Duncan-D.Ley). London and New York: Routledge.
- Akcan, E.(1999). "İletişim ve Tüketim Toplumunda Mekânsal Farklılığa Ait Çelişkiler", *Toplum ve Bilim*, Sayı: 64-65, Kış.
- Aktay, Y. (1999). *Deconstructing Time/Space for Reconstructing Drama and Dream vs Utopia and Heterotopia (Zaman-Mekân Düalizminin Yapı Çözümü Ütopya ve Heterotopyaya Karşı Dram ve Rüyanın Yeniden İnşası)*, *Selçuk İletişim Dergisi*, Sayı 1.
- Aslanoğlu, R. (1998). *Kent, Kimlik ve Küreselleşme*. Bursa: Asa Kitabevi.
- Auge, M. (1997). *Yer-olmayanlar: Üstmodernliğin Antropolojisine Giriş*. Çev. T. Ilgaz. İst: Kesit Yayıncılık.
- Aytaç, Ö. (2006). "Moderniteden Postmoderniteye Değişen Mekân Anlayışları", *Sosyoloji ve Coğrafya. Sosyoloji Yıllığı 15* (İç.), Ed. E. Eğribel-U. Özcan. İstanbul: Kızılelma Yayıncılık.
- Aytaç, Ö. (2013). "Kent Mekânları ve Kimlik/Farklılık Sorunu", *İdealkent, Kent Araştırmaları Dergisi*, Sayı 9, Mayıs.
- Aytar, V. (2005). *Metropol*. İstanbul: L&M Yayınları.
- Banerjee, T. (2001). "The Future of Public Space: Beyond Invented Streets and Reinvented Places", *Journal of the American Planning Association*, Wntr, v67 11.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society*. London, SAGE Publications Ltd.
- Bauman, Z. (2006). *Küreselleşme (Toplumsal Sonuçları)*. Çev. Abdullah Yılmaz, 2. Baskı, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Beck, U. (2013). *Siyasallığın İcadı*. Çev. Nihat Ülner, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bocock, Robert-Thompson, Kenneth (eds.) (1992), *Social and Cultural Forms of Modernity*. Oxford, Blackwell Publishing Ltd.
- Castells, M. (2013). *Ağ Toplumunun Yükselişi*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Castree, N. (2004). "David Harvey", *Key Thinkers on Space and Place* (Ed.P.Hubbard, R.Kitchin, G.Valentine). London:Sage.

- Chambers, I. (2005). *Göç, Kültür, Kimlik*. Çev. İ. Türkmen-M. Beşikçi, İst: Ayrıntı Yayınları.
- Chaney, D. (1999). *Yaşam Tarzları*. Çev. İ. Kutluk, Ank: Dost Kitabevi Yay.
- Çabuklu, Y. (2004). *Postmodern Toplumda Kriz ve Siyaset*. İst: Kanat Kitap.
- Demir, E. (2002). “Kamusal Alan ve İmge: Gençlik Parkının Değişen Anlamı”, *Toplum ve Bilim Dergisi*, Sayı 94, Güz .
- Giddens, A. (1994). *Modernliğin Sonuçları*. Çev. E. Kuşdil, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Habermas, J. (1997). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*. Çev. T. Bora-M. Sancar, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Harvey, D. (2003). *Sosyal Adalet ve Şehir*. İst: Metis Yayınları.
- Harvey, D. (1993). *Postmodernizme Bir Bakış*. Çev. O. Işık, *Birikim Dergisi*, Eylül.
- Harvey, D. (1997). *Postmodernliğin Durumu*. Çev. S. Savran, İst: Metis Yay.
- Işık, O. (1994). “Değişen Toplum/Mekân Kavrayışları: Mekânın Politikleşmesi, Politikanın Mekânsallaşması” *Toplum ve Bilim*, Sayı 64–65, Kış .
- Jameson, F. (1994). *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı*. İst: Yapı Kredi Yay.
- Kömeçoğlu, U. (2003). “Örtünme Pratiği ve Toplumsal Cinsiyete İlişkin Mekânsal Bir Etnografi”, *Doğu Batı*, Sayı, 23.
- Lefebvre, H. (1991). *The Critique Of Everyday Life*. İng. Çev. John Moore, Verso.
- Madanipour, A. (1996). *Design Of Urban Space*. New York: John Wiley & Sons.
- Massey, D. (1984). *Spatial Divisions Of Labour: Social Structures And The Geography Of Production*. London: Macmillan.
- Mutman, M. (1994). “Üretilen Mekân, Yok Olan Mekân”, *Toplum ve Bilim*, Sayı 64–65, Kış.
- Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place (Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons And Other Hangouts At The Heart Of A Community)*. New York: Marlowe Company.
- Ritzer, G. (2000). *Büyük Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*. Çev. Ş.S.Kaya, İst: Ayrıntı Yay.
- Robins, K. (1996). “Kent Tutsakları: Post-Modern Kent De Ne Ola Ki?” Yitik Ülke Masalları Kimlik ve Yer Sorunsalı (E. Grosz Vd.). Çev. T. Yöney, İst: Sarmal Yayınevi.
- Robins, K. (1999). *İmaj, Görmenin Kültür Ve Politikası*. Çev. N. Türkoğlu, İst: Ayrıntı Yay.
- Sancar, F. ve Saygın, N. (2000). “Public Spaces in The Post-Modern City”, 30th Urban Affairs Association Meeting: Cities in The Next Millennium: Separate Realities or Shared Fates?, La, California.
- Sennett, R. (1996). *Kamusal İnsanın Çöküşü* (Çev: S. Durak-A. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yay.
- Smith, D. (2000). *Zygmunt Baumann: Prophet Of Post-Modernity*, Cambridge, Polity Press.
- Smith, P. (2005). *Kültürel Kuram*. Çev. S. Güzelsarı-İ. Gündoğdu, İst: Babil Yayınları.

- Tanyeli, U. Ed. (2000). “Mimarlık: Metropolleşme ve Metropole Direnme”, *Türkiye’de Mimarlık*, İstanbul: Koleksiyon Yay.
- Teber, S. (2004). “Üç Büyük Kentin Başkalaşımı. Ankara’nın Taşına Bak!” *Mimarlık Dergisi*, Sayı 316 Mart-Nisan.
- Tekeli, İ. (2005). “Kenti Onurlu Bir Yaşam Yeri Yapmak”, *Düşe-Yazma, Şehir*, Sayı:12, Haziran-Temmuz-Ağustos.
- Urry, J. (1999). *Mekânları Tüketmek*. Çev. R. G. Ögdül, İst: Ayrıntı Yayınları.
- Zeka, N. (1994). “Yolları Çatallanan Bahçe, Aynalı Gökdelenler, Dil Oyunları ve Robespierre”, *Postmodernizm* (Haz.N.Zeka). İst:Kıyı Yay.
- Zukin, S. (1995). *Culture of Cities*. Oxford: Blackwell Publishers.