BİR MARKA KENT OLARAK ANTALYA: YENİ KENTLEŞME PRATİKLERİNİN KENT VE KENTLİLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Özgür ÖZTÜRK

DOKTORA TEZİ

Eskişehir 2024

BİR MARKA KENT OLARAK ANTALYA: YENİ KENTLEŞME PRATİKLERİNİN KENT VE KENTLİLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Özgür ÖZTÜRK

DOKTORA TEZİ

Sosyoloji Anabilim Dalı
Danışman: Prof. Dr. Nadir SUĞUR

Eskişehir
Anadolu Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Ocak 2024

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Özgür Öztürk'ün "Bir Marka Kent Olarak Antalya: Yeni Kentleşme Pratiklerinin Kent ve Kentliler Üzerindeki Etkileri" başlıklı tezi 24/01/2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca, Sosyoloji Anabilim dalında Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

		Unvanı Adı Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı)	:	Prof. Dr. Nadir SUĞUR	.....
Üye	:	Prof. Dr. Gönül DEMEZ	.....
Üye	:	Prof. Dr. Özgür ARUN	.....
Üye	:	Prof. Dr. Sutay YAVUZ	.....
Üye	:	Doç. Dr. Temmuz GÖNÇ ŞAVRAN	.....

Prof. Dr. Saime ÖNCE
Enstitü Müdürü

ÖZET

BİR MARKA KENT OLARAK ANTALYA: YENİ KENTLEŞME PRATİKLERİNİN KENT VE KENTLİLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Özgür ÖZTÜRK

Sosyoloji Anabilim Dalı
Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ocak 2024

Danışman: Prof. Dr. Nadir SUĞUR

Dünya hızla bir kent toplumu haline gelirken, şehirler küresel ekonomideki kıyasıya bir rekabetin öznesine dönüşmektedir. Bugün küresel sermaye, para ve turist akışlarını çekebilecek bir marka olma yolunda pek çok kent büyük dönüşümlere tabii tutulmaktadır. Bu bağlamda kent yöneticileri pastadan pay almak adına mega projelerle, lüks mekanlarla, eğlence merkezleriyle kentleri yeniden inşa etmekte, uluslararası organizasyonlarda boy göstermeye çabalamakta ve şehirlerini birer marka haline getirerek küresel rekabette öne çıkmayı arzulamaktadırlar. Öte yandan yeni kentleşme pratikleri soylulaştırma, damgalama, kent yoksulluğu, kaynakların israfı gibi problemler de beraberinde getirmekte ve sürdürülebilirlik krizlerinin kapısını aralamaktadır. Bu çalışmanın amacı da markalaşmayı hedefleyen yeni kentleşme pratiklerinin kentler ve kentliler üzerindeki etkilerini tartışmaktır. Antalya'da gerçekleştirilen araştırma, kentin önde gelen aktörleriyle ve markalaşma yolunda dönüşümü gündeme gelen bir Balbey Mahallesi'nin sakinleriyle gerçekleştirilecek derinlemesine görüşmelerden elde edilen verilerin karşılaştırılması üzerinden gerçekleştirilmektedir. Saha araştırmasının birinci bölümünde markalaşma yolunda atılan adımların detayları ve sonuçları üzerine tartışmalar yürütülmektedir. Balbey Mahallesi'ni konu alan ikinci safhada ise markanın coğrafyasında kalan bir çöküntü mahallesindeki gelişmelere odaklanılmaktadır. Küresel kentleşme modelinin Antalya özelinde kentlilerle karşılaşmasının örneği olan mahallenin çöküntü alanından tekrar değerlenmesine doğru gidişatın altında yatan dinamikler, dönüşüm sürecinin nitelikleri (emrivaki, müphem, güvensiz) ve kentin diğer aktörleriyle kurulan çatışmalı ilişkileri ele alınmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Marka Kent, Küresel Kent, Antalya, Balbey Mahallesi, Kentleşme.

ABSTRACT

ANTALYA AS A BRAND CITY: THE EFFECTS OF NEW URBANIZATION PRACTICES ON THE CITY AND ITS CITIZENS

Özgür ÖZTÜRK

Department of Sociology

Anadolu University, Graduate School of Graduate, January 2024

Supervisor: Prof. Dr. Nadir SUĞUR

As the world is rapidly becoming an urban society, cities are becoming the subject of fierce competition in the global economy. Today, many cities are undergoing major transformations to become a brand that can attract global flows of capital, money and tourists. In this sense, -in order to get a piece of the pie- city's major political actors are rebuilding cities with mega projects, luxury venues and entertainment centers, striving to appear in international organizations and aspiring to stand out in global competition by turning their cities into brands. On the other hand, new urbanization practices bring problems such as gentrification, stigmatization, urban poverty, and waste of resources and open the door to sustainability crises. The aim of this study is to discuss the effects of new urbanization practices aiming at branding on cities and city dwellers. The research, conducted in Antalya, is based on a comparison of the data obtained from in-depth interviews with the leading actors of the city and the residents of Balbey district which is subjected to unprecedented transformations towards branding. In the first part of the field research, discussions are held on the details and consequences of the steps taken towards branding. The second phase, which focuses on the Balbey District, focuses on the developments in a slum quarter within the geography of the brand. The dynamics underlying the transformation of the neighborhood, which is an example of the encounter of the global urbanization model with the urban residents in Antalya, from a slum area to its revaluation, the characteristics of the transformation process (fait accompli, ambiguous, insecure) and the conflicting relations established with other actors of the city are discussed.

Keywords: Brand City, Global City, Antalya, Balbey District, Urbanization.

TEŞEKKÜR

Resmi olarak öğrenciliğimin sona erdiği, aynı zamanda bir ömür sürecek öğrenme yolculuğumun ilk adımı olan bu tezin ortaya çıkmasında birçok ismin katkısı ve desteği söz konusudur. İlk olarak her tez öğrencisinin yaşadığı gibi kimi zaman inişli çıkışlı, sancılı ve karmaşık geçen yıllarımda her daim yanımda olan danışmanım Prof. Dr. Nadir SUĞUR'a teşekkürlerimi bir borç bilirim. Hocamın sağladığı akademik özgürlük ortamı, tavsiyeleri, gerek araştırma sürecindeki gerekse mesleki konulardaki desteği kariyerim boyunca ışık olacak ve ömrüm boyunca minnetle hatırlayacağım. Ayrıca tez izleme jürimde yer alan, tavsiyeleriyle tezin inşa edilmesinde, eksiklerimi telafi etmemde ve önemli açmazları çözümlememde büyük emekleri olan ve yapıcı tutum ve eleştirileriyle motivasyonumu her daim canlı tutmama vesile olan Prof. Dr. Sutay YAVUZ'a ve Prof. Dr. Özgür ARUN'a teşekkür ederim. Diğer taraftan bu yıllarda görev yaptığım Kastamonu Üniversite birimlerinde akademik kariyerimi önceleyen, ihtiyaç duyduğum ortam ve zamanı sağlamaya özen gösteren -sırasıyla- Sosyoloji Bölüm başkanlarım Doç. Dr. Mustafa BOSTANCI'ya, Dr. Öğr. Üyesi Ömer DALKIRAN'a, Dr. Öğr. Üyesi Yasin Gurur SEV'e; Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölüm başkanlarım Prof. Dr. Erol TURAN'a, Doç. Dr. Deniz KUNDAKÇI'ya ve Kariyer Geliştirme, Uygulama ve Araştırma Merkezi müdürüm Prof. Dr. Şerif DEMİR'e teşekkür ederim. Son olarak her daim yanımda olan dostum Dr. Öğr. Üyesi Orçun NALEZEN'e, uzun yıllar boyunca bu stresi benimle birlikte paylaşan annem Mürvet ÖZTÜRK'e ve kardeşim Özge ÖZTÜRK'e sevgi ve şükranlarımı sunarım.

24/01/2024

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallarauygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan "bilimsel intihal tespit programı"yla tarandığını ve hiçbir şekilde "intihal içermediğini" beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlakive hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

(İmza)
Özgür ÖZTÜRK

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
BAŞLIK SAYFASI……..……..	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI…….	ii
ÖZET……...	iii
ABSTRACT…….	iv
TEŞEKKÜR……	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ…….	vi
İÇİNDEKİLER……...	vii
TABLOLAR DİZİNİ……..	xi
GRAFİKLER DİZİNİ……	xii
HARİTALAR DİZİNİ……	xiii
GÖRSELLER DİZİNİ……...	xiv
KISALTMALAR DİZİNİ……..	xv
1. GİRİŞ……...	1
2. KLASİK KURAMLARDAN KÜRESEL KENT TARTIŞMALARINA KENT SOSYOLOJİSİNDE TEMEL YAKLAŞIMLAR……	4
3. MARKA KENTE GİDEN YOLUN TAŞLARI: KÜRESELLEŞME VE KENT İLİŞKİSİ…….....	11
3.1. Sanayisizleşme ve Kent Mekanının Değişen Anlamı……...	14
3.2. Küreselleşme ve Yeni Kent Ekonomisi…….	16
3.3. Yerelin Rengi: Küresel Kentleşme Eğilimlerindeki Bölgesel Farklılaşmalar…….	18
4. BİR STRATEJİ OLARAK MARKA KENTLER YARATMAK……..	21
4.1. Marka Kent Stratejileri: Mekân Politikaları, Sembolik Yatırımlar ve Reklam……..	22
4.1.1. Kent mekanlarının yeniden yapılandırılması……...	23
4.1.2. Sembolik/özgün değerlerin yaratılması…….	24
4.1.3. Kenti tanıtmak, kentin reklamını yapmak……	28
4.2. Yeni Kentleşme Pratiklerinin Aktörleri……..	30
4.3. Yeni Kentleşme Pratiklerine Karşı Eleştiriler ve Toplumsal Muhalefet……	35

4.3.1. Hâkim söylemin inşası, sosyal damgalamalar ve kent hakkı… 36
4.3.2. Kent mekanlarında soylulaştırma ve kent yoksulluğu…….. 39
4.3.3. Kamunun kente dair değişen rolü ve kaynakların verimsiz Kullanımı…… 42
5. KÜRESEL/MARKA KENT BAĞLAMINDA AKDENİZ DÜNYASI….. 44
5.1. Akdeniz, Medeniyet ve Uygarlık…… 45
5.2. Akdeniz Kentlerine Miras: Dünya Kenti / Marka Kent Perspektifinden Akdeniz Havzası…….. 53
6. MUSAIR MEDENİYETLERDEN MARKAYA: TÜRKİYE'DE YENİ KENTLEŞME PRATİKLERİNİN GÖRÜNÜMLERİ……... 57
6.1.Türkiye'de Yeni Kentleşmenin Kent Mekanlarındaki Görünümleri… 59
6.1.1. Mekânsal yansımaları……. 60
6.1.2.Sembolik yansımaları / stratejiler…….. 63
6.2. Türkiye'de Kentleşmenin Aktörleri…… 65
6.2.1. Merkezi otorite ve yerel yönetimler…….. 66
6.2.2. Sermaye ve kentleşme……. 70
6.2.3. Sivil toplum ve kentleşme…… 73
6.3. Kentte Yeni Yarılmalar: Türkiye'de Yeni Kentleşme Politikaları Üzerine İtirazlar……. 75
7. ANTALYA'NIN KENTLEŞME DİNAMİKLERİ VE SOSYO - EKONOMİK GÖRÜNÜMLERİ……. 78
7.1. Antalya Kent Merkezinin Oluşum Sürecinin Tarihsel Kavşakları…... 80
7.2. Antalya Demografisinin Genel Görünümleri ve Kent Mekanına Yansımaları…… 87
7.2.1. Antalya demografisi ve kent mekanındaki dağılımları…… 87
7.2.2. Antalya demografisinin sosyo-kültürel boyutları……. 97
7.3. Kent Ekonomisinin Görünümleri…… 99
7.3.1. Hizmet sektörü…… 101
7.3.1.1.*Turizm*……... 101
7.3.1.2.*Ticaret*……...… 107
7.3.2.Tarım…… 108
7.3.3. Sanayi…….. 110

8.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE VERİLERİN ANALİZİ…… 114
8.1. Araştırmanın Sorunsalı ve Özgünlüğü…….. 114
8.2. Araştırmanın Yöntemi……. 118
8.3. Araştırmanın Sahası ve Katılımcı Grupları…… 121
8.4. Verilerin Toplanması ve Analizi…….. 124
8.5. Araştırmanın Sınırlılıkları……... 128
9. TURİZMİN BAŞKENTİ ANTALYA'YI MARKALAŞTIRMAK…….. 130
9.1. Antalya'nın Rekabet Stratejileri……. 137
9.2.Prestij Projeler, Projelerin Coğrafyası, Ekonomi Politiği ve Sosyo-Kültürel Boyutları…….. 142
9.2.1. Yeni bir Antalya yolunda prestij projeler…… 143
9.2.2. Kentin 'showroom'unu tasarlamak: Projelerin coğrafyası ve sosyolojik görünümleri…… 148
9.3. Aktörler…….. 156
9.3.1. Merkez ve yerel: Enformel ilişkilerin ağında Antalya'nın markalaşması…… 157
9.3.2. Dönüşüm projelerinde kamu güdümlü sermayenin rolü……. 161
9.3.2.1. *Çevrenin çevresinde kentleşme: Markalaşma stratejilerinin bağımlı yapısı*…… 165
9.3.3. Sivil toplum……. 168
9.3.3.1. *STK'lar ve yerel yönetimler*…… 169
9.3.3.2. *Çılgın projeler bağlamında STK'ların tutumu*…….. 176
9.3.3.3. *Eksik olan: Sivil toplum ve toplum ilişkileri*…….. 183
9.4. Markanın Gösterdikleri…….. 186
10. MARKANIN KALBİNDE BİR ÇÖKÜNTÜ MAHALLESİ: BALBEY… 188
10.1. Balbey Mahallesi'nin Tarihi, Demografisi ve Mekânsal Görünümü.. 188
10.2. Balbey'in Çöküntü Alanı Haline Gelişi……. 190
10.2.1. Kentleşme dinamikleri ve mahallenin ekonomik yapısı…… 191
10.2.2. Gündelik deneyimler: İşgal, uyuşturucu ve asayiş…… 197
10.2.2.1. *İşgal*…… 197
10.2.2.2. *Uyuşturucu*…… 199
10.2.2.3. *Asayiş*…….. 205

10.2.3. Kamunun tasarrufu ve mahallenin değişen statüsü……. 207
10.3.Balbey'in Yeniden Değerlenme Süreci…….. 210
10.4.Emrivaki, Güvensiz ve Müphem: Balbey'deki Dönüşümün Çatışma Alanları…….. 213
10.4.1. Emrivaki…… 214
10.4.2.Müphem……. 223
10.4.3. Güvensiz…… 228
10.5. Suçluyu Aramak: Gidenler, Gelenler ve Kurumlar…… 234
10.5.1. Mahalleyi Yüz Üstü Bırakanlar ve "Kendinden Olana" Dönen Hınç……. 235
10.5.2. Markalaştırılamayanlar: Fakirler, çingeneler, göçmenler…… 239
10.5.2.1. *Makbul vatandaştan makbul imaja*……... 240
10.5.2.1.1. *Küresel soylulaştırmaya yerelin icazeti: "…Burada radikal bir değişim olsa güzelleşse"*…….. 241
10.5.2.1.2. *Showroomun dışında bir yer bulmak: "…onlar da kendilerine uygun bir yerlere giderler"*…… 247
10.5.2.1.3. *Kıssadan hisse: "…Buraları da Antalya'ya yakışır bir cazibe merkezi olur"*…… 249
10.5.3. Yalnızlık hali: Kurumların ve sivil toplumun yokluğunda Balbey……. 252
10.5.3.1. *Kamu kurumlarıyla temas*…….. 252
10.5.3.2. *STK'larla ilişkiler*……... 255
11. SONUÇ……. 260
KAYNAKÇA……. 266
EKLER
ÖZGEÇMİŞ

TABLOLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 7.2.1.1. ADNKS Verilerine Göre Antalya'nın Toplam Nüfus Miktarı ve Nüfusun Kent ve Kıra Göre Dağılımı, 1927-2022…….. 88

Tablo 7.2.1.2. ADNKS ve HGM Verilerine Göre Antalya Merkez İlçelerinin Yüzölçümü, Nüfusları ve Nüfus Yoğunluğu, 2022……. 89

Tablo 7.2.1.3. ADNKS Verilerine Göre Antalya'nın Göç İstatistikleri, 1975-2022…… 91

Tablo 7.2.1.4. ADNKS Verilerine Göre Antalya Merkez İlçelerinde İkamet Eden ve Antalya Doğumlu Olmayanların Doğduğu İllere göre Dağılımı, 2022……..93

Tablo 7.3.1.2.1. 1954-2017 Kümülatif Yabancı Sermayeli Şirket Sayısı…….....107

Tablo 7.3.2.1. Antalya İlçelerinin Tarım Alanı (da) ve Tarımsal Üretimlerinin Antalya'nın Toplam Üretimine Oranı, 2019……109

Tablo 8.3.1. Balbey Mahallesi'ndeki katılımcılar ve demografik özellikleri…...121

GRAFİKLER DİZİNİ

Sayfa

Grafik 7.2.1.1. ADNKS Verilerine Göre Türkiye ve Antalya'nın Nüfus Artış Hızı Grafiği, 1927-2022…….. 88

Grafik 7.2.1.2. ADNKS Verilerine Göre Antalya'nın Aldığı Göçün Yaş Gruplarına Göre Dağılımı, 2009-2022…… 94

Grafik 7.2.1.3. ADNKS Verilerine Göre Antalya'nın Aldığı Göçün Eğitim Durumuna Göre Dağılımı, 2009-2022 (6 Yaş Üstü)…….95

Grafik 7.3.1.1.1. Antalya'nın 2002-2022 Arasında Yıllık Turist Sayıları……....102

Grafik 7.3.1.1.2. Antalya'nın 2010-2022 Yılları Arasında En Fazla Turist Aldığı 4 Ülkenin Yıllara Göre Dağılımı…….……104

Grafik 7.3.3.1. Antalya Sanayi Sektöründe Çalışanların Meslek Gruplarına Göre Dağılımı (Yüzde Bazında), 2019…….111

HARİTALAR DİZİNİ

Sayfa

Harita 7.1.1. 1969 Antalya Nazım İmar Planı'na Göre Antalya Kent Merkezi'nin Gelişimi…….....81

Harita 7.1.2. Antalya Merkez İlçe Mahallelerinin Arsa Metrekare Birim Değerlerinin Ortalaması (TL), 2021…….....86

Harita 7.2.1.1. ADNKS Verilerine Göre Antalya Kent Merkezi'ndeki Nüfusun Mahalleler Bazında Dağılımı, 2022……..90

Harita 7.2.1.2. ADNKS Verilerine Göre Antalya Nüfusunun Doğum Yerlerine Göre Türkiye'deki Dağılımı, 2021……..92

Harita 7.3.3.1. Osmanlı'dan 1980'e Kadar Antalya'da Kurulan Belli Başlı Sanayi Kuruluşları…….112

Harita 7.3.3.2. Antalya Merkez İlçelerindeki Sanayi Sitelerinin Dağılımı……..113

Harita 9.2.2.1. Prestij Projelerin ve belli mekanlarının (oteller, AVMler, tiyatro salonları, sinema salonları, müzeler, gece kulüpleri) Antalya'daki mahallerin gelir dağılımına göre konumları, 2019……..149

GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Görsel 9.3.3.2.1. Konyaaltı Sahili'nin 2018 (A), 2019 (B) ve 2019'daki 318 Günlük Kıyı Gerilemesini (C) gösteren uydu görüntüleri…..…178

Görsel 10.2.1. Balbey Mahallesi (sol) ve Kaleiçi'nden (sağ) görüntü……190

Görsel 10.2.1.1. Balbey'de otopark sorunu.…….……..……195

Görsel 10.2.2.2.1. Balbey'de yanmış bir bina…….…….…….……...200

Görsel 10.2.2.2.2. Balbey'den mekruh bir mekân…….…….……202

KISALTMALAR DİZİNİ

A.Ü : Akdeniz Üniversitesi

ABB : Antalya Büyükşehir Belediyesi

ADNKS : Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi

AVM : Alışveriş Merkezi

ATSO : Antalya Ticaret ve Sanayi Odası

BAGEV : Batı Akdeniz Ekonomisi Geliştirme Vakfı

BAKA : Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı

BM : Birleşmiş Milletler

DİE : Devlet İstatistik Enstitüsü

EXPO : Extended Profiles for Overclocking

GSYH : Gayri Safi Yurtiçi Hasıla

GYODER : Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı Derneği

İMO : İnşaat Mühendisleri Odası

JMO : Jeoloji Mühendisleri Odası

RICA : Regional Investment Climate Assessment

SGK : Sosyal Güvenlik Kurumu

TEPAV : Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı

TMMOB : Türkiye Mimarlar ve Mühendisler Odası

TOKİ : Toplu Konut İdaresi

TÜRSAB : Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu

UEFA : Union of European Football Associations

UN Habitat : The United Nations Human Settlements Programme

UNCTAD : United Nations Conference on Trade and Development

UNESCO : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

UNWTO : The United Nations World Tourism Organization

YADA : Yaşama Dair Vakfı

YİD : Yap-İşlet-Devret

1. GİRİŞ

Henry Lefebvre (2019, s. 7), 70'li yıllarda toplumumuzun artık bir kent toplumu olduğunu ifade eder. Her ne kadar bu tespit kent ve kır arasındaki nüfus dağılımından ziyade yaşam ve üretim biçimindeki dönüşüme işaret etse de (Lefebvre, 2019, s. 9) günümüzde sayısal olarak da doğrulanmaktadır. United Nations Conference on Trade and Development (*UNCTAD*) verilerine göre 2018'de dünya nüfusunun %55,3'ü kentlerde yaşamaktadır. 2050 yılında ise bu oranın %68,4'e çıkarak yaklaşık 6.6 milyar insanın kentlerde yaşayacağı tahmin edilmektedir (http-1). Önümüzdeki 10 yılda ise erken kentleşmiş coğrafyalarda kentsel büyümenin yavaşlaması, diğer bölgelerde hızlı bir kentleşme dalgası beklenmektedir (UN Habitat, 2020, s. xvi). Dolayısıyla kentlere ilişkin gelişmeler ve problemler giderek daha fazla insanı ilgilendirmektedir.

Diğer taraftan küreselleşmenin etkisiyle dünyanın farklı yerlerinde benzer kentleşme süreçlerini yaratmaktadır. Farklı coğrafyalardaki birçok kent bir yandan sermaye hareketliliği, insan göçü ve turist akını ile karşı karşıya kalmaktadır. David Harvey'in (2011, s. 87) "hiper kentleşme" olarak tanımladığı bu süreçte kentler, toplumsal ilişkilerin merkezine yerleşirken aynı zamanda "dünya ekonomisi içinde çok önemli rekabet unsuru" haline gelmektedirler.

Bu rekabette üst sıralara çıkmak isteyen kent yöneticileri de kentleri hızla dönüştürüp, bir marka olma yarışına girmektedir. Bugün Rio'dan Tokyo'ya Londra'dan İstanbul'a pek çok kentin aktörleri küresel organizasyonlara ev sahipliği yapmak, kentsel altyapılarını güçlendirmek, mega projelerle kentin imajını değiştirmek gibi benzer markalaştırma stratejileri üretmektedirler.

Elbette bu gelişmeler kente ilişkin problemlerin de küresel çapta benzeşmesini doğurmaktadır. Örneğin 2016 yılında Rio'da gerçekleştirilen Yaz Olimpiyatları sırasında, bu organizasyonların kentin yaşam alanlarını, kent yoksullarını ve kent ekonomilerini olumsuz etkilediği yönündeki tartışmalar (http-2), 2020 Tokyo Olimpiyatları için de kendisini göstermektedir (http-3). Benzer biçimde 2012 Londra Olimpiyatları için inşa edilen stadyum ve çevresinin 2004 Atina Olimpiyatları'ndan sonra sadece 10 yıl sonra âtıl hale gelen Olimpiyat Stadyumu (http-4) ile aynı kaderi yaşayıp yaşamayacağı polemik konusu olmuştur (http-5). Bugün dünyanın farklı yerlerinde Olimpiyat karşıtı hareketler gibi kent hareketleri ortaya çıkmakta ve küresel bir hal alan kentleşme stratejilerine karşı kent hakkı, kentsel eşitsizlikler, kentsel yoksulluk vd. bağlamlarında

itirazlar yükselmektedir. Dolayısıyla kent meselesi dünyanın bambaşka coğrafyalarında -özgün koşulları da barındırmakla birlikte- benzer dönüşümler, koalisyonlar, toplumsal sonuçlar ve problemler barındırmakta ve ortak gündemler yaratmaktadır.

Küreselleşmenin damgasını vurduğu 1990lar beraberinde kentsel eşitsizliklerin ve dışlanmanın da yoğun biçimde tartışılmaya başladığı yıllar oldu (Keyder, 2005, s. 128). 2016 yılında gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler (*BM*) Habitat III toplantısında kabul edilen Yeni Kentsel Gündem'de hızlı kentleşmenin getirdiği problemlere işaret edilmektedir:

> "…yoksulluğun çeşitli biçimlerinde devam ediyor olması, eşitsizliklerin artması, çevresel bozulma ile birlikte sosyal ve ekonomik dışlanma ve çoğu kez kentlerin ve insan yerleşimlerinin inkâr edilemez bir gerçekliği olarak mekânsal ayrışma, dünya genelinde sürdürülebilir kalkınmanın önündeki en ciddi engeller arasındadır" (UN Habitat, 2017, s. 9).

Sürdürülebilirlik, kapsayıcı kentleşme, kentsel ayrışmayla mücadele, kent ve çevre ilişkisi başta BM olmak üzere küresel kurumların, STK'ların ve diğer aktörlerin öncelikli meseleleridir. BM "kapsayıcı kent" veya "herkes için kent" sloganıyla kentleşmenin pozitif çıktılarının, ekonomik ve sosyal faydanın eşitlik temelinde bütün kesimlere dağıtılmasının gerekliliğini vurgulamakta (UN Habitat, 2010, s. ix), artık kentlerin refahının bunlardan bağımsız değerlendirilmemesi gerektiğini ifade etmektedir (UN Habitat, 2012, s. 14). Gelinen noktada kente ve kentleşmeye ilişkin yeni bir bakışın zorunluluk olarak kendisini dayattığı anlaşılmaktadır (UN Habitat, 2016, s. 25).

Bütün bu sorunlar pek çok gelişmekte olan ülke deneyiminde kendisini gösterdiği gibi Türkiye'de de ortaya çıkmaktadır. 1950'lerde sanayileşme bağlamıyla ivme kazanan kentleşme göç, gecekondu, altyapı problemleri ile ele alınan tartışmalar, 1980'lerle birlikte farklı bir zemine kaymaya başlamıştır. Planlı bir kentleşmenin yokluğunda Türkiye'nin kentleri de "doğal çevrenin tahribatı, kentsel yoksulluk, eşitsizlik, afetlere karşı kırılganlık, konut sıkıntısı, artan emisyonlar, altyapı yetersizlikleri, artan trafik" gibi problemlerle karşı karşıya kalmaktadır (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2014, s. 1).

1980 sonrası Bedrettin Dalan dönemi İstanbul'unda başlayan sonrasında Ankara, İzmir gibi büyük kentlere ve 2000'lerle birlikte de Anadolu kentlerine sıçrayan küresel eğilimler ağırlığını hissettirmeye başlamıştır. Hızlı kentleşme ve ülkenin çarpık kentleşme mirası (gecekondulaşma, sağlıksız konut stoku, kötü altyapı vb.) ekonomi politiğe yaslanan kentleşme mantığı ile birleştiğinde sürdürülebilirliğe dair endişeleri de

arttırmaktadır. Bilhassa 2000 sonrası kentlere ve çevreye yönelik politikalar mega / prestij / çılgın projeler, Yap-İşlet-Devret (YİD) modeli üzerinden kurulan kamu-özel iş birlikleri, kentsel ayrışma, kentlere ilişkin ekonomik, politik, kültürel ve fiziki sürdürülebilirlik konuları günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir. Bir taraftan küresel düzeyde rekabet edebilecek kentler ortaya çıkartma ülküsü kentleşmeye damgasını vururken kent problemlerinin de görmezden gelinemeyecek noktaya gelmesi, kent politikalarının sorgulanmasını zorunlu kılmaktadır.

Bu nitel araştırmanın amacı küresel bir trend olarak kentleri markalaştırma ülküsünün yereldeki tezahürlerini ve kent yaşamı üzerindeki etkilerini tartışmaktır. Diğer bir ifadeyle markalaşma bağlamındaki küresel kentleşme modeliyle yerelin karşılaşmasının yarattığı özgünlükler, çatışmalar ve sonuçlar irdelenmektedir. Bu bağlamıyla araştırma bilhassa 2000 sonrası turizm alanında markalaşma yolunda önemli adımlar atılan Antalya'daki önde kelen kent aktörleri ve markalaşma stratejisinin tam ortasında çöküntü mahallesi olarak kalan Balbeyliler ile gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler ve ikincil kaynaklar (kurumsal raporlar, medyadaki münakaşalar vb.) üzerinden gerçekleştirilmektedir. Aktörlerin meseleye ilişkin görüşlerinin mukayeseli tartışılması aracılığıyla, Antalya'daki markalaşma stratejilerinin neler olduğu, ulusal ve yerel bağlamlardaki özgünlüklerin sürece nasıl rengini verdiği, kenti makro ve mikro düzeylerde nasıl etkilediği, hangi noktalarda çatışma alanları doğurduğu, aktörler arasındaki konumların nasıl şekillendiği ve son olarak Balbey örneği üzerinden kentlilerin yaşamına nasıl tezahür ettiğine dair sorulara cevap aranmaktadır.

İkinci bir mesele olarak markalaşma stratejilerine dair gerek Türkiye'deki gündelik tartışmalar gerekse literatürdeki çalışmalar doğrudan karşı olmak veya taraf olmak üzerinden şekillenmektedir. Bir taraftan kentlerin küresel sisteme entegre edilmesinin toplumun genel faydasına olduğu diğer taraftan bu pratiklerin ekonomi politiğe yaslanan sınıf temelli şekillendiği, toplumun bir kesiminin çıkarları doğrultusunda tasarlandığı yönünde kamplaşma söz konusudur. İster ulus ister sınıf bağlamında toplumsal kesimleri homojen ve karşıt gruplar olarak ele alan bu yaklaşımlar sabit pozisyonlar üzerinden kentleşmeye yaklaşmaktadır. Oysa kent sınıf, etnisite, inanç, politik tercihler vb. pek çok pozisyonun iç içe geçtiği heterojen bir toplumsallığın mekanıdır. Dolayısıyla kentlere eklemlenme ve kentleşmeye ilişkin bakış farklı matrislerde ortaya çıkabilmektedir. Özellikle küresel eğilimlerin yerelle karşılaşmasının yarattığı sonuçlar ve bu

karşılaşmaya ilişkin kent / kentlilerin eylemleri farklı sonuçlar doğurabilmektedir. Dolayısıyla kenti planlayanlar, üretenler, deneyimleyenler, tüketenler arasında hermetik bir yaklaşımla çatışma alanlarının, problemlerin, çıkar ve fayda beklentilerinin karşılaştıran eleştirel bir perspektifin daha kapsayıcı ve sürdürülebilir bir kentleşmeye dair daha kapsamlı açılımlara dair imkanlar sunabileceği varsayılmaktadır. Bütün bu görüşler ışığında sonuç bölümünde kentleşmenin sürdürülebilirliğinin olanakları, mevcut çatışma alanlarının daha kapsayıcı, çok aktörlü, demokratik kentleşme modeliyle ele almanın imkanları ve markalaşma pratiklerinin açmazlarını aşabilmenin yolları üzerine bir sorgulama gerçekleştirilmektedir.

2. KLASİK KURAMLARDAN KÜRESEL KENT TARTIŞMALARINA KENT SOSYOLOJİSİNDE TEMEL YAKLAŞIMLAR

Kent sosyal bilimcileri daima cezbetmiştir (Giddens, 2012a, s. 944). Modern kent ve sanayi toplumu arasındaki ilişki kenti ve kent yaşamını sosyal bilimlerin merkezi konularından kılmıştır. Sanayi Devrimi'yle kentler üretimin merkezi haline gelirken, kırdan gelen kitlesel göçün, yoksulluğun, işsizliğin, sınıfsal ayrışmaların ve eşitsizliklerin de mekânı olmuştur. Böyle bir ortamda doğan pek çok sosyal bilim dalı -özellikle de sosyoloji- içerisinde kente dair her zaman bir ilgi olmuş ve farklı bakış açıları gelişmiştir (Rittersberger Tılıç, 2017, s. 6-7).

İlk olarak sosyolojiyi formel bir bilim haline getiren Emile Durkheim kentleri iş bölümü ve dayanışma biçimleri bağlamında ele almıştır. Ona göre kırsalda ortak inançları, birincil ve yüz yüze ilişkileri temsil eden mekanik dayanışma hakimken kentler ise uzmanlaşmaya dayalı iş bölümünün ve buna bağlı olarak toplumsal temasın ikincil düzeyde gerçekleştiği mekanlardır (Flanagan, 2010, s. 74-76). Max Weber'e göre ise kentler politik ve ekonomik örgütlenmeleri bağlamında ele alınmalıdır. Öncelikle Weber ekonomik anlamda kent ve kır arasındaki toplumsal iş bölümüne işaret eder. Kentler tarımın değil ticaret ve alışverişin hâkim olduğu yerlerdir. Ona göre bir kentlilerin gündelik ihtiyaçlarının orada veya yakın çevresinde üretilip tüketildiğinde "ekonomik olarak kent"ten bahsedilebilir (Weber, 2012b, s. 578) Bu bağlamda "şehir her zaman bir pazar merkezidir" (Weber, 2012b, s. 578). Daha ileri düzeyde modern şehirler "ulusal ve uluslararası yatırımcıların ya da dev bankaların (Londra, Paris, Berlin) ya da büyük ortak sermaye şirketlerinin ve kartellerin (Düsseldolf) merkezidir" (Weber, 2012b, s. 581).

Fakat kentleri sadece ekonomik kategorilerle açıklamak yeterli değildir zira bu özelliklere belli kırsal bölgelerde de rastlamak mümkündür. Bu nedenle kentler ekonomik olduğu kadar politik yapılanmaları ile birlikte ele alınmalıdır (Weber, 2012b, s. 585). Temelde kentler kendine özgü yönetim kapasitesi, yasallık, rasyonalite, yurttaşlık gibi politik organizasyonları da içermelidir (Güneş, 2017, s. 32).

Karl Marx ve Friedrich Engels (2013, s. 31-56) ise kentleri kapitalist iş bölümünün yarattığı kent – kır ayrışmasının bir ürünü ve bu ayrışmayı da topraktan ayrışmış değer üretiminin -yani sermayenin- gelişiminin bir sonucu olarak ele alırlar. Sermayenin toplumsal değer haline gelmesiyle beliren yeni sınıfsal eşitsizliklerin kent yaşamındaki eşitsizliği getirdiğine dair bir dizi ampirik ve teorik gözlemde bulunurlar. Bilhassa kentsel ayrışmaya ve konut sorununa konulara değinen Engels (2013b, s. 44; 2013a, s. 64), işçi gettolarını büyük kalabalıkların yaşadığı, yoksulluğun, salgın hastalıkların kol gezdiği mekanlar olarak ele alırken, kentsel eşitsizlikler ile sınıfsal eşitsizlikler arasında ilişkiye dikkat çeker. Benzer biçimde kapitalizm ve kent yoksulluğu arasındaki ilişkiye şaret eden Marx'a (2013, s. 635) göre de kentler sermaye lehine gerçekleştirilen iyileştirmeler yoluyla dönüşürken (yolların genişletilmesi, eski mahallerin yıkılması, lüks mekanların yükselmesi vb.) kent yoksulları mekânsal olarak daha kötü ve kalabalık yerlerde yaşamak zorunda kalmaktadırlar.

Üç düşünürün yaklaşımı da doğrudan bir kent kuramı ortaya koymaktan ziyade kapitalizm ve yeni toplumsal yapılar çerçevesindeki problemlere odaklanan çalışmalarının bir boyutu olarak kentlere yer verirler (Esgin, 2016, s.19). Bu noktada erken dönem kent çalışmalarında Georg Simmel ve Ferdinand Tönnies'e özel olarak değinmek gerekir. Zira bu iki isim çağdaşları arasında kente doğrudan odaklanan az sayıdaki düşünürlerdendirler (Esgin, 2016, s. 21). Simmel kentleri metropol yaşamının insanların zihin dünyası üzerindeki etkileri bağlamında ele almıştır. Taşra ve metropol hayatının karşılaştırmasında Simmel metropol yaşamının bireylerin zihin dünyasını şekillendirdiğini öne sürmektedir. Ona göre metropol -taşranın aksine- para ekonomisinin hâkim olduğu, birincil ilişkilerin zayıfladığı, gelip geçici uyaranların hayatı sarmaladığı yerlerdir (Simmel, 2017, s. 94-95). Bu bağlamda metropol insanın bütün bu fenomenlere ayak uydurabilmek için rasyonel, duyarsız (Simmel, 2017, s. 99) ve mesafeli (Simmel, 2017, s. 101-102) bir zihin biçimi yaratırken aynı zamanda bireysel özgürlüğün önünü açan ilişkiler ürettiğini (Simmel, 2017, s. 102-110) öne sürmektedir. Tönnies ise "Cemaat

ve Cemiyet" isimli eserinde, kent yaşamı ve kasaba yaşamı arasında karşılaştırmalı bir analiz sunar (Önkal, 2016, s. 71). Tönnies (2000, s. 203) cemaati birincil ilişkilerin, "doğal istemin" hâkim olduğu yer olarak ele alırken, cemiyeti akıl ve rasyonellik üzerinden kurulan ilişkilerin mekânı olarak ele alır. Toplumsal ilişki biçimlerine göre yaptığı bu ayrımda cemaatler dostluğa yaslanan, daha buyurgan karaktere sahip otorite ve dostluk esasına dayanır (Tönnies, 2000, s. 208-209). Öte yandan cemiyet ilişkileri ise otorite iki tarafın serbest mutabakatıyla (iş anlaşmaları gibi) kurulan, "toplumsal örgütlenmede ve tüzel kişilikte birleşen bireylerden kaynaklanan kollektif bir kişilik" görüntüsü sergilemektedir (Tönnies, 2000, s. 210). Böylece Tönnies'in düşüncesinde cemaat ilişkilerini geleneksel ilişki biçimlerinin hakimiyetini sürdürdüğü yerler iken, cemiyet geçici, kırılgan, daha resmi ilişkilerin kurulduğu mekanlardır.

1920'ler Şikago Okulu'nun çalışmalarıyla kent araştırmalarının ivme kazandığını yıllar olmuştur (Giddens, 2012b, s. 945). Özellikle ekolün kent üzerine yaptığı ampirik araştırmalar kent üzerine orta boy modellemeler üretebilmeyi mümkün kılması açısından önemlidir (Erman, 2010a, s. 34). Ekolün önde gelen isimleri Robert E. Park, Ernest W. Burgess, R. D. McKenzie ve Louis Wirth'tir. Şikago Ekolü kent araştırmalarına "ekolojik yaklaşım" olarak bilinen yaklaşım geliştirmişlerdir. Buna göre her şeyden önce "şehir, medeni insanın doğal habitatıdır" (Park, 2016, s. 39). İnsanlar bu doğal habitat içerisinde kaynaklar üzerinde mücadeleler etmektedir. İnsan ekolojisi tıpkı doğanın ekolojisi gibi kaynaklar üzerindeki rekabete ve şartlara uyum sağlama becerisi bağlamında ele alınmalıdır (McKenzie, 2016, s. 107-109). Kentsel ilişkiler ve konumlar bilinçli bir tasarım ve denetimin değil bu mücadelelerin bir sonucu olarak ortaya çıkarlar (Park, 2016, s. 41). Kent içerisindeki konumlanmalar, kentlerin büyümesi ve küçülmesi, göç ilişkileri bu ekolojik prensip içerisinde gelişir. İş bölümü ve teknoloji geliştikçe kümelenmeler de değişir. Bir yerde gelişen ticaret, iş merkezleri, büyüyen otoyollar, ulaşım araçları vb. kent içerisinde yeni merkezlerin önünü açar. Böylece "ticari mallar topluluklar tarafından üretildikçe, güç kaynakları ve hammadde kaynakları tarafından belirlenen başka yoğunlaşma noktaları da oluşur" (McKenzie, 2016, s. 111). Bu konumlanmaların içeriği ise yeni ortaya çıkan fırsatlara ilişkin rekabetin sonucuna bağlıdır (McKenzie, 2016, s.115). Kentin genişlemesi tıpkı bitkilerin yayılması gibi ardışık bir biçimde gerçekleşir. Bu gelişme dışsal bir etkiyle tetiklenmiş, keskin bir rekabet ortamı doğuran "istila" anlamına gelmektedir. Bu istila belli gruplar (eski

sahipleri ve yeni sahipleri) arasında gerçekleşebilir ve en sonunda güçlü olanın mekâna hâkim olduğu bir homojenlik yaratır. Böylece kentin ekolojisi nüfusun kendisine uygun öğelerini çekerken diğerlerini dışarıya doğru iten, kültürel ve ekonomik ayrışmalar yaratan gelişmeleri doğurmaktadır (McKenzie, 2016, s.120-121).

Ekolojik yaklaşıma göre kent iç içe geçmiş halkalar biçiminde bölünmektedir. Burgess (2016, s. 92-97) kentlerin giderek yayılmasının sonucunda "eş merkezli çemberler" ile tasvir etmektedir. Ona göre çemberin merkezinde ana ticaret noktası, etrafında ise ticaret ve küçük imalathanelerin yer aldığı geçiş bölgesi bulunmaktadır. Bir sonraki çember işçi mahalleleri, daha dışarıda varlıklı üst kesimlerin yaşadığı konut alanları vardır. En ötede ise banliyölerden oluşan ve merkezdeki iş bölgelerine belli bir yakınlıktaki uydu kentler söz konusudur. Diğer taraftan giderek artan nüfus yoğunluğu kentin yapısını bozabilmektedir. Kentte yayılma düzensizlikler yaratır, toplumsal grupları meslek ve gelire göre yeniden konumlandırır. Bu süreçte kentin fakirlik ve suç ile özdeşleşmiş çöküntü alanları doğmaktadır.

Okulun bir diğer önemli temsilcisi olan Louis Wirth kentliliğin nasıl bir şey olduğuna odaklanmaktadır. Ona göre kent bir yerleşim yerinin ötesinde "ekonomik, siyasal ve kültürel yaşamın öncüsü ve denetleyicisi konumunda olan bir merkezdir" (Wirth, 2002, s. 78). Kentli olmak toplumsal örgütlenme içerisinde bir kimliğin ve "ortaklaşa davranışın" oluşabilmesini gerektirir (Wirth, 2002, s. 78). Haliyle kentli olmak mekânsal bir pozisyonun ötesin bir yaşam biçimidir.

1960lar kente dair eleştirel ve Marksist çalışmaların öne çıktığı yıllar olmuştur. Manuel Castells, Henry Lefebvre ve ilerleyen yıllarda David Harvey'in çalışmaları kentleşme ve mekân üzerine eleştirel yaklaşımların temelini atmıştır. Bu düşünürler hem kapitalizmin hegemonyasında gelişen kentsel düzene hem de kendilerinin de dahil olduğu Marksist geleneğin kenti tali bir mesele olarak ele alınmasına karşı eleştirel bir tutum sergilerler. Aynı zamanda ideolojik yaklaşımlar olarak adlandırdıkları kent kuramlarının (Şikago Ekolü) ve kentleşme pratiğinin (kent plancılığının) karşısında konumlanırlar (Saunders, 2013, s. 172-174).

Eleştirel yaklaşımlar için mekân/kent kapitalist ilişkileri kuran, tüketim ve üretimin yeniden üretimini sağlayan ve kapitalizmin devamlılığı mümkün kılan unsurlardır. Üç kuramcı da özellikle anti emperyalizm, özgürlük, ekoloji temalarıyla banliyölerde kendisini gösteren 68 hareketlerinin kente ilişkin boyutlarını fark etmiş, kapitalizmin

yeniden üretimi, yeni toplumsal hareketler, yeni toplumsal sınıflar ile kent mekânı arasındaki ilişkiye dikkat çekmişlerdir. Bu bağlamda sınıf, sermaye, üretim, devrim gibi Marksizmin klasik tartışmalarını mekân / kent bağlamıyla yeniden ele almışlardır. Eleştirel kent kuramları bir taraftan kentleri kapitalizm, üretim biçimleri, tüketim gibi ekonomi politik süreçlerle tartışırken, toplumsal mücadelelerde mekânı önceleyen bakış açılarıyla kent çalışmalarına önemli katkılar sunmuşlardır.

Bu geleneğin öncü ismi olan Lefebvre (2014, s. 21) mekânın daima ihmal edilip verili, "a priori", kendiliğinden bir töz olarak ele alındığını vurgular. Mekânı -özellikle kent mekanını- araştırma konusu edinmiş modern bilim dallarını (şehir planlama, iktisat vb.) onu parçalı biçimde ele aldıklarını, özgün yöntemleriyle kendi gerçeklerini yarattıklarını yönünde tenkit eder (Lefebvre, 2015, s. 55). Bunun karşısında Lefebvre'nin mekân kavramsallaştırması bütüncül olma iddiasındadır. Ona göre mekân kendiliğinden oluşmamıştır. Aksine toplumsal ilişkilerle üretilmiş "toplumsal mekândır". Toplumsal mekân bir kere kurulduğunda kendisi de artık üretken, dinamik ve diyalektik süreçleri başlatan bir forma kavuşur. Böylece "ürün-üretici olan mekân, ekonomik ve toplumsal ilişkilerin dayanağıdır" (Lefebvre, 2015, s. 24). Haliyle toplumsal ilişkilerin üretildiği mekânın kendisi anlaşılmadan kapitalizmin yeniden üretiminin şartları (biyolojik yeniden üretim, işgücünün yeniden üretimi, toplumsal ilişkilerin yeniden üretimi) de anlaşılamaz (Lefebvre, 2015, s. 62). Bu anlamda mekân bir yönüyle toplumsal ilişkilerin kurulduğu alanlarken (Lefebvre, 2014, s. 402), diğer yönüyle kapitalist üretim ilişkilerinin de yeniden üretildiği alanlardır (Rittersberger Tılıç, 2017, s. 13).

Castells ise kentin kapitalizmin yeniden üretimindeki rolüne odaklanmıştır. Kentsel Ekoloji yaklaşımını eleştiren Castells, mekânsal ilişkilerin toplumsal yapının merkezinde yer alan sınıf çatışmasıyla anlaşılabileceğini öne sürer (Castells, 2017, s. 16). Ona göre kent gündelik yaşamın devamlılığını sağlayan kolektif tüketim araçları üzerindeki mücadelenin mekanıdır (Castells, 2017, s. 16). Konut, sağlık, eğitim, ulaşım vb. toplumsal sınıfların kent üzerindeki mücadelelerin ana temalarıdır. Böylece onun düşüncesinde kent kitlesel tüketimin ve bu tüketim üzerindeki mücadelelerin mekanıdır (Castells, 2017, s. 38) ve kapitalizmin devamlılığı kentin yeniden üretimine bağlıdır. Yoğunlaşan sermaye yoğunlaşan iş gücüne ihtiyaç duymaktadır. Belli bir çevrede toparlanan iş gücü ise bireysel olduğu kadar kolektif tüketime (okul, sağlık, eğlence vb.) ihtiyaç duymaktadır. Bu noktada Castells'e (2017, s. 256-257) göre kent kolektif ve

bireysel tüketimin sağlanması yoluyla iş gücünün ve sermayenin yeniden üretilmesi noktasında işlevsel olarak kurulan mekanlardır.

Benzer biçimde Harvey'de kenti sermaye ve kapitalizm ile olan ilişkisi üzerinden ele almaktadır. Harvey'e göre kent, sermaye birikiminin devamlılığı için kritik önem taşır (Bal, 2006, s. 164). Sermayenin artı değer yaratma ve büyüme zorunluluğunun, sermayedarı sürekli yatırım yapılacak yeni alanlar peşinde koşmaya zorlar (Harvey, 2013a, s. 46). Dolayısıyla kent yatırımlarının biriken sermayenin yeniden çevrime girmesi ve aşırı birikim krizlerini aşması noktasında stratejik önemdedir. Bu amaçlarla sermaye giderek büyüyen ölçekte mekâna ve kente artı değer aktarmaktadır (Harvey, 2013a, s. 65). Kente yapılan yatırımlar artık değerin emilebilmesi için gerekli olan talebi de yaratır. Mekân yaratma süreçleri ve sonrasında sunulan mal ve hizmetler, aşırı birikmiş sermayenin tekrar işleme sokulmasına fırsat sunar.

Sermayenin bu denli yapılanmasının en önemli sonucu ise kent mekanlarındaki adaletsiz ve eşitsiz konumlanmalardır. Kent mekanlarının yeniden yapılandırılması buralardaki rant değerleri yükseltmektedir. Bu ise gelir farklılıkları bulunan toplumsal gruplar arasındaki kentsel eşitsizlikleri derinleştirmektedir. Merkez bölgelerdeki yüksek kiralar göz önüne alındığında, bu bölgelerde yüksek gelirli insanlar kümelenirken, alt sosyo-ekonomik sınıflara ait bireyler daha çok, konut giderlerinin düşük olduğu çöküntü bölgelerinde yoğunlaşırlar (Harvey, 2013b, s. 62). Böylece kentsel ayrışma Şikago Ekolü açısından doğal bir mücadelenin sonucu iken Harvey'in ve eleştirel kuramcıların düşüncesinde kapitalizm ve kent ilişkisinin bir neticesidir.

1970'li yıllar ve sonrasında küreselleşmenin kent ve mekân üzerindeki fiziksel/sosyo ekonomik etkileri yeni tartışmalar getirmiştir. Süreç içerisinde hareketliliği artan sermayenin, birikimini hızlandıracak yeni mekân arayışı, kentleri bu bağlamda dönüştürecek küresel bir form kazandırması ilgili tartışmaların merkezindedir (Konak, 2017, s. 55). John Friedmann ve Saskie Sassen kentlerin küreselleşen sermayenin organizasyonu bağlamındaki işlevlerine odaklanan "dünya kenti" yaklaşımıyla (Konak, 2017, s. 61-62) küresel dönüşümlerin kentler üzerindeki etkilerini konu edinen çalışmaların önünü açmışlardır. Friedmann kentlerin küreselleşen dünyanın yeni iş bölüşümündeki işlevlerine göre yeniden sınıflandırılacağını ve bu işlevlerin onların hiyerarşik yapıdaki yerini belirleyeceğini ifade etmektedir (Friedman, 2005, s. 302). Giderek yoğunlaşan küresel ekonomide finans ve sermaye hareketliliğinin New York gibi

küresel kentlerde kontrol edildiği, bu kentlerin akışlar içerisinde birer düğüm noktası, karargâh işlevi görerek küresel ekonominin yeni yönetim merkezleri olduklarını düşünmektedir. Bu karargahlar hiyerarşik olarak organize olmuş yapılardır. Londra, Paris, Tokyo, Sidney gibi kentler merkez kentler iken giderek daha bölgesel etki alanlarına sahip kentler olarak Sao Paulo, Singapur, Meksika gibi kentler hiyerarşinin daha alt bölümünde yer almaktadır (Friedman, 2005, s. 303-305).

Sassen de Friedman gibi küresel kentlerin küresel iş bölümündeki işlevlerine göre alır. Fakat bunun ötesinde Sassen için küresel kentler hizmet sektörünün yoğunlaştığı, üretimin sanayiden bilgi ve teknoloji temelli yatırımlara kaydığı ve kontrol işlevini sürdürmesini mümkün kılacak sosyolojik şartların yeniden üretildiği yerlerdir. Bu kentler nitelikli iş gücünün toplandığı, niteliksiz-dezavantajlı iş alanlarının önemini yitirdiği yerlerdir (Sassen, 2005, s. 310-311).

Bu iki bakış açısı da hiyerarşik düzendeki kentler arasındaki koordinasyona vurgu yapmaktadır. Fakat giderek çeşitlenen iş sahaları ve farklı düzeydeki ağ sistemleri bu hiyerarşik kademeleri belli bir düzeyde anlamsızlaştırmasıdır. Burada sabit hiyerarşiden öte bu konumlarını her an küresel sistemde rekabet eden diğer kentlere kaptırabilme ihtimalinin olduğu dinamik bir süreç söz konusudur. Kentler küresel ağlar içerisindeki işlevlerini zamanla kaybedebilmekte veya başka kentler ön plana çıkabilmektedir (Markusen ve Gwiasda'dan aktaran Douglass, 2000, s. 2322). Bu ağlar sabit ilişkilerden ziyade kentlerin statüsünün küresel ağlar ve rekabet ortamı içerisinde değişiklikler gösterdiği (Douglass, 2000, s. 2322) ve kimi bölgeler yükselirken kimileri düşüşe geçebildiği (Harvey, 2017, s. 224) yapılardır. Böylece pastadan daha fazla pay almak isteyen kentler için risk ve fırsatlarla dolu küresel bir rekabet ortamı mevzubahistir.

Bu ağlar içerisindeki kentler sadece sermayenin organize edildiği yerler değil aynı zamanda küresel para akışının (küresel sermaye, turizm vd.) dolaştığı mekanlardır. Haliyle kentler açısından rekabete dahil olabilecekleri alanları çeşitlendirerek yeni fırsatlar yaratmakta, ağlar içerisinde rekabetçi pozisyonlar aldığı ve küresel akışları kendilerine çekmeyi amaçladığı ortam doğmaktadır. Bu bağlamda Toronto (Lehrer ve Laidley, 2008), New York, Londra, Amsterdam (Fainstein, 2008), Auckland (Murphy, 2008), Sheffield (Rousseau, 2009), Dublin (Brudell ve Attuyer, 2014) gibi farklı coğrafyalardaki pek çok kent küresel rekabet içerisine girmektedir. Kentler kendi ekonomik, sosyal, coğrafi, tarihi vb. koşullarını da içerisine dahil ettiği stratejiler

üretmekte ve bu yolda bir kent markası oluşturmayı amaçlamaktadır. Bu politikalar bağlamında kent mekanlarının hedeflenen marka değerine uygun bir biçimde yeniden yapılandırıldığı, mega projelerle tüketim merkezlerinin oluşturulduğu, küresel organizasyonlara ev sahipliği yaparak bilinirliliğini arttırma çabasının arttığı gözlemlenmektedir.

3. MARKA KENTE GİDEN YOLUN TAŞLARI: KÜRESELLEŞME VE KENT İLİŞKİSİ

Küreselleşme pek çok alanda olduğu gibi kent mekânlarına ve ekonomilerine de damgasını vurmuştur (Öktem, 2016, s. 25). Tartışmalar genel olarak kentlerdeki yeni üretim biçimleri, kentlerin küresel ekonomideki yeni işlevleri, bunlara bağlı olarak değişime uğrayan sınıf profilleri ve yaşam biçimleri etrafında dönmektedir. Bilhassa sanayi ve finans sermayesinin hareketliliği, sanayisizleşme, emeğin dönüşümü ve kimlik temelli (etnisite, cinsiyet, göçmenler vb.) çatışmalarla (Brenner, 1998, s. 2) şekillenen yeni mekânsal biçimler ve kent ekonomileri küreselleşme olgusuyla ilişkili olarak ele alınmaktadır.

Küreselleşme sermaye akışkanlığının giderek hızlandığı (Steger, 2013, s. 27), mal, hizmet ve paranın dolaşımı önündeki engellerin kaldırıldığı ve devletlerin piyasa üzerindeki kontrolünün giderek zayıfladığı (Akçay ve Türkay, 2006, s. 54) ekonomik ve politik düzenlemeler zemininde yükselmektedir. Bugün sermaye, para, mal ve hizmetler dünyanın dört bir yanında dolaşıma girmektedir. Özellikle farklı coğrafyalarda üretilen, yüksek teknolojili ve üst sınıflara hitap eden metalar tüm dünyaya hızla yayılırken, sermaye yatırımları ucuz emeğin yoğunlaştığı eski Üçüncü Dünya ülkelerinde kaymaktadır (Tilly, 2008, s. 151). Bu gelişmelere farklı kültürlerin iç içe geçtiği (Şentürk, 2016, s. 95) ve tüm dünyada tüketim kültürün yayılma gösterdiği bir dönem de eşlik etmektedir. Böylece sermaye-devlet-toplum ilişkilerinin dönüştüğü bir sosyoloji kendisini göstermektedir.

Michael Hardt ve Antonio Negri (2008, s 145-146) "imparatorluk" tezlerinde kapitalizmin ulus devlet merkezli organizasyonunun giderek aşındığına ve küresel ağlar içerisinde serbestçe hareket eden, merkezsizleştirilmiş sermayenin küresel egemenliğine işaret etmektedirler. Bugün sermaye dünyanın başka yerlerine yatırım yapabilme kabiliyeti kazanırken, uzak coğrafyalardaki mekanların önemi giderek artmaktadır.

Castells (2008, s. 129) benzer biçimde yeni iletişim ve ulaşım teknolojilerinin küresel bir "ağ toplumu" yarattığını; ülkelerin, toplumların ve kentlerin birbirine bağlandığını vurgulamaktadır. Bu hareketlilik sosyolojik anlamda giderek daha "akışkan" (Bauman, 2011, s. 235) bir hayat yaratırken, küresel anlamda bir "zaman mekân sıkışmasına" (Harvey, 2010, s. 317) neden olmakta ve dünya küçülerek adeta "küresel köy"e (Mcluhan ve Powers, 2015) dönüşmektedir.

Tüm bu yaklaşımlar uzak mekânları ve kültürleri yakınlaştıran ve dünyayı giderek daha küçük bir yer haline getiren dönemi nitelemektedir. Sermaye, mal ve hizmetler dünyanın farklı yerlerine hızla ulaştırırken benzer tüketim alışkanlıkları da yayılmaktadır. Öyle ki mal ve hizmetlerin hareketliliği ve tüketimcilik tarihsel olarak antagonizmalarla tanımlanmış kültürlerdeki yaşam biçimlerini benzeştirmektedir (Ecevit, 2013, s. 79). Bugün sinema ve dizi versiyonlarının etkisiyle Sherlock Holmes romanları dünyanın her yerinde satmakta, Viktorya dönemi İngiltere'sine ait bir ürün farklı kültürlerde alıcı bulmaktadır (Mcluhan ve Powers, 2015, s. 11). McDonald's Hindistan'da inek eti içermeyen ürünler satmakta (Ritzer, 2000, s. 77) Müslüman dünyasında sembolik hale gelen Coca Cola karşıtlığının yerini kendi kültürel motiflerinin süslediği kola tüketimi almakta (Haenni, 2014, s. 68) veya Amerikan popüler kültürünün süper kahraman filmi -*Avengers End Game*- dünyanın her yerinde 700 milyona yakın insan tarafından izlemektedir (http-6).

Böylece küreselleşme benzer tüketim alışkanlıklarının, yaşam biçimlerinin ve beklentilerin oluştuğu "melez yaşam biçimleri" (Öncü ve Weyland, 2013, s. 27) doğurmaktadır. Bu eğilim mekân politikalarına da sirayet etmekte, ortaklaşan kültürel eğilimler beraberinde ürünlerin tasarlandıkları, üretildikleri, monte edildikleri ve tüketildikleri kentlerde birbirine benzeyen mekânlar türemektedir (UN Habitat, 2004, s. 13). Müze gibi son derece öznel bir yapı bile artık kopyalanır ve farklı coğrafyalarda görünür hale gelmiştir. Örneğin "Deutsche Bank, Samsung, Hugo Boss" gibi firmaların sponsorluk ettiği Guggenheim Müzesi farklı ülkelerdeki beş kentte birebir olarak inşa edilmiştir (Wu, 2005, s. 441-442). Öyle görünmektedir ki tıpkı sermaye gibi kültür de akışkan bir hal alarak küresel eğilimlerin bir parçası haline gelmektedir. Bugün insanlar yeni iletişim ve ulaşım teknolojilerin de etkisiyle farklı coğrafyalardaki kültürleri, tarihi mekanları, doğal güzellikleri merak etmekte, buraları ziyaret etmek için harekete

geçmekte ve küresel turizmi hem sayısal olarak hem de ekonomik hacim olarak büyütmektedir.

Tüm bu gelişmeler büyük oranda kentlerde cereyan etmektedir. Geçtiğimiz yirmi – otuz yıl kentler üretimin, inovasyonun ve ticaretin gerçekleştiği küresel ekonominin platformu haline gelmiştir (UN Habitat, 2016, s. 32). Ulus devletlerin küresel ekonomiye eklemlenmeleri ile zayıflayan otoriteleri (Strange, 2008, s. 162) sonucunda kentlerin üretim süreçlerindeki işlevleri değişmektedir. Brenner kentler sermayenin küreselleşmesi ile doğrudan bağlantılı bir biçimde, post-Keynesyen dönemin birikim nesnesine dönüştüğünü (1998, s. 3) ve kapitalizmin artık devlet merkezli olmaktan öte kent merkezli bir üretim sistemi haline geldiğini vurgulamaktadır (1998, s. 8). Kentler küresel ekonominin mekânsal ölçeği haline gelirken, iktisadi üretkenliğin arttırılması, ülkelerin kalkınması ve yoksulluğun azaltılması noktasındaki potansiyeli de dile getirilmektedir (UN Habitat, s. 2010, s. x; TEPAV, 2015, s. xi).

Küresel kent tartışmalarında geç kapitalizm döneminde sermayenin mekânsal olarak artan hareketliliğine ve kentlerin sermayenin ihtiyaçlarına ne ölçüde karşılık verebildiği arasındaki ilişkiye vurgu yapılmaktadır (Ancien, 2011, s. 2475). Buna karşın daha yeni yaklaşımlar kentlerin küresel arenadaki ağlar içerisindeki ve bölgesel rekabetteki konumları ve bu uğurda geliştirdikleri stratejilere dikkat çekmektedirler. Yeni yaklaşımlar bir yandan sermaye ilişkilerine, politik düzenlemelere, işgücünün ve toplumsal ilişkilerin yeniden üretilmesine diğer taraftan da kentlerin özgün kapasiteleri bağlamında ürettiği stratejilere odaklanmaktadır (Ancien, 2011, s. 2479).

Bugün yerel yönetimler hareket kapasitesi artan sermayeyi kendisine çekebilmek adına kentlerini cazibe merkezi haline getirebilmek için çabalamakta (Harvey, 2019, s. 175) pastadan daha büyük pay almak için küresel bir yarış içerisine girmektedir. Sanayisizleşme ile beraber ekonomilerindeki dönüşümlerle yüzleşmek durumunda kalan kentler yönlerini küresel sermayeye, turizme, finans akışlara vd. çevirmektedirler. Bu noktada küreselleşme ve kentler arasında birbirini besleyen ve üreten karşılıklı bir bağımlılık ilişkisi belirir (Douglass, 2000, s. 2315). Kentler küresel kapitalizmin yeniden üretilmesinde önemli bir aktöre dönüşürken, kent mekanları da bir yandan yükselen hizmet sektöründe çalışan yeni orta sınıfın ihtiyaçlarını karşılayacak diğer yandan sermaye ve turizm akışını buralara çekecek biçimde yeniden yapılandırılmaktadır.

3.1. Sanayisizleşme ve Kent Mekanının Değişen Anlamı

1970 krizi İkinci Dünya Savaşı sonrası uygulanan Keynesyen politikalar, devlet-toplum ilişkilerinde, çalışma rejiminde ve kentlerde kökten bir dönüşümün başlangıcı olmuş, yeni ekonomi-politik yapılanmanın, yaşam biçimlerinin ve mekânsal örgütlenmelerin fitilini ateşlemiştir. Krizden çıkışın yolu güvenceli çalışma koşullarının (ücret garantisi, sigorta, grev hakkı, sendika vd.) yerini esnek çalışma rejiminin aldığı ve korumacı devlet politikalarından serbest piyasa rejiminin hâkim olduğu neoliberal uygulamaların hayata geçirilmesi olmuştur (Dumenil ve Levy, 2007, s. 25). Bu döneme birbiri ile bağlantılı iki gelişme damgasını vurmuştur: Esnek üretim biçimi ve sanayisizleşme.

Keynesyen üretim biçimi veya fordist üretim bandı temelde tek bir fabrikadaki kitlesel üretime denk düşmektedir. Bu üretim biçiminde metalar (özellikle araba, beyaz eşya gibi dayanıklı metalar) talepten bağımsız seri olarak üretilmekte ve kitlesel olarak tüketilmekteydi. 1970 krizi ile bozulan arz ve talep dengesine çaresi olarak ise neoliberal politikalar, esnek üretim ve çalışma biçimleri ile üretimin maliyetini düşürmek, talep temelli üretim yapmak olmuştur. Bu noktada kitlesel üretim ve tüketimin yerini esnek ve parça başı üretim almış, üretim bandında kökten bir değişim gerçekleşmiştir. Artık üretim süreçlerinin tek bir yerde toplandığı fabrika sisteminin yerini ara malların, parçaların ve montaj hatlarının farklı ülkelerde yoğunlaştığı küresel üretim bandı almıştır. Gelişen ulaşım, iletişim ve bilgi teknolojileri ortaya çıkarttığı imkanlar bu esnek üretim biçimi mümkün kılmış (Castells, 2008, s. 211; Esser ve Hirsch, 2003, s. 80) lojistik maliyetindeki düşüş üretim bandını parçalanmasının ve sanayileri başka coğrafyalara taşımanın önünü açmıştır.

Bu şartlar Küresel Kuzey ve Güney arasında yeni bir iş bölümünü doğurmuştur. Taşıma ücretlerinin azalması, şirketler açısından üretimin çalışan haklarının daha güçlü olduğu Batı ülkelerinden güvencesiz çalışma koşullarının yaygın olduğu Küresel Güney ve Uzak Doğu ülkelerinde gerçekleştirilmesini daha kârlı hale getirmektedir (Akyüz, Flassbeck ve Kozul-Wright, 2007, s. 159-160; Oran, 2013, s. 36). Böylece Küresel Güney'de yeni sanayi kentleri doğarken, Küresel Kuzey'in kentlerinde sanayisizleşme dalgası başlamıştır. Bahsedilen gelişmelerin Küresel Kuzey'in kentlerine doğrudan etkisi üretim mekanlarının vasıflarını kaybetmeleri olmuştur (Türkün ve Kurtuluş, 2016, s. 13). Batı'daki sanayi kentleri iktisadi vasıflarını bir bir kaybederken küresel rekabette avantaj

sağlayan yüksek teknoloji ve Ar-Ge çalışmalarının ön plana çıktığı hizmet ve finans sektörleri yükselmeye başlamıştır (Harvey, 2015, s. 95). Sanayisizleşmeyle kent merkezleri "üretim mekanlarından" "tüketim mekanlarına" dönüşürken (Kurtuluş, 2013, s. 191) hizmet sektörünün yükselişiyle (Andranovich, Burbank, ve Heying, 2001, s. 114; Şentürk, 2016, s. 98; Short, Benton, ve Walton, 1993, s. 207) yeni sınıf profilleri, yaşam kültürleri ve mekânsal biçimler ortaya çıkmıştır.

Sanayisizleşme doğrudan bir sonucu olarak kentlerdeki sınıf pozisyonlarını ve mekânsal örgütlenmeleri hızla değişmesidir. Sanayilerini kaybeden kentlerde mavi yakalı işgünün ekonomik ve sosyal gücü zayıflamakta, yükselen hizmet sektörüyle birlikte yeni iş kolları, çalışma mekanları ve yaşam kültürü doğmaktadır. Buralarda işi mekanla (fabrika) ve zamanla (mesai saatleri) sınırlı çalışan tipi toplumsal emeğin baskın karakteri olmaktan uzaklaşmaktadır. Öyle ki bugün Avrupa'nın ve Kuzey Amerika'nın sanayi merkezlerinde mavi yakalı işgücünün neredeyse tamamen ortadan kalktığı gözlemlenmektedir (Keil, 2009, s. 234). Buralarda işçi sınıfı etkinliğini hızla kaybedip bilişsel ve kültürel yetenek gerektiren iş kolları (akademisyenlik, finans danışmanlığı, mühendislik, yazılım vb.) kent ekonomilerinin merkezine yerleşirken, işçi sınıfının bir kesimi yeni iş kollarının ve tüketim hizmetlerinin ihtiyaç duyduğu alt kademe işlerde (temizlik işleri, vasıfsız ofis işleri, alt kademe otel işleri, bebek bakımı vd.) istihdam edilmektedir (Robinson, Scott ve Taylor, 2016, s. 30). Kalanların büyük bir bölümü ise kent yoksullarına (Erman, 2020, s. 31) ve "sınıf altına" doğru sürüklenirken, ya kent ekonomilerinin enformel sektörlerinde çalışarak ya da tamamen işsiz kalarak sistemin dışında sürüklenmektedirler (Bauman, 1999, s. 97).

Böylece tüketime yaslanan hizmet sektörünün yoğunlaştığı "üretimden arındırılmış hizmet kentine" (Erkilet, 2013, s. 81) uygun yeni bir çalışan tipi de kendisini göstermektedir. Artık hizmet ve tüketim sektörlerinde istihdam edilen, iş ve ücret güvencesinden yoksun ve daha eğitimli çalışanlar mavi yakalıların yerini almaktadır (Standing, 2015, s. 23). İş ve yaşamın giderek iç içe geçtiği çalışma rejiminde, Richard Sennet'in (2013, s. 10-11) vurguladığı biçimde iş yaşamı karakterlere nüfuz etmektedir. Artık işi ve özel yaşamı mesai saatleriyle ayıran çalışan tipi (Özmakas, 2015, s. 12) makbul görülmemektedir. Bu yeni çalışan tipi "oyunlardan, ekip sporlarından, kavgalardan, tartışmalardan, müzik ve tiyatro çalışmalarının vs. edindikleri bütün kültürel bagajlarıyla üretim sürecine dâhil olmalıdırlar" (Gorz, 2011, s. 15).

Elbette “sanayi ve beraberinde getirdiklerinin yavaş yavaş gözden ırak hale gelmesiyle birlikte” (Kolluoğlu, 2014, s. 21) kentleşmenin aldığı biçimler de değişmekte, kent mekanlarının görünümleri ve işlevlerinde köklü dönüşümler meydana gelmektedir. Yeni çalışma tarzı, karakter biçimi ve sınıf kültürü kendisini kent merkezlerinin yeni biçimlerinde dışa vurmaktadır. Plazada bir iş, AVM’deki küresel bir kahve zincirinde çalışmayı mümkün kılan esnek çalışma biçimi, iş çıkışı spor, eğlence mekanları, güvenlikli site içerisinde bir apartman dairesi yeni orta sınıfları cezbeden bir yaşamın kodları haline gelmiştir.

Gelinen noktada kentlerin ekonomik aktivitelerindeki düşüşe karşın çözüm yolu olarak kent merkezlerinin ve gözde alanlarının orta sınıfın tüketimine uygun bir biçimde dönüştürülmesi amaçlayan sembolik politikaların (Rousseau, 2009, s. 770) tüketicileri de belirmiştir. Kentlerdeki değişen iş kollarının, sınıfsal pozisyonların ve kent mekanlarının değişimi beraberinde mekânsal konumlanmaları değiştirmekte, yeni orta / orta üst sınıflar kent merkezlerine doğru yönelirken, buraların eski sahipleri çeperlere doğru sürüklenmektedir. Eski işçi mahallelerinin yerini güvenlikli siteler, lüks plazaların aldığı değişim dalgası ve yeni orta sınıfların taleplerine hitap eden bir mekânsal biçim ortaya çıkmaktadır. Bu yolda kent merkezleri orta sınıf gündelik yaşam pratiklerine cevap verecek bir biçimde kahve dükkanları, kafeler, eğlence mekanları, lüks oteller, George Ritzer’in (2000, s. 26) “tüketim katedralleri” olarak adlandırdığı AVM’lerle adeta yeniden inşa edilmektedir. Böylece küresel para, sermaye ve insan akışının talepleri, kentin sosyolojik organizasyonu ve mekânsal biçimleri üst üste binerek yeni kent ekonomilerinin zemini oluşmaktadır.

3.2. Küreselleşme ve Yeni Kent Ekonomisi

Küreselleşme ve sanayisizleşme kent ekonomilerini daralttığı kadar yeni fırsatlar da yaratmaktadır. Giderek artan sermaye ve insan hareketliliği kentler açısından önemli bir iktisadi alternatif haline gelmektedir. Sanayisizleşen kentlerde yeni ekonominin hedefi büyük oranda hizmet ve tüketime yönelik sermaye yatırımlarını ve para akışlarını kente çekmek üzerine inşa edilmektedir (Paddison, 1993, s. 339). Pek çok kentte sanayisizleşmenin yarattığı olumsuz sonuçları telafi edebilmek, yeni küresel ekonomik sistemde yerini alabilmek ve kentler arasındaki rekabette üst sıralarda yer alabilmek için birtakım stratejiler üretilmektedir (Spirou, 2008, s. 21; Töre, 2014, s. 161-162; Öktem,

2016, s. 26; Çalışkan, 2016, s. 307). Bu yarıştaki önemli stratejilerin başında ise kentlerin küresel ve yerel yatırımları çekecek şekilde yeniden yapılandırılması gelmektedir (Crossa, 2009, s. 45).

Bugün devletler arası ekonomik yarış kentler üzerinden gerçekleşmektedir (Tekeli, 2013, s. 5). Küresel sermayenin taleplerine cevap verebilen kentler "dünya kenti olarak adlandırılmakta" (Yavuzçehre, 2013, s. 204) sanayileşmiş kentlerin yerini dünya kentleri (Şentürk, 2016, s. 136) almaktadır. Küresel para akışından payını almak isteyen aktörler kentlerde tarih, kültür, teknoloji, bilim, turizm, eğlence vb. alanlarında uzmanlaşma yoluna gitmekte ve kentleri birer marka haline getirmeyi amaçlamaktadır (Sipahi, 2012, s. 113; Evans, 2017, s. 311). Dahası küresel iş bölümünde yönetim merkezleri olan kentlerin (Friedman, 2005) yanı sıra Dubai gibi "sanayisi ile ortaya çıkmayan kentlerde turizmin ve küresel tüketiminin ortaya çıkardığı sermaye birikim olanaklarına" (Kurtuluş, 2013, s. 191-192) yönelmektedirler[1]. Bu anlamda farklı birbirleriyle mücadele eden ve belli alanlarda uzmanlaşmaya giden kentlerin yer aldığı çok merkezli bir rekabet ağları söz konusudur.

Bu ağlar içerisinde turizm öne çıkan alanlardandır. Turizmin hem küresel ekonomideki hem de kent ekonomileri anlamındaki ağırlığı gün geçtikçe artmakta, turizm kentler için oldukça kârlı bir ekonomik faaliyet haline gelmektedir. UNWTO raporuna göre 1999 yılında dünya genelindeki uluslararası turist sayısı 664 milyon (UNWTO, 2000, s. 1) iken 2019 yılında bu sayı 1,4 milyara ulaşmıştır (UNWTO, 2019, s. 2). Aynı zamanda turizmin küresel ekonomideki ağırlığı da aynı yıllar arasında 455 milyar dolardan 1,7 trilyon dolara yükselmiştir. Turizmin ağırlığı artması buradan kâr elde etmek isteyen bölgeler, ülkeler ve kentler de artmakta ve küresel yarış sertleşmektedir.

John Urry'nin (2005, s. 45) "turizmin küreselleşmesi" olarak adlandırdığı bu süreçte yeni iletişim teknolojileri -özellikle internet- imajların/nesnelerin bir ölçekte toparlanabildiği ve turistler için alternatiflerin birbiri ile kıyaslanabileceği ortam sunmaktadır. Turizm endüstrisi içerisinde farklı kültürlere, mekanlara, imaj ve anlamlara

[1]Dubai marka kentler yarışına damgasını vurmuş bir örnektir. Kent, Dubai Emirliği'nin petrol temelli ekonomisinin çeşitlendirilmesi amacıyla oluşturulmuş bir proje olarak hızla küresel bir turizm bölgesi haline getirilmiş ve lüks tüketimin /turizminin simge kenti haline gelmiştir. Son 10 yılda popülerliği öyle artmıştır ki artık ülkenin toplam gelirlerinin %30'unun kaynağı haline gelmiştir (Demirtaş-Milz, 2015, s. 43-44).

olan ilgi artarken sanayi turizmi, yeşil turizm, kent turizmi, kara turizm gibi farklılaştırılmış turizm kolları oluşmaktadır (Urry, 2003, s. 9). Bu haliyle küresel turizmin kent mekanlarındaki etkisi çarpıcıdır. Zira mekanlar küresel sahnede performanslarını icra eden, hareket halinde, az ya da çok arzu edilen, ziyaret edilen yerler olarak (Sheller ve Urry, 2004, s. 1) rekabet halindedir.

Küresel ekonomi ve kültürün giderek yoğunlaşması, kentlerin tarihsel dokularını küresel turizm endüstrisi için bir tüketim nesnesi haline getirmektedir. Böylece sanayisizleşmenin ve kentlere merkezi hükümet gelen kaynaklardaki azalmanın neden olduğu ekonomik daralmanın özel sektörün ön plana çıktığı konut ve turizm projeleriyle telafi edilmesi beklenmektedir (Sarı, 2019, s. 226). Bu amaçla kentlerde yeni sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel sonuçlar doğuran markalaşma stratejileri, farklı aktörleri ve toplumsal kesimleri barından "yeni kentleşme pratikleri" (Bal, 2011: iv) doğmaktadır. Bugün pek çok ulusal/yerel hükümetler kentlerini markalaştırmak ve ön plana çıkartmak adına birbirine benzer stratejiler üretmektedirler (Öktem, 2016, s. 27). Bu süreçte kentsel planlama ekonomik büyümenin enstrümanı haline gelmekte, yerel yönetimler kentlerde bir çeşit girişimci gibi stratejiler üretmekte (Leitner, 1990, s. 146) ve kentler giderek büyük yatırımlar, dönüşümler, mega projeler için adeta bir cennete dönüşmektedir (Keil, 2009, s. 236).

"Kentler arası rekabet böylece, hayat tarzında, kültür tarzlarında, ürünlerde ve hatta politik ve tüketim temelli yenilikte etkin olarak esnek birikime geçişi teşvik eden ve hep birbirini aşmaya çalışan kentsel yenilikler yaratmaktadır" (Harvey, 2017, s. 359). Bu noktada kentlerde küresel pastadan daha fazla pay alabilmek için büyük dönüşümler iradesi ortaya koyan kent yöneticileri mekân politikalarına ağırlık vermekte (Pinkster ve Boterman, 2017, s. 2) kentlerini cazibe merkezine dönüştürmek adına bir dizi kentleşme stratejileri üretmektedir. Öte yandan bütün bu stratejiler küresel bir biçim almış olsa da bölgesel ve yerel düzeyde farklıların ve özgünlüklerin denklemdeki etkisi elzemdir.

3.3. Yerelin Rengi: Küresel Kentleşme Eğilimlerindeki Bölgesel Farklılaşmalar

Küresel kent literatüründeki önemli hususlarından biri de kentlerin yeni işlevlerinden, hiyerarşilerinden ve içerisindeki kutuplaşma biçimlerinden küresel tek bir anlatı çıkıp çıkmayacağına ilişkindir. Bu tartışma küreselleşmenin hem politik hem de

akademik mecralardaki yoğun etkisinin bir sonucudur. Bilhassa devletin azalan gücüne atıf yapan literatür küresel kent çalışmalarına da damgasını vurmuş ve dünyayı hızla saran bir kentleşme biçimine işaret eden kavram setlerinin önünü açmıştır.

Diğer taraftan kent çalışmalarında da yerel farklılıklara gönderme yapan ampirik çalışmalar artış göstermektedir (Hamnett, 2020, s. 6). Küresel eğilimlerin tezahürü ve neticeleri farklı coğrafyalarda farklı biçimler almaktadır (Erder. 2015, s. 247). Şentürk (2009, s. 29) küreselleşme ve kent araştırmalarında batı dışındaki ülkelerin göz ardı edildiğini, bu süreçteki rollerinin yok sayıldığı yönünde eleştirmektedir. Oysa farklı coğrafyaların kentlerinde küresel eğilimlere paralel gelişmeler kendisini göstermekle birlikte buralardaki politik kültür, tarihsel süreçler, sınıf yapıları, gelenekler vb. pek çok boyuttan etkilenmektedir. Örneğin apartheit döneminden sonra Güney Afrika'da güvenlikli sitelerin artışının altında ırksal ayrışma yatarken, Lübnan ve Pakistan'da güvenlikli siteler, savaş ve iç çatışmalardan kaçmak isteyen zengin kesimlerin rağbet gösterdiği mekanlar bağlamında öne çıkmaktadır (Kuppinger, 2012, s. 19).

Bahsi geçen birkaç örnek dahi göstermektedir ki biçimsel benzerlikler yerel gelişmelerden bağımsız değerlendirmek mümkün değildir. Aksine kimi zaman tüketicilerin niteliği kimi zaman pazarlama stratejileri kimi zaman da meşruiyet kaynakları çeşitlilik gösterebilmektedir. Bu çeşitliliğin temelinde yapısal eşitsizlikler, özgün koşullar ve sosyolojik gerekçeler yer almaktadır. Her ne kadar küresel bir marka olma ülküsü giderek benzer bir dünya yaratsa da bu özgün nitelikler izlenen yoldan ortaya çıkan sonuçlara kadar kendilerine has boyutlar içerebilmektedir.

İlk olarak Küresel Kuzey ve Güney arasında bariz bir hız farkı vardır. Her ne kadar küresel kent literatüründe New York, Paris gibi büyük metropolleri ön plana çıksa da "sayısal olarak bugün dünya üzerindeki küresel kent-bölgelerinin çoğunluğu gelişmekte olan ülkelerdedir" (Keyman vd., 2017, s. 19). 1995-2015 arasındaki hesaplamalar göstermektedir ki düşük ve orta gelirli ülkelerdeki kent nüfusu yüksek gelirli ülkelerin üzerinde seyretmektedir. Bu yıllar arasında yüksek gelirli ülkelerin kent nüfusundaki artış %0,88 iken orta gelirli ülkelerde %2,63 ve düşük gelirli ülkelerde %3,66 şeklinde seyrederek dünya ortalaması olan %2.16'nın da üzerine çıkmaktadır (UN Habitat, 2016, s. 7).

Diğer yandan bu kentler küresel sistemdeki ulus ötesi ağlara ve piyasalara hızlıca eklemlenme çabalarının yarattığı şokla karşı karşıyadır (Keyder, 2005, s. 124). Mega

kentler olarak tanımlanabilecek, nüfusu 10 milyonun üzerindeki kentlerin büyük bir bölümü gelişmekte olan ülkelerde yoğunlaşmaktadır. Bu kentler Küresel Kuzey'in kentlerinden çok daha büyümektedir. Öte yandan Latin Amerika ve Afrika kentlerinde kent eşitsizlikleri gelişmiş ülkelere kıyasla daha sert bir biçimde kendisini göstermektedir (UN Habitat, 2008, s. xii). Ani kentleşme ile baş edebilecek kaynaklardan yoksun ülkelerin kentleri derin kentsel yoksulluk, gıda ve su yokluğu, hastalıklar ve işsizlik gibi problemlerle karşı karşıya kalmaktadır (Köseoğlu, 2019, s. 13).

BM Habitat raporu kentlerdeki ayrışma biçimlerinin ve derinliğinin küresel ölçekte farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Rapora göre gelişmiş ülkelerdeki kentsel ayrışmanın "göreli" olarak ortada çıktığı, sosyal heterojenliğin ve farklı kesimlerin kent mekanlarına erişiminin yüksek olduğu vurgulanmaktadır. Öte yandan gelişmekte olan ülkelerde kentsel ayrışmanın daha keskin ve kentsel hizmetlere ve kamusal mekanlara erişimde yapısal eşitsizliklerin mevzubahis olduğu ortaya koyulmaktadır. Kentlerin bir bölümü güvenlikli siteler, parklar, yeşil alanlar, lüks tüketim mekanları vb. doluyken diğer bölgeler mahrumiyetler, sağlıksız konutlar, altyapı ve hizmet yetersizlikleri ve sürekli yeniden üretilen yoksullukla özdeşleşmiş mekanlar olarak belirmektedir (UN Habitat, 2010, s. viii). Bu bakımdan Küresel Güney'in kentleri zengin ve fakir ayrışması üzerinden karakterize edilmektedir (UN Habitat, 2010, s. 82).

Diğer taraftan sanayisizleşme ve bilgi temelli ekonomilerin yükselişi bütün dünyada mutlak bir biçimde ortaya çıktığını söylemek mümkün değildir. Pek çok ülkede gelişmiş ülkelerde olduğu gibi tam anlamıyla bir sanayisizleşmeden bahsetmek mümkün değildir. Bir yandan sanayileşme hamlelerinin diğer yandan yeni küresel ekonomiye entegre olabilme çabaları beraber görülmektedir (Sunar ve Kaya, 2018, s. 17). Buralarda sanayi ve hizmet sektörlerinin ülke içerisinde faklı bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Küresel sistemde öne çıkartılan kentlerde de finans sermaye ve hizmet sektörleri yoğunlaşırken, sanayi üretimi buralardan diğer kentlere kaymaktadır. Başka bir ifadeyle küresel düzeyde gözlemlenen sanayisizleşme örüntüsü buralarda adeta ülke içerisinde kendisini gösteriyor gibidir.

"Dünyanın her yerinde kentler küresel kent projelerini benimseyip birbirleriyle yarışarak haritada kendilerine bir yer edinmek peşindeler. Ancak küreselleşme tutkusu sivil toplum, kent planlaması ve yönetimi, medyada imge üretimi alanlarında her kentte farklı sonuçlar doğurur" (Göktürk, Soysal ve Türeli, 2010, s. 19). Yarı çevre ve çevre

ülkelerinde gerçekleşen bu gelişmeler ülkelerin içerisinde farklı ekonomik örgütlenmelerin ve gelişmişlik düzeylerinin derin bir biçimde görüldüğü bölgesel ayrışmaları doğurmaktadır. Buralarda küresel sisteme entegre olmayı başaran kentlerin yarattığı çekim gücü ülke nüfusunun, kaynaklarının ve sosyal canlılığın yoğunlaştığı alanlar haline gelirken geriye kalan bölgelerin gelişmesinin önünde engel oluşturmaktadır (Keyman vd., 2017, s. 19). Buralarda sanayi merkezleri çepere doğru kayarken kent merkezleri küresel sermaye ve finans bağlamında dönüşmekte ve yeni işlevler kazanmaktadır (Geniş ve Çelik, 2012, s. 5-6). Böylece bu ülkelerin yeni sanayi kentleri ve küresel sisteme entegre olma yolunda ilerleyen kentleri arasında farklılaşmalar kendisini göstermektedir.

Kent üstünlüğü (*Urban primacy*) olarak kavramsallaştırılan bu durum ülke içerisindeki nüfusun, sermaye akışının, finansal işlemlerin, endüstriyel üretimin ve ulusal gelirin büyük bir kısmının belli bir bölgede / kentte yoğunlaşması anlamına gelmektedir. Öne çıkan bu kentler ekonomik kalkınmanın, kültürel ilerlemenin, kurumsallaşmanın lokomotifi olarak işlev görmektedir. Öte yandan yeni kalkınma öncelikleri ortaya çıktığında, küresel dinamiklerin etkisiyle ve yerel yönetimlerin etkinlikleri arttırıldığında gelişmiş bölgelerin gölgesinde kalan kentlerde hareketlilik görülebilmekte, rekabet ortaya çıkabilmekte ve diğerlerinin cazibesini azaltabilmektedir (UN Habitat, 2008, s. 26).

4. BİR STRATEJİ OLARAK MARKA KENTLER YARATMAK

Kent aktörlerinin pastadan pay almak için yarıştığı ve girişimlerde bulunduğu bugünün küresel rekabet ortamında (Richards, 2017, s. 43) aktörler kentleri dönüştürmek ve imajlar yaratmak suretiyle markalaştırma stratejileri üretilmektedir (Aksoylu, 2013, s. 151). Hükümetler ve yerel yönetimler küresel para akışını çekebilmek ve artı değer yaratmak için stratejiler geliştirmekte, kentlerde ekonomik, sosyal ve kültürel inşa süreci başlatmakta ve bir kent imgesi oluşturmaya çabalamaktadırlar (Richards, 2017, s. 44; Eraydın, 2016, s. 832). "Fordist kent imajının krizi" (Vanolo, 2017, s. 114) olarak tanımlanabilecek süreçte kenti küresel bir marka haline getirmeye odaklanan stratejiler bir yönüyle kentin fiziksel görünümünün yeniden inşasını içerirken diğer taraftan kentin doğasının, beşerî sermayesinin, tarihinin, kültürünün vb. dahil edildiği sembolik yatırımları içermektedir.

Bütün bu stratejileri gerçekleştirme iradesi koyan aktörler arasındaki ilişkiler de marka kent araştırmalarının ve eleştirilerinin önemli parçasıdır. Yerel yönetimlerin sosyal belediyecilikten girişimci yönetişim anlayışına evirilmesi, sermayenin kentleşme ve markalaşma süreçlerindeki artan rolü, kentlerin yeni biçimlerinin tüketicisi ve destekleyicisi konumundaki sınıflar ve sivil toplumun iç içe geçmiş ilişkileri aktör tartışmalarının merkezinde yer almaktadır.

Son olarak küresel bir marka yaratma adımları kentsel muhalefetin de odağında yer tutmaktadır. Soylulaştırma tartışmalarından belli kesimlerin damgalanmasına, girişimci yönetim anlayışından yoksulluk gibi problemler devam ederken kent kaynaklarının büyük projelere, organizasyonlara vb. aktarılmasına kadar geniş bir yelpazeye yayılmaktadır.

4.1.Marka Kent Stratejileri: Mekân Politikaları, Sembolik Yatırımlar ve Reklam

Marka yaratma stratejilerini kent mekanlarının fiziksel dönüşümü, kentte özgün/sembolik değerlerin yaratılması ve kentin küresel çapta tanıtımı biçiminde kategorilere ayırmak mümkündür. Fiziksel stratejiler kent mekanlarının orta / orta üst sınıfların tüketim taleplerine göre yeniden şekillendirilmesi, turist akışını cezbedecek gözde mekanların üretimini (tatil köyleri, oteller, kumarhaneler, eğlence mekanları, müzeler, AVM'ler vb.) ve sermaye yönelik mekânsal yatırımların (iş merkezleri, finans merkezleri vb.) gerçekleştirilmesi ile ilgilidir. Ürünün (kentin) hedef tüketicilerin taleplerine göre şekillendirilmesi marka yaratmanın ilk aşamadır.

İkinci olarak öne çıkartılması gereken boyut özgünlüktür. Bu kentin markasını rakiplerinden ayırt eden özelliğidir. Bu strateji kentin halihazırdaki kaynaklarının (doğa, tarih, kültür vb.) içerildiği sembolik yatırımlarla kenti bir marka (eğlence kenti, teknoloji kenti, kültür kenti vb.) haline getirilmesidir. Kentlere kimlik kazandırmak olarak ifade edilebilecek "ekonomik büyüme/kalkınma stratejilerini kültür politikalarına eklemleyen bir dizi kültür merkezli strateji" (Geniş, 2011, s. 50) kent markasının hangi alanda öne çıkartılmak istediğinin de bir göstergesidir.

Üçüncü boyut ise kentlerin tanıtımının / reklamının yapılmasıdır. Bir markanın tanıtımı onu tüketicisiyle buluşturan en önemli stratejidir. Bu amaçla kentlerin

markalarının bilinirliliğini arttırmak amacıyla küresel organizasyonlara ev sahipliği yapmak gibi stratejiler geliştirmektedirler.

4.1.1. Kent mekanlarının yeniden yapılandırılması

Markalaşma yolunda kenti cazibe merkezi haline getirecek yeni mekanların yaratılması ilk stratejidir. Dönüşümlerden öncelikli beklenti kentlerin küresel tüketim ağında yer edinebilmesinin önünü açmasıdır (Yavuzçehre, 2013, s. 222). Tüketimi hedefleyen markalama ve kentsel yenileme stratejilerinin (Zukin, 1998, s. 832) mekânsal stratejileri temelde kent imajının yaşam tarzı, kent kültürü, tarihi gibi beşerî unsurların da dahil edilerek yeniden inşasına ve rehabilitasyonuna dayanmaktadır (Paddison, 1993, s. 340). Bu yolda kentler küresel tüketim zincirinin eklemlenebilmek için yenilenmekte, küresel rekabet içerisindeki "kentlerin imajları birer tüketim unsuru" (Erman, 2010a, s. 39) haline gelmekte ve özellikle -sanayisizleşme ile atıl hale gelen- endüstriyel alanların görünümleri yeniden inşa edilmektedir (Short, Benton, ve Walton, 1993, s. 208). Böylece kent mekanlarının yenilenerek orta ve üst sınıfların, tüketimine açılması ve kentte ekonomik canlanmanın sağlanması amaçlanmaktadır (Rousseau, 2009, s. 785).

Bu yolda kent merkezlerindeki yoksul mahalleler yeniden inşa edilmekte, tarihi mekanlar restore edilmekte, âtıl haldeki endüstrileri alanlarında mega projeler, AVMler, müzeler, eğlence mekanları, tematik parklar, oteller, plazalar, lüks konutlar yükselmektedir (Keyder ve Öncü, 1994, s. 390; Türkün ve Kurtuluş, 2016, s. 14; Kurtuluş, 2013, s. 193; Chatterton ve Hollands, 2002, s. 95; Lehrer ve Laidley, 2008, s. 798). Caddeler ise ardı ardına kahve dükkanları, kafeler, fast food zincirleri, uluslararası giyim markalarının butik mağazaları, restoranlar, döviz büroları, kuyumcular vb. ile dolmaktadır. Böylece kentin sanayi alanları ve tarihi mekanları birer eğlence merkezine dönüştürülmektedir (Chatterton ve Hollands, 2002, s. 95).

Özellikle büyük maliyetlerine rağmen mega projeler inşa etmek kentlerin kalkınmasını ve küresel rekabette öne çıkmasını sağlayacak bir strateji olarak görülmektedir (Andranovich, Burbank, ve Heying, 2001, s. 114; Leick, 2014, s. 7). Kent aktörleri kurvaziyer yat limanları, kanal projeleri, otel zincirleri, devasa havalimanları, müzeler, kumarhaneler gibi mega projelerle (Andranovich, Burbank, ve Heying, 2001, s. 115) kentleri görünür kılmayı (Lauermann, 2018b, s. 213) ve küresel sermayeyi ve zengin turistleri çekmeyi amaçlamaktadırlar (Spirou, 2008, s. 22). Böylece morfolojileri

dönüştürülen kentler (Lauermann, 2018a, s. 4) turistler için güvenli, konforlu ve eğlenceli mekanlar üzerinden (Davila, 2004, s. 50) çekim merkezi haline getirilmektedir.

Elbette dönüşümler sadece büyük projelerde değil kentlerin sokaklarında da göze çarpmaktadır. Proje bölgelerini, AVMleri, iş merkezlerini, eğlence mekanlarını birbirine bağlayan sokaklar tüketimin maddi ve sembolik boyutlarının öne çıkartıldığı değişim sürecinden geçmektedir. Bu yolda sokaklar görselleştirilmekte, yer yer tarihi eserler (kendisi veya imitasyonu) yerleştirilerek müzeleştirilmekte, kahve zincirleriyle, kafelerle veya butik mağazalarla doldurulmakta ve cazibe merkezlerini destekleyecek biçimde yeniden yapılandırılmaktadır. Böylece sokaklar "vitrinlerle, satılık objelerle süslü sokak, estetiğin ve etiğin biçimini ve önemini alan (pasif) seyir haliyle" (Lefebvre, 2019, s. 24) ön plana çıkmakta ve kentin marka değerini arttıran bir unsur haline gelmektedir. Küresel şöhret olan Paris'te Şanzelize Caddesi, İspanya'da Jerez de la Frontera, San Francisco'da Lombard Caddesi vb. doğanın, tarihin, lüksün ön plana çıktığı, görülmesi gereken yerler listelerinde yer alan (http-7), dünyanın farklı yerlerinde benzerleri üretilen sokaklar turistleri cezbetmektedir.

Böylece kentlerin boydan boya değiştirildiği bir gidişat ortaya çıkmaktadır. Ancak mekânsal dönüşüm bir kenti markalaştırma noktasında tek başına yeterli değildir. Tüm bu gelişmelere kültür temelli stratejiler de eşlik etmektedir. Cazibe merkezi haline getirilmesi istenen kentlerde finansal enstrümanların yanı sıra sanat, yemek, müzik, spor, turizm gibi kültür temelli sembolik unsurları da içeren bir çeşit "soyut ekonomi sistemini" öne çıkartmaktadır (Zukin, 1998, s. 826; Zukin, 1995, s. 2). Bu bakımdan kente dair sembolik değerlerin yaratılması hem onun küresel trendlere uyum sağlamasını hem de kendi özgün markasını yaratabilmesinin önemli bir adımıdır. Bu noktada oluşturulan kentleşme stratejileri kentin fiziksel dönüşümünden öte kente ilişkin beşerî, tarihi ve coğrafi unsurların da dahil edildiği bir birikim stratejisine işaret etmektedir.

4.1.2. Sembolik/özgün değerlerin yaratılması

Kentin fiziksel olarak yeniden inşa edilmesi küresel bir marka haline gelmek için yeterli değildir. Bu dönüşümün eşlik ettiği kültür politikaları da marka olmanın önemli bileşenidir (Tekeli, 2013, s. 387). Zira farklı coğrafyalardaki kentler hızla küresel rekabet alanına girmesiyle çok fazla alternatif doğmaktadır. Bu çeşitlilik içerisinde öne çıkabilmek için kente ilişkin özgün boyutlar üretilmesi, kentin yaşam biçimi, doğası,

tarihi, kültürü vb. unsurlar markalaştırma stratejisinin bir girdisi haline getirilmesi bir zorunluluğa dönüşmektedir.

Zukin'e (1998, s. 826) göre kentteki yaşam biçimi sadece bir sonuç değil aynı zamanda sembolik ekonomi için bir hammaddedir. Sembolik ekonomi, bir yanıyla mekâna yapılan sermaye yatırımlarıyla diğer yanıyla da sosyal kimliğin dahil edildiği kültürel anlamların hemhal edildiği bir oluşuma işaret etmektedir (Zukin, 1995, s. 23-24). Benzer biçimde Urry (1999, s. 11) de mekanların giderek bir tüketim merkezlerine dönüştüğünü, bir yandan tüketimin toplumsal bağlamının kurulduğu diğer taraftan fiziksel olduğu kadar yerel kimliklerin, kültürlerin dahil edildiği sembolik tüketimlerin yeri haline geldiğini vurgulamaktadır.

Kızışan rekabet ortamında kentin simgesel değerlerinin yaratılması küresel düzeyde tanınırlığının önünü açmakta ve tıpkı ülke bayrakları gibi kentlerin kimliğine dönüşmektedir. Bu noktada kentin markalaştırılmasına yönelik projelerin simgesel boyutuna vurgu yapan ve onları birer prestij projesi olarak tanımlayan bir söylem daha anlam kazanmaktadır (Leick, 2014, s. 9). Bugün "…kentin tarihi dokusunun yeniden canlandırılması ve bu doku içerisinde bir binanın (Paris Eyfel Kulesi ya da Sydney Opera Binası gibi) ya da bir kişinin (Viyana'da Mozart gibi) kent simgesi haline getirilmesi önemli yer tutmaktadır" (Sarı, 2013, s. 177). Zira markanın özgünlüğü kentin kimliği haline gelir, tüketiciye bir çağrıda bulunur, özgün ve farklı olana erişebilmenin ayrıcalığına işaret eder, tüketiciyi kışkırtır.

Bu bağlamda eğlence, turizm, finans, bilişim vb. pek çok farklı alanda uzmanlaşmaya gidilen kentlerde, bağlama uygun bir kent kültürünün oluşturulması da zorunludur. Burada süreç ikili bir yapı barındırmaktadır. Postmodern tarzda yenilenen kentler "yaşamak, ziyaret etmek, eğlenmek ve tüketmek için yenilikçi, heyecanlı, yaratıcı ve güvenli bir yer olarak" (Harvey, 2019, s. 183) yeniden düzenlenmelidir. Burada paradoksal bir durum kendisini göstermektedir. Kentler küresel trendlere ayak uydurmak için çabalarken, Londra, Paris, Amsterdam vb. büyük kentlerle rekabet edebilmek için özgün boyutlar üretmek zorundadır.

Therborn'a (2013, s. 58) göre küresel kentlerin en önemli göstergesi ulusal, bölgesel ve küresel çapta kültürel eğilimler üretebilme kapasitesinde yatmaktadır. Küresel kentler takipçileri için önemli bir rol model olarak ortaya çıkmaktadır. Bilhassa gelişmiş ülkelerin küresel kentleri (Londra, New York, Tokyo, Paris vb.) kentleşmenin

biçimini, kent simgelerini ve markalarını üretme noktasında başat rol oynamaktadır (Zukin, 1998, s. 826). Öyle ki devasa yapılar, dış cephesi cam ile kaplanmış plazalar, kahve dükkanları, tüketim mekanları önceleri küresel kuzeyin gelişmiş metropollerinde görünür iken son otuz yılda tüm dünyaya hızla yayılmaktadır (Öncü ve Weyland, 2013, s. 9). Başat kentlerdeki "yenilikler ve yatırımlar (toplantı merkezleri, spor stadyumları, Disney dünyaları, şehir merkezlerinde tüketici cennetleri vb.) hızla başka kentlerde kopyalanırken" (Harvey, 2017, s. 359) onları takip eden kentlerde benzer mekânsal biçimleri doğmakta ve özgünlükler ortadan kalkmaktadır (Şentürk, 2016, s. 105; Oktay, 2011, s. 9; Birol Özberk ve Akgün Yüksekli, 2011, s. 83).

Bryman'ın (2004, s. 2) "Disneyizasyon" olarak tanımladığı bu benzeşme dalgası "temalaştırılmış tüketimin" küresel olarak yayılmasını ifade eder. Disneyland sadece kendisi değil pek çok muadili de kent mekanlarında kopyalanmaktadır. Benzer temadaki KidZania ABD'den Birleşik Arap Emirlikleri'ne kadar 22 ülke/29 kentte faaliyet göstermekte (http-8) ve benzer tüketim eğilimleri (Gürhan, 2018, s. 710) oluşmaktadır. Burada kopyalanan sadece mekanlar değil bir tüketim pratiğidir. Pek çok kentte Portekiz'in Águeda kentini birebir kopyalar biçimde tepesinde renkli şemsiyelerin bulunduğu sokaklar inşa edilmekte, kentlerden kasabalara her yerde "I Love New York" projesinin sembolünü kendi adıyla değiştirilmiş heykelleri yerleştirilmekte ve kent sembolü haline gelmektedir. Birbirlerinin hikâyesini kopyalan bu kentler giderek "kurmaca bir öykü (film senaryosu) ve sonu gelmeyen bir kaydırmaca (travelling) hareketine benzemekte" (Baudrillard, 2011, s. 31) ve tüm bunlar küresel bir "hipergerçeğe ve simülasyona" (Baudrillard, 2011, s. 30) doğru evirilmektedir. Tıpkı Baudrillard'ın tüketim nesnelerine ve bunların stillerinin "bir simülasyon mantığına (ve estetiğine)" bağlı olarak şekillenmesi (2009, s. 20) gibi marka olmak isteyen kentler de benzer bir kentsel formu (hem görsel açıdan hem işlevleri açısından) üretmektedirler.

Yoğunlaşan kültürel etkileşim kentlere ilişkin tüketim alışkanlıklarının da hızla yayılmasını da getirmektedir (UN Habitat, 2004, s. 11). Küresel bir kitle kültürü hem mekâna hem de mekânın kullanılma biçimine sirayet ettiği, "boş zaman geçirme davranışları ve eğlence kültürleri benzer bir orta sınıfın" (Görer, 2014, s. 212) oluştuğu görülmektedir. Burada sadece kent mekânlarının görünümlerinde değil aynı zamanda bu mekânların nasıl tüketileceği de küresel trendlerce belirlenir. "Örneğin Venedik'te gondola binilmeli, Paris'e sevgiliyle gidilmeli, Bilbao'da Guggenheim Müzesi muhakkak

görülmelidir. Roma'dan Collesseum'un heykelciliği, Barcelona'dan Barcelona futbol takımının forması satın alınmalıdır" (Birol Özerk ve Akgün Yüksekli, 2011, s. 88). Eyfel Kulesi'ni kolları arasına almış, Pissa Kulesi'ni ise düşmekten kurtarıyor gibi görülecek perspektiften fotoğraflar çekilmeli, sosyal medya hesaplarından paylaşılmalıdır.

Bu mekânsal kopyalar belli bir noktaya kadar anlamlıdır. Özellikle bölgesel çekim merkezi olma iddiasındaki kentler açısından oldukça rasyonel bir strateji olarak belirmektedir. Berlin'de film festivaline katılmak, Las Vegas'ta kumar oynamak, Disneyland'ı gezmek zaman ve para bağlamında maliyetli olduğunda bunların birer kopyasını deneyimlemek cazip bir seçenektir. Öte yandan "benzer tasarımlarla, aynı yapım teknolojisi ve aynı yapı malzemesi ile üretilen, bir bakıma prototip yapılar dünya kentlerini birbirlerine benzetirken" (Yavuzçehre, 2013, s. 204) kentlerin farklarını ortaya koyabilmeleri için kentin özgün boyutlarının öne çıkartılması zorunludur. Hâlâ Disneyland'ın kendisi küresel bir marka olarak konumunu korumaktadır. Onun kopyası kent için bir kimliğe dönüşemez. Bu noktada kentlerin kendine özgü özelliklerini ortaya çıkartması, yöneticilerinin amaçlarına ulaşabilmesi için elzemdir. Örneğin ikinci Berlin Film Festivali olma iddiasının kendisi aslında Berlin Film Festivali'nin marka değerini arttırmaktadır.

Yani "kentin imajının yeniden inşa edilmesi ve yeniden yapılandırılmasına" (Paddison, 1993, s. 340) paralel olarak kentin hikâyesinin de yeniden yazılması da gerekmektedir (Short, Benton, ve Walton, 1993, s. 221; Varlı-Görk, 2013, s. 113). Böylece kentlerin "simgesel sermayesi" hayati önem taşımaktadır zira Paris, New York, Berlin gibi küresel trendlerin oluşturulduğu kentler karşısında ayakta kalabilmenin en önemli yoludur (Harvey, 2013a, s. 159). Bu süreçte kentin özgün dokusu küresel rekabette önemli bir avantaja dönüşmektedir. Simgesel düzeyde de kentin özgün boyutu olarak parlatılabilecek tarihi unsurlar, doğal yapılar veya önemli isimler kentin marka yüzü haline getirilmektedir. Bunlar kentlerin farklılaştırılması ve kente özgün boyutlar katılması sağlayan ama onları küresel trendlerden koparmayacak melez stratejilerin girdilerine dönüşmektedir. Bu melez stratejiler küresel trendlerin yerel/özgün motiflerle süslenmesi yoluyla gerçekleşmektedir. Böylece kentler için halihazırda sahip oldukları kültürel miras hedef kitlenin kültürel kodları, tüketim alışkanlıkları ve beklentileriyle uyumlu mekân ve imgeler ile harmanlanarak yeni bir anlatı, adeta bir "müze kent" (Oktay, 2011, s. 12) meydana getirmeye dayanmaktadır.

Bu stratejilerin izini farklı coğrafyaların kentlerinde takip etmek mümkündür. Beyrut örneği bu anlamda çarpıcıdır. 1991 Lübnan İç Savaşı sonrası büyük oranda yıkılmış Beyrut, dönemin Lübnan başbakanı Refik-el Harriri'nin ortaya koyduğu plan çerçevesinde, "folklorik kozmetik öğelerle" süslenmiş ticaret merkezi, oteller, lüks daireler, eğlence merkezleriyle yeniden inşa edilmiştir (Kassab, 2013, s. 76-78). Kentin önemli kumarhanelerinden olan Casino Du Liban bu melez strateji kendisini göstermektedir. Casino Du Liban'ın tanıtımlarında kentin özgün boyutlarına sıklıkla vurgu yapılmakta, ziyaretçilere güzel bir doğa, önemli tarihi yapıları gezme fırsatı, müzeler, lüks oteller ve kumar fırsatını bir arada sunmaktadır (http-9). Başka bir ifadeyle Las Vegas'ı Beyrut'un doğası ve tarihi atmosferi içerisinde yaşamayı vaat etmektedir. Yine Hong Kong'un "Asya'nın Amerikan sitili ilk ve en büyük" ve "dünyada limanla entegre ilk alışveriş merkezi" olan Ocean Terminal Mall kentin doğasının batı tarzı tüketim alışkanlıklarıyla entegre edildiği, kentin cazibe merkezi olma yolunda önemli adımlarından biri olmuştur (Suner, 2018, s. 89). Mısır'daki Belle Ville güvenlikli siteleri de mimari ve peyzaj noktalarında melezliğiyle ön plana çıkar. "Güney Kaliforniya peyzajından etkilenen" ve "Ortadoğu balkonları ve kemerleri ile yerelleştirilmiş" yapısı ile "postmodern bir pastiş", "küresel bir ögeyi yerelleştirmeye yarayan geniş bir repertuvarın stilistik" bir örneğidir (Kuppinger, 2012, s. 28). Ya da daha büyük kent ölçeğinde İstanbul, Roma, Paris gibi tarihi geçmişi güçlü kentler bir yandan bu miraslarını ön plana çıkartırken diğer taraftan küresel tüketim kalıplarına uygun mekânsal dönüşümleri (müzeler, AVM'ler, spor kompleksleri, lüks oteller vd.) gerçekleştirerek küresel ve bölgesel rekabette ön plana çıkmaya çalışmaktadır (Birol Özberk ve Akgün Yüksekli, 2011, s. 89). Örneklerde görüldüğü üzere kentlerin özgün boyutları küresel taleplere uygun olarak küresel tüketim modası ile otantik/yerel unsurların bir arada sunulmasıyla markalaşabilmektedir.

4.1.3. Kenti tanıtmak, kentin reklamını yapmak

Bir markanın reklamı onu hedef kitlesine ulaştırmak için elzem bir stratejidir. Tıpkı metaların tüketim zincirinde reklamın merkezi rolünde olduğu gibi bir marka haline getirilmek istenen kentlerin tanıtımlarının / reklamlarının da yapılması olmazsa olmazdır.

Bu bakımdan kenti küresel bir marka haline getirebilmenin son ayağı festivallere, spor organizasyonlarına, politik toplantılara, sergilere vb. ev sahipliği yapmak,

reklamlarda, filmlerde boy göstermek yani tanıtımını gerçekleştirmektir (Öktem, 2016, s. 32; Karaca ve Beyhan, 2017, s. 39; Varlı-Görk, 2013, s. 115). Richards'ın (2017, s. 43) "etkinlik kentleri (*eventful cities*)" olarak tanımladığı bu kentlerde büyük organizasyonlara ev sahipliği yapmak turizmi canlandırmanın ve ekonomik büyüme sağlamanın aracıdır. Bu organizasyonlar aynı zamanda farklı coğrafyalardan büyük miktarda turist akınını kente çekebilme kapasitesiyle de stratejiktir (Müller, 2015, s. 1; Sheller ve Urry, 2004, s. 9).

Bilhassa spor organizasyonlarına ev sahipliği yapmak marka olma iddiasındaki kentler için bir fırsattır (Koch, 2018, s. 7). Bu organizasyonlar ev sahibi kentlere büyük turist akının yaşandığı (Andranovich, Burbank, ve Heying, 2001, s. 127) ve tüm dünyanın izlediği ender aktivitelerdendir. Dolayısıyla Olimpiyatlar, Dünya Kupası, Şampiyonlar Ligi Finali, UEFA Kupası Finali prestijli organizasyonlar bir kentin kendisini dünyaya gösterebilmesi için bulunmaz bir fırsattır. 2008 Yaz Olimpiyatları Pekin'de, 2010 Dünya Kupası Güney Afrika'da 2014 Dünya Kupası Brezilya'da, 2016 Yaz Olimpiyatları Rio de Janeiro'da (Haferburg ve Steinbrink, 2017, s. 267) gerçekleşmesi bu organizasyonlar için farklı ülkelerdeki kentlerin kıyasıya yarıştığı örneklerdir.

Olimpiyat oyunları da ev sahipliği yapabilmek, dünyanın önde gelen kentlerinin kıyasıya yarıştığı (Gold ve Gold, 2008, s. 300) ve adeta bu uğurda kentlerini baştan inşa ettiği organizasyonlardandır. Örneğin 1992'de Barcelona'da düzenlenen Olimpiyatlar öncesinde yerel ve küresel aktörler kenti büyük bir dönüşüme sokmuş ve Barselona'yı 5 yıl içerisinde endüstri kentinden Avrupa'nın önemli turizm merkezi haline getirecek dönemi başlatmıştır (Degen, 2004, s. 131-132). 2012 Olimpiyat ve Paralimpik oyunlarına ev sahipliği yapan Londra'da kentin yoksulluk, göç, suç ile romanlara, filmlere konu Doğu Yakası bölgesi yeni baştan inşa edilmiştir. Baştan aşağı yenilenen bölgede Kraliçe Elizabeth Olimpiyat Parkı isminde spor kompleksi inşa edilmiş, bölge tiyatro salonları, konser alanları, restoranlar ile doldurulmuştur (http-10). Sidney 2000, Atina 2004 veya Pekin 2008 Olimpiyat oyunları da benzer gelişmeler yaşanmış, bütün bu kentlerde büyük yatırımlarla kentlerin bir bölümü dönüştürülmüştür (Gold ve Gold, 2017, s. 520).

Kentler arası rekabette festivallerin de rolü oldukça önemlidir. Pek çok kentte küresel turist akışını çekebilmek adına kendileriyle özdeşleşmiş festivaller düzenlenmektedir (Douglass, 2000, s. 2325). Özellikle kültürün kent imajının bir parçası haline gelmesiyle festivaller kentlerin cazibesini arttırmak için önemli bir araç olmuştur.

Film (Töre, 2015), müzik ve gençlik festivalleri, karnavallar vb. binlerce yerli/yabancı turistin katıldığı hareketlilik yaratmaktadır. Yine politik organizasyonlara ve küresel yarışmalara ev sahipliği yapabilmek kentlerin tanıtımı için fırsatlar sunmaktadır. Bugün pek çok kent EXPO, BM toplantıları, Eurovision vb. kent yöneticilerinin ev sahipliği yapabilmek için yoğun lobi faaliyeti yürüttüğü organizasyonlardandır.

Bu organizasyonlar iki yönlü işlev görmektedir. Kentlerin küresel çapta tanıtımı için önemli oldukları kadar kentlerin dönüştürücü etkileri de vardır. Lauermann (2018b, s. 213) kentin uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapma isteği ile mega projeler arasındaki bağlantıya işaret etmektedir. Organizasyonlar, ev sahipliği yapma yarışı kentlerin yeniden inşası için meşruiyet kaynağı haline gelmektedir. Zira bu denli büyük organizasyonlara ev sahipliği yapabilmek ulaşım altyapısının geliştirilmesi, organizasyona uygun mekanların oluşturulması, konaklama ve eğlence olanaklarının geliştirilmesi gibi fiziksel koşulların sağlanmasının yanı sıra güvenlik gibi sosyal şartların yerine getirilmesi gerekmektedir. Master planlarla, mega projelerle kent mekanları hızla değişirken aynı zamanda gündelik yaşamın içeriği de değişim geçirmektedir (Lauermann, 2018a, s. 2). Festivalvari bir yaşam tarzının kent yaşamının en azından gözde bölgelerinde hâkim kılınırken, kent mekânı ve yaşamı bir bütünlük içerisinde marka değeri haline getirilmesi hedeflenmektedir.

4.2. Yeni Kentleşme Pratiklerinin Aktörleri

Kenti bir büyüme makinesi (*growth machine*) olarak ele alan Harvey Molotch (1976, s. 310), kentlerin belli toplumsal kesimlerin kendi çıkarlarını dahil ettikleri kentleşme stratejilerine angaje olduklarını belirtir. Geniş bir yelpazeye yayılan bu ittifak yerel/ulusal yönetimler, politikacılar, sermaye, akademisyenler, sivil toplum örgütleri, meslek odaları, toplumsal sınıfların bazı kesimleri vb. içerebilmektedir. Bütün bu markalaşma süreci de farklı kesimlerden aktörleri, ittifakları ve çatışmaları içermektedir.

Aktörlere dair tartışmaların merkezinde "kamu-özel iş birliği" bağlamındaki kamu yöneticileri ve sermaye arasındaki ilişkiler yer almaktadır. Burada kamunun kentleşme noktasındaki değişen rolü ve sermayenin artan ağırlığına atıfta bulunulmaktadır. Daha özelde ise kentleşme süreçlerinde özel sektörün artan ağırlığına paralel olarak kentlerdeki yeni sınıf profilleri, toplumsal kesimlerin aldığı pozisyonlar ve küresel ağların (sermaye, finans, küresel kurumlar) rolü tartışılmaktadır. Kentlerin ekonomik faaliyetlerindeki

değişime vurgu yapan Jessop (2005, s. 25), bu sürecin ulus devlet, sermaye, yerel yöneticiler ve toplumun farklı kesimleri (emek, akademi, sivil toplum vd.) arasındaki ilişkileri değişen sosyo ekonomik bağlamlarıyla ele almaktadır.

Marka kentlerin yaratılmasında her ne kadar küreselleşmenin ve ulus ötesi aktörlerin etkisi merkeze alınsa da yerel aktörlerden bağımsız anlaşılamaz. Bu nedenle küresel aktörler kadar yerel aktörlerin nispi ağırlığına odaklanmak gerekmektedir (Therborn, 2013, s. 66). Zira bütün bunları mümkün kılan, küresel ekonomide kentleri işlevsel hale getiren ve yeniden üreten "yerel girişimci yönetişim biçimidir" (Geniş, 2011, s. 49).

Harvey'e göre 1970'ler sonrası neoliberal dönem içerisinde kent yöneticilerin kentlere ve kentleşemeye ilişkin bakışında dönüşüm söz konudur. Yerel yönetimler kentleri küresel rekabet ortamında öne çıkartmaya, "girişimci kentler" (Harvey, 2019, s. 171) yaratmaya çalışmakta ve adeta özel sektör aktörü gibi hareket etmeye başlamaktadırlar. Peck, Theodore ve Brenner'ın (2013, s. 1097) "rekabetçi anksiyete (*competitive anxiety*)" olarak adlandırdığı bu durum, kent seçkinlerinin küresel kent ekonomisinde yer almaya odaklanmış yönetim tarzına işaret etmektedir. Kentler arasındaki yatırım çekmek rekabetinin doğal sonucu olarak yerel yönetimler birer girişimci gibi hareket etmekte (Paddison, 1993, s. 339) ve kentlerini bu yolda markalaştırmak için çabalamaktadırlar. Bu çabalar büyük oranda kamunun ve özel sektörün belli unsurlarının bir arada hareket ettiği bir çeşit koalisyon eliyle gerçekleşmektedir (Braun, 2012, s. 260). Böylece "yönetmekten yönetişime doğru" (Jessop, 2005, s. 32) giden yol, sermaye ve kamunun kâr merkezli kent pratikleri ürettikleri bir dönemi (Ünsal, 2014, s. 109) tarif etmektedir.

Bu bağlamda kamunun kentleşme sürecindeki değişen ağırlığı ve rolü merkezi önemdedir. 2. Dünya Savaşı sonrasında kent politikaları büyük oranda ulusal düzeyde organize edilmekte ve kent hizmetleri kamu eliyle gerçekleştirilmekteydi (Smith, 2006, s. 24). Merkezi hükümet, yerel yönetimler ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar kentsel altyapı ve üstyapı yatırımlarını üstlenmekte, toplumun dezavantajlı kesimleri için hizmetler sunmakta ve bu hizmetlerin finansal kaynaklarının teminini üstlenmekteydi (Fainstein, 2008, s. 782). 1970'ler sonrasında neoliberal düzen bağlamında kentsel yönetim anlayışı da değişmeye başlamıştır.

1980 öncesi sosyal belediyeciliğin yerini alan girişimci yönetişim anlayışı, kentleri özel sektör mantığıyla yönetmenin ekonomik kalkınmayı sağlayarak daha iyi bir kent yaşamının ortaya çıkacağı fikrine yaslanmaktadır (Harvey, 2019, s. 173). Gelinen noktada kamunun kentsel hizmetleri özel sektörün rekabetine açtığı (Sezik, 2013, s. 276), uzun vadeli kent planlarının yerini kısa vadeli ve parçalı planlamanın aldığı (Serter, 2018, s. 78) ve piyasa aktörlerinin kentin yeniden dizaynında merkezi bir rol oynadıkları görülmektedir (Halpern ve Pollard, 2017, s. 62). Öyle ki bugün yerel yönetimler kentsel temel hizmetleri (çöp toplama, altyapı hizmetleri vb.) dahi özel şirketlere devretmekte veya taşeron şirketler eliyle gerçekleştirmektedir (Erman, 2010a, s. 40).

Kentlerdeki yaşanan bu dönüşümler belli sınıflar, yöneticiler ve toplumsal gruplar arasındaki geniş ittifaklarla ortaya çıkan aktörler eliyle gerçekleştirilmektedir. Bu ittifakların genişliği ise yer yer uluslararası kurumlar, sermaye grupları, ulusal ve yerel yöneticiler, yerel sermaye grupları ve hatta sermaye dışındaki toplumsal kesimleri (işçi sınıfı, sivil toplum örgütleri, akademisyenler, emek sınıfının belli kesimleri, rant sahipleri vd.) içerebilmektedir (Jessop, 2005, s. 28). Jessop'a (2005, s. 31) göre, girişimci kentler ekonominin devlet merkezli yapılanmasından devletin düzenleyici bir role büründüğü ve "kamu-özel iş birliği" biçiminde yeniden yapılanan neoliberal birikim rejimine doğru yaşanan dönüşüm bağlamında ortaya çıkmaktadır. Bu iş birliği modelinin kentlerde devlet yahut yerel yönetim tarafından kentlerde tasarım yapmak, kentleri inşa etmek ve finanse etmek için özel sektör ile yapılan sözleşmeler biçimde kurulmaktadır (Hearne, 2014, s. 158). Böylece kentleşmeye de damgasını vuracak olan kamu-özel iş birliği çerçevesinde kentler sermaye için yatırım alanlarına dönüşmektedir.

Model temelde geleneksel olarak devlet tarafından yürütülen kentsel hizmetlerin gerçekleştirilmesinde özel sermaye ve piyasa mekanizmalarının öne çıkartılmasına dayanmaktadır (Hearne, 2014, s. 148). Bugün Londra'dan Sdyney'e, Tokyo'dan Singapur'a küresel kent olma yolundaki pek çok kent kamu-özel iş birliği eliyle yeniden inşa edilmektedir (Öktem, 2016, s. 35). Özellikle mega projeler gibi büyük maliyetli yatırımlar finans kurumlarının, inşaat firmalarının, tasarım ofislerinin ve yer yer küresel kurumların içerisinde bulunduğu koalisyonca (Kuyucu ve Ünsal, 2010b, s. 2) gerçekleştirilmektedir. Bu anlamda cazibe merkezleri yaratmaya yönelik büyük bütçeler gerektiren bu stratejiler yerel, ulusal ve küresel sermaye için yatırım fırsatı anlamına da

gelmektedir (Aksoylu, 2013, s. 152; Erman, 2013, s. 61; Kurtuluş, 2013, s. 192; Güney, 2012, s. 65).

Kamu hizmetlerinin özelleştirilmesinin tüketici açısından fayda yaratacağı fikrinden hareketle (UN Habitat, 2003, s. 44) kurulan kamu özel iş birliği, yerel yönetimlerin özel sektörden hizmet satın alması yoluyla ya da 'yap-işlet-devret' gibi modellerle gerçekleşmektedir. Burada bir tür iş bölümü göze çarpmaktadır. Ulusal ve yerel yöneticiler kentlerin yeniden dizaynı adına stratejiler, projeler ve yatırım alanlarını ortaya koymaktadır. Hükümet kararları yerel kalkınma fırsatlarını organize ederken aynı zamanda özel yatırımların koalisyonu üzerinde büyük bir etkisi söz konusudur (Molotch, 1976, s. 312). Özellikle kentlerin markalaştırılması noktasında öne çıkan "mega projelerin" gerçekleştirilmesinde merkezi hükümetler ve yerel yönetimler önemli aktörler olarak işlev görmekte (Therborn, 2013, s. 70) ve özel sektör de bu süreçlerin finansmanı, tasarımı, üretimi ve hatta tanıtımını üstlenmektedir (Lorrain, 2017, s. 39).

Böylece kent mekânı sermaye yatırımları için merkezi alanlar haline gelmektedir (Fields, 2014, s. 146; Keil, 2009, s. 235). Bu noktada ise "kamu-özel ortaklığının faaliyetleri, tam da tasarlama ve uygulamada spekülatif olması sebebiyle girişimcidir" (Harvey, 2019, s. 180) ve geleceğe ilişkin pek çok riski içerisinde barındırmaktadır. Model kamuyu kentsel yatırımlar ile ilgili finansman yükünden kurtarırken, planlama işlerinin takibini ve bürokratik süreçlerin hızlıca atlatılmasını mümkün kılmaktadır (Kelly, 2014, s. 176). Öte yandan kente yapılan yatırımlara taahhüt ettiği hazine garantisi ile sermayenin önünü açmakta ve karşılaşabileceği olası risklerden korumaktadır. Yapılan ittifakta sermayenin yatırımlarının getirisi ile ilgili hazine garantisi vererek spekülatif kent yatırımlarının riskinden sermayeyi kurtarmakta, diğer bir ifade ile riskler toplumsallaştırılmaktadır. Aynı zamanda yöneticiler politikaların meşruiyetini sağlamak noktasında önemli işlevler üstlenmektedir (Ancien, 2011, s. 2483). Özelleştirmelere yönelik kamusal tepkilerden kaçınmak için sistemin bir özelleştirme olmadığı, kamusal faydayı maksimum düzeye çıkartmayı mümkün kılan bir iş birliği olduğu söylemi öne çıkmaktadır (Hearne, 2014, s. 158).

Neoliberal kent yönetimi kentin yeniden yapılandırılmasını yeni bir politik ve ekonomik zemine oturtmaktadır. Bu süreç yapılı çevrenin yeniden inşa edilmesine odaklanan mekânsal pratiklerin sermaye -özellikle de finans sermaye- ile bir araya getirilmesine dayanmaktadır (Weber, 2002, s. 533). Belediyelerin artan borçlarına, kamu

varlıklarının özelleştirilmesine ve şehir yönetimlerine sunulan finansal hizmetlerin büyüklüğüne bakıldığında finans sermayenin kent politikaları içerisindeki etkinliğinin boyutlarını göstermektedir (Weber, 2010, s. 252).

Öte yandan finans sermayenin rolü sürecin hem üretim hem de tüketim bağlamında kritiktir. Hem kentlerin yeniden inşası hem de yeni kentlerdeki gündelik yaşamın yeniden üretimi noktasında ihtiyaç duyulan finansal kaynağın temini küresel ve yerel finans ağlarının kent politikalarına entegrasyonu ile mümkün hale gelmektedir. Kent büyük bir hızla dönüştürülürken öncelikle orta sınıflar olmak üzere toplumsal kesimlerin aynı hızda tüketebilmesinin yolu borçlanmaktan geçmektedir. Bugün BM gibi kurumlar kent sakinlerine ucuz kredi sağlanması ve onların borçlanarak ev sahibi olmasını teşvik ederken (Erman, 2020, s. 56), aynı zamanda kentsel dönüşüm projelerine -sürdürülebilirlik vs.- yer yer ucuz yer yer hibe şeklinde finansman sağlamaktadırlar. Özellikle banka ve finans kuruluşlarının toplumun geniş kesimlerine sağladığı düşük faizli ve uzun vadeli kredi imkanları, konut stokunun tüketiminin birinci yolu haline gelmiştir. Fields, 2007 – 2009 yılları arasında yaşanan küresel finans krizinin mortgage sisteminde yarattığı problemlerin kentsel eşitsizlikleri görünür kılmasının finans sermaye ve yeni kent pratikleri arasındaki bağın bir göstergesi olduğunu ifade etmektedir (2014, s. 144). Finansal borçlanma zincirinin sekteye uğramasının kent yaşamında yarattığı kriz, borçlanma ile orta sınıfların kenti deneyimleme imkanları noktasında ne kadar kritik olduğunu ortaya koymaktadır.

Kentlerin yeni biçimleri bugün orta sınıfların ve işçi kesiminin belli bir bölümünün de desteğini kazanmaktadır. Finans kaynaklarına görece daha rahat ulaşan ve "canlı, yürünebilir ve kafe kültürü olan mahallelerde" (Üçoğlu, 2015, s. 46) yaşamayı, çalışmayı talep eden beyaz yakalılar dönemin kazananlarıdır. Cazibe merkezlerinde ya da yakınlarında çalışmak, güvenlikli sitelerde yaşamak ve tüketim mekanlarına rahatça erişebilmek yeni orta sınıfın toplumsal taleplerinin başında gelmektedir. Toplumsal konumları güçlenen beyaz yakalılar kentin küresel trendler ekseninde dönüşümüne ittifak halindedir. Başka bir ifadeyle kent sakinleri kentin markasının bir parçası, taşıyıcısı (Vanolo, 2017, s. 77) durumundadır.

Yeni kent politikalarına ilişkin desteğin sınıfsal ayrışmanın ötesine gidebildiği görünmektedir. Marka kent yaratmak bir birikim stratejisine dönüştüğünde işçi sınıfının belli kesimleri için de fırsatlar doğmaktadır. Öncelikle kentin yeniden inşası inşaat

sektöründe büyük hareketlilik anlamına gelmektedir. Bu da aynı zamanda işgücü talebinde artış demektir. Diğer taraftan kent merkezlerinde veya mega projelerin yükseleceği alanlarda mülk sahibi kesimler için avantajlar belirir. Mega projelerin bölgelerinde, kentsel dönüşüm alanlarında veya kentin değerlenen bölgelerinde arazi sahibi kesimler yeni kent politikalarından fayda sağlayabilmektedir. Bu kesimler arazi karşılığında (ya da gecekondu) daire veya nakit para alabilmektedir (Erman, 2020, s. 45). Böylece yeni kent politikalarının çok farklı kesimlerden destek alabildiği anlaşılmaktadır.

4.3. Yeni Kentleşme Pratiklerine Karşı Eleştiriler ve Toplumsal Muhalefet

Marka kent stratejileri, kent mekanlarının dönüşümü ve tüketim merkezli kent ekonomilerinin yükselişi polemiklere ve itirazlara neden olmaktadır. Gün geçtikçe kentler refahın belli gruplar çıkarına dağıtılmasına, belli bölgelerde yoğunlaşmasına itirazların yükseldiği (UN Habitat, 2012, s. 10), "toplumsal mücadelelerin mekânı" haline gelmektedir (Bauman, 2012, s. 28). Bugün Sao Paulo'dan Barselona'ya, Tahran'dan New York'a pek çok kentte ardı ardına yükselen kent protestoları dikkatleri finansal krizlerin derinleştirdiği yoksulluğa, yeni kentleşme stratejilerinin neden olduğu sosyal adaletsizliklere, kamu kaynaklarının verimsiz kullanımına ve çevre problemlerine çekmektedir (UN Habitat, 2012, s. 10-11).

Yeni iletişim teknolojilerinin farklı coğrafyalardaki sivil toplum grupları arasındaki bağlantıyı hızlandırıp, güçlendirdiği küresel ortam içerisinde (Matthews, 2008, s. 247) bahsi geçen itiraz ve talepler de küreselleşmektedir. Bunlar arasında en bilineni Olimpiyat karşıtı hareketlerdir. 2016 Rio Olimpiyatları karşıtı bir grup olarak organize olan RioOnWatch, yerel bir oluşumdan küresel bir görünüme kavuşan örneklerdendir. Bu harekete 2020 Tokyo Olimpiyat oyunlarına karşı harekete *NON aux JO 2024 à Paris, Anti Pyeongchang Olympic Alliance ve Popular Committee on the World Cup and Olympics* gibi platformların da eşlik etmekte (http-11), Brezilya'nın sınırlarını aşan bir organizasyona dönüşmektedir.

İtirazlar yeni kent politikalarının kent merkezlerinde orta ve üst sınıfların lehine soylulaştırma dalgası yarattığı, kamunun kentteki pek çok kesimin haklarını aşındıracak biçimde organize olduğu ve kent kaynaklarının verimsiz bir biçimde kullanıldığı yönünde toparlanmaktadır. Bu itirazları kapsayacak biçimde yeni kent politikaları bağlamında oluşturulan hâkim söylemin kentin dezavantajlı kesimler için damgalamalar, suçlamalar

üzerinden meşruiyet oluşturulduğu, kentleşmeye ilişkin demokratik süreçlerin giderek aşındığı ve bazı kesimlerin karar alma mekanizmalarından dışlandığı vurgulanmaktadır.

4.3.1. Hâkim söylemin inşası, sosyal damgalamalar ve kent hakkı

Yeni kent pratiklerine dönük eleştirilerin ortak noktası başat aktörlerce inşa edilen hâkim söylem ve bunun karşısında "kent hakkı" (Harvey, 2013a) kapsamındaki karşı taleplerdir. Hâkim söylem markalaşmanın kentlilerin ortak faydasına olduğu, kentin yeni biçimlerinin köhneleşmiş mekanlara can suyu verdiği ve sağlık, ulaşım, temiz enerji vb. iyileştirmeler sağlayacağı yönündedir. Buna karşın soylulaştırma, israf, kamunun değişen rolüne dair itirazlar da sürecin temelde ayrıştırıcı, kentin tamamına seslenmeyen, taraflı politikalar olarak da eleştirilmektedir. Bu noktada genel fayda ve bilimsellik iddialarının karşısında, yeni kentleşme pratiklerinin toplumun belli kesimler lehine "kentin teknokratça kurgulanması" (Göral, 2013, s. 93) bağlamında itirazlar yerleşmektedir.

Hâkim söylem bir taraftan toplumsal faydaya gönderme yaparken diğer taraftan yoksulluğun mekanlarındaki yaşamı da damgalamaktadır. Böylece damgalanan kesimlerin toplumsal desteği zayıflatılarak markalaşmanın kent hakkını zedeleyen boyutları görünmez kılınmakta ve/veya meşruiyeti sağlanmaktadır. Bu destek kimi zaman makro bir düzlemde (kültürel önyargılar, yoksulların vergilerden geçinmesi söylemleri vb.) iken farklı kesimlerin bir arada yaşadığı karma topluluklarda (*mixed communities*) mikro düzeyde çatışma alanları üzerinden işleyebilmektedir.

Kent merkezlerindeki çöküntü alanlarının, eski mahallelerin markalaşma yolundaki fiziksel dönüşüme kültür boyutu da eşlik etmektedir. Zukin (1995, s. 47) kentlerin yeni formlarına ilişkin sorar: Burası kimin kenti ve bu kimin kültürü? Kimler kentlerin istediği marka değerine yakışır kimler yakışmaz? Çöküntü alanlarına dair hâkim söylem ve bu sorulara ilişkin cevaplar barındırmaktadır.

Lois Wacquant'ın (2011, s. 194) gettoların yoksullukla, sapkınlıkla, toplumsal yapıya uyumsuzlukla ve suçla damgalandığı sembolik düzlemde bir yaftalamadan söz eder. Bu mahallelerde yoğunlaşan yoksulluk ve ahlaki yaftalamalar insanların devletle ilişkilerinden işgücü piyasasındaki konumlarına ve hatta özel hayatlarına kadar hissettikleri bir damgayla yaşamaya mahkûm edilmişlerdir. Öyle ki bu durum sadece gündelik yaşamda değil akademik literatürde de yer bulabilmekte, yoksulluk adeta hakkedilmiş bir kültür olarak görülebilmektedir. Kent yoksulluğuna ilişkin kültüralist

yaklaşımlarda aile değerlerinden yoksunluk, suça meyilli olmak, evlilik dışı çocuk sahibi olmak, madde bağımlılığı vb. ile tanımlanan "yoksulluk kültürünün" belli toplumsal gruplarda (çoğu zaman göçmenler, siyahlar, bazı etnik gruplar vd.) ve bölgelerde (gecekondu alanları, gettolar vd.) yoğunlaşan kent yoksulluğunun nedeni kabul edilmektedir (Güvenç, 2000, s. 91). Üzerine kentin damgalı mekanlarında yaşayanları orta sınıfın vergileri üzerinden geçinen, vergilerin artmasının nedeni olarak üretilen akademik ve politik söylem sembolik ayrışmayı ekonomi politik üzerinden de derinleştirir. Böylece mekânsal ayrışmaya sınıfsal hınç eklenmektedir (Atılgan, 2009, s. 78).

Damgalamanın kentin yeniden yapılandırılmasındaki işlevine bakıldığında ise bu söylemler kent mekanlarının hızlıca dönüştürülebilmesi için bir meşruiyet zemini oluşturmasıdır (Erkilet, 2013, s. 79). Buralar suç üreten, uyuşturucunun, yoksulluğun, hastalıkların mekânı olarak damgalandığında radikal dönüşüm yolları da toplum nezdinde kabul görmektedir (Şengül, 2001, s. 21). Bahsi geçen konuda Brezilya ve Hindistan çarpıcı bir örneklerdir. Rio'nun 2014 Dünya Kupası ve 2016 Yaz Olimpiyatları sırasında yaşananlar ise çarpıcıdır. Bu iki organizasyon için kentte yaratılan yıkım büyük toplumsal patlamalara neden olmuş ve olay küresel kamuoyuna taşınmıştır. Rio gettolar dönüştürülürken "askeri timler makineli tüfekleri ve TOMA'ları ile sık sık favelalara girerek buraları savaş alanına çevirmiş" ve organizasyonlar için gelen turistleri "gerekli koruma, kent içine yakın olan favelaların etrafına duvarlar örerek sağlanmıştır" (Erman, 2020, s. 50). Bir diğer örnekte 2010 İngiliz Milletler Topluluğu Oyunları'na hazırlamak için Delhi'de 1990-2007 yılları arasında 100 bin kadar gecekondu yıkılmıştır (Erman, 2020, s. 48). Bu organizasyonların marka değerlerine ve imajlarına yapacağı iddia edilen -esasen hesaplanamaz- katkı, turizm gelirleri gibi beklentiler yoksulların yaşam alanlarını dönüştürecek radikal uygulamaların meşru zemini haline gelmektedir. Bu noktada hâkim söylemin etkin kılınması kentte büyük dönüşümleri mümkün kılarken, kente ilişkin kitlesel itirazların önünü kapatabilmektedir.

Aynı zamanda kent merkezlerinde konforlu ve steril bir yaşamı arzulayan orta sınıfın yoğun desteği bu süreci güçlendirmektedir. Yoksullar kent merkezindeki "medeni" yaşama tehdit olarak görülürken, çeperlere gönderilmelerinin ve yaşam tarzlarının dönüştürülmesinin herkesin yararına olduğuna dair söylem inşa edilmektedir. Hâkim söylem üzerinden gerçekleştirilen kent politikalarının çarpıcı sonuçları

olabilmektedir. Kent sakinlerinin söz hakkına ve aktif katılımına işaret eden (Harvey, 2013a, s. 44-45) şehir hakkı bir dizi elit grubun eline geçmekte ve kentler bu grupların ihtiyaç ve arzularına göre şekillendirilmektedir (Harvey, 2013a, s. 67).

Bireyin yaratıcılığına atıf yapan postmodern kent anlayışı toplumsal farklılıkları ve kente dair eyleme kapasitesindeki eşitsiz dağılımı görmezden gelirken, orta, orta-üst ve üst kesimlerin beğeni ve tercihlerini yüceltilmektedir (Harvey, 2010, s. 96). Bunu yaparken ortak fayda söyleminin yanı sıra alt sınıfların belli bölümlerine verilen imtiyazları -örneğin dönüşüm alanlarında arazi sahibi olanların avantajları (Erman, 2020, s. 47)- öne çıkartır. Ve fakat refah hayatlar söyleminin görmezden geldiği bir nokta vardır. Kentlerdeki dönüşümlere uyum kapasitesi herkes için eşit değildir. Düşük gelir grupları diğerlerine nazaran daha az kaynağa sahiptir. Diğer taraftan gelir, eğitim, statü gibi ekonomik ve toplumsal sermayesi yüksek olanlar ise kentlerin dönüşümünden faydalanma kapasiteleri daha yüksektir (Harvey, 2013b, s. 57).

Dönüşümler neticesinde sosyal ilişkiler giderek daha heterojen ve anonim hale gelirken, marjinalleştirilmiş kesimler arasındaki enformel ilişki biçimleri de çözülmektedir (Mingione, 1996, s. 13). Gecekondu yaşamı -pek çok sorunu barındırmakla birlikte- kendi dayanışma biçimleriyle, enformel ticaret ağlarıyla ve yaşam koşullarıyla buradaki gündelik yaşamın sürdürülmesinde işlevseldir (Erman, 2020, s. 61; Harvey, 2013a, s. 62). Oysa mekânsal örgütlenmeler kendi içerisinde bir ekonomik sistem kurar ve çözdüğü bir önceki yapının dayanışma ağlarını da zayıflatır. Başka bir ifadeyle kent yaşamının zorluklarına karşı geliştirdikleri stratejileri ve sosyal sermayeleri ortadan kaldırılmaktadır (Erman, 2010b, s. 173). Esasen kentsel yarılmanın sırrı da burada yatmaktadır. Kent yaşamının maliyeti her yerde aynı değildir. Burada dönüşen sadece konutlar aynı zamanda değil ilişki biçimleridir.

Bu damgalama ve ayrışma mekanizmaları karma mahalleler olarak tanımlanan sınıfsal pozisyonları çeşitlilik gösteren ve / veya farklı kimliklerin bir arada olduğu mahallerde daha güçlü bir biçimde çalışmaktadır. Verdouw ve Flanagan'ın (2019, s. 3359) "mikro-bölgesel damgalama" olarak tanımladıkları bu olgunun damgalamanın sadece mahalleler arasında değil kimi durumlarda mahalleler içerisinde de dışa vurabildiğine işaret etmektedirler. Bu noktada damgalı kesimlerle birlikte yaşamak durumunda kalanlar bir takım ayrışma stratejileri üretebilmektedir. Pinkster (2014, s. 812-813) dezavantajlı mahallelerde orta sınıfların dezavantajlı mahallelerde yaşamalarına

rağmen buradaki yaşamdan ve yaşayanlardan kendilerini ayırma eğilimi gösterebildiğini vurgular. Burada komşularla sosyal ilişkiler kurmayarak, gündelik ilişkilerini ya mahalle dışarısındakilerle ya da kendinden gördükleriyle kurarak ve tüketim noktasında mahalleden kaçınarak bir ayrışmaya gidebilirler. Öte yandan bu ayrışma stratejileri her zaman sürdürülebilir değildir. Zira dezavantajlı mahallerde yaşamanın getirdiği sosyal ve ekonomik problemlerle baş etmek çok kolay değildir. Bu mahalleler çöküntü alanlarındaki yoksunlukları deneyimleme, kent hizmetlerinden mahrum kalma ve kaynaklardan dışlanma durumları dezavantajlı kesimlere yönelik öfkenin ve yeni kentleşme pratiklerine dair rızanın canlı tutulabildiği mekanlardır. Damganın ve hıncın kentin dönüşümüne dair toplumsal rızanın üretilmesi ve kent hakkı kavramının zayıflatılması bağlamlarında incelikli bir iktidar stratejisinin işlediği alanlar buralardır. Bu canlılığın kent mekanlarındaki doğrudan sonucu ise dezavantajlı kesimlerin kent merkezlerinden uzaklaştırılmasına -yani soylulaştırmaya- dair toplumsal rızanın üretilmesidir (Kallin ve Slater, 2014, s. 1354).

4.3.2. Kent mekanlarında soylulaştırma ve kent yoksulluğu

Yeni kentleşme pratiklerinin yarattığı yeni soylulaştırma dalgası yoğun eleştiri konusudur. Neil Smith "üçüncü dalga soylulaştırma" olarak adlandırdığı "görece yeni soylulaştırma sürecinin yeni şehirciliğin merkezi bir özelliği" (Smith, 2006, s. 15) olarak küresel bir strateji (Smith, 2006, s. 19) haline geldiği ifade etmektedir. Soylulaştırmanın küreselleşmesi farklı coğrafyalarda benzer görüntüleri ortaya çıkartmaktadır. Kentsel ayrışmayla kentlerin bir bölümü Kabil'i başka bir bölümü modern Avrupa kentlerini andırabilirken, bir arada yaşamak, ortak kent belleği oluşturmak ve heterojen bir kent yaşamı inşa etmek imkânsız hale gelmektedir (Keyder, 2018c, s. 233).

Diğer yandan sanayisizleşme ve yeni kentleşme pratiklerinin derinleştirdiği ve yeniden ürettiği kent yoksulluğu, damgalama ve soylulaştırma eleştirilerinin tam ortasında yer almaktadır. Kent merkezlerindeki sanayisizleşme eğilimi işsizlik dalgası yaratmaktadır (Bauman, 2013, s. 69). Buna eşlik eden esnek çalışma modeliyle gelirlerinde, sosyal haklarında büyük kayıplar derinleşen bir kent yoksulluğu üretmektedir. Wacquant ve Wilson (1993, s. 28) yoksulluğun ırk, cinsiyet vb. kimliklerle de kesişerek damgaya dönüştüğünü ve bu insanların sistematik olarak iş piyasasından marjinalize edildiklerini vurgulamaktadırlar.

Mingione (1996, s. 3) de kent yoksulluğunun belli bölgelerde giderek yoğunlaştığını, yoksulluğun sosyal ve ekonomik dışlamalar, damgalar üzerinden mekânsal bir boyut kazandığını vurgular. Sanayisizleşme ile kol gücüne dayanan emek talebindeki daralma, siyahiler gibi tarihsel olarak toplumsal ayrışmaya maruz kalmış ve kişisel sermayelerini geliştirmeye yönelik fırsatlardan -iş imkanları, kredi sistemleri, eğitim vd.- mahrum kalan kesimlerin işsizliğini derinleştirmiştir. Böylece kent mekanlarının dönüşümü, sanayisizleşme ve sosyal ve ekonomik marjinalleştirme kent yoksulluğunu kalıcı hale getirir. Sassen (1996, s. 64) bu noktada yeni ekonomik model ve kentlerin bu model kapsamındaki dönüşümünün farklılaşmış hizmet sektöründe çeşitlenme ve iş gücünde yarılma meydana getirdiğini ifade eder. Marjinalleştirilen kesimlerin iş kollarının gerektirdiği yetenekten mahrum bırakılması ile birlikte kentsel eşitsizliğin de derinleştirmektedir. Bu ortamda endüstriyel üretimin hâkim olduğu zamanda yarı vasıflı ve vasıfsız kesimler iş gücüne katılabilirken yeni yükselen hizmet sektöründe oldukça küçük bir kesim iyi koşullarda iş bulabilmektedir (Gans, 1996, s. 145). Özellikle iletişim teknolojilerinin etkisi ile merkezsizleşen hizmet sektöründe ihtiyaç duyulan yetenekleri edinmek için yeterli sosyal ve ekonomik sermayesi olmayan kesimler açısından gerilim yaratır (Sassen, 1996, s. 64-65).

Wilson, özellikle getto bölgelerinde iş imkanlarının daraldığının, işsizliğin suçu, uyuşturucu tüketimini, çeteleri vb. arttırdığını ifade etmektedir. Örneğin Chicago'nun Woodlawn kentinde 1950'lilerde 800'ün üzerinde ticari işletme varken 1990'larda bu sayının yüzün altına indiğini ve buna benzer süreçlerin Amerika'nın pek çok farklı noktasında kendisini gösterdiğini ortaya koymaktadır (Wilson, 2011, s. 119). Bu dışlanmaya "semt ayrımcılığı"nın da eşlik ettiği örneklerde bireyler "olağan şüphelilere" dönüşebilirken hem devletin güvenlik aygıtının radarına daha rahat girebilmekte (Atılgan, 2019, s. 68) hem de işgücü piyasasında ikinci bir ayrıma maruz kalabilmekteler. Eski üretim alanları bir bir gözden kaybolurken, ayrımcılık yeni kent ekonomilerinin talep ettiği orta sınıf yeteneklerini edinmenin önüne geçerek işsizliği kalıcı hale getirir ve mekânsal olarak da yoğunlaştırır (Wilson, 2011, s.126). İş ile özel yaşam iç içe geçerken yeni orta sınıfın tüketim biçimlerini, sosyal ve kültürel sermayelerinin ortaklaştığı mekânsal kümelenmeler oluşturmaktadır (Soytemel ve Şen, 2016, s. 90-91). Böylece markalaşma yolunda hangi bölgelerin dönüşmesi gerektiği, kimlerin dışlanacağı ve bu eylemlerin politik, kültürel ve ekonomik gerekçeleri ortaya çıkmış olur.

Bu gerekçelerin gölgesinde kent merkezleri lüks ofisler, AVMler, eğlence merkezleri, müzeler, oteller ve güvenlikli lüks siteler ile yeniden inşa edilirken (Therborn, 2013, s. 69), kentin markalaşma süreçlerini sekteye uğrattığı düşünülen "alt gelir grupları ya da kültürel ötekiler restorasyon ve yenileme sürecinde" (Geniş, 2011, s. 53) kentin çeperlerine doğru sürüklenmektedir. Mekânsal ayrışma yaşam biçimlerinin ayrışmasını da içererek ekonomik sermaye ve kültürel sermayeler yeni kent mekanlarında ayrışmanın parçası haline gelmektedir (Davidson ve Lees, 2005, s. 1169; Lees, 2012, s. 370). Bu noktada "kültür" ekonomik büyümenin girdisi olarak ele alınırken, yoksullara, göçmenlere, belli etnik gruplara ve alt sınıflara yeni işlevler yüklenmektedir. Kent merkezleri orta sınıfın tüketim taleplerine uygun biçimde yeniden şekillenirken, kentin çeperlerine sürüklenen yoksul kesimler ucuz iş gücü rezervi haline gelmektedir. Bu kesimler kentin cazibe merkezlerinden dışlanırlarken, özellikle oteller, AVM'ler, plazalar vb. yerlerde alt kademe işlerde çalışmaktadırlar. Böylece kent yoksulları yaratılan marka kentin cazibe alanlarında ucuz iş gücü olarak istihdam edilirken, kentin çeperleri ise kent yoksulluğunun görünürlüğünü azaltan bir arka sahne işlevi görmektedir.

Soylulaştırma kent mekanlarının gündelik kullanımlarından belli kesimlerin giderek dışlanmasını da içermektedir. Kentsel ayrışma güvenlikli sitelerde olduğu gibi gündelik yaşamın "güvenlikli" olarak sürdürülebileceği kamusal alanlarda da kendisini göstermektedir. Zukin bu bağlamda Disneyland ve Disney World'ün Amerikan fantezi dünyasını yansıttığı kadar (Zukin, 1995, s. 49), sınıfsal kaygılarının ve güvenlik anlayışlarının da temsil edildiği mekanlar olduğunu ifade eder. Ona göre buralar silahın, evsiz insanların, uyuşturucunun, yoksulluğun görünmez kılındığı kamusal bir medeniyet ve güvenlik kültürünü temsil etmektedir (Zukin, 1995, s. 52). Kent merkezlerinin, tarihi ve turistlik bölgelerin küresel sermayeye ve turizme açılmasıyla bu mekanlar onların taleplerine cevap verecek şekilde "ayrıcalıklı, elit, prestijli ve seçkin bir hayat" "güvenli ve konforlu yaşam alanı" (Binay Kurultay ve Peksevgen, 2012, s. 196) biçiminde dizayn edilmektedir. Bu dizayn kentin marka değerine dair sembolik ve kültürel politikalar, kent merkezinin fiziksel yapısını değiştirmenin ötesine geçmeyi gerektirmektedir. Özellikle turizme açılan mekanlar kentin marka değerine uygun bulunmayan sınıflardan, etnik gruplardan ve onların kültürlerinden dışlanmaktadır.

Böylece beğenilerin, arzuların, yaşam biçimlerinin, kültürün yoğunlaştığı mekânlar içerisi ve dışarısı ayrımının oluştuğu bir kültürel soylulaştırma doğurmaktadır. İçeride

olmak kentlerdeki yeni iş kollarına dahil olmayı kolaylaştırırken, dışarıda olmak yeni ekonominin alt kollarına doğru sürüklenmenin sosyo-kültürel / mekânsal zeminini de oluşturur. Böylece kentin giderek ışıltılı hale getirilen bölümlerinde, uygun görülmeyen yaşam biçimleri, etnik, kültürel ve sınıfsal görünümler hem fiziksel hem de sembolik anlamda silinmekte, küresel sermayeye, turistlere ve orta sınıflara seslenen güvenli ve çevreleri hem "mutenalaştırılmış kültürel ortam" yaratılmaktadır (Suner, 2018, s. 56).

4.3.3. Kamunun kente dair değişen rolü ve kaynakların verimsiz kullanımı

Smith'in dikkat çektiği üzere "soylulaştırmanın yeni biçiminde devletin dönüşen rolü damga" (Smith, 2006, s. 22) vurmakta ve devletin yeni kent politikalarındaki öncelikleri eleştirilmektedir. Bu noktada yap-işlet-devret gibi modeller üzerinden kurulan "kamu-özel ortaklığı, öncelikli ekonomik ve siyasi amaç olarak, belli bir yöredeki koşulları geliştirmeyi değil, yerin spekülatif inşası ile gelen yatırım ve ekonomik gelişmeye" (Harvey, 2019, s. 181) odaklanması tartışmaların merkezindedir. Özellikle kenti "yeni sermaye fraksiyonlarına, üst gelir gruplarına ve seçkin turistlere pazarlanması gereken bir meta tahayyül" (Geniş, 2011, s. 53) kentleşmenin amaçlarında bir sapma olarak kabul edilmektedir. Kent mekânı kullanım değerinin ötesinde bir mübadele değeri bağlamında ele alınmakta (Lefebvre, 2014, s. 23) ve bütün bu girişimcilik stratejileri kenti bir yaşam alanı olarak tasarlanmaktan ziyade ekonomik büyümeyi hedefleyen bir dizi stratejidir (Lauermann, 2018b, s. 206). "Belediyeler sosyal yönü ağır basan yerel yönetim organizasyonları olması gerekirken, neo-liberal politikaların benimsenmesi ile piyasacı bir mantığa bürünürken" (Sezik, 2013, s. 289), bu politikaların temelinde "kentlerin özgün kimliklerini güçlendirerek küresel sermayeyi çekmek ve yeni sermaye birikim süreçleri yaratma amacı yatmaktadır" (Geniş, 2011, s. 53).

Kamunun girişimci gibi hareket etmesi ve belli kesimler lehine kent kaynaklarının dağıtılması vatandaşlık hakkı ve kamu otoritesi arasındaki ilişkiyi giderek zayıflatmaktadır. Kentleşme bağlamında kamunun değişen işlevleri piyasa odaklı kalkınma anlayışının da ötesine geçerek sermayeyi "piyasalarda ve yönetişim rejimlerinde ortaya çıkabilecek endemik çöküşlerden koruyacak yeni kayırma mekanizmaları ve krizi başka yerlere kaydırma biçimleri geliştirmeyi de hedeflemektedir" (Theodore, Peck ve Brenner, 2012, s. 31).

Bu noktada tenkitler kamu otoritesinin kentin kaynaklarını eşitsiz ve belli kesimlerin lehine dağıttığı, onların kent içerisindeki avantajlı konumlarını pekiştirdiği yönündedir. Kentlilerin büyük bölümü kentleşme süreçlerindeki karar alma mekanizmalarından dışlanırken özellikle sermaye gruplarının taleplerinin belirleyici haline geldiği, kent mekanlarının ve belediye hizmetlerinin özelleştirildiği ifade edilmektedir. Bu noktada kamunun kent hizmetlerinin gerçekleştirilmesine dair işlevlerindeki değişmenin kamunun kaynaklarının sermaye transferi olarak yorumlanmaktadır. Kent mekanlarının sermaye lehine özelleştirilmesiyle müşterek mekanların kullanımının kısıtlanmasının önünü açacak idari kararları da beraberinde getirmektedir. Özellikle Hindistan'da İngiliz Milletler Topluluğu Oyunları (Commonwealth Games) ev sahipliği yaparken kentin imajını (Shining India) zedeleyeceğini düşündükleri getto sakinlerini zorla yerlerinden etme politikası (http-12) örneğinde olduğu gibi kamunun dönüşen işlevleri keskin bir biçim alabilmektedir. Devlet kamusal alanların sermayeye tahsisinde olduğu kadar hâlâ müşterek sayılabilecek mekanlarda yarattığı kısıtlamalarla hem vatandaşları hem de turistleri tüketime zorlayacak adımlar atabilmektedir. Kentin cazibe merkezlerindeki bankların ortadan kaldırılması, hatta İspanyol Merdivenleri'ne oturma yasağını örneğinde olduğu gibi (http-13) devlet bu cazibe alanlarında kafeleri, restoranları vatandaşlar ve turistler için bir zorunluluğa çevirebilmektedir. Bu anlamda kamusal alanların kullanımına yönelik devletin aldığı kararlar tüketimi zorunlu hale getiren kent hakkının aşındırılması yönünde adımlar haline gelmektedir.

Mega projeler, kentin markalaştırılması ve kent rekabeti ile büyüme politikası arasındaki ilişkiye (Lauermann, 2018b, s. 214) yönelik eleştirilerin diğer boyutu ise, mevcut stratejilerin amacına ne kadar ulaştığı ve yeni mekânsal dönüşümlerin kentlerin sürdürülebilirliğe olan etkilerine dairdir. Zira bu stratejiler farklı toplumsal / doğal süreçlerden hızla etkilenmekte, kırılgan yapısı nedeniyle yatırımların boşa gitmesi riskini taşımaktadır. 2003 SARS salgını Hong Kong'u adeta hayalet kente çevirmiş, alışveriş ve perakende sektörlerine ağır darbe indirmiş ve bozulan ekonomi sonrası çok sayıda intiharın yaşandığı bir ortamı doğurmuştur (Suner, 2018, s. 105). Benzer biçimde COVİD-19 salgını tüm dünyada insan hareketliliğini kısıtlamış, ekonomilerini turizme bağlamış kentleri krize sürüklemiş ve yatırımların nasıl âtıl hale gelebileceğini

göstermiştir. Bu noktada küresel rekabette öne çıkmak adına kente yapılan büyük çaplı yatırımların sürdürülebilirliği şüphelidir. Harvey'in de vurguladığı üzere;

> "…başarıyla çalıştırılan kaç tane kongre merkezi, spor stadyumu, Disneyland ve liman meydanı yapılabilir ki? Başarı çoğu kez kısa sürelidir veya başka yerlerde ortaya çıkan rakip ya da alternatif yeniliklerle etkisizleştirilir. Alışveriş merkezlerinden kültür tesislerine kadar her alandaki aşırı yatırım kent mekânında somutlaşan değerleri güçlü bir yok olma tehdidine maruz bırakır" (Harvey, 2017, s. 375).

Yöneticilerin mega projeler için özel şirketlere sağladığı sübvansiyonlar da eleştirilmekte, özellikle sübvansiyonların kamu-özel iş birliğini sürdürebilir kılma noktasındaki işlevleri münakaşa konusudur. Sermayeye yönelik vergi indirimleri, müşteri garantisi, kamusal alanların ücretsiz tahsisi gibi doğrudan ve dolaylı sübvansiyonlar esasen kentin yeniden yapılandırılması süreçlerinden doğan riskleri kentlilerin sırtına yüklerken (Lauermann, 2016, s. 316) elde edilen kârın büyük bir kısmı sermayede toplanmaktadır. "Devlet liderliğinde özelleştirme" olarak gündeme gelen bu süreç kamusal kaynakların ve mekanların hızla sermaye lehine özelleştirildiği; bu kaynakların kent sakinlerinin ihtiyaçlarına yönelik kullanılmadığına dair eleştireler yoğunlaşmaktadır (Lauermann, 2016, s. 316).

5. KÜRESEL/MARKA KENT BAĞLAMINDA AKDENİZ DÜNYASI

"Karalar arasında aracı" (Kılıçbay, 2005, s. 233) anlamına gelen -*Mediterranean*- Akdeniz, tarihi milattan önceye dayanan, yarattığı ilişkilerle bugünkü uygarlığa rengini veren bir coğrafya, bir deniz sistemidir. Bu bakımdan uygarlık tarihindeki önemi bakımından bir denizin ötesindedir (Takış, 2005, s. 9). Havzanın etrafındaki uygarlıklarla, aralarındaki ekonomik, sosyal, dini, kültürel ilişkilerle ve deniz hakimiyeti adına bitmek bilmeyen savaşlarla bugünkü uygarlığa -esasen Batı uygarlığına- rengini veren, dünya tarihinin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu bakımdan Akdeniz, etkileri kıyı kentlerinden başlayıp hinterlandını da içerisine alacak şekilde (Takış, 2005, s. 10) yayılan ve mekânın sınırlarını aşacak ilişkilerin doğuran bir havzadır.

Akdenizli dendiğinde akılda canlanan imgeler söz konusudur. Bugün Akdeniz'in önemli ticaret ve turizm alanlarının tanıtımlarında "Akdeniz kimliği" sıkça vurgulanmakta, Zukin'ci bir bakış açısıyla ifade edilirse, kentin ekonomi politiğinin bir parçası haline olarak "sosyal sermaye" işlevi görmektedir. Bu sosyal sermayede tarihsel

temelleri olan fakat seçici ve kısmen imgesel bir kurgunun eşlik ettiği kompozisyon söz konusudur. Bugün çoğunlukla İslam'ın ve Hristiyanlığın yaygın olduğu tek tanrılı dinlerin coğrafyası olan Akdeniz kentlerinin turizm reklamlarında Pagan dünyasına ait tapınaklar, antik kentler ve yapılar ortak kültür ögesi olarak sunulmakta, Antik Yunan Felsefesi Avrupa'nın fikri zemini olarak kabul edilmekte, Akdeniz mutfağı önemli bir markaya dönüşmekte ve kozmopolit bir Akdenizli yaşam tarzı ön plana çıkartılmaktadır.

Roma Dönemi'nden kalma Baalbek Antik Kenti, Roma'daki Pantheon Tapınağı, Tunus'taki Sbeilta Tapınakları ya da Viyana'daki Augustus ve Livia Tapınağı farklı coğrafyalardaki benzer tarihsel dokunun örnekleridir. İspanya'nın Granada kentindeki El Hamra Sarayı, Endülüs Bölgesi'ndeki Kurtuba Camii, Sicilya İslam Emirliği döneminden kalma eserler vb. havzanın Avrupa aksında İslam dünyasının bıraktığı izlerdir. Havzanın önde gelen turizm bölgelerinden Mısır, Yunanistan, Tunus, Türkiye, Fransa, İtalya gibi ülkelerin turizm tanıtımlarında Akdeniz kültürü sıkça vurgulanmakta hatta Akdeniz havzasının dışında kalan Dubai'nin meşhur oteli "Burj Al Arab Jumeirah" (Yelken Otel) tanıtımında Fransız Rivierası, Akdeniz mutfağı gibi unsurlar öne çıkartılmaktadır (http-14).

Bu bakımdan Akdenizli imgesinin tarihsel zeminini yaratan süreçler ve bugünkü kent sistemine bıraktığı miras önemlidir. Bu amaçla ilerleyen bölümde, çalışmanın kapsamını aşacak tarihsel süreci özetlemekten ziyade Akdeniz kenti söylemine zemin hazırlayan kavramsal uğraklar üzerinden tartışılmaktadır. Öncelikle Akdeniz'in medeniyet üretme kapasitesinin altında yatan ilişki biçimlerine odaklanılmaktadır. Sonrasında bu zeminin kenti bir çekim noktası haline getirmek adına yaratılan sosyal sermaye noktasında nasıl bir miras bıraktığı ele alınmaktadır.

5.1. Akdeniz, Medeniyet ve Uygarlık

Politika, 'polis' kelimesinden -yani "şehirle, kentle, site ile, site devleti ile ilgili şeyler"- türemiştir (Arslan, 2006, s. 204-205). Yaşamın yeniden üretilmesinin siyasete ve hukuka bağlı modern uygarlığın temelleri de poliste, yani Akdeniz Havzası'nda doğmuştur. Akdeniz havzasını medeniyet ve uygarlık tarihi ile birlikte anılmasının belli başlı nedenleri vardır. İlk olarak coğrafi konumu ve bu konumun tarihteki önemidir. Braudel (1989, s. 182) Akdeniz sistemini coğrafi olarak bir denizin sonucu değil insan etkileşimin yarattığı karşılıklı ilişkiler bağlamında doğmuş bir yapı olarak ele alır. Bu

ilişkilerin merkezine ticaret vardır. Antik dönemden itibaren havzanın etrafına toparlanmış kentler ve devletler ticaret ağı kurmuştur. Ticaret beraberinde mal ve hizmetlerin, insanların, kültürlerin dolaşımda olduğu hareketliliği getirmiştir. Havza ticaretin, etkileşimin, felsefenin, merkantilist aklın, rekabetin, iş birliği ve savaşın yarattığı ilişkiler üzerinden sosyo-politik ve sosyo-ekonomik yapıların yeşerdiği bir destinasyon olmuştur (Purcell, 2014, s. 59; Maheras, 2016, s. 2).

Öte yandan ekonomik rekabette din ve kültür temelli savaşlar da eşlik etmiş, rekabet buralarda da kendisini göstermiştir (Catlos, 2017, s. 5). Bu anlamda Akdeniz'in havzayı ekonomik ve kültürel anlamda hakimiyeti altına almak isteyen güçler arasında sonu gelmeyen savaşlar coğrafyası haline gelmiştir. Semai dinlerin yayılmacı anlayışıyla kültür savaşları da eklemlenmiş, savaş ve barış arasında uluslararası sistemlerin de doğuşuna zemin sağlamıştır.

Kısa bir tarihsel kronoloji sunmak gerekirse, öncelikle Antik dönem Akdeniz'i kent devletlerinin ve kadim medeniyetlerin yeşerdiği bir coğrafyadır. Fenikelilerin Akdeniz hegemonyasını kaybetmesiyle başlayan Yunan kent devletlerinin hakimiyetiyle (Arslan, 2008, s. 6) ticaret ağlarının güçlendiği görülmektedir. Bugünün özellikle mekânsal ve düşünsel mirasının temellerinin atan, Büyük İskender'in Helenizm'inin doğu-batı sentezinin yarattığı ekonomik ve kültürel atmosferi de bu dönemde doğmuştur.

Özellikle bölgede farklı rakip güçlerin hâkim olduğu dönemler bölgenin hareketliliğini askeri bir tehdide çevirirken, Roma döneminde olduğu gibi nadir dönemlerde tek bir gücün egemenliği altında güvenli hale gelmiştir (Abulafia, 2011, s. 643). Kent devletlerinden imparatorluğa evirilen (Ağaoğulları ve Köker, 2011, s. 24) ve Akdeniz'i bir Roma denizi haline getirebilen Roma İmparatorluğu, denizi kıta hinterlandıyla bağlantılı bütüncül bir sisteme kavuşturmuş (Kılıçbay, 2005, s. 235), ticari yaşam görece güvenli bir biçimde uzun yıllar sürmüştür (Selik, 1980, s. 55). Takip eden dönemde ise Germen istilaları, hastalıklar ve Hıristiyanlığın doğuşu ile Roma'nın hakimiyeti kaybolmaya başlamış, bölünüp yıkılmasıyla Akdeniz'de siyasal birliğin bir daha kurulamamıştır (Valerian, 2014, s. 77).

İslamiyet'in Arap Yarımadası'ndan Afrika, Asya ve Anadolu'ya yayılması, Türklerin Anadolu'ya girişi, Hıristiyan dünyanın Avrupa kıtasında sıkışmasıyla havzada din merkezli bir doğu-batı ikiliği üzerinden ayrışmıştır. Böylece siyasal bütünlüğü sağlamak artık imkânsız hale gelmiştir (Kaçar, 2005, s. 213; Kılıçbay, 2005, s. 231).

Böylece havzada Müslümanlar ve Hristiyanlar komşu, rakip ve düşman konumuna gelmiştir (Lewis, 1996, s. 4).

Osmanlı, Avusturya-Macaristan, İspanya vb. imparatorlukların doğuşu ile kent devletleri özgün karakterini kaybetmiş, liman kentleri merkeze bağlanmış ve merkezin ekonomik aktivitelerinin bir unsuru haline gelmiştir (Braudel, 1990, s. 1). Özellikle Osmanlı'nın Akdeniz'in doğu ve güney akslarını fethedip ticaret yolunun doğu aksına tamamen hâkim olması havzadaki İtalyan hakimiyetine son vermiş (Greene, 2014, s. 97), Avrupa'nın coğrafi keşiflere yönelmesine neden olmuştur. Devam eden yüzyıllarda Akdeniz dünya ekonomisi ve politikasındaki merkezi konumu zayıflamış, merkez Atlantik hattına kaymış (Tilly, 2001, s. 74; Frank ve Gills, 2003, s. 547), bölge fakirleşmiş (Braudel, 1989, s. 185) ve "Doğu Akdeniz'deki memleketlerin çöküşünü hazırlamıştır" (İnalcık, 2013, s. 135). Avrupa'da güçlenen merkantilizm buradaki devletlerin güçlenmesini beraberinde getirmiştir (Delanty, 2013, s. 127-128). Böylece Avrupa'da burjuvazinin doğuşunun öncülü olacak ticaret sınıfları güçlenmiş, kıtada sermaye yoğunlaşması hız kazanmıştır. Sanayi Devrimi'nin gerçekleşmesiyle İngiltere gibi yeni deniz güçleri doğarken, Akdeniz'in Portekiz, Hollanda gibi güçlü aktörleri zayıflatmıştır. Bu süreçte havzanın Afrika aksı sömürge konumuna düşecek, Osmanlı'nın elinde tuttuğu doğu aksı önemini ve gücünü iyice yitirmiştir. Dünya savaşları ile geçen dönemin ardından imparatorluklar dağılmış, sömürgeler bağımsızlıklarını ilan etmiş ve Akdeniz ulus devletlerin çevrelediği bir havza haline gelmiştir.

Esasen Akdeniz'i dünya tarihindeki önemli aktörü haline getiren unsur ticaret ve ticaretin beraberinde getirdiği kurumsal, hukuki ve bürokratik yapı, kültürel dolaşım ve çoğu zaman savaşlara varan rekabettir. Ticaretin gerektirdiği uzlaşma, bu uzlaşmanın ussal biçimi olarak hukuk, iş bölümü ve bürokrasi ile merkantilist ilişkilerin zeminini hazırladığı liberal düşünce ve kapitalizm, Akdeniz havzasındaki ilişkilerde can bulmuştur. Weber, bölgeler arası mübadelenin hane içindeki ekonomik sistemlerin dönüşüp kapitalist üretim biçimine giden yolu açması noktasında Akdeniz havzasına vurgu yapar. Ona göre mübadele hane içerisindeki otoriteyi dağıtmakta, hane liderine bağlı üretim biçiminin yerini kişisel iş kolları almakta ve kapitalist işletmenin ortaya çıkışının zeminin hazırlamaktadır (Weber, 2012a, s. 503-504). Akdeniz havzası, erken dönemde yapılan anlaşmalar ile yerel kapitalistlerin mal alıp verebildiği bir ağ biçiminde gelişmiştir (Weber, 2012b, 581). Benzer biçimde Marx (2013, s. 687) da kapitalist

üretimin 14. ve 15. yüzyıllarda Akdeniz kentlerinde kendisini göstermeye başladığını fakat dönemin tam anlamıyla 16. yüzyılda başladığını vurgular.

Bu anlamda ticaretin, iletişim ve etkileşimin, kurumsal ilişkilerin doğduğu coğrafyada erken, mini küreselleşme yaşandığını söylemek mümkündür. Bu süreçte Akdeniz farklı coğrafyalarda birbirine benzer kent biçimlerinin doğduğu, ticari anlaşma ve kuralların inşa edildiği, ekonomik yapının kendisini gösterdiği, merkantilizmden kapitalizme evirilecek sosyal ilişkilerin, sınıfların ve zihin yapılarının kıvılcımının ortaya çıktığı ve 19.yy Avrupa liberalizminin fikri zeminin filizlendiği coğrafya olarak tarih sahnesine çıkmıştır. Ve liman kentlerindeki bahsi geçen ilişkiler ağı olmaksızın 19. Yüzyıl liberalizmi ve beraberindeki uygarlık tarihini açıklamak mümkün değildir (Keyder, 2010a, s. 14). Elbette bu gelişmeleri doğuran zorunluluklar, ilişki ağları ve beraberinde getirdikleri ile ilgilidir.

İlk olarak bu biçimin gelişmesinin altında önemli bir zorunluluk yatar. Denizin bu merkezi özelliğinin tarım olanaklarından yoksun Yunan toplulukları deniz üzerinden bir yaşam dünyası kurmaya başlamakta, böylece "insanlık tarihinde bir deniz, ilk defa o tarihin başlıca aktörlerinden biri haline gelmektedir" (Kılıçbay, 2005, s. 234). Havzanın ticaretinde uzun süreli aksama hem Akdeniz kentlerini hem de onun hinterlandındaki bölgeleri ekonomik olduğu kadar yaşamsal problemleri de beraberinde getirmektedir. Özellikle gıda ticaretinin aksaması en ciddi problemlerden biridir. Ticaretin bu denli yoğun gerçekleştiği bu havzada gemilerin ve bölge kentlerinin güvenliği daima bir zorunluluk olarak tüccarların, kentlerin ve devletlerin karşısına çıkmıştır. Bu nedenle Akdeniz' etrafındaki coğrafyaların işgali ve Akdeniz'i kendisine ait bir göl haline getirme ülküsü her dönemde kendisini göstermiştir. Fakat geniş ve kontrol edilmesi zor coğrafyada bunu gerçekleştirebilen tek bir güç -Roma- olmuştur. Havza özellikle başkent ile ticaret sahaları arasındaki konumu üzerinden Roma ekonomisinin önemli bir kanadı olduğu kadar Arap Yarımadası, Asya ve Afrika üzerinden sağlanan temel gıda malzemelerinin getirildiği hayati bir denizdir (Kaçar, 2005, s. 203-204). Bu bakımdan havzadaki ticaretin kontrolü hem siyasal sistemin hem toplumsal yaşamın istikrarlı bir biçimde sürmesi bakımından önemliydi (Bulut, 2005, s. 223). Elbette bu sürekliliği her daim savaşla veya zor kullanarak sağlanmamıştır. Ticari örgütlenmeler, hukuk, anlaşmalar ve sistemler havzadaki ilişkilerin devamlılığının ve toplumsal olguların (din, kültür, siyaset vb.) hareketliliğini mümkün kılan unsurlar olmuştur.

1200lü yılların sonunda Roma ve Venedik arasında önemli çatışma alanlarından bir tanesi para olmuştur. Akdeniz sistemi içerisinde Venedik Dukası'nın Bizans sikkesinin yerini almaya başlaması iki devlet arasında çatışma nedeni olmuştur (Altan Ege, 2005, s. 68). Bugün uluslararası ilişkilerde devletlerin küresel hegemonya aracı olarak kullanmaya çalıştıkları para birimleri esasen bu tarihlerde kendisini göstermiştir. Ticaretin kalbi noktasında hâkim olma çabası bu anlamda fiziksel bir savaştan ibaret olmadığı, bugünkü küresel para rekabetinin arkaik biçimi olarak çatışma alanı haline geldiği anlaşılmaktadır.

Akdeniz ticaretinin bugüne bıraktığı önemli miraslardan bir tanesi iş bölümü ve uzmanlaşmanın kendisini gösterdiği meslek odalarıdır. Venedik doğu ile kurduğu ticari ilişkileri lonca sistemi üzerinden yürütmüştür. Balıkçılar, kunduracılar, dokumacılar vd. kendi aralarında kurdukları lonca üzerinden ülkeler arası ticari ilişkiler organize edilmiş, ticaret "sistemli bir yapıya" kavuşmuştur (Altan Ege, 2005, s. 59-60). Böylece toprağa dayanmayan bir iş bölümünde kurumsallaşma kendisini göstermeye başlamıştır. Venedik örneğinin erken biçimlerini işaret ettiği, sonraki yüzyıllarda ise giderek yoğunlaşan rasyonelleşme ve iş bölümünün bu biçimi Weber'e göre doğu kenti ile Akdeniz kenti arasındaki farklılaşmanın temellerini atmıştır. Akdeniz kentlerinin sınıf yapısı Asya kentlerinin sınıf yapısından ayrışmaktadır. Ona göre Asya kentlerinde (Çin, Hindistan gibi) hâkim olan "animistik klan", "patrimonyal kast" gibi ayrışmalar, Akdeniz kentlerinde olduğu gibi bir kent hukukunun ortaya çıkışının önüne geçmiştir (Weber, 2012b, s. 606). Weber'e göre bu durumun kentler bağlamında önemli bir sonucu olacaktır. Asya kentlerindeki tabuya yaslanan toplumsal ayrışma biçimleri kent içerisinde "şehir memuriyetlerine ve konseye katılma hakkı" gibi kent ilişkilerinin doğmasını engelledi (Weber, 2012b, s. 624). Öte yandan Asya kentlerinin bu yapısı birbirleri arasındaki ilişkileri de sınırlamış ve Akdeniz kentlerinde olduğu gibi "şehir kardeşliklerinin" ve "şehir konfederasyonlarının" oluşumunun önünü kesmiştir (Weber, 2012b, s. 624-625). Uzakdoğu kentlerinde ise olmayan bu hareketlilikti. Braudel (1989, s. 182), Uzakdoğu kentlerinin büyük insan kitlelerinin bir araya toplandığı fakat kentler arası etkileşimin yoğun olmadığı yerler olduğunu vurgular.

Bu etkileşim zamanla ticari sistemler olarak da kendisini göstermiştir. Bilhassa Atlantik hattının ortaya çıkışı bu süreci hızlandırmıştır. Coğrafi keşifler ile yeni ticaret yollarının ve Amerika'nın bulunması Akdeniz'in yüzlerce yıllık öneminin sarsılmaya başladığı dönemin başlangıcı olmuştur. Özellikle Amerika'dan Batı Avrupa'ya getirilen

değerli metalar ve köleler bu bölgede önemli emek ve sermaye birikimini doğurdu (Bulut, 2005, s. 225). Bu durum havzanın doğu ve batı arasındaki ticaretin zorunlu coğrafyası olmaktan çıkmaya başlamış, artık ticaretten pay almak isteyen devletler havzayı çekim merkezi haline getirmek durumunda kalmaya başlamıştır. Osmanlı Devleti'nin 16. ve 17. Yüzyıllarla birlikte kapitülasyonlar yoluyla bölgenin ticaretini canlandırma çabaları, Akdeniz ve Atlantik arasında yoğunlaşan ticaretten pay alabilmek için imtiyazlar sunmak durumunda kalması önemli bir göstergedir (Bulut, 2005, s. 229). Savaş ve zor kullanımı havzanın kaderi olmaktan çıkmamakla birlikte, artık küresel ekonominin ussal biçimleri ilişkilerin önemli bir biçimi olarak kendisini göstermektedir. Antik dönemden izler taşıyan fakat bugünkü serbest ticaret bölgelerini andıracak şekilde uluslararası ticaret ağı gelişmektedir.

Elbette bu temaslar kültür ve zihin dünyaları arasında ilişkileri de getirmektedir. Akdeniz bölgesi erken dönemlerden itibaren kaliteli ürünlerin üretildiği bölgelerden daha ikincil planda kalan bölgelere transferler yoluyla geçimlerini sağlamayı öğrenmiş halkların buluşma noktasıdır (Abulafia, 2011, s. 641). Yüzyıllarca süren ticaret merkezi olma özelliği kültürel karşılaşmaların yoğun olarak görüldüğü yer olmuştur. Asya, Afrika, Avrupa gibi farklı coğrafyalardan pek çok insan bu bölgelerde karşılaşmış, bölgeye kendi yemeklerini, kültürlerini, dillerini, dinlerini, teknolojilerini taşımıştır (Catlos, 2017, s. 5).

Etkileşimin belki de en çok kendisini gösterdiği yerler fuarlar olmuştur. Buralar tüccarların buluşma noktası ve metaların, paraların ve kültürün dolaşıma girdiği önemli merkezler olmuşlardır. Tabi ki bazı fuarlar daha gözde bazıları daha küçüktü. Kentler arasındaki rekabet fuarların şöhretini de sürekli değiştirmiştir (Braudel, 1989, s. 225). Fakat her durumda fuarlar, festivaller, ticaret yolları mal, hizmet ve insanların dolaşımı beraberinde fikirlerin hareketliliğini doğduğu ve felsefi akımlar, diller, dinler ve mekânsal biçimler havza boyunca dolaşıma girdiği merkezler olmuştur. Örneğin Antik Yunan'daki Olimpiyat Oyunları hem oyunları izlemek hem de serbest ticaret dönemini kaçırmak istemeyen birçok insanın toplandığı bir yer olmuştur. Bu karşılaşma kültürün de dolaşımını getirmiştir (Mumford, 2000, s.183).

Kültürel dolaşımın bugüne bıraktığı en çarpıcı miras belki de çağdaş alfabedir. Havzadaki ticaretin öncü medeniyeti olan Fenikeliler bu anlamda yazının yaygınlaşmasında önemli bir rol oynamıştır. Doğu Akdeniz'de (Bugünkü Suriye, İsrail

hattı) kent devletleri biçiminde ortaya çıkan Fenikeliler deniz aşırı ticarette uzmanlaşmış Mısır'da, Afrika'da, Sicilya'da koloniler kurmuştur. Farklı coğrafyalarda ticaretin iletişim noktasındaki zorluklarına ilişkin çözüm arayışı modern alfabenin atası sayılabilecek fonetik alfabenin doğuşuna ve havzaya yayılmasına neden olmuştur (Tan, 2003, s. 306). Mezopotamya ve Mısır dillerinden etkilenen "bu döneme kadar kullanılan çivi yazısı, pigtografik ve ideografik yazıdan daha etkin ve işlevsel olan… fonetik yazı" (Tan, 2003, s. 306) olan Fenike Alfabesi'nin Akdeniz havzasına yayılması tüccarlar eliyle olmuştur (Şenel, 2006, s. 607). Bu alfabe havzaya oldukça yaygınlaşmış ve yerleşmiştir. Öyle ki Roma İmparatorluğu'nun yıkıldığı dönemde bile pek çok Afrika köylerinde Fenike-Katarca dilinin konuşulmaya devam ettiği bilinmektedir (http-15). Dillerin hareketliliği birbirlerini etkileyecek biçimde sürmüş, 13. ve 16. yüzyıllar arasında Yunan, Roma, Arap dil sistemlerinin birbirleriyle ilişki bir biçimde dönemin "lingua franca"sı olarak kabul edilebilecek melez bir dil görünümü sergileyen yazılı belgelerden söz konusudur (Mallete, 2014, s. 332).

Helenistik ve Roma dönemlerinin kültürel hareketlilikteki payı büyüktür. Özellikle fikirlerin dolaşıma girmesi büyük oranda bu dönemlerin mirasıdır. Helen kültürünün bu noktadaki en önemli katkısı Yunan-Barbar ikiliği üzerine kurulan Antik Yunan düşüncesinin zayıflatılması olmuştur. Kozmopolit bir yaşam dünyası yaratma ülküsüyle inşa edilen Helen kültürü uzaktaki halkların temasını yoğunlaştırmış, Antik Yunan halklarının hiyerarşik dünya görüşünü aşındırmış ve insan doğasının ortak olduğuna dair fikirlere zemin hazırlamıştır (Ağaoğulları, 2013, s. 388). Büyük İskender'in fetihleri İran, Suriye, Mısır ve pek çok bölgeyi siyasal ve kültürel olarak "Yunan dili ve kültürünün etkisi altına" sokarken, Yunanlıların yaşamları da bu bölgelerin geleneklerinden, kültürlerinden ve dinlerinden etkilenmiştir (Arslan, 2006, s. xvi).

Helenizmin bir Akdeniz kültürü yaratma noktasında önemi bu etkileşimle de sınırlı değildir. İskenderiye'nin kent planına ilişkin Büyük İskender'in yaratmak istediği kültürel ortamın mekandaki yansıması için güzel bir örnektir. İskender Mısır'ı fethettikten sonra İskenderiye'nin inşası için Rhodoslu Dinokrates'i görevlendirmiştir. Ona "ticaretin, sanatın ve bilimsel çalışmaların merkezi" olacak bir kent tasarlamasını isteyen İskender bu sayede "halklar arasında ayrım gözetmeden herkese sunulan uygarlığın kalıcı olacağı" bir kent ortaya çıkartmak istemekteydi (Demiriş, 2005, s. 77). Helenizm projesinin mekansal simgesi olan İskenderiye "Akdeniz havzasında gelişen

bilim, kültür ve düşünce hareketinin mayalandığı önemli bir merkez haline gelmiş" (Şenel, 2015, s. 445), kendi döneminin en kalabalık, doğu-batı ticaretinin koordinasyon noktası, kozmopolit (Demiriş, 2005, s. 78) ve kültür merkezi sayılabilecek bir kente dönüşmüştür. Diğer taraftan havzadaki kültürel yayılmanın ivmesini, bütün bu coğrafyayı egemenliği altına alan ve Avrupa ile Avrasya'yı ticari, politik ve kültürel olarak birbirine bağlayan (Tilly, 2015, s. 41) Roma Dönemi'nde yaşandığını görülmektedir. Roma havzayı tamamen kontrol altına alabilmesi ve liman kentlerini merkeze bağlayabilmesi hareketliliği kolaylaştırmıştır. Özellikle Pagan kültürünün ve Stoacılığın Doğu Akdeniz'de yayılması bu dönemin ürünüdür (Ağaoğulları vd., 2015, s. 197).

Bu bakımdan havzanın özellikle Antik dönemde kültürel hareketlilik sahası olduğu görülmektedir. Helenistik kültür, Pax Romana süreçleri kültürel ögeleri farklı mekanlara taşırken "tiyatro, meclis, Pazar yeri ve spor salonu gibi yapılara farklı ifadeler kazandırdı" (Smith, 2008, s. 330). Bugünkü çapıyla kıyaslanamayacak olsa da havzadaki ilişkiler mal, hizmet, para, insan ve kültürlerin dolaşıma girdiği bir çeşit mini küreselleşme görüntüsü sergilemektedir. Sonraki yüzyıllar ise bu görüntüden giderek uzaklaşan bir süreç karşımıza çıkmaktadır. Roma'nın yıkılışı, Hıristiyanlığın ve İslamiyet'in havzaya yayılması, Türk akınları, İstanbul'un fethi gibi yüzyıllar alan süreçler neticesinde havza din bağlamında ikiye bölünmüş, Doğu Akdeniz ve Afrika hattı boyunca Müslümanların hakimiyetine girerken Avrupa Hıristiyan dünyanın evi haline gelmiştir. Özellikle coğrafi keşifler, Rönesans ve Reform hareketleriyle Avrupa'da yeşeren yeni düşünce dünyası köklerini Antik Yunan ve Roma uygarlıklarına dayandırıp bu mirası sahiplenirken, Akdeniz'in geri kalanı Müslümanlık üzerinden şekillenmeye başlamıştır. Böylece tarihsel ortak miras Avrupa'nın tekeline geçmeye başlamıştır.

Oysa Avrupa'nın bugünkü temelleri doğudan, Akdeniz, Grek ve Yahudi uygarlıklarından fazlasıyla etkilenirken (Russell, 1972, s. 158; Delanty, 2013, s. 82), Müslümanlıkla özdeşleşen doğu ise bu mirastan dışlanmış durumdadır. Amin'in (2007) "Avrupamerkeziyetçilik" olarak ifade ettiği durum Avrupa'nın merkantilizm, coğrafi keşifler, sanayi devrimleri ile elde ettiği ekonomik, politik ve askeri gücünü kültürel anlamda insanlığın ortak mirası olarak inşa ettiği medeniyetin tekeline alınmasını barındırdığını ifade eder[2]. Böylece Avrupa merkezli bakış açısı kendisine zemin bulmuş,

[2]Türkiye düşünce dünyasında da benzer bir eleştirel akım söz konusudur. Türkiye'de 1930-1970 arasında ortaya çıkan Mavi Anadoluculuk akımı Avrupa medeniyetinin Akdeniz'de ve Akdeniz sisteminin parçası

havzanın karşılıklı etkileşiminden doğmuş felsefi ve kültürel zemin Avrupa kıtasının mülkiyeti olarak görülmeye başlamış ve doğu-batı ikiliğinin pekiştirilmesinde rol oynamıştır.

5.2. Akdeniz Kentlerine Miras: Dünya Kenti / Marka Kent Perspektifinden Akdeniz Havzası

"Günümüz Akdeniz'i temelde bir ulus devletler Akdeniz'idir" (Tekeli, 2016a, s. 13). Bütüncül bir siyasal kültürden uzak, politik ve ekonomik rekabetin sıcak savaşların, çatışmaların, yaşandığı bir coğrafyadır. Dahası artık kendi iç sistemlerinin oluştuğu, kıtalar arasında bölünmüş ve önemli düzeyde güç farklılarının görülmektedir. Apostolopoulos, Loukissas ve Leontidou'nun (2001, s. 4-5) yaptığı sınıflandırmaya göre Akdeniz sosyo-ekonomik açıdan gelişmiş ve siyasal istikrarı güçlü Avrupa devletleri (Fransa, İspanya, Yunanistan ve İtalya); doğal kaynak bakımından zengin fakat siyasal ve sosyo-ekonomik boyutta önemli yapısal problemleri olan Cezayir, Mısır, Lübnan, Libya, Fas, Suriye ve Tunus; son olarak da istisna bir örnek olarak her iki grubun da özelliklerini taşıyan, batı yönelimli, siyasi kutuplaşmanın yüksek olduğu Türkiye'den oluşmaktadır.

Bugün derinleşen kapitalist ilişkiler, modern dünyanın değişim hızı bu bölgenin önemini giderek azaltmış, küresel hegemonya kuzeye ve batıya kaymış ve havzanın değeri tarihsel bir olguya dönüşmüştür (Kolluoğlu ve Toksöz, 2010, s. 1). Akdeniz'i çevreleyen kentlere bakıldığında büyük bir bölümü küresel ekonomiye doğrudan eklemlenmemiş ya da yüksek katma değer yaratacak iş kolları (teknoloji üretimi gibi) dışındaki faaliyetlerle (turizm vb.) öne çıktıkları görülmektedir. Bu bakımdan Friedman'ın ve Sassen'in ifade ettikleri biçimde küresel sermayenin organize ve komuta edildiği bir Akdeniz dünyasından bahsetmekten mümkün değildir. Dahası Avrupa'nın ülkeleri dışarıda bırakıldığında havzada bölgesel / küresel bir iş birliğine gidebilen, ekonomik ve politik güçlerini kültürel bir bütünlük bağlamında harekete geçirebilen bir birlikten bahsetmek güçtür. Aksine havzanın kuzey ve doğu yakası Afrika'daki iç

olarak ifade ettikleri Anadolu coğrafyasında şekillendiği fikri öne çıkmıştır. Nurettin Topçu, Halikarnas Balıkçısı, Azra Erhat, Hilmi Ziya Ülken, Oğuz Arık vb. edebiyatçı ve düşünürler uygarlığın Akdeniz ve Anadolu coğrafyasından ortaya çıktığını, Avrupa ve Hristiyanlığın bu bağlamdan kopartılarak anlaşılamayacağını vurgulamışlardır (Bora, 2017, s. 88-90). Öte yandan bu düşünce akımının Amin'in aksine doğu-batı ikiliği üzerinden şekillenmeye devam ettiği de görülmektedir.

savaşlar, Arap ülkeleri arasındaki savaşlar, kargaşalar nedeniyle stabil bir gelişme gösterebilme kapasitesinden uzaktır. Esasen dünyanın güç merkezinin Atlantik ötesine kaymasıyla merkezi konumunu kaybeden havzanın hâlâ bu sürecin içerisinde olduğu söylenebilir.

Akdeniz kentlerinin belki de dünya ile entegre olabildiği en önemli faaliyet turizmdir. Ilıman iklimi, kültürel mirası ve önemli sahil alanlarıyla küresel turizmin uğrak yeri haline gelmiştir (Apostolopoulos, Loukissas ve Leontidou, 2001, s.5). Bugün havzanın içerisinde bulunan pek çok kent küresel turizm akışını kendisine çekebilmek için büyük çaba göstermekte, bu anlamda bölgesel bir yarış içerisine girmektedir. Bilhassa zengin doğalgaz kaynaklarına sahip Arap ülkeleri başta olmak üzere bugün Lübnan'da Beyrut, Mısır'da İskenderiye gibi kıyı kentleri önemli turizm destinasyonu olarak ön plana çıkmaktadır. Aynı zamanda -turizmle bağlantılı olarak- klasik göç hareketlerinden farklı olarak emekli göçü, kültür göçü gibi "atipik" olarak adlandırılan bir göç dalgası mevcuttur (Görer, 2014, s. 208). Bu bakımdan havzaya yönelik Küresel Kuzey'den Küresel Güney'e doğru atipik göç dalgasının kendisini gösterdiği, havzanın doğası, tarihi, imkanları ve ucuz konut stoku daha kaliteli bir yaşam kesimler için cazibe yarattığı anlaşılmaktadır (Görer, 2014, s. 211). İspanya, Yunanistan, Türkiye, Malta, Portekiz gibi ülkeleri Avrupa'nın Almanya, Hollanda, İngiltere gibi refahın göreli daha yüksek olduğu ülkelerden bir göç dalgası da bu kentlerin ekonomilerinde fırsat olarak görülmektedir. Bu yolda Akdeniz kentleri birer cazibe merkezi olma yolunda rekabete girmekte, Akdeniz kimliğini ise önemli bir girdi olarak kullanmaktadırlar.

Akdenizli olmak, Akdeniz'in iklimine, tarih mirasına, kültürüne sahip olmak küresel rekabette havzanın önde gelen kentleri için bir çeşit sosyal sermayeye dönüştürülerek ön plana çıkartılmaktadır. Bu sosyal sermayenin bir ayağı iklim, coğrafya, tarih gibi somut diğer ayağı da kozmopolit yaşam biçimi, Akdenizli insan karakteri gibi soyut unsurlar üzerinden üretilmektedir. Gerçekten de tarihsel anlamda farklı kültürlerin karşılama noktası olarak Akdeniz'in ayrı bir yeri vardır. Elbette Akdeniz'in mekânsal mirası en çok öne çıkartılan boyutudur. Bugün Lübnan'da Roma esintilerini, İspanya'da Arap kültürünü, Malta'da "megalitik" yapıları görmek mümkündür (Altuğ, 2005, s. 289). Bu fiziksel ve kültürel hareketliliğin mekâna yansıması olarak tarihi kentler, tapınaklar, anıtlar vb. kültür miraslarıdır. Deniz hattında yoğunlaşan bu eserler özellikle yaz turizmi için önemli bir avantaj sunmaktadır. Lüks oteller, turizm mekanları, kumsallar, deniz ve

tarihi alanların bir arada sunulması, Avrupa ülkelerine yakınlığı büyük oranda kitle turizmine dayanan Akdeniz turizminin sahip olduğu avantajlardır (Tekeli, 2018, s. 27). Akdeniz medeniyetlerinden kalan yapıtlar Akdenizli olmak noktasında ortak bir anlatı haline gelmektedir. Bu anlatı hayat tarzından insanların karakterlerine uzanan bir ortaklık iklim, tarih, kültür gibi çerçeve üzerinden inşa edilmektedir.

Herzfeld (2005, s. 55) havzada hâkim bir 'Akdenizlilik' kimliğinin büyük oranda stereotipilere dayanan bir kurgu olduğunu ifade eder. Akdeniz havzasının özellikle Müslüman bölgeler ve Hristiyan bölgeler arasında yaşam biçimleri bağlamında farklılık göstermektedir. Buna karşın ortak bir Akdeniz kültürüne (tembellik, dakik olmamak, spontane yaşam biçimi) atıf yapan, genel olarak da iklim özellikleriyle temellendirilen bu bakışın Akdeniz havzasının küresel rekabet ortamında geriye düşmesinin nedeni olarak sunulmaktadır (Herzfeld, 2005, s. 57). Esasen bu fikirlerin kökeni oldukça eskiye dayanmaktadır. İbni Haldun'da coğrafya, iklim ve karakter arasında kurduğu ilişkiden hareketle bu kuşakta yer alan Mısırlılar, Cezayirliler için neşeli, hafif, eğlenmeye düşkün fakat tasarruf etme eğiliminden uzak hatta düşük zekalı olduklarını söyler (Haldun, 1997, s. 203-206). Diğer taraftan dünya kenti / marka kentler perspektifinden bu tanımlamaların gerçek veya kurgu olması arasında pek bir fark bulunmamaktadır. Çünkü tüketim ve turizm üzerinden dünyaya eklemlenmeye çalışan kentler için bu üst anlatı negatif yönleri de dahil olmak üzere verimli bir alandır. Akdenizli olmak, spontane yaşam biçimi, kozmopolitizm, sağlıklı beslenme vb. eklektik unsurların bir kimlik altında toparlanması bu kentler açısından önemli bir marka değeridir. Burada gerçekliğin yerini alan bir simülasyon (Baudrillard, 2009, s. 30) kent kimliği haline getirilmekte, "soyut ekonomi sistemlerinin" (Zukin, 1998, s. 826) bir girdisi olarak öne çıkmaktadır.

Belki de Akdeniz kültürüne oluşturulan imajlar arasında en çarpıcı olanlardan biri Club Med zincirleri ile başlayan süreçtir. Club Med (Club Méditerranée) 1950 yılında Fransa'da kurulan ve her şey dahil otel zincirinin öncü grubu olan turizm firmasıdır. Lüks turizm alanları, yat gezileri, spor organizasyonları ile bilenen Club Med bir Akdeniz imgesinin yaratılmasının çarpıcı örneğidir. 1970'lerde firma Akdeniz'e ilişkin egzotik ve hedonistik imgelerin öne çıkartılması ve kendi tatil alanlarını bu vaatleri –"eat, tan and make love"- karşılayan destinasyon olarak sunmuşlardır (Gordon, 2003, s. 217). Özellikle 1950'lerden itibaren birçok filmde Akdeniz algısı aşk, sevgi, şehvet, macera (Gordon, 2003, s. 218) temalı filmler Akdeniz imgesini pekiştirmek adına etkili olmuştur. Bu

hedonisttik imajlar Akdeniz'in ada turizminde güçlü bir biçimde kendisini göstermektedir. Kıbrıs'ta Ayia Napa (Sharpley, 2004, s. 28-29) gibi gece hayatı, eğlence, cinsellik imajlarının belirginleştiği turizm bölgeleri olarak öne çıkmaktadır. Bu imgeler o kadar önemsenmektedir ki Libya (http-16), Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkelerde alkol tüketimi, kumar oynamak vb. kendi vatandaşlarına yasak olmasına karşın turizm bölgelerinde, yabancılara serbesttir. Turizmi canlı tutmak adına serbest ticaret bölgelerini andıracak biçimde turizme yönelik batı yaşam tarzına seslenen *serbest yaşam alanları* yasallaştırılmıştır.

1980 sonrasında giderek popülerleşen kültür turizmi (Gordon, 2003, s. 223) Akdeniz kentleri için yeni bir fırsat yaratmıştır. Derin tarihinin bıraktığı maddi miras kültür turizmi bağlamında önemli bir avantaj sağlamaktadır. Havzanın kültürel ve fiziksel çevresi bu anlamda dikkat çekmektedir (Apostolopoulos, Loukissas, ve Leontidou, 2001, s. 10). Su altı müzesi Akdeniz mirası ve kültür turizmi arasındaki ilişkinin ilginç bir örneğidir. Akdeniz'de ilk örneği Güney Kıbrıs'ta Ayina Napa kasabasında, Türkiye'de Antalya Side'de bir tane bulunan su altı müzeleri denizin derinliklerine yerleştirilen heykellerinden oluşan müzenin dalış sporu ile birleştirilmesine dayanmaktadır. Antik dönem kalıntılarının imitasyonları, günümüze ait imgeler, anıtlar vb. ile suyun altında yaratılan müze spor ve denizle birleştirilmekte adeta bir Disneyland gibi hayali bir kültürel anlatı fiziksel aktiviteyle birleştirilip sunulmaktadır.

Son olarak gastronomi Akdeniz kültürü söylemindeki en baskın ögelerdendir. Öyle ki "Akdeniz siyasal olarak bölünerek farklılaşırken, Akdeniz'e yeni bir bütünlük kazandıran tek faaliyetin turizmin gelişmesi ve bunun paralelinde Akdeniz mutfağının dünyada yaygınlaşması olduğu söylenebilir" (Tekeli, 2016a, s. 33). Farklı kültürler, etnik gruplar, dinler, bölgeler belki de Akdeniz beslenme biçiminde hemfikir hale gelmektedir. Zeytin, keçi peyniri, domates, küçükbaş hayvanları kaynaklı besinler, meyveler Akdeniz yemeklerinin ana birleşenleridir (Catlos, 2017, s. 7). Sebze, meyve, zeytinyağı, beyaz et gibi çeşitli ürün yelpazesi önemli parçası haline gelmiştir. Bugün meşhur "Akdeniz diyeti" kırmızı etten ve işlenmiş gıdalardan uzak durmaya dayanan, sebze ve zeytinyağı ağırlıklı beslenme temellerine dayanmaktadır (Helstosky, 2009, s. 2).

İtalya mutfağı gibi Akdeniz'in ünlü mutfakları gastronominin kültürel olarak sunulmasının sonucudur. Gastronomi hem bir çekim gücü yaratmak hem de bir kimlik oluşturmak açısından önemlidir. Mutfağın çeşitliliğinin altında farklı medeniyetlerin

izlerinin yer alması bu anlamda Akdenizli olmanın kozmopolit olma iddiasının antik kentlerin mekandaki görünümü olduğu gibi kültürde somutlaşabildiği alandır. Bu anlamda sosyal sermayenin önemli bir girdisi olarak -özellikle popüler kültürde hem sağlığa hem de kültüre atıf yapan yönüyle- Akdeniz mutfağı öne çıkartılmaktadır.

6. MUSAIR MEDENİYETLERDEN MARKAYA: TÜRKİYE'DE YENİ KENTLEŞME PRATİKLERİNİN GÖRÜNÜMLERİ

Türkiye hızla kentleşen ülkeler arasındadır (Keleş, 2010, s. 28). Kentleşme olgusu dünyanın pek çok ülkesinde olduğu gibi Türkiye'nin de politik, ekonomik ve kültürel süreçlerine damgasını vurmaktadır. Bir adım daha öteye giderek Türkiye tarihinin aynı zamanda bir kentleşme / kentlileşme tarihi olarak ele almak mümkündür. Cumhuriyeti kuran politik elitler kentli modern bir ülke kurma ülküsündeydiler (Kömürcüoğlu, 2014, s. 95). Kent toplumu yaratmak Türkiye'nin kuruluşundan bugüne kadar devam ettirdiği muasır medeniyet yolculuğunun temelinde yatmakta, politik yelpazenin farklı kesimleri kent toplumu idealinde birleşmektedir. Sanayileşmiş, kentli, topraktan kopmuş "modern" bir ülke kurma projesi bugün bile kentlileşmeye dair ilerlemeci bakış açısıyla devamlılık göstermektedir.

1960lı ve 1970li yıllar Türkiye'nin sanayileşme sürecine girdiği, kırdan kente göçün arttığı ve hızlı fakat çarpık bir kentleşmenin ülkeye damgasını vurduğu yıllar olmuştur. Kent ve kır nüfuslarına ilişkin neredeyse bir asırlık istatistikler bu sürekliliği ortaya koymaktadır. TÜİK verilerine göre Cumhuriyet kurulduğunda yaklaşık 13.5 milyonluk nüfusun %24'ü kentlerde geri kalan kısım ise kırsalda yaşamaktaydı. Nüfus artışıyla birlikte sayılar yükselse de 1960'lara kadar bu oranın yaklaşık olarak korunmuştur. Fakat 60lara gelindiğinde sanayileşme hamleleri ve tarımda makineleşme kırsal istihdamı daraltarak köylerden kentlere göç dalgası başlatmış (Koçal, 2015, s. 222; Sönmez, 1999, s. 23) ve kentler üzerindeki yapılaşma baskısını arttırmıştır. Öyle ki 1960-65 yılları arasında kırdan kente göç 800bin civarında iken sonraki beş yılda yaklaşık iki katına çıkmıştır (Tütengil, 1977, s. 166).

Pek çok gelişmekte olan ülke deneyiminde gözlemlenen bölgesel gelişmişlik farkı bu yıllarda Türkiye'de de kendisini göstermeye başlamıştır. Bu durum ülke içi göçün belli bölgelerde yoğunlaşması sonucunu doğururken, bu kentlerdeki çarpık kentleşme olgusunu derinleştirmiştir. Bilhassa göçle artan emek arzı enformel sektörlerin kent

mekanlarındaki baskısını da arttırmış (Şenyapılı, 2000, s. 170), kırsaldan gelen kitlesel ve vasıfsız işçi göçünün ihtiyaç duyduğu ucuz konut talebinin çözümü gecekondulaşma olmuştur (Karpat, 2003, s. 100-105). Etkin göç politikalarının eyleme koyulamaması neticesinde kent nüfusu hızla artmış, bu göç ve büyüme dalgasına hazırlıksız yakalanan ve yeterli kaynaklara sahip olmayan kentlerde gecekondulaşmanın, yetersiz alt yapı sistemlerinin ve çarpık kentleşmenin kendisini göstermesine neden olmuştur (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2014, s. 6). Bu miras ise günümüzde dahi tam anlamıyla çözülememiş kentsel problemlerin temelini atmıştır.

1980lerden itibaren de serbest piyasa ekonomisine geçişle birlikte kentler yerli ve yabancı sermaye akışını kendisine çekmeye başlamış, "üretim ve tüketim piyasalarını birbirine yakınlaşmasını" sağlayarak kentlere göçleri hızlandırmıştır (TEPAV, 2015, s. 1-2). Ayrıca ekonomik temelli göçün yanı sıra bireysel tercihlere ve ailevi nedenlere dayanan göç olgusu kendisini göstermeye başlamış (HÜNEE, 2006, s. 106), kent ve kır arasındaki oranda kapanma eğilimi ortaya çıkmıştır. 1985 yılına gelindiğinde kentte yaşayanların oranı kırda yaşayanların oranını geçmiş, yaklaşık 50,6 milyona ulan ülke nüfusunun %53.03'ü kentlerde yaşamaya başlamıştır (http-17). 2000li yıllar ise bu eğilim giderek hızlanmış, bugün 83 milyona ulaşan nüfusun yaklaşık 77,2 milyonu (yaklaşık nüfusun %92si) kentlerde yaşamaya başlamıştır (http-18).

Bu dönem hızlı kentleşmenin yanı sıra üretim mekanlarının giderek tüketim mekanlarına evirildiği bir döneme denk düşerken, serbest piyasa bağlamında yükselen neoliberal yeniden yapılanma kentleşmenin merkezine oturmaktadır. "Serbest piyasanın hegemonyasının" toplumsal ve kamusal faydanın önüne geçtiği (Keyman ve Koyuncu-Lorasdağı, 2020, s. 257), serbest piyasaya yaslanan kentleşmenin toplumun genel faydasına olduğu yönündeki hâkim söylem kentlerin görünümünü ve kentleşme mantığını değiştiren süreci doğurmuştur.

Böylece kentlerin küresel sermayeye yönelik fiziksel ve sembolik altyapıları, kimliği, yaşam biçimleri, tüketim imkanları üzerinden dünya ile ilişki çabasına girdiği bir dönemin kapısı açılmıştır. Türkiye başta İstanbul olmak üzere İzmir, Ankara, Antalya ve pek çok Anadolu kentinde buna yönelik kent politikaları üretmektedir. Finans kurumları, yeni tüketim mekanları, yeni konut biçimleri, büyük eğlence merkezleri, tematik parklar vb. kentlerde görünür olmaya başlarken festivaller, fuarlar, spor organizasyonları,

bilimsel ve politik konferanslar gibi kültürel girişimler, kentlerin küresel dünyaya açılan çehresi haline gelmektedirler.

Özellikle 2000ler Anadolu kentlerinin de bu furyaya katılmaya başladığı yıllar olmuştur. İstanbul ve çevresinde yoğunlaşan sanayi üretimi Anadolu kentlerine doğru kayması ve yeni sermaye gruplarının oluşmasıyla kentlerin işlevleri de görünümleri de değiştiği (Keyman vd., 2017, s. 21) ve hızlı bir büyümenin de içerisine girdikleri bir dönem başlamıştır (TEPAV, 2015, s. 2). Gaziantep örneğindeki gibi bazı ticaret kentleri hem küresel piyasalara fakat daha çok Türkiye'nin metropolleri için üretim yapan sanayi kentleri haline gelmektedir (Ayata, 2004, s. 560). Bu bağlamda Türkiye'de kentler yeni kalkınma stratejilerinin, toplumsal tüketim taleplerinin ve küresel akımların etkisinde hızlı bir dönüşüme uğradığı görülmektedir.

Bu noktada literatürde tartışıldığı gibi Türkiye'de de sermayenin kentsel hizmetler ve kentleşme sürecinde rolü artarken, ülkenin kendine özgü politik, kültürel, ekonomik süreçlerinin özgün biçimler doğurmaktadır. Tarihsel kent problemleri (gecekondu, çarpık kentleşme, deprem vb.), yerel yönetimlerin ve sermayenin merkeze bağımlı yapısı, hükümetlerin kentleşme noktasında yetki devrindeki gönülsüzlüğü, metropoller ile Anadolu kentleri arasındaki gelişmişlik farklılıkları ve sınıfsal, kültürel ve ideolojik unsurların kentleşme ve planlama noktasındaki etkisi (Tekeli, 2013, s. 8-9) Türkiye'nin markalaşan kentlerine verdiği özgün renkler olarak özetlenebilir. Bu özgün koşulları mekanların dönüşüm hikâyesinin, aktörler arasındaki ilişkilerin ve mevcut itirazların detaylarında izlemek mümkündür.

6.1.Türkiye'de Yeni Kentleşmenin Kent Mekanlarındaki Görünümleri

1980ler ile birlikte Türkiye'nin yaşadığı sosyal, politik ve ekonomik dönüşümler, kentin değişen anlamı, değişen sınıf profilleri, yeni çalışma biçimleri, tüketim talepleri, politik konumlanmaları kent mekanlarının dönüştürülmesi yönünde baskı yaratmaktadır. Üretim ekonomisinin zayıflaması, küresel ekonomik sisteme eklemlenme çabaları, yeni istihdam ilişkileri ve kentleri küresel rekabet ortamına sokma çabaları girift bir ilişki yaratmaktadır.

Kente ilişkin meseleler ise sosyal, politik ve ekonomik polemiklerin öznesi haline gelmektedir. Kentsel müşterekler, kamusal alanların kullanımı, kentsel rantın dağıtımı, kent-doğa ilişkisi giderek daha politik bir görünümle gündeme gelmektedir. Yerel

seçimler tıpkı ulusal seçimler kadar heyecan yaratmakta, Kanal İstanbul, yeni havalimanı, Ankapark vb. örneklerinde olduğu gibi kentlerin yeni biçimleri belki de o kentlere hiç gitmemiş insanların dahi fikir yürüttüğü meseleler haline gelirken kentlere ilişkin talepler yerel bağlamından sıyrılarak genişlemektedir. Zira küresel arenada boy gösterme çabası mekân politikalarına damgasını vurmuş, geniş kesimleri etkiler hale gelmiş ve kentlerin baştan aşağı değiştiği bir iklim yaratmıştır.

6.1.1. Mekânsal yansımaları

Yeni kentleşme pratiklerinin doğrudan sonucu kent mekânlarının biçim ve işlevlerindeki dönüşümlerde kendisini göstermektedir. Bu gelişmeler 1980lerle İstanbul, İzmir, Ankara gibi metropollerde başlayıp 1990lar ve 2000lerle birlikte Anadolu kentleri de dahil benzer bir kent biçimi ortaya çıkartmıştır. Tekeli 1980 öncesi kentsel büyümenin "bir yağ lekesi" gibi genişlediğini fakat 80 sonrası "kentler toplu konut bölgeleri, değişik eğitim ve hizmet kampusları, organize sanayi bölgeleri vb." farklı noktalarda yoğunlaşmış bölgelerin birbirlerine eklemlenmeleri biçimine dönüştüğünü ifade etmektedir (Tekeli, 2016b, s. 306). Bu biçim sanayisizleşmenin, hizmet sektörünün yükselişinin, yeni tüketiciliğin ve küresel dünya ile ilişki kurma ülküsünün bir sentezinden doğmaktadır.

Öncelikle kent merkezlerinin işlevlerindeki dönüşüm göze çarpmaktadır. Kent merkezleri üretimin ve tüketimin bir arada bulunduğu, gündelik yaşamın kalbinin attığı yerler iken çeperler daha çok barınma amaçlı kullanılmaktaydı. Üretim alanı, pazar, kamu kurumları, stadyumlar, şenlik alanları, otogarlar vb. çoğunlukla merkezde toplanmaktaydı. Bugünün kentlerinde ise bütün bu alanların merkezden uzaklaşıp işlevlerine göre farklı bölgelerde yoğunlaştıkları görülmektedir. Öncelikle sanayi alanlarından küçük üretimin yapıldığı sanayi sitelerine kadar üretim merkezleri çeperlere doğru kaymaktadır. Buralar kentin yeni üretim merkezleri ve iş gücünün barınma alanları olarak şekillenirken beraberinde gündelik yaşamı sürdürmeye yönelik küçük ticari işletmeler de (marketler, kamu hizmet binaları, terzi ve ayakkabıcı gibi küçük üretim yerleri vb.) kendisini göstermektedir. Aynı zamanda stadyumlar, otogarlar, pazarlar da kentin farklı bölümlerine taşınarak, eski kent merkezleri adeta temizlenmektedir.

Böylece eski kent alanları arındırılırken, yeni biçimine kavuşabilmesi için de zemin açılmaktadır. Buralarda üretim alanlarının yerini tüketimin, hizmet sektörüne yönelik

yapılaşmanın, sosyal ve kültürel yaşamın süregeldiği mekanlar almaktadır. Bilhassa yeni kentleşmenin ruhunu yansıyan AVMler, plazalar, butik mağazalar, kafeler vb. eski kent merkezlerini doldurmaktadır. Günlük hayat, bilhassa boş vaktin geçtiği gündelik hayat AVMler etrafında örgütlenmektedir. Pek çok kentin eski sanayi binalarının yerini AVMler almakta (Yavuzçehre, 2013, s. 219) ve kentlerin kalbine yerleşmektedirler. AVMlerin sayısındaki artış bu bakımdan oldukça dikkat çekicidir. Türkiye'de ilk AVM 1988 yılında İstanbul'da açılmış Galleria AVM iken (http-19) 2021 yılında inşaatı bitecek AVMler ile birlikte 469 AVM olacaktır. Gelinen noktada AVM'ler gittiği yerde arsa ve konut değerlerini yükseltmekte, AVMye yakınlık inşaat firmalarının reklamlarında önemli bir "çekim unsuru" olarak sunulmaktadır (Cantek, 2013, s. 127).

Küreselleşmenin kent mekanlarına doğrudan etkilerinden biri de yabancı şirketlerin ve tüketim zincirlerinin ortaya çıkmasıdır. Keleş'e göre "kentlerin beş yıldızlı otellerle, gökdelenlerle, gerekli gereksiz alışveriş merkezleriyle, doğal değerleri tahrip eden köprüler, alt ve üst geçitlerle doldurulması küreselleşme tutkusunun kentlere yansıyan doğrudan sonuçlarıdır" (2010, s. 30). 1980li yıllarla birlikte küresel ekonomik sisteme entegre olmaya başlayan Türkiye'de -ulusal kalkınmacı dönemin aksine- yabancı yatırımlar gerçekleşmekte, küresel şirketlerin şubeleri açılmakta (Keyder, 2018a, s. 23) ve kent mekanlarındaki görünürlükleri artmaktadır. İstanbul başta olmak üzere küresel beğeni ve işlevleri göz önünde tutulmuş lüks ofisler, rezidanslar, ticaret alanları kent mekanlarını doldurmaktadır (Keyder, 2018a, s. 26). Bugün McDonalds, Burger King gibi fast food zincirlerinin olmadığı bir kente rastlamak zordur. 2019 verilerine göre Avrupa'da en fazla Sturbucks bulunan ikinci ülke Türkiye'dir (http-20). Pek çok ilçede dahi Sturbucks, Nero, Mackbear, Gloria Jeans, Kahve Dünyası, Osmanlı Kahvecisi gibi küresel ve yerel kahve zincirlerinin şubeleri vardır (Çapraz, 2019, s. 43). 57 zincir otelin (toplam 628 otel) bulunduğu Türkiye'de en fazla oteli bulunan zincirlerin ilk onunda Ramada, Wyndham Grand gibi yabancı menşeili otellerdir (http-21). Sadece Hilton oteller zincirinin Türkiye'de 54 oteli vardır.

Yeni kentleşme pratiklerindeki en çetrefilli alan belki de konut politikalarındaki dönüşümlerdir. Konuta ilişkin değişen bakış açısı yeni kent politikalarının amaçlarına ve kentsel problemlere ilişkin izler taşımaktadır. Gecekondu alanlarının dönüştürülmesi bağlamında kentsel dönüşüm projeleri son yirmi yılda kentsel gündemin temel meselelerinden biri olmuştur. Kentlerde yeşeren yeni biçimin karşısındaki en büyük engel

olarak gecekondu alanlarının dönüştürülmesi zorunlu fakat bir o kadar da zorlu bir hal almaktadır.

Türkiye'nin sanayileşme tarihinin bir mirası olarak gecekondu mahalleleri her zaman bir problem olarak görülmüş, buralardaki yaşam biçimi kırsallığın devamı olarak kabul edilmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde büyük kentlere göç etmiş kırılgan kitlelerin hem konut problemini çözmek hem de politik olarak desteklerini alabilmek adına kamu arazilerinin tesisi ve enformel konutlaşmaya göz yumulması politikacılar açısından pratik bir çözüm olarak ortaya çıkmıştır (Tekeli, 2016b, s. 19; Mardin,1991, s. 236-237). Buralar 1960lardan 2000lere kadar gecekondu bölgeleri hızla artan konut ihtiyacının enformel çözümü, sanayinin duyduğu ucuz emek ihtiyacının karşılanması ve popülist oy kaygıları nedenleriyle görmezden gelinmiş, kabullenilmiş mahallerdi (Kuyucu ve Ünsal, 2010a, s. 89; Tekeli, 2013, s. 428; Kıray, 1998, s. 19-27; Keyder, 2018b, s. 177; Buğra, 2000, s. 107).

Sorunun o yıllardaki çözümü gecekondulaşmayken, bugün gecekonduların değişen anlamı, toplumun bakışı, politikacıların tutumu ve küresel kent vizyonunun dışında kalışı kentsel dönüşüm projelerini yeni kentleşme pratiklerinin merkezine yerleştirmektedir. Yeni kentsel biçim genişledikçe sınırları gecekondu alanlarına dayanmış, gecekonduların görünürlüğü de problem haline gelmiştir.

Toplu konut projeleri, güvenlikli siteler vd. içerisine alacak biçimde Türkiye hızla apartmanlaşma dönemine girmiştir. TÜİK verilerine göre 2002'den 2019'a kadar Türkiye'de 1.607.890 adet barınma amaçlı yeni bina ve bu binalarda toplam 11.897.139 daire inşa edilmiştir (http-22). Lüks rezidanslar, plazalar, siteler ile gecekonduların yan yana resmedilebilmesi İstanbul, İzmir, Ankara gibi metropollerde sıkça karşımıza çıkmaktadır. Gecekondularla komşu haline gelmiş İzmir'de Folkart Towers, İstanbul Esenyurt'taki Star Towers örneklerinde olduğu gibi bir yönü ultra lüks bir yanı derin yoksulluk ve yoksunluk görüntüleri oldukça çarpıcıdır. 1980lerden itibaren kent içi eski üretim alanları ve çevresindeki mahalleler birer çöküntü bölgesi haline gelirken, kentin yeni suretine yer açılması için bu bölgelerden tasfiye edilmektedirler (Ergur, 2019, s. 119).

Mega projeler konut meselesinde olduğu gibi markalaşma politikaların çarpıcı bir boyutudur. Başta İstanbul, İzmir, Ankara gibi metropoller olmak üzere Türkiye'de kentler büyük kentsel dönüşüm projeleri, mega projeler, prestij projeler eliyle dönüştürülmekte

ve bu kentlerin küresel alanda tanınırlığını arttıracak faaliyetler gerçekleştirilmektedir. 1980lerle başlayan bu olgu 2000lerle birlikte adeta ulusal bir kent politikası haline gelmekte ve Anadolu'nun küçük kasabalarında bile benzer süreçler başlatmaktadır. Öyle ki bugün Türkiye'nin prestij projeleri olarak da adlandırılan ve Kanal İstanbul, Haydarpaşa Liman Projesi vd. aralarında bulunduğu 21 projenin 40 tane ülkenin milli gelirlerinden daha büyük olduğu görülmektedir (http-23). Medyada çılgın projeler veya prestij projeler olarak yansıyan mega projeler kentlerin çehresini değiştireceği düşünülmekte, küresel sermaye ve turizm için çekim alanları yaratılması planlanmaktadır.

6.1.2.Sembolik yansımaları / stratejiler

Türkiye'nin 1980 sonrası kentleşme pratiklerine küresel ekonomi politik süreçlere eşlik edecek sembolik ve kültürel politikalar da içermektedir. Özellikle bir kent kimliği inşa etmek, kentin kimliği üzerinden dünyaya eklemlenmesini sağlamak ve bu amaçla organizasyonlar düzenlemek stratejilerin önemli boyutlarıdır. Zukin'in kente öne çıkan imgelerin belirleyicilerine ilişkin sorduğu "Kimin kenti, kimin kültürü?" sorusuna benzer biçimde Öncü de bir kente ilişkin temsilleri sorgular: "İstanbullu kimdir? Ya da genel olarak bakarsak Beyrutlu ya da Parisli ya da New Yorklu kimdir?" (Öncü, 2018, s. 118). Klasik kent kuramlarında vurgulandığı üzere bir kenti kent yapan onun heterojen yapısı iken buradan kenti temsil edecek bir kimlik ve o kimliği taşıyacak kültürel, sınıfsal ve politik kesimler nasıl öne çıkartılabilir? Kente bir kimlik kazandırmanın politik, kültürel ve sınıfsal bir angajmanı olarak belirginleşirken kent kimliği ve kent kültürü aslında belli bir kesime hitap eden bir kurguya işaret etmektedir.

İstanbul örneği Türkiye'nin kentleşme pratiklerindeki politik ve kültürel yelpazenin etkisini ortaya koymaktadır. Özellikle küresel bir kent olarak İstanbul'un marka değerini hangi boyutlarıyla ön plana çıkartılacağı, kentler arası rekabette yüzünün nereye dönük olacağı ve kentin kimliğinin belirlenmesine ilişkin tartışmalar kültürel, sınıfsal ve politik yelpazenin arasındaki salınımda kendisini göstermektedir. Küresel kent olma noktasında birleşen bu yelpaze kentin "Ortadoğu'nun yeni Beyrut'u", "Avrupa başkenti" veya "İslam ülkelerinin başkenti"[3] olmak gibi farklı söylemler üzerinden yeniden kurulmaktadır.

3Bora'nın "Siyasal İslam'ın Alternatif Küresel Şehir Hayalleri" olarak adlandırdığı bu süreçte 90'lı yıllarda İstanbul surlarına ilişkin tartışmalara atıfta bulunmaktadır. Bora, UNESCO dünya mirası listesinde yer alan

Böylece Türkiye'nin yeni kentleşme pratiklerine ilişkin olarak, kentlerin sermaye birikim süreçlerindeki yerinin güçlendirilmesi, küresel / bölgesel sermaye akışlarını ülkeye çekme noktasında kentlerin ön plana çıkartılması gibi ekonomi politik süreçlerde ortaklaşmaktadır. Böylece ortaya küresel sermaye ve turist akının taleplerine karşılık verecek fakat kültürel motiflerin de içerildiği kentsel biçim kendisini göstermektedir.

Diğer taraftan EXPO, Olimpiyatlar, Şampiyonlar Ligi gibi uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapabilmek ve Türkiye'nin ve kentlerinin küresel anlamda görünürlüğünü arttırmak için hem merkezi hükümetin hem de yerel yönetimlerin yoğun çaba harcadığı görülmektedir. 2009 UEFA finali, 2015 G20 Zirvesi, 2016 EXPO, Eurobasket 2017 finali, Deaflympics 2017, 2017 Avrupa Kış Olimpiyatları, 2019 UEFA Süper Kupa finali vd. Türkiye'nin uluslararası politik, ticari ve spor organizasyonlarına ev sahipliği yaptığı organizasyonlardır. Bu organizasyonlara ev sahipliği yapabilmek adına kentlerde büyük bütçeli mega projeler (spor kompleksleri, stadyumlar, fuar alanları, konferans salonları, eğlence merkezleri vd.) belirginleşmektedir (Penpecioğlu, 2016, s. 176).

Ayrıca kültür sanat festivalleri, bienaller, film festivalleri, fuarlar, resim sergileri vb. kentlerin küresel anlamda görünürlük çalışmalarının, kente kültürel bir boyut büründürmenin ve cazibe merkezi haline getirmenin önemli bir yoludur. İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın düzenlediği 15. İstanbul Bianeli, Akbank'ın sponsor olduğu Contemporary İstanbul Uluslararası Sanat Fuarı, Mercedes-Benz'in öncülüğünde İstanbul Moda Haftası, Sakıp Sabancı Müzesi Ai Wei Wei sergisi vb. İstanbul örneğinde sivil toplum, yerel yönetim, sermaye, sanat dünyası birlikteliği ile gerçekleşen kültür sanat faaliyetleridir (Suner, 2018, s. 193)

Bu sembolik yatırımlar Anadolu kentlerinde de giderek görünür hale gelmektedir. Pek çok Anadolu kenti (Kayseri, Konya vb.) mevcut sembolik sermayelerini kent tanımı

surlara ilişkin olarak sağlam surların koruma altına alınması ve harabe halindeki surların tamamen yıkılarak buraların kentleşmeye açılması tartışmalarında kültürel ve dini argümanlara dikkat çekmektedir. Dönemin RP İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı R. Tayyip Erdoğan, surların yıkılmasına karşı çıkanları "domuzdan yana olmak", "surları savunmak Bizans'tan yana tavır almak" yönündeki eleştiriler yöneltmekte ve "Biz, Bizans havasında bir İstanbul istemiyoruz" diyerek kentin görünümüne ilişkin bakış açısında kültürel, dini ve tarihi süreçlerin etkisini vurgulamıştır (2018: 65). Bir başka çarpıcı örnek ise Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin 1995 yılında logosunun değiştirilmesine ilişkin tartışmadır. Bu dönemde belediye başkanı seçilen Melih Gökçek Hitit Güneşi olan logo, ay, yıldız, Atakule ve cami içeren bir logoyla değiştirilmiştir. Serter bu dönüşümü muhafazakarlık ideolojisi ile neoliberal kentleşmenin hemhal oluşunun bir örneği olarak yorumlamaktadır (2018: 207).

bağlamında öne çıkartmaktadır. Bu kentlerde, isimleriyle özdeşleşmiş değerlerin (metalar, yiyecekler, ünlü şahsiyetler, tarihi mekanlar, doğal alanlar vd.) ön plana çıkartıldığı 'uluslararası' festivaller düzenlenmektedir. Mutfak kültürünü kent kimliği ile birleştiren Gaziantep "2015 yılında UNESCO tarafından 'yaratıcı şehirler'[4] ağına 'gastronomi şehri' olarak dahil olması" kentin kültürel sermayesinin küresel arenada boy göstermesindeki etkisine örnektir (Keyman ve Koyuncu-Lorasdağı, 2020, s. 95). Konya'da Mevlâna figürünü ön plana çıkartarak kenti tanıtma yoluna gidilmiştir. Bu anlamada Mevlana'nın kendine has şöhreti Konya için fırsat yaratmış, Mevlana'nın şahsiyetine atfedilen 'hoşgörü' özelliğini Konya'nın kent kimliğine dahil edilerek "hoşgörü kenti", "aşkın ve inancın kenti" olarak tanıtılmaktadır (Sarı, 2013, s. 174; Durak, 2013, s. 21). Özellikle 2005 yılında Mevlana'nın ve semanın UNESCO tarafından dünya mirası listesine dahil edilmesi kentin bilinirliğine önemli katkılar sağlamıştır.

Kültürün kentleşme üzerindeki etkisi Konya gibi muhafazakâr kimlikle anılan kentler ve kent yönetimlerinde de kendisini göstermektedir. Buralarda kentlerin dindar yapısına uygun belediyecilik anlayışının ortaya çıktığını ifade eden Keyman ve Koyuncu-Lorasdağı'ya (2020, s. 64) göre "iftar çadırları, sünnet şölenleri, yardım paketleri, dini bayramlarda ücretsiz toplu taşıma ya da işletmelerin alkol ruhsatı alış prosedürlerinin ağırlaştırılması" gibi uygulamaların 2000li yıllarla birlikte "Adalet ve Kalkınma Partisi'ne ait belediyelerin ortak bir özelliği" haline geldiğini vurgulamaktadırlar.

6.2. Türkiye'de Kentleşmenin Aktörleri

Türkiye'nin hızlanan kentleşmenin aktörleri arasındaki ilişkilerinin, mekânsal dönüşümlerin ve toplumsal karşılıklarının bir yanıyla küresel gelişmelerle paralellik gösterirken diğer taraftan kendisine özgü boyutları vardır. 1980lerle başlayan 90lar ve 2000lerde ivme kazanan kentlerin dönüşüm hikâyesi hem metropollerde hem de Anadolu'nun yükselen kentlerinde "tüketim odaklı" mekânsal dönüşümler yaratırken, inşaat sektörünün ülke ekonomisinin büyüme motoru olduğu "kalkınmacı anlayışla"

4Yaratıcı Şehirler Ağı (Creative Cities Network) farklı kültür, nüfus yapısı, ekonomik kapasiteye sahip kentler arasında iş birliğini amaçlayan programdır. "Program, yerel aktörler tarafından yürütülen kültürel endüstrilerin yaratıcı, ekonomik, sosyal potansiyelini geliştirmeyi amaçlamakta ve bu sebeple UNESCO'nun kültürel çeşitlilik ideallerini desteklemektedir". Bu amaçla yedi tema ("edebiyat, film, müzik, zanaat ve halk sanatları, tasarım, gastronomi ve medya") altında organize edilen programın 246 üyesi bulunmaktadır (http-24).

ilerleyen bir kentleşme mantığını hâkim hale gelmiştir (Keyman ve Koyuncu-Lorasdağı, 2020, s. 18). Paralel olarak yerel merkezi hükümet ile yerel yönetimler, sermaye – devlet – sivil toplum arasında kendine has ilişkiler doğurmuştur.

Kentleşme sürecinde sermayenin rolü hızla artarken, 1980lerle başlayan yerel yönetimlerin özerklikleri farklı politik ve ekonomik nedenlerle kesintiye uğramıştır. İnşaat sektörü ve istihdam arasındaki doğrudan ilişki kentleşmeyi merkezi hükümetin devamlılığı açısından önemli hale getirmiş yerel yönetimlerin özerkliklerinin aşındığı bir iklimi doğurmuştur. Bilhassa merkezi hükümetin ile yerel yönetimlerin faklı partilerin kontrolünde olduğu dönemlerde bu durum daha da keskin hale gelmektedir.

Bu gelişmeler ekseninde Türkiye'deki kentleşmenin aktörlerine ilişkin çatışma alanları sürekli değişen belediye kanunları, aktörler arasındaki yetki değişiklikleri, sermaye gruplarının aldığı konumlar, TOKİ, Özelleştirme İdaresi gibi kurumların ve sivil toplumun değişen rolleri etrafında toplanmaktadır (Güzey, 2012, s. 67).

6.2.1. Merkezi otorite ve yerel yönetimler

Yeni kentleşme pratiklerine ilişkin literatürde yerel yönetimlerin ve yönetişimin merkezi bir konumu vardır. Öte yandan farklı ülke deneyimleri bu pratiklerin her yerde aynı biçimde işlemediğini göstermektedir. Bu anlamda Türkiye yerel yönetimlerin kentleşme süreçlerindeki ağırlığı ve merkez-yerel yönetimler ilişkileri bağlamında literatürdeki tartışmalara benzerlik göstermekle birlikte kendine özgü boyutlara da sahiptir. Özellikle 1980'lerden itibaren bir yandan yerel yönetimlerin yetkileri artarken diğer taraftan bakanlıkların sektörler bazında artan yetkileri merkez-yerel arasında ikircikli bir yapıyı ortaya çıkartmaktadır (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2017, s. 28;125). Bu yetki karmaşası ve merkez-yerel arasındaki koordinasyonsuzluk kentleşmenin planlı bir biçimde gerçekleşmesini engellemiş, kentsel problemlerin derinleşmesini beraberinde getirmiştir (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2014, s. 6).

Türkiye'de merkezi hükümetlerin kentleşmeye ilişkin süreçleri yerel yönetimlere tamamen bırakmaya gönülsüz olduğu, zaten yerel yönetimlerin de kentleri yönetecek özerk kaynaklardan yoksun oldukları gözlemlenmektedir (Erder ve İncioğlu, 2013, s. 27). Bu durumun ortaya çıkmasında Türkiye'de kentleşmenin tarihsel birikimi, kentleşmenin ülke ekonomisi ile ilişkisi ve politik kültürün merkeziyetçi yapısının rolü büyüktür. Türkiye'de kentleşme "kırsal alanların yoksulluğunu kentlere taşıyan, maliyeti yüksek,

yapay ve sağlıksız bir kentleşmedir" (Keleş, 2010, s. 29). 1960lar ile başlayan sanayileşme ve göç dalgasının kentler üzerinde yaptığı ani baskı, artan nüfus beraberinde konut, eğitim, ulaşım, altyapı vb. hizmetlere duyulan ihtiyaçları yerel yönetimlerin tek başına karşılayamayacağı noktaya taşımış ve onları merkezi yönetime bağımlı hale getirmiştir (Keleş, 2010, s. 29). 1980'e kadar olan dönemde yerel yönetimler özerk aktörler olmaktan öte merkezi hükümetin, devletin bir uzantısı olarak hareket etmekteydi (Erder ve İncioğlu, 2013, s. 80-81).

Neoliberal politikalara geçişte kent yönetimleri de değişime uğramıştır (Özgül, 2020, s. 11). 1980li yıllar yerel yönetimlerin görece özerk yapıya kavuştuğu yıllar oldu. Bu bağlamda kentlere ilişkin "plan yapma ve onama yetkisinin 1986'da İmar ve İskân Bakanlığı'ndan alınarak belediyelere devredilmesi" (Güzey, 2012, s. 68) kent yönetiminin yerelleştirilmesi açısından önemli bir adım olmuştur (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2014, s. 27). Yerel yönetimlere borçlanma yetkilerinin de verilmesi kaynak yaratma noktasında belediyelerin daha aktif rol oynamalarının da önünü açmıştır. Öte yandan kamu arazilerin kentleşmeye açılması, özel mülkleri kamulaştırma ve fiyatlandırma, imar plan değişiklikleri yapma, gecekondu alanlarının dönüşüm alanları ilan etme, doğal afet gerekçeli dönüşümler gerçekleştirmek (Tekeli, 2013, s. 13; Alkan, 2014, s. 111) gibi yetkiler kent merkezlerinin dönüşümünü muazzam bir hıza kavuşturmaktadır (Erder ve İncioğlu, 2013, s. 58).

Yerel yönetimlerin yetkileri artarken aynı zamanda belediyeciliğe ilişkin bakış açısı da değişmektedir. Bugün giderek temel hizmetlerin gerçekleştirilmesine dayanan belediyecilik anlayışının yerini proje belediyecilik almaya başlamıştır (Erder ve İncioğlu, 2004, s. 542). Kentlerin genişleyen yetki alanlarıyla birlikte kentteki rantın yönüne ilişkin karar merkezi yer değiştirmekte, belediyeler kendi kurduğu şirketlerle müteşebbis gibi sürece dahil olmakta (Doğan, 2019, s. 29) ve yeni tür bir belediyecilik kendisini göstermektedir. Değişen toplumsal talepleri karşılama ve küresel sisteme entegre olma çabaları bağlamında yerel yönetimleri tıpkı girişimci gibi hareket etmektedir. Yerel yönetimcilik artık projelerin ve kentlerin gelecek vizyonlarının yarıştırıldığı, sermaye, sivil toplum ve uluslararası aktörlerle yoğun temas halinde olduğu ve tüm bunların bir çeşit reklam biçiminde sunulduğu bir görünüm kazandı.

Bugün birçok belediye başkanı projelerini kentin bayrağı gibi yarıştırmaktadır. İstanbul'da yeni havalimanı, Antalya'da Boğaçayı Projesi, Eskişehir'de Masal Şatosu,

İzmir Buca'daki Atatürk Maskı, Ankara'daki DinoPark vb. metropollerden Anadolu kentlerine kadar hepsi devasa anıtlar, projeler ile kentin siluetini değiştirmektedir. "Büyükşehir çalışıyor" sloganı adı altında kentte gerçekleştirilen en ufak asfalt yenileme, kaldırım boyama, çöp toplama işlerinden mega projelere kadar hepsi billboardlarda belediye başkanının gülümseyen fotoğrafıyla reklamlaştırılmaktadır. Belediyeler diğer ülkelerin kentleri ile kardeş kent anlaşmaları yapmakta, uluslararası fuarlarda boy göstermekte, finans kurumları, uluslararası örgütler sermaye grupları ile temas kurmaktadır. Gelinen noktada hem Harvey'in hem Jessop'un vurguladığı biçimde kent yöneticisinden ziyade bir girişimci belediyeciliğe doğru evirilirken "projeci başkanı habitusu" (Bayraktar, 2016, s. 39) kendisini göstermektedir.

Öte yandan yerel yönetim ile merkez arasındaki ilişkinin toptan değiştiğini söylemek mümkün değildir. Bir taraftan yerel yönetimler güçlenirken diğer taraftan hükümetler kentlere doğrudan müdahale edecek mekanizmaları canlı tutmaktadır. TOKİ bu müdahalenin en etkin araçlarından biridir. 1980li yıllarda konut projelerine finansman sağlamak amacıyla kurulan TOKİ'nin yetkileri 2000li yıllarda genişletilmiş ve inşaat sektörünün önemli aktörlerinden biri haline gelmiştir (Balaban, 2016, s. 27). Öyle ki TOKİ kent arazilerinde uygun gördüğü alanları kamulaştırma ve özel sermaye ile birlikte buralarda yeni yapılaşmaları gerçekleştirme yetkisi sahip olmuştur (Gülhan, 2016, s. 43; Kuyucu ve Ünsal, 2010a, s. 90). Bu sayede TOKİ hem kamu arazilerinde hem de yerel yönetimin yetkilerine merkezin doğrudan müdahil olabileceği bir araç olarak işlev görebilmektedir (Çavdar, 2016).

Bu gelişmelerin yanı sıra önemli tartışmalardan birisi ise "merkez-yerel arasındaki ilişkinin gittikçe merkeziyetçi hale gelmesi, yerel düzeydeki merkezi hükümet organlarının yerel yönetimin önüne geçmesi ve yerel kaynakların (inşaat gibi) ekonomik çıkar temelinde kullanılmasıdır (Keyman ve Koyuncu-Lorasdağı, 2020, s. 261). Burada kent yaşamının memnuniyeti ile ülkenin politik sistemi arasındaki ilişki öne çıkmaktadır. Her ne kadar çok partili sisteme geçişle birlikte yerel yönetimler düzeyinde de rekabet ortaya çıkmışsa da hem idari boyutta hem de toplumun büyük bir bölümünün algısında yerleşik olan politik kültürün merkeziyetçi yapısı nedeniyle belediyeler özerk bir yapıdan ziyade merkezin uzantısı olarak kabul edilmektedir (Göymen, 2000, s. 55). Kent yaşamındaki memnuniyeti ile merkezi hükümetin devamlılığını ilişkilendiren politik kültürün oldukça kuvvetlidir. Bu ortam içerisinde yerel yönetimleri kazanan partilerin

ulusal seçimleri de kazanacağı biçiminde bir bakış açısı ("*İstanbul'u alan Türkiye'yi alır*") yerelleşmeyi zorlaştırmaktadır.

Diğer taraftan ekonominin lokomotifi haline gelen inşaat sektörünün önemi merkez-yerel ilişkisini etkilemektedir. İnşaat pek çok sektörün ürettiği metalar inşaat sektörü için girdi olarak kullanılmakta, inşaat sektöründeki hareketlilik diğer sektörleri etkilemektedir. İnşaat sektörü ile ülke ekonomisi arasındaki bu ilişki, merkezin sektörün kalbinin attığı kentleşme süreçlerini tamamen yerel yönetimlere bırakmama eğilimi göstermesine neden olmaktadır (Balaban, 2016, s. 18).

Merkez gücünü korurken yerel yönetimler önünü açmak ve kapatmak yoluyla politik rekabetin unsuru haline getirilmektedir. Bu bakımdan merkezi hükümet ile yerel yönetimler arasında karmaşık bir denge oluşur. Hükümetler bir taraftan kentsel dönüşüm süreçlerinin önünü açacak yasalar çıkartmakta ve özellikle AB üyelik sürecinin de etkisiyle yerel yönetimlerin önünü açmaktadır. Diğer taraftan yerel yönetimlerin bazı kritik yetkilerinin bakanlıklara yani merkeze bağlanması ile kentlere dair kararlarda doğrudan yer alabilmektedir. Bilhassa yerel yönetim ve merkezi hükümette farklı partilerden olduğu yer ve dönemlerde bu kanunlar rekabetin önemli bir parçası olmaktadır. Yakın zamanda belediye ve bakanlık arasında İzmir metrosunu kimin yaptığı üzerine tartışmalar çarpıcı örnektir. Sonraki dönemde İzmir belediye başkanı adayı olan eski Ulaştırma Bakanı Binali Yıldırım bakanlığında İzmir'e yapılan kent hizmetlerini seçim propagandasında sıkça dile getirmesi merkez ve yerel arasındaki girift ilişkilere işaret etmektedir. Geçmişteki örneklere benzer biçimde[5] COVİD-19 salgını sürecinde muhalefet partili yerel yönetimler ile merkezi hükümet arasındaki bağış toplama, yardım dağıtma münakaşaları ile Kanal İstanbul örneklerinde olduğu gibi yerel-merkez çatışmasının ardında bu siyasi çekişme yatmaktadır. Dolayısıyla yerel yönetimlerin performansı merkezi hükümetin performansı anlamına gelmekte, özellikle farklı partiler arasındaki rekabette kentler bu yarışın konusu haline gelmektedir. Tersinden ifade etmek gerekirse iktidar ile yerel yönetimlerin aynı partiden olması pozitif katkıda bulunurken

5ANAP ve SHP çekişmesi örneği verilebilir. SHP İstanbul'u kazandığı dönemde Dalan dönemindeki pek çok projeyi askıya almıştır. Buna karşın hâlâ iktidarda olan ANAP hükümeti bu projelerin gerçekleştirileceği alanları turizm bölgesi ilan ederek belediyenin yetki alanından çıkartmış, projelere ilişkin yetkiyi merkezi hükümete devretmiştir (Öktem, 2016: 54).

bu durum yerel yönetimlerin özerklikleri üzerinde soru işaretleri yaratmaktadır (Keyman ve Koyuncu-Lorasdağı, 2020, s. 262).

Tüm bunlardan hareketle merkezin kent politikaları üzerindeki etkilerinden bahsetmek mümkündür. Özellikle bir dünya kenti / marka kent yaratma ülküsünü merkezin tasarruflarından ayrı düşünmek mümkün değildir. Yeni kentleşme pratikleri üzerine genel bir mutabakattan bahsetmek mümkünken bunun nasıl gerçekleştirileceği, nasıl bir marka yaratılacağı, hangi aktörler ve mekanizmalar üzerinden gerçekleştirileceği noktasında merkezin ağırlığı kendisini hissettirmektedir. Bu durum ise "Türkiye'de büyükşehir belediyelerinin diğer dünya kentleri karşısında düşük rekabet koşulları içinde hareket etmelerine yol açmaktadır" (Özgül, 2020, s. 13). Bu noktada Türkiye'deki kentsel girişimciliğin önemli bir boyutu ortaya çıkmaktadır. Merkezi hükümet bu stratejilerin kararlarının alınması ve uygulanması noktasında oldukça etkindir (Özgül, 2020, s. 149). Bu stratejiler gelişmiş kuzey ülkelerinde olduğu gibi bağımsız yerel yönetimlerin uygulamaları ile anlaşılması mümkün değildir.

6.2.2. Sermaye ve kentleşme

Sermayenin kent hizmetlerde artan rolü yeni kentleşme pratikleri tartışmalarının merkezinde yer almaktadır. Türkiye'de de 1980 sonrasında sermaye politikaları bağlamında benzer gelişmeler kendisini göstermiş, sermaye grupları, inşaat firmaları, mimarlık ve tasarım ofisleri, finans kurumları vb. kentleşme ve kent hizmetlerinin gerçekleştirilmesinde daha etkin hale gelmiş, kentsel rantların sermaye açısından cazip hale geldiği yıllar olmuştur (Tekeli, 1991, s. 170-172). Yerel yönetimler bu firmalardan hizmet satın almakta, kamu-özel iş birlikleriyle kentlerin dönüşümü sermaye üzerinden gerçekleştirilmeye başlanmakta (Buğra ve Savaşkan, 2015, s. 125-126; Serter, 2018, s. 181) hatta sermayenin talepleri çerçevesinde yeni yaşam alanları oluşturulmaktadır.

Özellikle İstanbul'un metropol hale gelme sürecinde (Tekeli, 2013, s. 365) büyük sermaye (TÜSİAD grubu) ve Anadolu'da giderek güçlenen sermaye grupları (MÜSİAD vb.) Anadolu kentlerine ilişkin kararlarda önemli bir aktör haline gelmektedir. Burada bir koalisyon mevzubahistir. Bu koalisyon temel olarak "müteahhitler, arazi sahipleri, danışmanlar, profesyoneller ve medya gibi özel sektör aktörlerinin yetkileri ve/veya gücü, yasal düzenlemeler TOKİ ve Özelleştirme İdaresi gibi devlet kurumlarının artan inisiyatifi ile daha da belirginleşmektedir" (Güzey, 2012, s. 69).

Kamu özel iş birlikleri bu ilişkinin merkezinde yer almaktadır. 5393 ve 5302 sayılı kanunlar hem belediyelerin hem de il özel idarelerinin kamu özel ortaklığı kurabilmesinin önünü açmıştır (Özgül, 2020, s. 159). Kentsel dönüşümler, mega projeler vd. iş birliği çerçevesinde sermaye ile ilişkili bir biçimde gerçekleştirilirken, inşaat sektöründeki hareketlilikle ekonomik canlılığın da sağlanması amaçlanmaktadır. Yatırımlar kentin aktörleri arasında bir müzakerenin ötesinde sermaye ile kurulan iş birliği bağlamında gelişmektedir (Özgül, 2020, s. 14). Bu amaçla 1990'dan bugüne 199 kamu-özel iş birliği kurulmuştur (Özgül, 2020, s. 158). Bu bakımdan kamu-özel iş birliği merkezi otoritenin kentleşmeye ilişkin güçlü bir aktör olarak varlığını sürdürdüğü görülmektedir. Kamu ihaleleri, mega proje kararları, kentsel dönüşüm projeleri merkezden verilen kararlarla şekillenmek Kalkınma Bakanlığı'nın 1986-2018 yılları arasındaki kamu-özel iş birliği projelerinin sözleşme değeri üzerinden sektörel dağılımına ilişkin raporuna göre havalimanı %71,3, enerji %28,71, karayolu %21,2, sağlık %11,31, liman %2,79, geriye kalanlar ise yat limanı ve turizm, endüstriyel tesis, madencilik, demiryolu vd. sektörlere dağılmaktadır (http-25). Bu bakımdan projelerin büyük bir bölümünün kentlerdeki alt ve üst yapı projelerinden oluştuğu, inşaat sektörüne hitap ettiği ve getirilerini karşılama noktasında riskli yatırımlar olduğu görülmektedir ve sermaye ile ilişkiler bu düzeyde kurulmaktadır (Buğra ve Savaşkan, 2015, s. 141).

Kamu özel iş birlikleri son yıllarda ihtilaflı bir konu haline gelmiştir. Bu yöntemin kentleşme, savunma sanayi, sağlık vb. pek çok stratejik alanda hâkim yatırım biçimine dönüşmüş olması bunun öncelikli nedenidir. 1990-2020 yılları arasında Dünya'da en fazla altyapı yatırımlarına iştirak eden, kamu ihalesi alan 10 firmanın 5'i (Limak, Cengiz Holding, Kalyon Grubu, Kolin İnşaat ve Turizm, Özaltın Holding ve MNG Holding) Türkiye'dedir (http-26). Literatürde tartışıldığı üzere sermayenin artan etkinliği, Türkiye özelinde belli sermaye grupları siyaset arasında ilişkinin dinamiği üzerinden işlemektedir. Esasen güncel tartışmalar kamu özel iş birliğinin kendisinden ziyade uygulama biçiminin şeffaflığı, rekabetçiliği ve üretkenliği üzerinedir.

Yap-işlet-devret modeliyle inşa edilen hastaneler, yollar, köprüler, havalimanları vb. ilişkin başka bir polemik konusu devlet garantilerine ilişkindir. Bu modele göre hizmetler özel sektör eliyle gerçekleştirilip işlettikten sonra kamuya devretmesi üzerinden işlemektedir. Bu sayede kamunun mega projeler, kent hizmetleri, toplumsal hizmetler vb. gerçekleştirilmesi noktasında yükünün azalacağı, özel sektörün kamuya göre daha efektif

ve üretken olduğu kabulü ve işletme hakkı üzerinden kendi kendini finanse edebileceği beklenmektedir. Öte yandan öngörülen gelirin altında kaldığında aradaki farkın hazine tarafından karşılanması taahhüt edilmektedir.

Kamu özel iş birliğinin sermaye açısından en önemli boyutlarından bir tanesi inşaat masraflarının bir önemli bir kısmının kamu eliyle azaltılmasıdır. Özellikle kentsel dönüşüm alanlarında binaları yıkılan insanlara kamunun yaptığı kira yardımları süreci kolaylaştırmaktadır. Diğer önemli avantaj ise özel sektör ile bireyler arasındaki ilişkinin serbest piyasa koşullarında değil kamunun müdahalesi ile gerçekleştiriliyor olmasıdır (Tekeli, 2016b, s. 320). Bu sayede hazine garantisi ile birlikte ele alındığında sermaye kentleşmenin yarattığı ekonomik fırsatlardan yararlanabiliyorken, bu yatırımların taşıdığı ekonomik ve sosyal riskler toplumsallaşmaktadır.

Sermayenin kent mekânın dönüştürülmesinde doğrudan müdahalesi söz konusudur. Kent mekanlarının ulusal ve uluslararası sermayenin ihtiyaçlarına karşılık verecek imar planlarının oluşturulması ve dönüştürülmesi kenti bir cazibe merkezi haline getirilmesi noktasında öne çıkmaktadır. Sabancı Holding, Garanti Bankası, Yapı Kredi Bankası, Alarko Holding gibi büyük sermaye gruplarının baskısı ile Dalan, 1980 Nazım Planına ve Essen Planı'na aykırı olarak uluslararası iş merkezi projesi Büyükdere-Maslak aksına kaydırılması ve bu firmaların buralarda yönetim binası inşası (Öktem, 2016, s. 46-47) örneğinde olduğu gibi yasal prosedürleri aşacak biçimde karşılık bulabilmektedir. Bu bakımdan sermaye ve yerel/merkezi yönetimler arasındaki ilişki kent mekânın yeniden yapılandırılmasında önemli bir faktör olarak belirginleşmektedir (Keyder, 2010b, s. 60).

Anadolu kentlerindeki dönüşüm hareketlerini bu bağlamda ele almak mümkündür. Anadolu'nun kentleşmesinde yükselen sermaye gruplarının etkileri net bir biçimde gözlemlenmektedir. Orta sınıf kültürünün mekânların dönüşümündeki etkisinin giderek Anadolu kentlerinde de -özellikle Anadolu Kaplanları olarak ifade edilen sermaye grubunun güçlü olduğu kentlerde- kendisini göstermektedir (Keyman ve Koyuncu-Lorasdağı, 2020, s. 18; Tekeli, 2013, s. 51).

Denizli, Antep, Konya, Kayseri, Gaziantep gibi Anadolu kentlerindeki sermaye birikimi hızlanmış, bu gelişmelerden kentler de etkilenmiştir (Varol ve Eceral, 2013, s. 181-182). 2000lerden itibaren güçlenen Anadolu kentleri iç göçün bir bölümünü çekmekte, yeni üretim alanları öne çıkmaktadır. Bu bakımdan tarihsel olarak kentleşmenin ve ekonominin lokomotifi olan İstanbul, Ankara ve İzmir kentlerinin yanı

sıra yeni gelişme bölgeleri belirmektedir (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2014, s. 40). Ucuz iş gücü, hammaddeye kolay ulaşım gibi üretim faktörlerinin yanı sıra devlet destekli kobilerin bu bölgelerde yoğunlaşmasıyla bu kentler sanayi ve küçük üretim merkezleri haline gelmişlerdir (Yavuzçehre, 2013, s. 206). Özellikle metropoller küresel kent olma yolunda hizmet sektörüne yönelik ekonomik aktivitelere yoğunlaşırken, sanayi üretimlerinin Anadolu'nun kentlerine doğru kayması bu gelişmelerde önemli rol oynamaktadır. Böylece ülkenin kentleşme ve demografi dinamikleri dönüşmeye başlamış metropollerdeki nüfusun ülkenin nüfus oranı giderek azalmaktadır (TEPAV, 2015, s. 15).

Özellikle Anadolu kentlerindeki sanayi ve iş insanları derneklerinin (SİAD) kentleşme noktasında "kentine sahip çıkma", "hayırseverlik" gibi değerlerin hemhal edildiği kentleşme kendisini göstermektedir (Erman, 2013, s. 70). Bu kentlerdeki sermaye grupları hemşericilik, muhafazakarlık, yardımseverlik gibi değerler etrafında şekillenen bir ilişki biçimi üzerinden Anadolu kentlerindeki hızlı dönüşümün önünü açmıştır. Böylece "muhafazakâr Anadolu kentlerinde mekân bir yandan muhafazakarlığa ilişkin sembollerle örülürken diğer yandan da sermaye kesimi açısından kendini üretebileceği ve gerçekleştirebileceği bir alan haline gelmeye başlamıştır" (Serter, 2018, s. 203).

Gelinen noktada bu kentleşme mantığının Anadolu'ya da sirayet ettiği anlaşılmaktadır. Özellikle 1980'lerde başlayan 2000'lerde ivme kazanan Anadolu sermayesindeki büyüme bu kentlerinin dönüşümü getirmiştir. Paralel biçimde İstanbul ve kısmen Ankara, İzmir eksenli kent çalışmalarından Anadolu kentlerine doğru bir ilgi kendisini göstermektedir (Sarı, 2013, s. 171)

6.2.3. Sivil toplum ve kentleşme

Sivil toplumda yeni kentleşme pratiklerinde ağırlığını hissettiren aktörler söz konusudur. STK'lar, meslek odaları, akademisyenler, medya vb. sivil toplum bileşenleri yeni kentleşme politikalarına müdahale edebilmektedir. Bilhassa kentleşme, kamu özel iş birlikleri, kamu ihaleleri, mega projeler gibi konuların meslek odalarının müdahil olması, akademik camianın ilgisi, artan politik çekişmeler ve sosyal medyada, ulusal basında daha fazla yer alması sivil toplumun kente ilişkin giderek artan ilgisine işaret etmektedir.

Kent hizmetlerinin de ticarileşmesi erişim noktasında farklılaşmaları getirmektedir. Bazı kesimler bu hizmetlere daha kolayca erişebilirken diğerleri için giderek zorlaşmaktadır (Erder, 2015, s. 47). Keyder'in ifadesiyle "ağırbaşlı ve milliyetçi orta

sınıfın" yerini "dünyanın farklı yerlerine seyahat edebilen", "uluslararası beğeni sahibi" yeni bir orta sınıfın[6] (Keyder, 2018b, s. 186) ayrıcalıklı konumu göze çarpmaktadır. Zira beyaz yakalıların kentlerin yeni biçimlerine tüketim üzerinden eklemlenme istekliliği sürecin hızlanmasında önemli rol oynamaktadır (Tekeli, 2016b, s. 334). Küresel bir kahve zincirinin bardağını elinde taşımak, arkadaşlarla güzel bir kafede veya restoranda buluşmak, tüketim nesnelerine hızlıca erişebilmek, lüks konutlarda yaşamak, müze ziyaretleri, turistik geziler ve daha birçoğu kentlerdeki dönüşümlere ilişkin memnuniyet yaratmaktadır.

Özellikle konut piyasasına ilişkin olarak finansal genişleme kritiktir. Finans sermayenin küresel çapta serbestleşmesi İstanbul başta olmak üzere kentleri "inşaat sektöründe kâr olanakları yatırım fonları için bir çekim merkezi" (Keyder, 2018b, s. 185) haline getirmektedir. Genişleyen kredi imkanları ise bu yatırımların tüketilmesinin önünü açmaktadır (Keyder, 2010b, s. 58-59; TEPAV, 2015, s. 6). 2004 yılında çıkan Mortgage Yasası orta / orta alt gelir seviyesine sahip kesimlerin düşük faizli kredilere erişimini kolaylaştırmıştır. Uzun bir dönem "kira öder gibi konut sahibi olmak" fikri bu kesimleri cezbetmiş, vadesi 20 varan kredilerle konut satın alma eğilimi artmıştır (Alkan, 2014, s. 112). Böylece yeni kentsel alanların üretilmesi ve tüketilmesi için kaynaklar yaratılmakta, özellikle konut piyasalarındaki üreticiler ve tüketiciler arasında bir konsensüs oluşturulmaktadır. Bu gidişata kentin küresel bir cazibe merkezi haline getirilmesi ile yeni yükselen orta sınıfların tüketim talepleri örtüşmektedir.

Işık ve Pınarcıoğlu orta ve üst sınıfların yalıtılmış bir biçimde yaşamaya, kendilerine benzemeyen toplumsal kesimlerle yaşam dünyalarının ayrıştırma meyilli olduklarını ifade etmektedir (2011, s. 136). Kentsel genişleme ile birlikte lüks mekanların gecekondu alanlarıyla komşu haline gelmesiyle, bu alanların kentsel dönüşüme sokulmasına ilişkin orta sınıfların taleplerini güçlendirmektedir. Orta sınıflar yaşam alanlarının steril hale getirilmesi arzusuyla kentsel dönüşüm projelerini destekleyen bir tutum takınmaktadırlar (Cantek, 2013, s. 124). Güven, konfor, elit, seçkinlik gibi kavramlar güvenlikli lüks konutların orta sınıflara pazarlanmasında anahtar kelimeler haline gelmiştir (Binay Kurultay ve Peksevgen, 2012, s. 196).

6Yıldırım'ın (2018: 117) analizine göre 1980-2012 arasında orta sınıfa mensup kişilerin oranı %170 artış göstermiş, orta sınıf işlerde çalışan insanların sayısı 4,37 milyondan 51,56 milyona ulaşmıştır.

Öte yandan Harvey'in de vurguladığı gibi işçi sınıfının belli kesimleri yeni kentleşme modeline destek verebilmektedir. Özellikle kentsel dönüşüm bölgelerinde arsa sahibi olmak, inşaat sektöründeki iş imkanları, politik ve kültürel angajmanlar gibi ekonomik ve politik rasyonaliteye bağlı olarak desteğin kaynağı çeşitlenebilmektedir. Öncelikle kentsel dönüşüm alanlarında arsası, tapulu gecekondusu veya dairesi olanlar kentsel dönüşüm projelerini bir fırsat olarak görebilmektedir. Bu projelerden birkaç daire sahibi olabilme hayali onların mülklerini ve gelir seviyelerini arttırma, yaşam kalitelerini yükseltme ve kendi içlerinde bir çeşit sınıf atlama fırsatı yaratmaktadır (Öğünç, 2013, s. 133).

STK'lar, TMMOB ve ona bağlı odalar kentleşme biçimlerinin eksikliklerine yönelik direnç gösteren organizasyonlardır (Tekeli, 2013, s. 19). Bugün metropoller ve Anadolu kentlerdeki ticaret odaları, sanayi odaları, meslek odaları, akademi, TEMA gibi örgütleri kentler üzerine raporlar hazırlamakta, öneriler geliştirmekte ve kentlerin tanıtımı için çaba harcamaktadır (Yavuzçehre, 2013, s. 210). Öte yandan Keleş (2010, s. 30-31) bu politikalara ilişkin sivil toplumun tavrına da eleştirel yaklaşmaktadır. Özellikle Türkiye'de kentleşmeye ilişkin aydınların, akademisyenlerin ve önde gelenlerin tavrının liberal söylemi yeniden üretmekten öteye geçemediğini öne sürmektedir. Ona göre bu kişilerin küreselleşmeyi yegâne gerçek olarak kabul ettikleri, toplumun yararını bireysel fayda üzerinden tanımladıklarını ve kent ve kentleşmeye bu eksende yaklaştıklarını ifade etmektedir.

6.3. Kentte Yeni Yarılmalar: Türkiye'de Yeni Kentleşme Politikaları Üzerine İtirazlar

Kente dair münakaşalar hem politik düzlemde hem de gündelik yaşamda giderek daha fazla yer tutmaktadır. Öyle ki son yıllarda toplumsal muhalefetin / hareketlerin kent ve mekân bağlamında ortaya çıktığı görülmektedir. Genel anlamda kentlerin ekonomik büyüme mantığına yaslanan biçimine karşılık "alternatif arayışlarını ve kentler ve kent yönetimi üzerine yeniden ve eleştirel" (Keyman ve Koyuncu-Lorasdağı, 2020, s. 257) yaklaşımları doğurmakta ve kentsel yaşama, sürdürülebilirliğe, çevreye, adalete dair tartışmalar artmaktadır. Bu itirazlar kimi zaman dışarda kalanların politik tercihlerinde[7]

[7]Refah Partisi'nin 1994 yerel seçimlerinde İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ni kazanmasını bu tepki üzerinden okuyan Bora'ya göre "İstanbul'un 'küresel şehir' yüzünü ancak vitrine bakar gibi ve elbette biraz

kimi zamansa kente, mahallelerine veya evlerine ilişkin taleplerini yükselttikleri toplumsal eylemlerde dışa vurmaktadır. Bugünün Türkiye'sinde kentsel dönüşüm mahalleleri, kırsalda HES projeleri, mega projeler hem politik hem de toplumsal muhalefetin odak noktalarından biri olmuştur.

Politik düzlemde mega projeler, yap-işlet-devret modeli, kamu özel iş birliği, inşaat temelli büyüme yoğun polemik konusudur. Özellikle muhalefet partileri kentleşmenin klientalizm ilişkileri üzerinden yürüdüğü, kamu özel iş birliği çerçevesindeki kamu güvencelerinin bir kaynak aktarma yoluna dönüştüğü gibi eleştirileri sürekli gündemde tutmaktadırlar. Tenkitlerine -topluma ulaşabilme kaygısıyla- muhafazakâr bir hava katarak, yeni kentleşme politikalarını israf ve haram söylemleri ile üzerinden gerçekleştirmektedirler. Buna karşın iktidar seçkinleri muhalefet partilerini hizmetleri görmezden gelme, hizmetlerin önünü kesme ve ideolojik bir muhalefet etmekle suçlamaktadır. Böylece YKP israf, haram ve hizmet ettirmeme ikiliği üzerinden çekişme sahası haline gelmektedir.

Pek çok gelişmekte olan ülke deneyiminde görüldüğü gibi Türkiye'de kentsel ayrışma problemi ile yüz yüzedir. Hızlı ve plansız kentleşme sınıf, değerler ve yaşam biçimleri üzerinden farklılaşmayı beraberinde getirmiştir. Kentlerin bir bölümü yeni orta sınıfın taleplerine ve yaşam biçimine uygun mekânsal biçimlerin ve hizmetlerin yoğunlaştığı uydu kentler haline gelirken, kentin çeperleri hizmetler ve altyapılardan yoksun biçimde büyümektedir (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2014, s. 6). Yine benzer ülke örneklerine benzer biçimde hızlı kentleşme Türkiye'nin konut piyasasında kırılmalara yol açmakta (TEPAV, 2015, s. 6) toplumsal muhalefet çoğunlukla kentsel dönüşüm ve konut bağlamlarında yoğunlaşmıştır.

Gecekondu alanlarının dönüşümü toplumsal muhalefetin organize olabildiği ender, belki de tek alandır. Kentsel dönüşüm projelerine ilişkin itirazlarını yükselten kesimler Sulukule Platformu (Uysal, 2012) gibi organizasyonlar kurmakta, kimi zaman birbirleriyle iletişim haline hareket etmekte, ulusal ve sosyal medya üzerinden seslerini duyurmaya çalışmaktadırlar. Proje kapsamında gecekonduları yıkılan kesimler yaşamlarının daha zor bir hal aldığı noktasında itirazlarını gerçekleştirmektedirler. Kentin

da öfkeyle seyreden metropoliten labirentte kaybolma korkusu yaşayan yoksul gecekondu halkı, Sosyal Demokrat Parti'nin 'küresel şehir' kimliğine uygun bir aday ve mesaja yönelerek kendilerini ihmal etmesinin de etkisiyle, dışlanmışlıklarına, korkularına ve öfkelerine tercüman olan RP'ye yöneldi" (Bora, 2018, s. 67).

uzak bölgelerinde inşa edilen TOKİ konutlarına yerleşen insanlar apartman yaşamının getirdiği pahalılığa ve yeni yaşam biçimlerine ayak uydurmakta zorlandıklarını, borçlandıklarını ve eski dayanışma biçimlerini kaybettiklerini ifade etmektedirler (Cantek, 2013, s. 124). Kentte steril orta sınıf yaşamı belirirken (Serter, 2018, s. 241) bu kesimler hem mekânsal olarak hem de gündelik yaşama katılma noktasında mahrum kaldıkları yönünde itirazlar ortaya koymaktadırlar.

Bu mahalleler suç, uyuşturucu, şiddet, fuhuş ile özdeşleştirilmekte (Erkilet, 2013, s. 85; Cantek, 2013, s. 124) ve buraların dönüştürülmesi kentsel yenilemenin yanı sıra bir güvenlik problemi olarak sunulmaktadır. Gecekondulardaki gruplara ve yaşam biçimlerine ilişkin medyada artan damgalamalar üzerinden güçlendirilen "ötekileştirme ve sosyal dışlama" kentsel dönüşümün meşru zemini haline getirilmektedir (Gezgin, 2016, s. 243). Böylece "eşitsiz ödüller piyasa retoriği içinde doğallaştırılırken, kutuplaşma, ayrımcılık ve dışlama talihsiz zayiatlar olarak geçiştirilir" (Keyder, 2010b, s. 59). 1960lardan itibaren konut probleminin enformel çözümü olarak ortaya çıkan gecekondu bölgeleri artık "kentlerdeki kanserli hücreler" olarak tanımlanmaya ve "gecekondu artık yoksulun mütevazi evi değil" suç ve şiddetin yuvası olarak ele alınmaya başlanmıştır (Erman, 2020, s. 70). Kentin "varoşları" olarak tanımlanan bu bölgeler "toplumsal tehdittin" üretildiği "sorunlu alanlar" olarak damgalanmaktadır (Kayapınar, 2019, s.187). "Bir kentsel alanın çöküntü göstergeleri açısından sorunlu olduğu kanıtlanabilirse, ardından gelen dönüştürücü müdahaleler de sorgulanmadan kabul edilecektir (Erkilet, 2013, s. 79).

Yeni konut alanları ve buradaki yeni yaşam biçiminin bu insanlar için daha iyi olacağına ilişkin yukarıdan bakış, bir çeşit sosyal mühendislik biçiminde işlemektedir (Tekeli, 2016b, s. 327). Kentsel dönüşümün meşruiyetine dair söylem yönetim, sermaye ve sivil toplumun belli kesimlerini içeri alacak biçimde oldukça baskın bir hale gelirken, alternatif kentleşme biçimlerinin müzakere dışında bırakılması eleştirilmektedir (Türkün, 2013, s. 8). Bu noktada süreçlerin müzakereden uzak, yoksullar için daha iyisinin bu olduğu önceden belirlenmiş (Özden, 2013, s. 305) bir sürecin işlediği ve kentleşme ve modernleşme arasında kurulan ilerlemeci bakış açısının sürdüğü anlaşılmaktadır. Oysa kentsel dönüşümü gerçekleştiren aktörler ile buraların sakinleri arasındaki müzakerenin sürdürülebilir, kaliteli yaşam sunan kentin inşası için kilit öneme sahiptir (Göral, 2013, s. 94; Tekeli, 2016b, s. 202-203).

Bu noktada yeni kentleşme pratiklerine ilişkin çekişmeler kısır döngüye girmektedir. Kentleşmenin aktörleri kentsel muhalefeti ideolojik, politik hesaplarla hareket ettiklerini ifade ederken, kentsel muhalefetin güçlü eleştirilerin yanı sıra alternatif bir kentleşme modeli sunamamaları pozisyonlarını salt bir karşı duruş noktasına getirmektedir. Bu çekişme içerisinde kente, kent yaşamına ve kentleşmeye ilişkin sağlıklı bir tartışma zemini ortaya çıkamadığı, kısır politik çekişmeler içerisinde kaybolduğu ve kentlerin geleceğini riske girdiği görülmektedir.

7. ANTALYA'NIN KENTLEŞME DİNAMİKLERİ VE SOSYO EKONOMİK GÖRÜNÜMLERİ

Turizm dendiğinde ilk akla gelen, "Türk Rivierası", "Akdeniz'in İncisi" olarak anılan Antalya (Özdemir, 2015, s. 1) Akdeniz Bölgesi'ne dinamizmini veren (Kazancıgil, 2010, s.100) hareketli nüfusu, hızlı kentleşme süreci ve ekonomik kapasitesiyle Türkiye'nin öne çıkan kentlerindendir. Aynı zamanda tarihi, iklimi, coğrafyası ile küresel turizmin önde gelen destinasyonlarından ve yarattığı ekonomik canlılıkla öncelikle kendi hinterlandından olmak üzere Türkiye'nin her yerinden göç alan bir çekim merkezidir. Farklı bölgelerden, etnisitelerden, kültürlerden, yaş gruplarından ve ekonomik sınıflardan kalıcı göç alan ve her yıl milyonlarca yerli/yabancı turist ağırlayan kentte büyük bir demografik hareketlilik, hızlı bir kentleşme ve sosyo-ekonomik çeşitlilik ortaya çıkmaktadır.

Diğer taraftan Antalya'da 1980'lerden başlayarak günümüze gelinen süreçte "küçük ölçekli bir sahil yerleşiminden Türkiye'nin iktisadi büyüklük ve canlılık anlamında başı çeken metropollerinden biri haline" gelişi, gerek yeni sermaye hareketleri ile gelişen Anadolu kentlerinden gerekse ülkenin eski metropollerinden farklılaşan gelişimi ile dikkate değerdir (Keyman vd., 2017, s. 91). Öyle ki bugün Antalya SEGE-2017 iller arası sosyo-ekonomik gelişmişlik endeksine göre Antalya "Birinci Kademe Gelişmiş İller" arasında beşinci sırada yer almaktadır (Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü, 2019b, s. 38).

Buna karşın akademik literatürde Antalya üzerine odaklanan çalışmalar başta İstanbul olmak üzere 3 büyük metropolle ilgili çalışmalarla kıyaslandığında oldukça az ve dar kapsamlıdır. Özellikle tarihsel verilere ulaşmayı güçleştiren bu durum kente ilişkin mikro ölçekte çalışmalar yapmayı zorlaştırmaktadır. Antalya'ya dair tarihsel verileri

kapsayan çalışmalar büyük oranda sözlü tarih çalışmaları, edebiyatçıların Antalya anlatıları, devletin istatistiki verilerine dayandığını söylemek yanlış olmaz.

Buna sınırlılığa karşın Antalya üzerine yapılmış önemli kent çalışmaları mevcuttur. Bu anlamda Hüseyin Çimrin'in çalışmaları dikkat çekicidir. Uzun yıllar Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nda çalışan Çimrin Antalya'nın kentleşme tarihi, turizmi, folkloru, yemek kültürü gibi konularda kitaplar yayınlamıştır. Çimrin'in çalışmalarının yanı sıra Antalya Valiliği'nin yayınladığı iki ciltlik "*Dünden Bugüne Antalya*" ve Antalya Büyükşehir Belediyesi'nin yayınladığı üç ciltlik "*Antalya Kitabı*" kente ilişkin önemli kaynaklar arasındadır. Yine Prof. Dr. Sevinç (Özen) Güçlü'nün Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca yayınlanan "*Kentlileşme ve Göç Sürecinde Antalya'da Kent Kültürü ve Kentlilik Bilinci*" isimli çalışması Antalya'ya ilişkin kentleşme, demografi ve kültür bağlamlarında öne çıkan sosyolojik bir eserdir. Mustafa Oral'ın "*Akdeniz Diliyle: Antalya Tarihinden Sayfalar*" isimli çalışması ise Antalya'nın kentleşme, göç, iktisadi yaşamın görünmeyen aktörlerinin edebiyata yansımaları üzerinden inceler. Ali Rıza Gönüllü "*Cumhuriyet Döneminde Antalya (1923-1960)"* çalışmasında Antalya'nın Cumhuriyetin kuruluşundan 1960 yılına kadar geçirdiği ekonomik, politik, kültürel ve sosyolojik dönüşümlere ilişkin ilgi çekici anekdotların da yer aldığı detaylı bir tarih araştırması sunmaktadır. Türkiye'deki ilk boylamsal yaşlılık çalışması olan ve Prof. Dr. Özgür Arun'un koordinatörlüğünde yayınlanan "Antalya Yaşlılık Araştırması" da kente ilişkin yaşlanma bağlamıyla önemli tartışmalar ve veriler ortaya koyulmaktadır. Tüm bu çalışmaların yanı sıra Antalya'yı konu alan pek çok araştırma makalesi de mevcut olup, büyük bir bölümünün bu eserlere atıf yaptığı görülmektedir.

Öte yandan son 20 yılda Antalya'ya ilişkin akademik ilginin oluştuğu da görülmektedir. Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) sitesinde yayınlanan tezler arasında Antalya bağlamında 1789 tez bulunmaktadır. Bunların 214'ü 2000 yılı öncesine aitken 1575 tanesi de 2000 yılından sonra yazılmış tezlerdir. Bu tezlerin 713'ü sosyal bilimler enstitüsü, 846'sı fen bilimleri enstitüsü, 23'ü güzel sanatlar enstitüsü, geriye kalan 93'ü ise diğer enstitülerde yayınlanmıştır. Buna karşın kente ilişkin sosyoloji alanındaki lisansüstü çalışmaların sayısı sadece 30 iken özellikle kent bağlamındaki çalışmaların büyük bir bölümü şehir ve bölge planlama, mimarlık, tarih, kamu yönetimi gibi bölümlerden çıkmıştır (http-27). Sonuç olarak Antalya'nın kent, ekonomi, politika ve

kültür ilişkilerine yönelik bir ilgi artışından bahsetmek mümkün olsa da hâlâ oldukça sınırlıdır.

Marka kente dair tartışmaların etrafında döndüğü kentlerin yeniden yapılandırılması ve küresel rekabet ağına dahil olabilmesi halihazırdaki kapasitesinden bağımsız değildir. Bu kapasite kentleşme tarihinden getirdiği mekânsal görünümler, demografisi, iş gücü piyasasının niteliği ile doğrudan ilintilidir. Aynı zamanda markalaşma rotasına büyük oranda sahip oldukları, olmadıkları ve bunlarla bağlantılı potansiyeli yön vermektedir. Bu bakımdan Antalya'nın kentleşme tarihi, demografisinin sosyolojik özellikleri, iş gücü piyasasının güçlü ve zayıf yönleri markalaşma öyküsünü anlayabilmek açısından önem arz etmektedir.

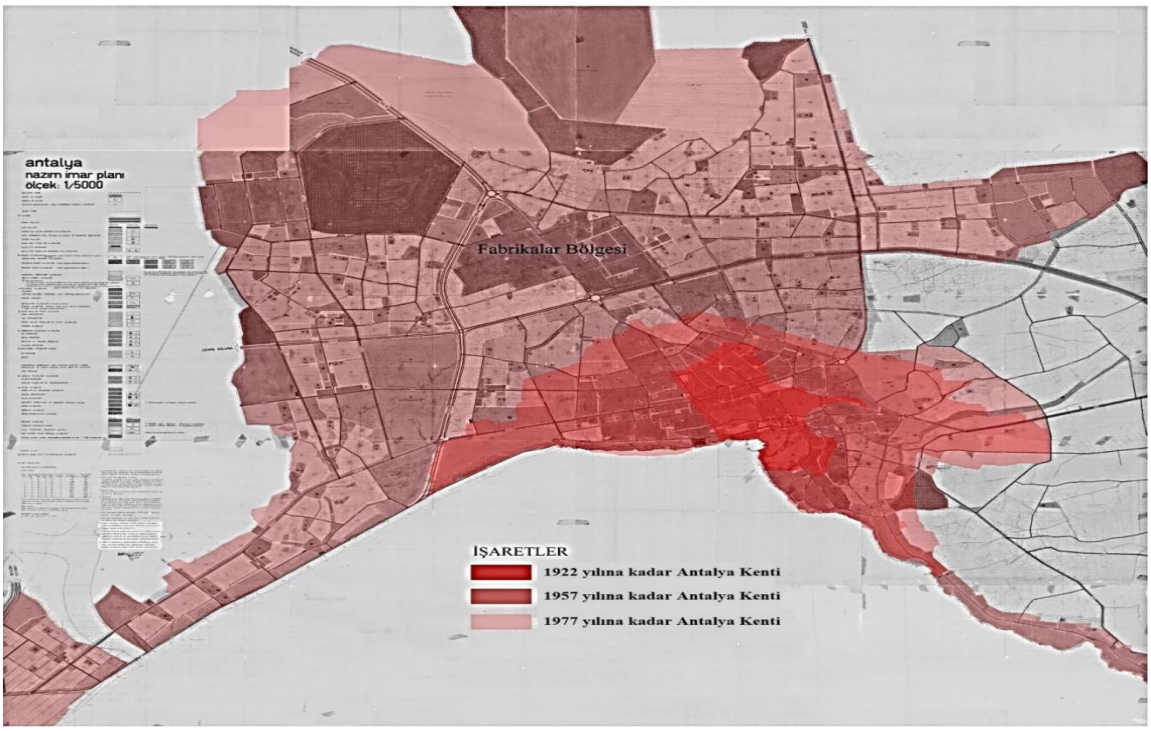
7.1. Antalya Kent Merkezinin Oluşum Sürecinin Tarihsel Kavşakları

Antalya neolitik dönemden günümüze önemli yerleşim yerlerinden biridir. Bugün turistik mağaralarından Karain ve Öküzizi mağaraları ilk yerleşim yerleri olarak tespit edilirken, Manavgat, Aksu, Beldibi, Bucak ilçelerinde Neolitik Çağ'a ait olduğu düşünülen bulgular bulunmuştur (Tekeoğlu, 2010, s. 78-80). Sonraki yüzyıllarda da Antalya Hitit, Bergama, Roma, Bizans ve Türk (Selçuklu, Osmanlı) medeniyetleri içerisinde yer almış (Tekeoğlu, 2010, s. 85; Gökalp, 2010, s. 87; Varkıvanç, 2010, s. 96; Baykara, 2010, s. 105) Akdeniz sisteminin önemli kentlerinden biri olmuştur. Farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış kent, bünyesinde kozmopolit bir sosyal doku taşımaktadır. Kent Roma sütunları ve kulesi, "Arap yazısı ile bir mermer üzerine oyulu bir ayet ve bir beyit", "İran ve Asuri san'atı ile yapılmış rölyef bir arslan", camiye dönüştürülmüş bir Bizans kilisesi, Arap Kapısı (Kaya, 1937, s. 9) gibi farklı medeniyet ve kültüre ait eserlerle doludur. 1937 yılında yaklaşık 25 bin olan nüfusunun yaklaşık 8 bini Ermeni, Musevi, Rum'lardan oluşan, geriye kalanların Türk, Arap ve farklı etnisitelere sahip Müslüman kesimlerden oluşan kozmopolit bir demografi vardı (Kaya, 1937, s. 10).

Bu tarihsel miras Antalya'nın kentleşme hikâyesinin ayrılmaz bir parçasıdır. Kent tarihsel merkezinin olan Kaleiçi'nden (Alkış, 2001, s. 35-36) çevreye doğru genişlemiştir. Bilhassa Cumhuriyet'ten günümüze yaşanan ekonomik, sosyal ve politik dönüm noktalarının mekânsal yansımaları Antalya'da kendisini göstermiş, kentleşme

politikalarına yön vermiştir. Sanayileşme, göç, nüfus baskısı, turizm, sanayisizleşme, yazlıkcılık, seracılık gibi olgular kentin bugünkü biçiminin belirleyicileri olmuştur.

Güçlü (2019, s. 723), Antalya'nın kentleşme tarihini 5 dönemde özetler. Bunlar Cumhuriyet öncesi dönem, 1923-1950 arası Kaleiçi merkezli tarım, ticaret ve hizmet sektörlerinin hâkim olduğu dönem, 1950-1980 sanayileşme ve göç merkezli kentleşme, 1970-1985 hızlı nüfus artışı ve gecekondulaşma dönemi, 1985 sonrası ise kentin iktisadi ağırlığının turizme kayması ve turizm temelinde bir kentleşmedir.



Harita 7.1.1: *1969 Antalya Nazım İmar Planı'na Göre Antalya Kent Merkezi'nin Gelişimi (Barbaros Akay, 2020, s. 61)*

1923-1950 yılları arasında Antalya bugünkü Muratpaşa İlçesi'nden ibaretti. Tarım ekonomisi ve ona bağlı küçük sanayi mekânsal iş bölümünün temeliydi. Bu dönemde kent merkezi (Harita 7.1.1) Kaleiçi çevresindeki küçük ticari işletmeler, yerleşim yerleri ve değirmenler, un fabrikası gibi üretim alanları (Kıvran ve Uysal, 1992, s. 53) ile kentin çeperlerindeki (bugün büyük bir kısmı turizm alanına dönüşmüş Konyaaltı, Lara, Kundu vd.) köyler ve tarım alanlarından ibaretti. Bu yıllarda Antalya gerek fiziki olarak gerekse sosyal ilişkileriyle bir kentten ziyade kasaba görünümdeydi. Bu bağlamda Mina Urgan'ın 1942 yılı Antalya gezisine ilişkin verdiği bir anekdot çarpıcıdır. Urgan yaptığı ziyarette

kentte henüz turizm olgusunun kendisini göstermemiş olduğundan, kent halkının "yabancılara karşı aşırı ilgi" gösterdiğinden, hatta 15-20 yaş arasındaki bir erkek grubu tarafından uzun süre takip edildiğinden ve münakaşaya girdiğinden bahseder (Urgan, 2013, s. 102). Çok kültürlü geçmişine rağmen bu dönemde kentteki yabancı duyarlılığının yüksek olduğu anlaşılmaktadır. O yıllarda Simmel'in (2017, s. 99-102) metropol zihniyetini betimlediği duyarsızlaşma, kayıtsız kalma, yabancı ile kurduğu tepkisizlik ilişkilerinin gelişmediği görülmektedir. Aynı zamanda klasik kent sosyolojisindeki kent ve kır ayrışmasının ve uzmanlaşmış iş bölümünün tam anlamıyla oluştuğunu söylemek de güçtür. Bu dönemde Antalya tarımsal ürünlerin işlendiği manifaktür ile sanayi arasında kalmış işletmelerin bir arada olduğu küçük bir merkezde yoğunlaşmış, tarım alanları ve köylerle çevrili bir kasabadır.

Bugünün Antalya'sında "yabancının" olağanlaşması 1950lerden itibaren kentin dönüşen yapısı, sanayileşme, göçler ve 1980lerle birlikte artan turizm dalgasıyla mümkün olmuştur. Bu manada 1950 sonrası dönem Antalya'sı modern bir kent formuna kavuşmaya başladığı yıllar idi. Sanayileşme hamleleriyle Kepez bölgesinde yeni üretim alanlarının ve gecekondular başta olmak üzere konutlaşmanın yoğunlaştığı görülmektedir. Bölgenin yükselen ticari kapasitesiyle Kaleiçi ve çevresinde iş yerleri artarken, tarihi kent merkezinin etrafı hızla yapılaşmaya başlamıştır (Manavoğlu, 2009, s. 22). Yeni sanayi bölgelerinde de nüfus yoğunlukları oluşmaya başlamış ve Kızıltoprak, Yüksekalan vb. gecekondu bölgeleri ortaya çıkmaya başlamıştır (Manavoğlu, 2009, s. 21). Bu gelişmeler esasen Türkiye'nin kamu destekli sanayileşme döneminin Antalya'daki yansımasıdır. Giderek Akdeniz bölgesinin gözde kenti olmaya başlayan Antalya, hem Burdur ve Isparta gibi çevre illerden hem de kendi köylerinden göç almaya başlamıştır

Kentin görünümündeki önemli değişimler 1963-1973 yılları arasında iki dönem belediye başkanlığı yapan Dr. Avni Tolunay başkanlığında gerçekleşmiştir. Bu dönemde "Antalya'nın en küçük sokakları dahi betonla kaplanmış ve Antalya toprak yollardan kurtulmuştur" (ABB, 2014b, s. 59). Ayrıca kentin bugünkü biçiminin zemini de oluşmaya başlamıştır. 1970lerden itibaren hızlı göçle artan nüfusun yarattığı konut talebinin baskısı- Türkiye'de de genel bir eğilim olan- büyük oranda gecekondulaşma yoluyla çözülmüştür. Böylece kent merkezi ve sanayi bölgeleri (küçük sanayi, Dokuma fabrikası vb.) etrafında gecekondu dokusu belirmeye başlamıştır. Kaleiçi, Haşimişcan, Balbey gibi

tarihi bölgelerinin çevresi de çarpık kentleşmenin getirdiği düzensiz konut alanları, apartmanlar ve gecekondular ile dolmuştur (Yağcı, 2009, s. 40). 1970lerle başlayan, 80ler ve 90larda hızlanan gecekondulaşma eğilimi, "Kepez, Kepezüstü, Mazıdağı ve Ferrokrom tesislerinin çevresinde gecekondu mahalleleri meydana gelmiştir" (Özözen, 2008, s. 170). Isparta, Burdur gibi çevre illerden gelenlerin bu bölgeye yerleşmesiyle adeta bir "yama kent" oluşmuş (Özözen, 2008, s. 171) ve "Masadağı bölgesi, Kepezaltı, Göçerler, Ahatlı semtlerinde ve şehri çevreleyen kuşakta 100 bine yakın gecekondu" (Bal, 2019, s. 48) ortaya çıkmıştır. Antalya Kent Konseyi raporunda özetlediği biçimde,

> "Ülkemizde 1950'lerde başlayan ve 1960'larda hızlanan kentleşme hareketlerine koşut olarak Antalya kent merkezi ve büyük ilçelerinde de hızlı kentleşme yaşanmaya başlanmış, 1.Kalkınma Planı'nın esasları doğrultusunda başlatılan turizm sektörüne destek ve bu destek içerisinde Antalya'nın pilot bölge seçilmesi sonucu 1970'li yıllarda bölgede başlatılan turizm hareketi ve beraberinde gelen yatırımlar sonucu oluşan göç, kent ve kıyı ilçelerindeki nüfusundaki artış hızını Türkiye ortalamasının çok üzerine çıkartmıştır" (Antalya Kent Konseyi, 2006, s. 105-106).

1976 Nazım İmar Planı'ndan hareketle (Certel, 2019: 50), Şikago Okulu'nun ortaya koyduğu iş bölümü merkezli mekânsal yoğunlaşma, yerleşim yerlerinde sosyo-ekonomik-kültürel ayrışma (McKenzie, 2016, s. 111-121) ve bunlara bağlı uydu kent modelinin (Burgess, 2016, s. 92-93) Antalya'da kendisini göstermeye başladığı söylenebilir. Kaleiçi bölgesi kent merkezi olma işlevini sürdürürken, çevresi ticaretin, kamusal binaların ve yüksek yoğunluklu konut alanlarının bir araya geldiği kent çekirdeği haline gelmiştir. Konyaaltı kıyı şeridinde de kendisini göstermeye başlayan ve daha sonra kentin doğu aksındaki Lara-Kundu bölgelerinde görülecek olan turizm bölgeleri sanayi ve ticaret dışında bir gelişim gösterecektir.

Bugünkü Antalya'yı turizm sektörü ve getirdiği toplumsal ilişkilerin mekâna yansımalarından ayrı düşünmek mümkün değildir. "Özellikle son yıllarda turizmin gelişmesine paralel olarak, kentleşme açısından hızlı bir değişim göstermektedir" (Manavoğlu, 2009, s. 19). 1960larla hızla artan turizm potansiyeli, yasalar ve teşviklerle Antalya ekonomisinin ağırlığı tarım ve ticaretten turizme doğru kaymaya başlamıştır. Bu dönemde Antalya'nın il ve ilçelerinde yeni iş alanları ve oteller belirmeye başlarken, artan iş fırsatlarıyla kırsaldan ve çevre illerden aldığı göçün hacmi de artmıştır. Özellikle yaz aylarında gelen mevsimlik tarım ve turizm işçileri ve yerli / yabancı turistler yoğun bir nüfus baskısı yaratmaktadır.

Bu gelişmelerin mekâna yansıması tarım arazilerinin dönüşümü olmuştur. Özellikle turizm teşvik kanunlarıyla turizm alanı ilan edilen bölgelerde arazi vasıfları değişmiş ve çoğunluğu tarım arazisi olan yerler turizme açılmıştır. Çimrin'in 1974 yılında Antalya'nın otellerinin yatak kapasitesinin 10 bini geçtiği saptamıştır. Aynı yıl kentin eğlence mekanları olarak "şehirde iki gece kulübü ile, müzikli akşam yemekleri alınabilecek Şehir Kulübü, Arapsuyu Plajları lokantaları ve Talya Oteli Restoranları" (Çimrin, 1974, s. 31) vardır. 1974'den itibaren hızlanan kentleşme, Güney Antalya'nın turizm bölgesi ilan edilmesi, gelişen ulaşım yolları ile tatil yörelerinin birbirine bağlanması, Kaleiçi ve liman bölgelerinin ihyası "kentte daire sahibi olma talebini" ortaya çıkarmış (Manavoğlu ve Kutlu, 2010, s. 194), ülke içi ve yurtdışı kaynaklı konut talebi görülmeye başlamıştır.

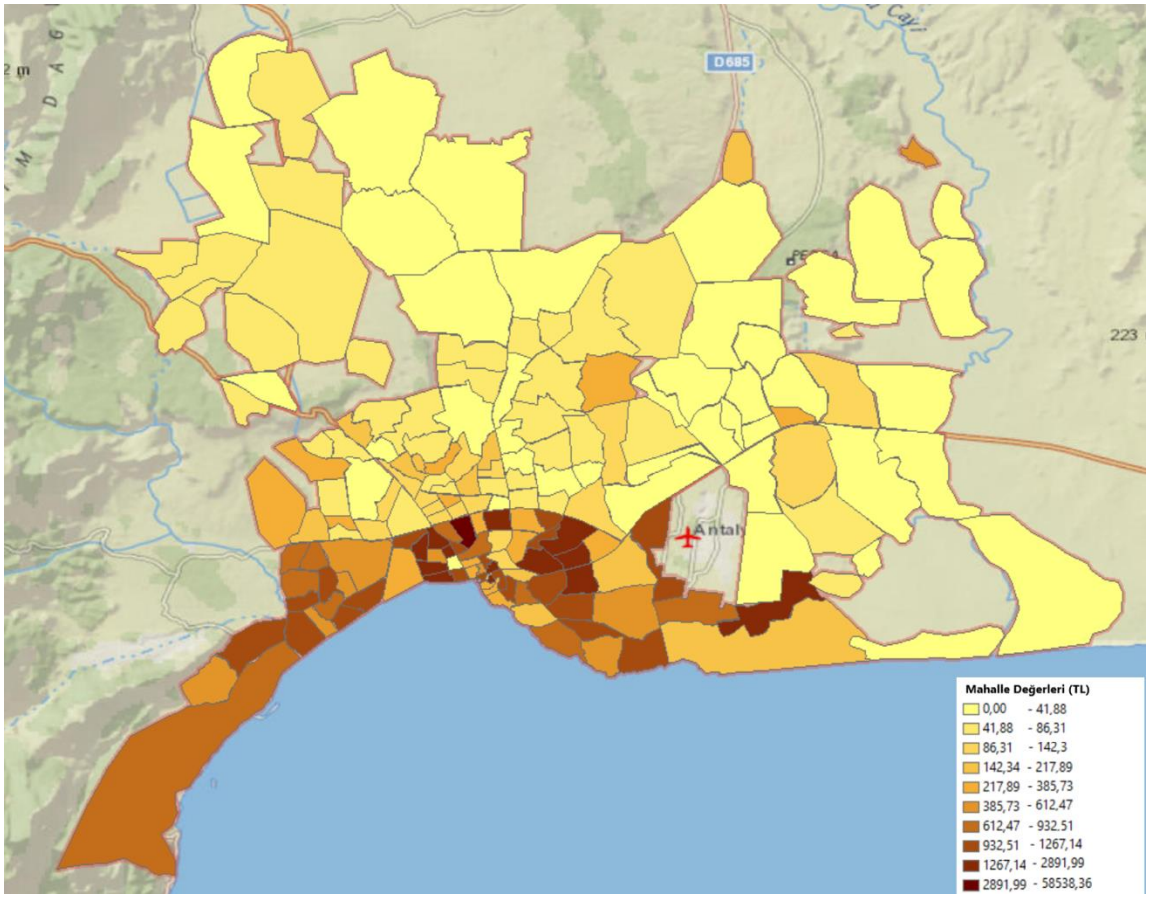
Antalya'nın değişen çehresini edebiyat üzerinden de gözlemlemek mümkündür. Oral (2009, s. 25-37), Ahmet Hamdi Tanpınar, Refik Halit Karay, Ahmet Kutsi Tecer, Falih Rıfkı Atay gibi Türk Edebiyatı'na yön veren isimlerin Antalya'ya olan ilgilerine, Antalya'nın onların edebi hayatlarına yaptığı etkiden bahseder. Eserlerinde ve mektuplarında çizdikleri Antalya portresine odaklanan Oral, Antalya'nın dönüşen sosyo-ekonomik koşullarının ve kentleşme biçiminin edebiyattaki yansımalarına işaret eder. Falih Rıfkı Atay, Ahmet Kutsi Tecer gibi "Anadolucu aydınların" Antalya'nın "önce doğasından, sonra mahalli kültüründen" etkilendiklerini fakat 1960larla birlikte turizm kentine dönüşmeye başlayan Antalya'nın "folklorik zenginliği ve bu zenginliğin kayboluşu karşısında duyulan üzüntü ile birlikte kentin sahip olduğu güzellikler" dönemin ana temasını oluşturduğunu vurgulamaktadır (Oral, 2009, s. 37).

Oysa Antalya turizm konusundaki ivmesini 1980lerle kazanmış, kentin görünümüne 1960lardaki etkisinin kat ve kat üzerinde etki yaratmıştır. 90ların başına gelindiğinde turizmin mekâna bıraktığı miras "kent merkezi ve 640 km'lik kıyı şeridinde binlerce turistik yatak belgeli tesis inşaat" (Kıvran ve Uysal, 1992, s. 52) alanları ortaya çıkmıştır. Bu dönem Konyaaltı, Lara, Kundu bölgelerinde otellerin ve turizm tesislerinin arttığı, buna bağlı olarak apartmanlaşmanın kendisini iyice gösterdiği yıllar olmuştur. Bu noktada Antalya'nın değişen iktisadi yapısı demografisinde önemli değişimler yaratmış ve "turizmin yoğun şekilde gündeme gelmesi ile tarım ile uğraşan sosyal ve feodal yapısı buna göre şekillenen nüfusun değişimi" beraberinde getirmiştir (Antalya Kent Konseyi, 2006, s. 11). Turizmle hızlanan iş göçü dalgası ve "emekli kesimin Antalya'dan ev

edinme isteği" 1980'lerden itibaren inşaat sektörünü hareketlendirmiş, apartmanlaşma sürecini hızlandırmıştır (Aydın, 2010, s. 203). Antalya Kent Konseyi'nin raporunda apartmanlaşma ve Antalya'dan ev alma furyasının -özellikle yabancı uyrukluların ev edinmesinin- kentin "ucuz olduğu için" yatırım yapmaya müsait yapısından kaynaklandığını ve "300 bin yıllık niteliğe dayalı Antalya tercihinin, çeyrek yüzyılda nicelik tercihine dönüştürülmesi süreci" yansıması olduğunu vurgulamaktadır (Antalya Kent Konseyi, 2006, s. 82). Rakamlara bakıldığında 2000 yılında Antalya'da toplam 383.339 konut bulunduğu görülmektedir (DİE, 2000, s. 210). Oysa 1975 yılında 119.851 (DİE, 1975, s. 42), 1970'de 104.171 (DİE, 1970, s. 107), 1980'de 151 251 (DİE, 1985, s. 86) konut bulunmaktaydı. Bunun 17636'sı apartman dairesi iken 9820'si gecekondu idi (DİE, 1985, s. 86). Kentin sahil kesimlerinde yüksek katlı binalar yer alırken içlere doğru konut yapılarında küçülme eğilimi gösterir (Türkkan, 2001, s. 32). 2002-2020 yılları arasında bu sayıya 384.186 daire daha eklenmiş toplam konut sayısı 700 bini aşmıştır (http-28). Diğer taraftan emlak sektöründeki bu dinamizmin sonucu olarak "emlak ofislerinin, mimarlık ve mühendislik bürolarının" sayısında önemli bir artışı getirmiştir (Keyman vd., 2017, s. 106). 1990lar ve 2000lerle Antalya'nın nüfusu, ekonomisi, fiziki büyüklüğü ve mekân yapısı tamamen değişmiştir.

> "1990 yıllarında Akdeniz Küçük Sanayi Sitesinin ve Toptancı Hal Tesislerinin 1996 yılında fuar, Antalya Kültür Merkezi, Cam Pramit Kongre Merkezi, otogar ve Konyaaltı kıyı düzenlemesinin hayata geçirilmesi kentin gelişmesinin kentsel mekâna yansımalarıdır. Böylece kentte turizm çeşitlendirmeye çalışmış, alt merkezler yaratılmış, ticaret ve kültür kenti fonksiyonları yaygınlaştırılarak kentsel hizmetler farklılaşarak, uzmanlaşmıştır" (Manavoğlu, 2009, s. 26).

Gelinen noktada Antalya kat ve kat büyümüş, kentteki iş bölümü mekânsal olarak daha büyük alana dağılmış ve sınıfsal-kültürel ayrışmalar iyice belirginleşmiştir. Antalya'da derinleşen ekonomik ayrışmayı bir bölgedeki yaşam pahalılığı ve gelir dağılımını yansıtan barınma amaçlı konut değerleri üzerinden ortaya koymak mümkündür.



Harita 7.1.2. *Antalya Merkez İlçe Mahallelerinin Arsa Metrekare Birim Değerlerinin Ortalaması (TL), 2021 (http-29)*

2000li yıllar kent mekânında büyük çaplı dönüşümlerin yaşanmaya başladığı yıllar olmuştur. Kentin çarpık kentleşme mirası, küresel bir kent marka olma iddiasındaki kent politikalarını zora sokmuş, kent büyük projelerle dönüştürüldüğü, kentsel yenilemenin yoğunlaştığı bir döneme girmiştir. Konyaaltı'ndan Kundu'ya kadar doğu-batı aksı kent merkezinin turizme dönük yüzü haline gelmeye başlamış, sanayi ve tarım alanları Aksu, Kepez, Döşemealtı bölgelerinin kuzey akslarına doğru kaymış ve kentin görünümü büyük bir değişime uğramıştır. Otomobil sahipliğinin artması kent içerisindeki otoyol ağlarının gelişme göstermesini, kent merkezine uzak bölgelerin imara açılmasını ve artan nüfus baskısıyla kentleşmenin coğrafyasının genişlemesini getirmiştir. Özellikle kent merkezindeki kıyı bölgelerindeki tarım arazilerinin yöre halkından ucuz fiyatlardan alınması imkanlarının da doğmasıyla buralarda apartmanlaşmayı hızlandırmıştır (Manavoğlu, 2009, s. 23).

2000li yıllar Antalya yaşadığı nüfus şokunu aşmak, kente gelen turist sayısını sürekli arttırmak ve kenti turizm alanında bir marka kent haline getirme arzusuyla büyük bir dönüşüme sokulmuştur. Özellikle kentin kıyı kesimlerinde yoğunlaşan bir biçimde Urry'nin (1999, s. 11) kentteki üretim merkezlerinin tüketim mekanlarına dönüşümü olarak ele aldığı süreç başlamıştır. Merkezde yıkılan gecekondu bölgelerinde apartmanlar, yeni tüketim alanları (AVM, kafe, kozmetik mağazaları, eğlence merkezleri vb.), müzeler alırken buralardaki hem nüfus hem de üretim birimleri (sanayi, sebze meyve hali vb.) kentin kuzey ve kuzeydoğu aksına doğru kaymıştır. Kepez'de gerçekleştirilen kentsel dönüşüm projeleri, akıllı kent projeleri ile "Kepez'in Antalya'nın arka bahçesi olmaktan çıkıp Antalya'nın ön bahçesi haline" (Portakal Gazetesi, 2018f, s. 24) getirilmesi hedeflenmekte, adeta turizm alanında bir showrooma dönüştürülmesi düşüncesi kentin kuzey aksına doğru genişlemektedir. Böylece 2000li yıllar Haşimişcan, Santral, Güneş mahalleleri başta olmak üzere gecekondu alanlarının kentsel dönüşüme sokulduğu, kentin kıyı hattı boyunca yenilenip çekim merkezi haline getirilmeye arzusuyla dönüştürüldüğü, Kaleiçi, Balbey Mahallesi gibi tarihi sit alanlarının yenileme projelerine üzerinden tartışmaların yoğunlaştığı, yeni otoyollar ve tramvay hattıyla kentin yeni akslarının birbirine bağlandığı, EXPO ve Boğaçayı Projesi, Konyaaltı Sahili'nin boydan boya yenilenerek kenti küresel arenada ön plana avantaj sağlayacağı düşünülen mega projelerin görünür olduğu yıllar oldu.

7.2. Antalya Demografisinin Genel Görünümleri ve Kent Mekanına Yansımaları

7.2.1. Antalya demografisi ve kent mekanındaki dağılımları

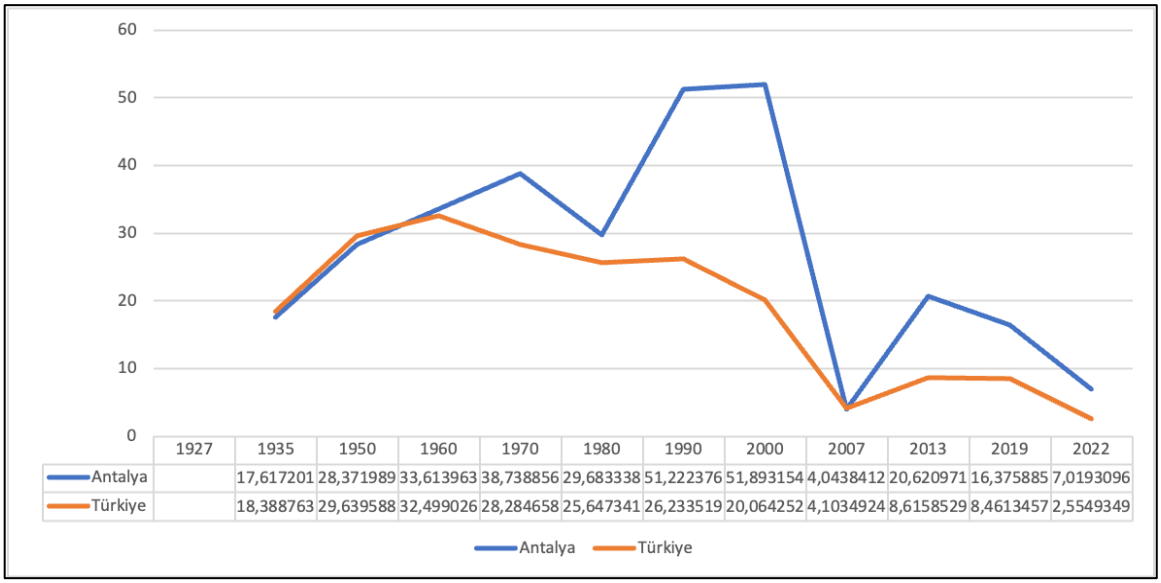
Cumhuriyet'in kuruluşunda küçük bir kasaba kadar nüfusa sahip Antalya, bugün demografik açıdan hızlı büyüyen bir kenttir. O yıllarda 206 bin civarındaki nüfusunun %17,22 si kentlilerden geriye kalan %82,78'i köylülerden oluşmaktaydı (Tablo 7.2.1.1). Kent ve kır nüfus oranları üzerinden hareket edildiğinde Cumhuriyet elitlerinin kent toplumu yaratma ülkülerinin Antalya'da karşılık bulmasının zaman aldığı anlaşılmaktadır. Cumhuriyet'ten 32 yıl sonra kentli nüfusunun oranı sadece %18,87'ye ulaşabilmiştir. Öte yandan sayısal olarak bu tarihte kentli nüfus sayısının 1927'ye oranla iki katına çıkmış olması da kayda değerdir.

Tablo 7.2.1.1: *ADNKS Verilerine Göre Antalya'nın Toplam Nüfus Miktarı ve Nüfusun Kent ve Kıra Göre Dağılımı, 1927-2022 (Manavoğlu, 2009, s. 20; TÜİK, http-30)*

Yıllar	Toplam	Kent	Kır
1927	206.270	35.533	170.737
1935	242.609	43.857	198.752
1950	311.442	53.972	257.470
1960	416.130	95.424	320.706
1970	577.334	176.008	401.326
1980	748.706	280.837	467.869
1990	1.132.211	602.194	530.017
2000	1.719.751	936.330	783.421
2007	1.789.295	1.127.634	661.661
2013	2.158.265	2.158.265	-
2019	2.511.700	2.511.700	-
2022	2.688.004	2.688.004	-

Nüfus artışı beraberinde kentin yayılma hızını da arttırmıştır. 1950 yılında 2.7 km2 iken 1960 yılında 6.9 km2 alana yayılmıştır (Manavoğlu, 2009, s. 19). 2012 yılına gelindiğinde Antalya Büyükşehir Belediyesi'nin yetkili olduğu alan yaklaşık 1380 km2'ye ulaşmıştır (ABB, 2009, s. 22). 6360 sayılı kanun ile Büyükşehir'in yetki alanı yaklaşık 1380 km2'den 20681 km2'ye yükselmiş (ABB, 2019c, s. 26), 1927'den bugüne nüfusu 12 kat, kentin yüzölçümü ise neredeyse 7500 daha kat büyümüştür.

Grafik 7.2.1.1: *ADNKS Verilerine Göre Türkiye ve Antalya'nın Nüfus Artış Hızı Grafiği, 1927-2022, (TÜİK, http-30)*

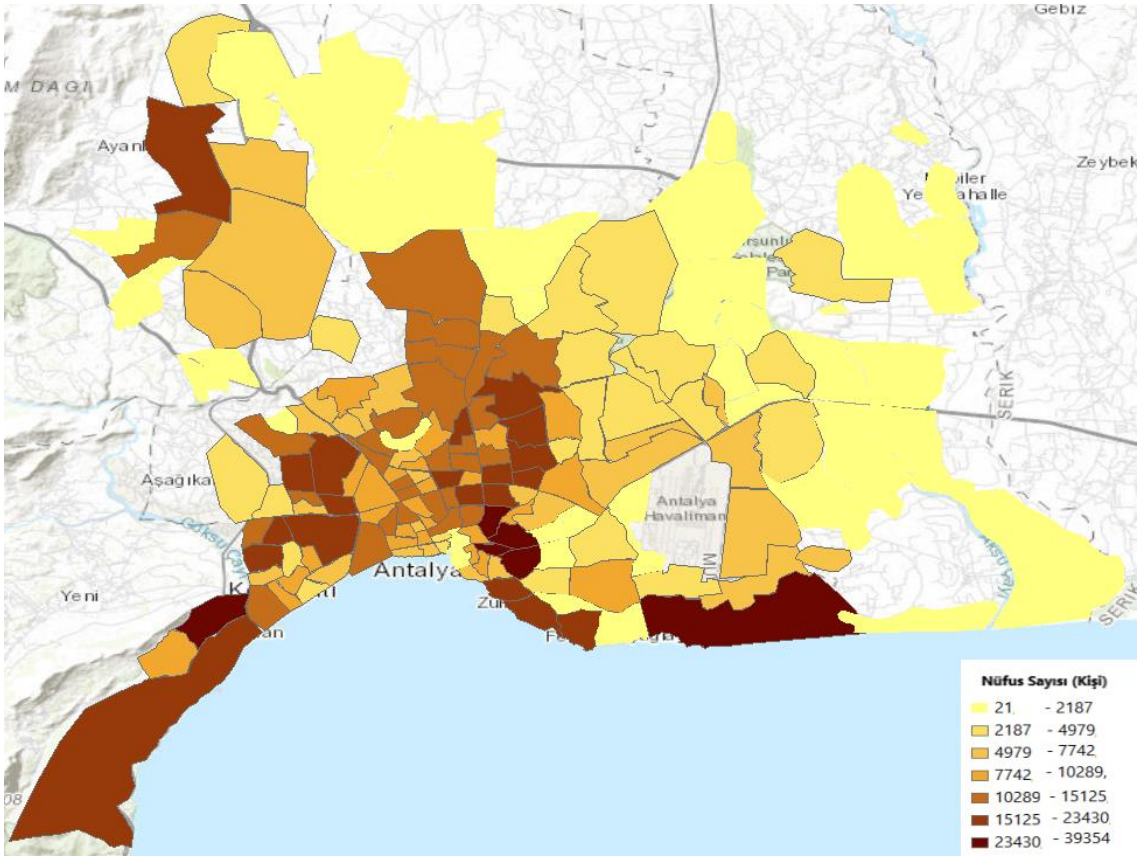


1950lilerden sonra Antalya'nın nüfus artış hızında önemli bir ivme başladığı, Türkiye ortalamasının üzerine çıktığı gözlemlenmektedir. Grafik 7.2.1.1'e göre 1950 yılından sonra Antalya'nın nüfus artış oranı Türkiye'nin oranının altına hiç düşmemiştir. Bu tarihten sonra kent nüfusu her 10 senede bir yaklaşık 1,5-2 kat artmıştır. Bilhassa 1980 ile 1990 arası kent nüfusundaki artış dikkat çekicidir. 1980'de 280.837 olan kent nüfusu 1990 yılına geldiğinde yaklaşık 3 kat artarak 602.194 kişiye ulaşmıştır. 1990 yılı kent nüfusunun kır nüfusunu aşmış (Tablo 2.2.1.1; DİE, 2000, s. 27), 2000 yılında ise kentlilerin oranı toplam nüfusun %54,5'üne varmıştır (DİE, 2000, s. 26). Bu gelişmeler neticesinde 1990-2000 yılları arasında Antalya Türkiye'nin nüfus artış hızı en yüksek il olmuştur (Bal, 2019, s. 46). 2012 yılındaki 6360 sayılı kanun sonucunda kentli nüfusu 2,5 milyonu geçmiştir. TÜİK'in yaptığı nüfus projeksiyonuna göre 2025 yılında Antalya'nın nüfusunun 2,8 milyona yaklaşacağı ve Türkiye'nin en kalabalık 5. ili olmayı sürdüreceği öngörülmektedir (http-31).

Tablo 7.2.1.2: *ADNKS ve HGM Verilerine Göre Antalya Merkez İlçelerinin Yüzölçümü, Nüfusları ve Nüfus Yoğunluğu, 2022, (TÜİK, http-32; HGM, http-33)*

İlçeler	Yüzölçümü / km2	Nüfusu	Km2 Başına Düşen İnsan Sayısı
Kepez	292	608675	2084,5
Muratpaşa	96	526293	5482,2
Konyaaltı	546	204795	375
Aksu	406	77623	191,18
Döşemealtı	329	79495	241,6

Antalya'da nüfusa paralel olarak nüfus yoğunluğu da hızla artmaktadır. Km2'ye "düşen kişi sayısı 1927 yılında yaklaşık 11 iken, 2000 yılında bu sayı 83'e yükselmiş" (ABB, 2006, s. 26) Bugün km2'de 121,4 kişinin yaşadığı Antalya'da nüfusun belli ilçe ve mahallerde yoğunlaşmaktadır. Nüfusun 55,5'i (1.395.458 kişi) beş merkez ilçede (Kepez, Muratpaşa, Konyaaltı, Aksu, Döşemealtı) ikamet etmektedir. Yani nüfusun yarısından fazlası kentin yüzölçümünün %6,84'ünde (1415 km2) yaşamaktadır. Merkezdeki nüfusun %39,84'ü Kepez'de, %36,57'si Muratpaşa'da, %13,61'i Konyaaltı'nda, %5,24'ü Aksu'da ve %4,71'i de Döşemealtı'ndadır (Tablo 7.2.1.2).



Harita 7.2.1.1: *ADNKS Verilerine Göre Antalya Kent Merkezi'ndeki Nüfusun Mahalleler Bazında Dağılımı, 2022 (TÜİK, http-30)*

Harita 7.2.1.1'in verilerine göre nüfus yoğunluğu büyük oranda Muratpaşa ve Kepez bölgesinde toparlanmakla birlikte Döşemealtı, Konyaaltı, Aksu ilçelerinde de nüfus yoğunluğu yüksek mahaller vardır. Bu dağılımı kentte farklı bölgelerde yoğunlaşan iş bölümünün yansıması olarak ele almak mümkündür. Muratpaşa ilçesi tarihsel nüfus yoğunluğunu sürdürürken, Döşemealtı ve Kepez bölgesi çepere doğru sürüklenen sanayi alanlarının (Harita 7.3.3.1 ve Harita 7.3.3.2), güney bölümü Konyaaltı ve Aksu'nun -yani kıyı kesimleri- turizm kaynaklı yoğunluk söz konusudur. Kuzey kesimlerinde tarım arazilerinin yoğunlaştığı Aksu'da ise nüfus yoğunluğunun en düşük olduğu bölgedir.

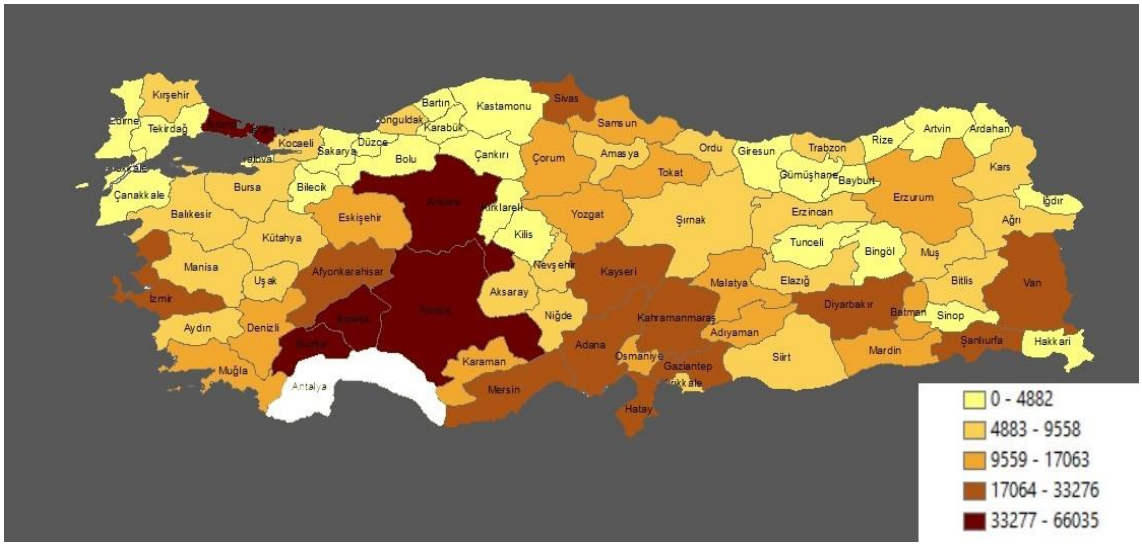
Antalya'nın nüfus artışı ve nüfusun mekânsal dağılımı göçten ve göçün niteliğinden bağımsız değildir. Göç Antalya'nın kentleşme tarihinin ayrılmaz bir parçasıdır (Güçlü, 2018, s. 1047). 1770'lerden 1927'ye dek süren politik nedenlerle başlayan zorunlu göç olgusu (Güçlü, 2018, s. 1047; Oral, 2009, s.129-133) bugün farklı dinamiklerle (büyük oranda ekonomik dinamikler) devam etmekte, genişlemiş bir hacme kavuşmaktadır. Kent 1980'den bu yana yılda ortalama 50 bin göç almaktadır. Bilhassa 2000lerle birlikte 90bini

bulan bir ortalama ile göç almakta (Tablo 7.2.1.3), göç olgusu kentin kimliği, sosyal yapısı ve kentleşme süreçlerine ilişkin önemli sonuçlar yaratmaktadır.

Tablo 7.2.1.3: *ADNKS Verilerine Göre Antalya'nın Göç İstatistikleri, 1975-2022 (TÜİK, http-32)*

Yıllar	Aldığı Göç	Verdiği Göç	Net Göç
1975-1980	39 274	22 132	17 142
1980-1985	54 427	29 088	25 339
1985-1990	123 737	41 000	82 737
1995-2000	171 982	81 525	90 457
2007-2008	92 031	55 806	36 225
2008-2009	75 696	58 632	17 064
2009-2010	86 907	61 662	25 245
2010-2011	89 731	62 875	26 856
2011-2012	83 596	62 893	20 703
2012-2013	88 605	64 075	24 530
2013-2014	93 057	64 631	28 426
2014-2015	96 441	68 374	28 067
2015-2016	177 166	159 915	17 251
2016-2017	87 232	72 178	15 054
2017-2018	95 920	80 349	15 571
2018-2019	100 140	68 494	31 646
2020-2021	88305	80505	7800
2021-2022	92004	78986	13018

"Bu göç dinamiği Antalya'nın ekonomik gelişmişliğinin bir göstergesidir" (Keyman vd., 2017, s. 102). 1980-1990 yılları arasındaki 383.505 kişilik artışın 178.164'ü yani yarısına yakını (%46,45'i) aldığı göçlerden kaynaklanmaktadır. Turizmin -etkilediği alt sektörler ile birlikte- yarattığı ekonomik canlılık Antalya'yı 1985 sonrası istihdam kaynaklı göçün önemli bir merkezi haline getirmiş ve hem diğer illerden hem de köyden kente göçü hızlandırmıştır (ABB, 2014b, s. 20; Antalya Kent Konseyi, 1999, s. 6; Keyman vd., 2017, s. 103).



Harita 7.2.1.2: *ADNKS Verilerine Göre Antalya Nüfusunun Doğum Yerlerine Göre Türkiye'deki Dağılımı, 2021 (TÜİK, http-32)*

Göçle gelen nüfusun %11,87 (149.772 kişi) ise yurtdışında doğup Antalya'da ikamet eden kişilerdir. Türkiye göç veren bir ülkeyken Antalya Avrupa'lı emeklilerden göç alan bir kenttir (Balkır, Toprak Karaman ve Kırkulak, 2008, s. 57). Akdeniz havzasına doğru yönelen atipik göç dalgası, özellikle Avrupa'nın Akdeniz havzasındaki ülkelerinde artan konut fiyatlarının da etkisiyle, fiyatların daha ucuz olduğu Türkiye gibi ülkelere yönelmiştir (Görer, 2014, s. 218) 2003 yılında da yabancılara konut satışını serbest hale getiren kanunun çıkartılmasıyla kıyı yerleşimlerindeki konut talebini arttırmıştır (Görer, 2014, s. 226). Merkez Bankası verilerine göre, 2020 yılında İstanbul'dan en fazla konut satışının Antalya'da görülmesi (http-34) Antalya'nın bu göç ağı içerisindeki önemini ortaya koymaktadır.

Doğum yerlerine göre Antalya'da ikamet edenlerin dağılımı (Harita 7.2.1.2) bakıldığında, kentin en fazla göçü hinterlandında bulunan Isparta, Burdur, Konya ile metropol kentler olan Ankara ve İstanbul'dan almaktadır. İkinci seviyede ise hinterlandının daha dış çeperinde yer alan Adana, Kayseri, Gaziantep illerinden, Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yer alan Diyarbakır, Şanlıurfa, Van gibi kentler ile İzmir, Sivas gibi Ege ve Karadeniz bölgelerinden göç almaktadır. Merkez ilçelerin nüfus yoğunluğu sıralamasında 3. ilçe olan Konyaaltı İlçesi Antalya doğumlu olmayanların ilçe nüfusuna oranla en yoğun yaşadığı ilçedir. Kentin en önemli plajlarından Konyaaltı Plajı, Akdeniz Üniversitesi, Serbest Ticaret Bölgesi, Ticaret Limanı, gözde otelleri barındıran ilçe turizm, ticaret ve tüketim noktasında çekim merkezi oluşturmaktadır. TÜİK

verilerine göre (http-32) 2019 yılında Konyaaltı nüfusunun %12,94'ü (24608 kişi) yurtdışından gelenlerden oluşmaktadır. Bu grup Antalya doğumluları dışarda bırakıldığında en yüksek grubu oluşturmaktadır. Bunları İstanbul (%4,8), Ankara (%4,5) ve Konya (%2,3) takip etmektedir (Tablo 7.2.1.4).

Konyaaltı'nı Antalya'nın en yoğun ilçesi olan Muratpaşa takip etmektedir. İlçenin illere göre dağılımı Konyaaltı ile benzerlik göstermektedir. Burada da yurtdışı doğumlular ilk sırayı (%8,69) alırken İstanbul (%3,56), Ankara (%3,35) ve Burdur (%2,48) onları takip etmektedir. İki ilçenin gelir düzeyi (Harita 7.1.2) ile buraya yerleşenlerin verileri (Tablo 7.2.1.4) birlikte ele alındığında yurtdışından ve İstanbul, Ankara gibi illerden gelen yüksek gelir grubundan kesimler bu bölgelere yerleşmektedir. Kentin turizm, hizmet ve ticaret alanlarının yoğunlaştığı bu bölgelerin birer cazibe merkezi olarak talep gördüğü anlaşılmaktadır.

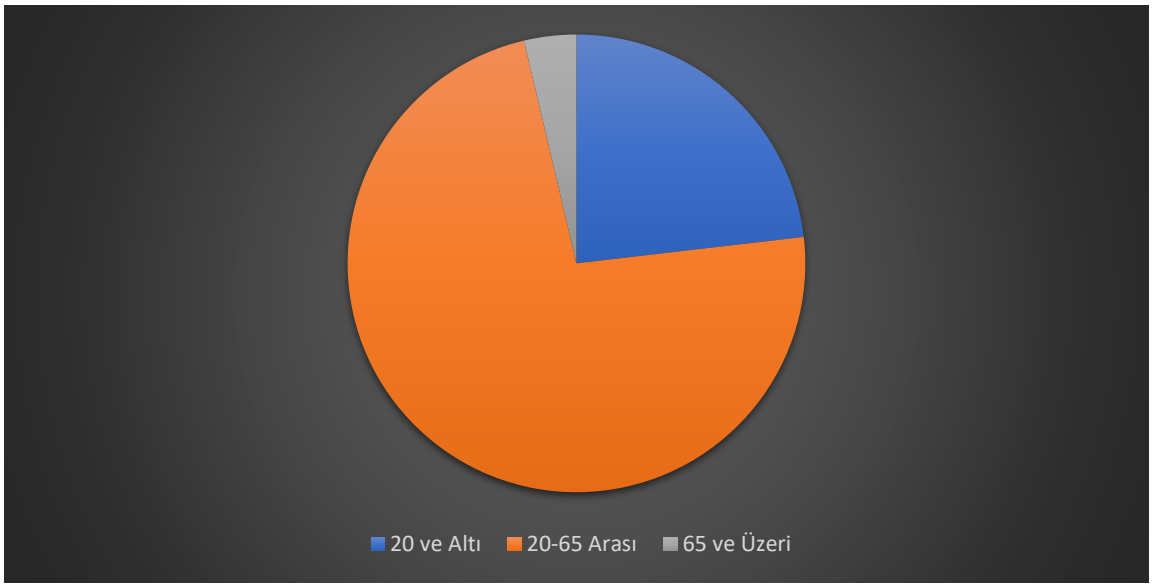
Tablo 7.2.1.4: *ADNKS Verilerine Göre Antalya Merkez İlçelerinde İkamet Eden ve Antalya Doğumlu Olmayanların Doğduğu İllere göre Dağılımı, 2022 (TÜİK, http-32)*

Muratpaşa	Aksu	Döşemealtı	Kepez	Konyaaltı
Yurtdışı	Şanlıurfa	Yurtdışı	Yurtdışı	Yurtdışı
İstanbul	Isparta	Burdur	Burdur	İstanbul
Ankara	Yurtdışı	İstanbul	Konya	Ankara
Konya	Konya	Konya	Isparta	Konya
Burdur	Hatay	Ankara	Diyarbakır	Burdur

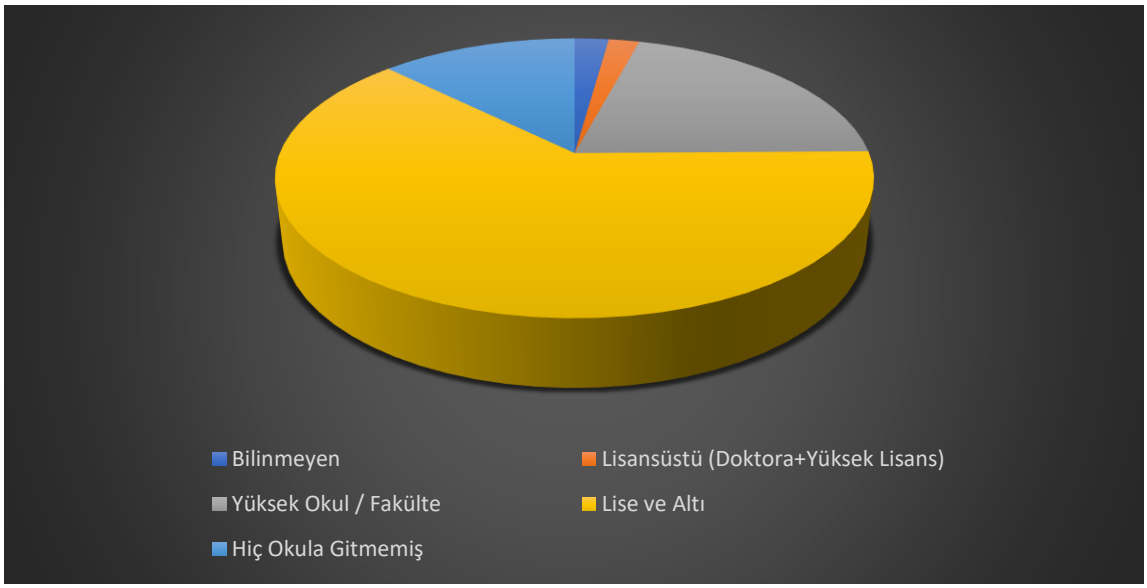
Kentin kuzey aksında yer alan ve görece daha ucuz sayılabilecek Aksu, Kepez ve Döşemealtı bölgelerinde ise Akdeniz bölgesinin bu ilçelerin hinterlandında bulunan illerden ve Doğu, Güneydoğu ve İç Anadolu bölgelerinden gelenlerin yoğunlaştığı görülmektedir. Antalya'nın kuzeyinde yer alan bu ilçeler gecekondu alanlarının, sanayi bölgelerinin, meyve sebze hali gibi ticaret alanlarının ve tarım arazilerinden oluşan iş sahalarının ve ucuz konut alanlarının bulunduğu bölgeler olarak öne çıkmaktadır. Bu bölgeler özellikle Antalya'nın tarım, turizm, üretim ve hizmet sektörünün ihtiyaç duyduğu işgücünün hem barındığı hem de çalıştığı bölgelerdir. Bu anlamda turizm sektörüyle bağlantılı olarak üretim (sanayi ve tarım üretimi) süreçlerinin gerçekleştiği arka bahçe konumundadır. Bir parantez açmak gerekirse geçtiğimiz 2019'dan bu yana bu ilçelerdeki dağılım değişme göstermektedir. Özellikle Aksu, Döşemealtı ve Kepez ilçelerinde yurtdışı doğumluların yoğunluğu hızla artmış ve üst sıralara yükselmiştir.

Antalya mahalleler bazındaki nüfus ve yoğunluk dağılımı düzensiz bir biçim gelişme göstermektedir. Bu düzensiz dağılımı Antalya'nın kentleşme tarihi ve coğrafyası bağlamında ele almak mümkündür. Antalya her ne kadar yüzölçümü büyük bir kent olsa da mekânın coğrafi özellikleri yerleşim yerlerini kısıtlamaktadır. Büyükşehir "sınırları içinde topografik yapı %65'i düzlük ve az eğilimli, kalan kısım dağlık ve ormanlıktır" (ABB, 2006, s. 24). Dolayısıyla coğrafyasının %35'i yerleşmeye uygun nitelikte değildir. Özellikle Döşemealtı ilçesi, Konyaaltı ilçesinin doğu, kuzeydoğu ve kuzey aksları ile Aksu ve Kepez'in kuzey aksları düzenli yerleşime ait dağlık ve engebeli yer şekilleri yerleşimi güçleştirmektedir. Böylece Tablo 7.2.1.2'te gösterilen ilçelerin yüzölçümleri ve nüfus dağılımı istatistikleri ile Harita 7.2.1.2'deki mahalle yoğunlukları haritası karşılaştırılmalı analizi göstermektedir ki, nüfusun yarından fazlasına ev sahipliği yapan %6,84'lük mekânsal alanın tamamı yerleşime açık değildir. Dolayısıyla kentin merkezindeki nüfusun oldukça küçük bir alana yoğunlaştığını söylemek mümkündür. Ayrıca Antalya'nın "hızlı ve plansız" kentleşme biçimi de mekânsal anlamda düzensiz bir dağılma yaratmıştır (Manavoğlu, 2009, s. 19). ABB'nin (2014b, s. 59) 2015-2019 Stratejik Planı'nda kentin karşı karşıya kaldığı problemler arasında hâlâ aldığı yoğun net ve mevsimsel göç ile çarpık kentleşmeye eşlik eden görüntü kirliliği öne çıkmaktadır.

Grafik 7.2.1.2: *ADNKS Verilerine Göre Antalya'nın Aldığı Göçün Yaş Gruplarına Göre Dağılımı, 2009-2022 (TÜİK, http-32)*



Grafik 7.2.1.3: *ADNKS Verilerine Göre Antalya'nın Aldığı Göçün Eğitim Durumuna Göre Dağılımı, 2009-2022 (6 Yaş Üstü) (TÜİK, http-32)*



Antalya'nın son 13 yılda aldığı göçün yaş gruplarına göre dağılımlarına bakıldığında en büyük kesimini 19-65 yaş arası grubun oluşturduğu görülmektedir. İkinci olarak 19 yaş altı oluştururken, en düşük oranı 65 yaş ve üzeri kesimin oluşturduğu görülmektedir (Grafik 7.2.1.2). Eğitim durumlarına eğitim durumlarına göre dağılımına bakıldığında (Grafik 7.2.1.3) aldığı göçün ¾'ünden fazlası lise ve altı mezunlarıyla hiç okula gitmemiş kişiler oluşturmaktadır. Yükseköğretim kurumlarından mezun olanların ise büyük bir bölümünü fakülte ve yüksekokul mezunları oluştururken lisansüstü mezunu olanlar en küçük grup olduğu anlaşılmaktadır. Eğitim durumlarının cinsiyete göre dağılımına bakıldığında ise eğitim seviyesi arttıkça erkeklerin oranının arttığı fakat hiç okula gitmemiş grubu dışarıda bırakıldığında eğitim düzeyinin dağılımında büyük farklar görülmemektedir. Bütün bu verilerden hareketle Antalya'nın son 13 yılda aldığı göç büyük oranda eğitim ve iş gücüne katılımın yüksek görüldüğü 19-65 yaş grubu ve düşük eğitim seviyesine sahip bir nitelik göstermektedir.

Cinsiyet ve yaş gruplarının dağılımı, hane halkı büyüklüğü, medeni duruma ilişkin veriler, sinema-tiyatro seyirci sayıları gibi istatistiki veriler, Antalya'nın sosyo-ekonomik ve toplumsal ilişkilerine yönelik ipuçları vermektedir. Antalya nüfusunun cinsiyet dağılımına bakıldığında ise dengeli bir nüfus dağılımı gözlemlenmektedir. Bu dağılım Konyaaltı, Kepez, Muratpaşa, Döşemealtı ve Aksu ilçelerinde benzer bir biçimde

seyretmekte %48-52 aralığında değişimler göstermektedir. Oranlar yakın olmakla birlikte Kepez, Aksu ve Döşemealtı ilçelerinde erkek nüfusu fazla iken Muratpaşa ve Konyaaltı ilçelerinde kadın nüfusu daha fazladır (DİE, 1985, s. xxii; 8; http-35).

Tablo 7.2.1.5: *ADNKS Verilerine Göre Antalya Merkez İlçelerinin Nüfuslarının Yaş Grupları Dağılımı, 2022 (TÜİK, http-35)*

	19 ve Altı	**19-65 Arası**	**65 ve Üzeri**
Antalya	532650 (%19,81)	1904098 (%70,83)	251256 (%9,36)
Aksu	17400 (%22,42)	54067 (%69,65)	6156 (%7,931)
Döşemealtı	16067 (%20,2)	56255 (%70,73)	7203 (%9,07)
Kepez	132744 (%21,8)	436806 (%71,76)	39125 (%6,44)
Konyaaltı	38334 (%18,71)	147431 (%71,98)	19030 (%9,31)
Muratpaşa	92145 (%17,50)	378010 (%71,82)	56138 (%10,68)

Antalya oransal olarak genç nüfus yapısına sahip olmuştur. 1935 yılındaki verilere göre nüfusun %87,7'si 50 yaşın altında iken %12,3'ü 50 yaşın üzerindedir (Anonim, 1937, s. 12). Bugünde benzer biçimde %91,5'i 65 yaşın altındadır (Tablo 7.2.1.5). Bu beş ilçede en kalabalık grubu yaklaşık %71,42 ile 19-65 yaş arası grup oluşturduğu, onları %20,9 oranı ile 19 yaş ve altı ve %7,61 ile 65 yaş ve üzeri takip ettiğini görülmektedir. Öncelikle (Tablo 7.2.1.5) merkez ilçelerinin nüfus dağılım oranı ile yaş gruplarının ilçelere dağılımı paralellik göstermektedir. Bu ilçelerin toplam nüfusunun %36,57'sine sahip olan Muratpaşa ilçesinde yaş grupları içerisinden benzer bir (sırasıyla %32,26; %36, 88; %45,49) dağılım göstermektedir. Nüfusun %13,61'üne Konyaaltı, %5,24'üne sahip Aksu ve %4,71'ine sahip Döşemealtı ilçelerinin yaş gruplarının dağılımından nüfusları oranında dağılıma sahiptirler. Sadece nüfusun %39,84'üne sahip Kepez'de 65 yaş ve üzeri grubun nüfusuna oranla %10 düşük iken, 19 yaş ve altı grubu da %5 civarında fazla gözlemlenmektedir. Merkez ilçelerinin nüfus dağılım oranı ile yaş gruplarının ilçelere göre dağılım ilişkisinde göze çarpan yegâne farklılık burada belirmektedir. İlçelerin kendi nüfusunun yaş gruplarına göre dağılımına bakıldığında ise 65 yaş ve üzeri nüfusun en yoğun oldu Muratpaşa'dır (%9,47). 19 yaş ve altı grubun ilçe nüfuslarına göre en düşük orana sahip olduğu ilçeler Muratpaşa (%18,49) ve Konyaaltı (%19,38) ilçelerindedir. Öte yandan nüfus grupları arasında 19-95 yaş arası grup bütün ilçelerin kendi nüfusları içerisindeki oranlarında benzerlik gösteren gruptur.

Bütün bu göstergelerden hareketle Antalya'nın ve ilçelerinin demografilerinin özelliklerinin genel görünümlerini toparlandığında belli sonuçlara ulaşılmaktadır.

Öncelikle Antalya bir göçmen kenti görünümündedir. Kentin yarıdan fazlası Antalya doğumlu olmayanlardan oluşmaktadır. Buna önceki kuşağın Antalya'da doğan çocukları da eklendiğinde büyük bir göçmen kitlesi oluşturmaktadır. Oysa 1935 yılında Antalya'da yaşayanların %94,9'i Antalya'da doğumluydu (DİE, 2000, s. 27). Bu anlamda hem yurtiçi hem de yurtdışı göçlerle kentte kozmopolit bir yapı meydana gelmektedir.

Yine Antalya merkez ilçelerinin tamamında 19-65 yaş aralığında yoğunlaşmış bir nüfus yapısı mevcuttur. Nüfusunun yaklaşık %70'i aktif iş yaşamına katılmaya müsait bir demografik görünüm oraya çıkartmaktadır. Özellikle kentin tarım, inşaat ve turizm sektörlerinde ihtiyaç duyduğu ve giderek artan işgücü talebinin yarattığı göç dalgasının görünümlerinden biridir. Sektörlerin giderek büyümesi bu süreci hâlâ devam ettirmekte, demografik yapısında sürekli değişen bir devinim yaratmaktadır. Bu devinimin yarattığı tüketim talebi kentin kaynakları üzerinde doğrudan bir baskı yaratmaktadır. Nüfus artış hızının büyüklüğü kenti belli yıllarda Türkiye'de nüfusun en hızlı arttığı il konumuna getirmiştir. Kentin son 40 yılda mekânsal olarak kat ve kat büyümesinin altında yatan en önemli nedenlerden biri olarak bu hızlı nüfus artışı yatmaktadır. Nüfus projeksiyonlarının artış senaryosu gerçekleşmesi halinde kentin mekânsal genişlemesini sürdürmesi muhtemeldir.

7.2.2. Antalya demografisinin sosyo-kültürel boyutları

Demografi ve kentleşme arasındaki ilişkinin önemli bir boyutu da kente ekonomik entegrasyon kadar kültürel entegrasyon, örgütlenme ve kente dair süreçlere katılımdır. Kentin toplumsal grupları bu süreçlere ne kadar entegre edebildiği kadar onların bu süreçlere katılma istek ve imkanları bir kentin gelişmişlik göstergesi noktasında önemli göstergedir.

Antalya hızlı kentleşen, metropolleşen bir kent olarak öne çıkarken kentsel işlevlerin aynı hızla gelişmediği de görülmektedir (Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü, 2019c, s. 56). Antalya mahalleler arası gelir farklılıklarına (Harita 7.1.2) paralel olarak sosyo-kültürel bağlamda da ayrışmıştır. Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü'nün (2019a, s. 84) Türkiye genelinde ilçeler arası gelişmişlik endeksine göre yaptığı sıralama ayrışmayı ortaya koymaktadır. Rapora göre merkez ilçelerin ülke genelindeki sıralamasında Muratpaşa 15., Konyaaltı 30., Kepez 142., Döşemealtı 164., Aksu 248.

sıradadır. Bu bakımdan Antalya pek çok gelişmekte olan ülke kentlerine benzer bir ekonomik ve sosyolojik ayrışmaya gösterir.

Eğitim istatistikleri ve toplumsal eşitlik araştırmaları bu veriyi desteklemektedir. 2019 TÜİK Ulusal Eğitim İstatistikleri göstermektedir ki Muratpaşa ve Konyaaltı ilçelerinden uzaklaştıkça eğitim seviyesinde düşme eğilimi göstermektedir. İlçe nüfuslarının eğitim seviyelerine göre dağılımda lisans ve lisansüstü eğitimli kesimin oranı Muratpaşa ve Konyaaltı'da daha yüksek iken, Döşemealtı ve Aksu ilçelerine lise ve altı eğitim seviyesinde yoğunlaşma anlaşılmaktadır (http-36). Türkiye kentlerinde genel olarak kent merkezinden uzaklaştıkça eğitim seviyesinde giderek azalan kümelenmelerin oluşma eğilimi (TEPAV, 2015, s. 38) Antalya için de geçerlidir.

Eğitim düzeylerindeki mekânsal farklılaşma toplumsal cinsiyet eşitsizliğinde de öne çıkmaktadır. Eğitim kademelerinin üst sıralarına doğru erkeklerin oranı artarken, aşağı doğru indikçe kadınların oranı artış göstermektedir. Bilhassa Aksu ve Döşemealtı ilçelerindeki oranlar arasındaki fark oldukça fazla iken, Muratpaşa, Konyaaltı ve Kepez ilçelerinde fark birbirine daha yakın seyretmektedir (http-36).

Antalya TEPAV toplumsal cinsiyet eşitliği raporuna göre çalışma hayatında kadınlar ve erkekler arasındaki eşitliğin en yüksek olduğu 5., toplam kadın nüfusu içerisinde çalışan kadın oranının en yüksek olduğu 4. kenttir (TEPAV, 2020a, s. 41; 43). Öte yandan yönetici pozisyonlarında çalışan kadın oranı Türkiye ortalamasının altındadır. Ayrıca "benzer işler için cinsiyetler arası ücret eşitliği" kategorisinde %38,8 olan Türkiye ortalamasının yarısından daha düşük (%17,1) bir ortalamaya sahiptir (TEPAV, 2020a, s. 84). Bu bakımdan kadın istihdamı yüksekken çalıştıkları işlerin alt kademe işlerde yoğunlaştığı anlaşılmaktadır. Eğitim, iş yaşamında üst pozisyonlarda yer alma ve ücret eşitliği görünümlerinden hareketle Antalya demografisinde kadın / erkek arasında sosyo-ekonomik sermayeleri arasında mekân boyutunu da içerecek biçimde keskin bir ayrışma olduğu görülmektedir. Buradan hareketle ilçeler arasındaki ekonomik farklılaşmanın kadınların daha büyük oranda etkilendiğini söylemek mümkündür.

Kentsel entegrasyon bağlamında kentin sunduğu kültür sanat etkinliklerine katılım göstermek / gösterebilmek bir diğer önemli unsurdur. TÜİK verilerine göre 1995 yılında 6 sinema salonu ve 191 bin bilet satışı mevzubahisken, 2019 yılında 188 sinema salonu ve 2,36 milyon bilet satışı olmuştur. Aynı yıllarda 2 tiyatro salonundan 16 tiyatro salonuna, 72 bine yakın tiyatro seyircisinden 233 bin civarı tiyatro seyircisine doğru bir

artış gözlemlenmektedir (http-28). Artan AVM sayıları, sinema sektörünün gelişmesi gibi unsurlarla birlikte sinemaya gitme eğiliminin hızla arttığı görülürken bu hızı tiyatro alanında kendisini gösterememektedir.

Sivil toplum derneklerinin yaygınlığı türlerine göre kent içerisindeki dayanışma ağlarının genişliği, kente ilişkin gelişmelere dahil olma ve örgütlenme noktasında önemli göstergelerden biridir. Örgütlenme birlikte yaşama kültürünün, başkası ile temas kurmanın ve kent içerisinde aşırı bireysel, kente dair yabancılaşmış bir yaşam biçiminin aksine bir arada olmanın unsurudur. Bugün Türkiye'de toplam 121570 faal dernek bulunurken (http-37) bunların 3084'ü yani %2,53'ü Antalya'da bulunmaktadır (http-38). Antalya nüfusunun Türkiye nüfusuna oranına (yaklaşık %3.02) göre kıyaslandığında dengeli olduğu görünmektedir.

Merkez ilçelerdeki dağılıma bakıldığında ilçeler arasında büyük farklar kendisini göstermektedir. Muratpaşa'da 1201, Kepez'de 374, Konyaaltı'nda 146, Döşemealtı'nda 74, Aksu'da 58 dernek bulunmaktadır (http-38). Muratpaşa dışındaki 4 ilçenin toplam dernek sayısı Muratpaşa'nın yarısı kadardır. Benzer biçimde Antalya'daki 5 faal sendikanın 2si Muratpaşa'da, 2si Konyaaltı'nda 1i de Kepez'dedir (http-39). Örgütlenme ve kentleşme bağlamındaki ilişkiden hareketle bu entegrasyonun en yoğun yaşandığı yerin kentin en eski yerleşim yeri olan Muratpaşa ilçesindedir. Bu bakımdan kentin gelir olarak da üst kesimlerinin yaşadığı bölgeler (Muratpaşa, Konyaaltı, Kepez) örgütlenmenin de daha yoğun görüldüğü yerlerdir.

7.3. Kent Ekonomisinin Görünümleri

"Antalya ekonomisi "3T" olarak adlandırılan, "Turizm, Tarım, Ticaret" sektörleri üzerine yoğunlaşmıştır" (ABB, 2006, s. 27). Bu üç sektörü başta olmak üzere diğer sektörleriyle birlikte Antalya 2018 Türkiye GSYH 'sının kentler içerisindeki dağılımında göre İstanbul (%31,01), Ankara (%8,85), İzmir (6,26), Bursa (%4,17), Kocaeli (%4,03) illerinden sonra en yüksek paya sahip 6. kent (%3,05) olmuştur (http-28). TBB'nin 2019 yılı hem mevduat hem de kredilerin illere ve bölgelere göre dağılımı verilerine göre Antalya 4. sırada yer almaktadır. Bu ekonomik canlılığıyla sadece diğer kentleri değil Güneydoğu Anadolu, Batı / Orta / Doğu Karadeniz bölgelerinden tek başına daha büyük finans kapasitesine sahiptir (http-40). Böylece Antalya İstanbul, İzmir, Ankara gibi erken

kentleşmiş ve Kocaeli, Bursa gibi sanayisi ile görece güçlü kentlerin hemen ardından ekonomisi en güçlü bir kenttir.

SGK verilerine göre 2019 yılında aktif işgücünün %72,13'ü bir iş yerinde, %17,5'i kendi iş yerinde %10,35'i ise memur olarak çalışmaktadır. Ayrıca %2,79'luk oranı (363367 kişi) ile Türkiye'de en fazla emeklinin yaşadığı 5. il konumundadır (http-41). 2019 İŞKUR verilerine göre iş arayanların meslek gruplarına göre dağılımlarına bakıldığında en geniş kesimi %34,99 ile "hizmet ve satış elemanları" grubu oluştururken, onları %26,61 ile "nitelik gerektirmeyen meslekler", %10, 64 ile "büro hizmetlerinde çalışan elemanlar" takip etmektedir. Cinsiyete bağlı dağılımda ise erkelerin %36'sı niteliksiz işlerde çalışırken, kadınlarda bu oran %60'a kadar çıkmaktadır (Toksöz, 2011, s. 4).

Pek çok gelişmekte olan ülke kentlerinde görüldüğü gibi (UN Habitat, 2020, s. xxi) enformel ("düşük ücretli, güvencesiz ve geçici") ve kayıt dışı çalışma Antalya ekonomisinin önemli bir boyutudur (Keyman vd., 2017, s. 103). 2011 yılında kayıt dışı istihdamın oranı %46'dır. Sektör bazında kayıt istihdam oranları ise tarımda %77, sanayide %39, hizmetlerde %22'dir (Toksöz, 2011, s. 4). Bütün bu görünümler Antalya'nın aldığı göçün özellikleriyle birlikte ele alındığında kentin büyük oranda uzmanlık gerektirmeyen tarım ve hizmet sektöründe istihdam yaratıldığı ve enformel çalışma biçiminin yaygın olduğu anlaşılmaktadır.

İşsizlerin cinsiyete göre dağılımı ise neredeyse eşittir. Erkek işsizlerin oranı %50,97 iken kadın işsizlerin oranı %49, 03'tür. Yaş grupları arasında en yoğun işsizlik %36,56 ile "15-24 yaş grubu", %29,07 ile "25-34 yaş grubu" ve %20,22 ile "35-44 yaş grubu" aralıklarında görülmektedir. Yaş ve cinsiyete göre işsizlik durumunda ise %20,03'lük oranla "15-24 yaş arası kadın" grubu dikkat çekmektedir. İşsizlerin %70'i ilköğretim ve ortaöğretim mezunlarından oluşurken %26'sı ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunlarından oluşmaktadır (http-42).

Genel görünüm içerisinde Antalya'da istihdamın yoğunlaştığı beş sektör öne çıkmaktadır. Bunlar sırasıyla "oteller ve lokantalar, toptan ve perakende ticaret, inşaat, diğer sosyal, toplumsal ve kişisel hizmet faaliyetleri, ulaştırma, depolama ve haberleşmedir". Kayıtlı istihdamın da en yüksek olduğu bu alanlarında geniş istihdam büyük oranda turizm sektörünün yarattığı talep üzerinden sürdürülmektedir (Toksöz, 2011, s. 4). Bu bakımdan turizm sektörünün -diğer sektörleri de beslediği

düşünüldüğünde- Antalya'da ekonominin ve istihdamın dinamosu olduğunu anlaşılmaktadır. Özetle Antalya ekonomisi sanayisini görece zayıf, ticaret ve turizm etrafında şekillenen hizmet sektörünün ile ihracata dayanan tarım sektörünün yarattığı dinamizm üzerine kuruludur.

7.3.1.Hizmet sektörü

7.3.1.1.*Turizm*

Bugün Antalya denildiği akla gelen ilk şey turizm iken 90 yıl önce Antalya iklimi, tarihi ve tarımı ile ön plana çıkan bir kentti. 1937 yılında yayına başlayan Türkakdeniz Dergisi'nin açılış yazısında Antalya "Avrupa edebiyatına ilham veren portakal bahçeleri", verimli toprakları, tarihi derinliğiyle anılmaktadır (Lutfi, 1937, s. 7). 1943'e gelindiğinde ise Antalya "oteller, harabelere giden muntazam yollar, kolay taşıt vasıtaları, medeni ihtiyaçları karşılayacak her türlü tesisat yapılırsa dünyanın en güzel turistlik şehri" (Ülkücü, 1943, s. 9) olmaya aday bir kent olarak tanıtılmaktadır.

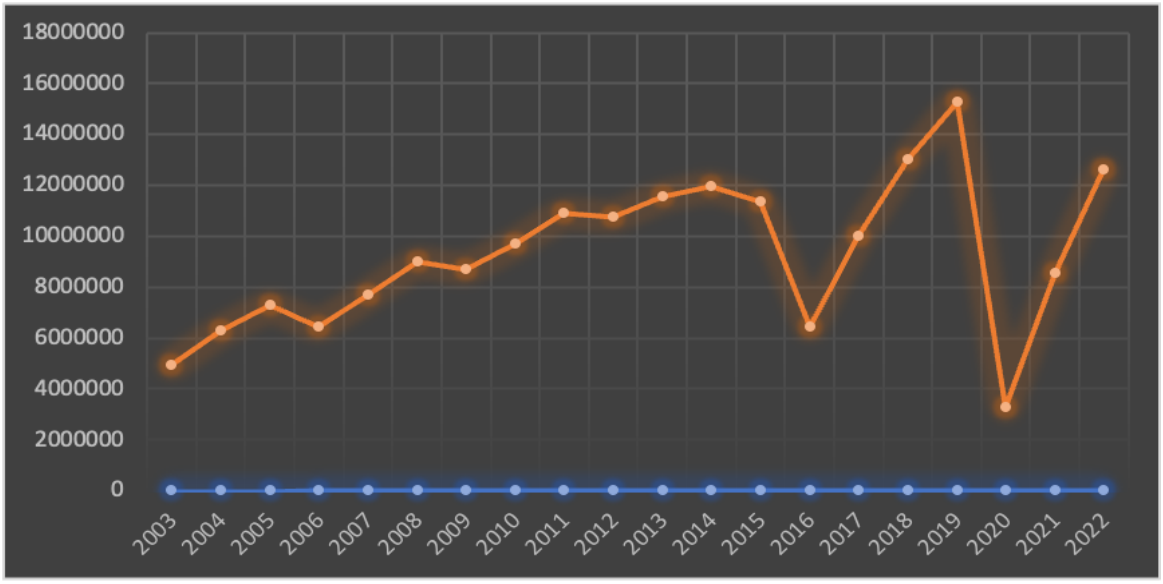
Aradan geçen 80 yılda bambaşka bir Antalya ortaya çıkmıştır. BAKA'nın Antalya Tanıtım Filmi kentin küresel imajına ilişkin çarpıcı anekdotlar içermektedir. Akşam güneşinin vurduğu Akdeniz görüntüsüyle başlayan film, masmavi denize eşlik eden yeşil alanların, tarihi kalıntıların görselleştirildiği, bu görüntülere açılan evin bahçesinde huzurla yoga yapan bir kadının, motorlarıyla doğa harikaları arasında gezinen gayet şık giyimli bir çiftin, golf oynayan orta yaşlı bir erkeğin, masaj salonlarının, lüks restoranların olduğu mekânların, gün batımına doğru süzülen yat ve teknelerin görüntüleri ile devam etmektedir. "Akdeniz'in nefesi" sloganıyla tanıtılan Antalya, "huzurun, aşkın, doğanın, tarihin nefesi" ile özdeşleştirilmektedir (http-43). Şaraplarını tokuşturan çiftlerin, bale yapan, beachball, tenis ve futbol oynayan kadın ve erkelerin, olimpik havuzlardaki yüzücülerin, dalgıçların görselleri (http-44) Anadolu'nun girişimcilik ve muhafazakarlık ile özdeşleşen kentleşme dinamiklerinden farklı bir kent imajı çizmektedir.

Turizm adeta Antalya'nın kimliğidir. Her yıl haber kanallarında, sitelerinde Antalya'nın turist sayıları gündeme gelir, kentteki turist sayısında gözlenen herhangi artış veya düşüş Türkiye'nin turizm potansiyelinin göstergesi sayılır. Yılın 9 ayı denize girilebilen, ortalama 300 günü güneşli olan (ABB, 2006, s. 24) kent sahip olduğu doğal ve tarihi güzellikleri, yaz turizmine uygun iklim yapısı ile tüm dünyada turizmin öncü

kentlerinden biri olma potansiyeli taşıdığı düşünülmektedir (Antalya Kent Konseyi, 2001, s. 7).

1980lerde hızlanan 2000li yıllarda ise yıllık 15 milyona yaklaşan rakamlara ulaşan Antalya turizminin ilk adımlarını 1950lilere kadar gitmektedir. Antalya'nın önemli ismi Dr. Burhanettin Onat'ın başkanlığında 1950 yılında "Antalya'yı tanıtma ve Turizm Derneği" kurulmuş, turizm haritası çıkartmak, çevre esnafı bilgilendirmek, Antalya'yı tanıtacak festivaller düzenlemek ve yurtdışında tanıtımlar düzenlemek gibi faaliyetler başlamıştır (Gönüllü, 2010, s. 485-488). Öte yandan 1950li yılların turist rakamları bugün Antalya'nın günlük turist rakamlarıyla bile karşılaştırılamayacak kadar düşüktür. Antalya'ya 1954'de 97, 1955'te 11, 1956'da 24, 1957'de 198 turist gelmiştir (Gönüllü, 2010, s. 480). Yine 1953 yılında Antalya 3 oteli ve 400 yatak kapasitesi olan bir kent iken (Gönüllü, 2010, s. 481) bugüne gelindiğinde ise o yıllarda hayal bile edilemeyecek turist kapasitesine, turizm tesis ve altyapısına, küresel düzeyde tanınırlığa sahiptir. Gelinen noktada milyonlarla ifade edilen turist sayısı olağan hale gelmiş, gelirler milyar dolarlara ulaşmıştır.

Grafik 7.3.1.1.1: *Antalya'nın 2002-2022 Arasında Yıllık Turist Sayıları (TÜİK; YİGM)*

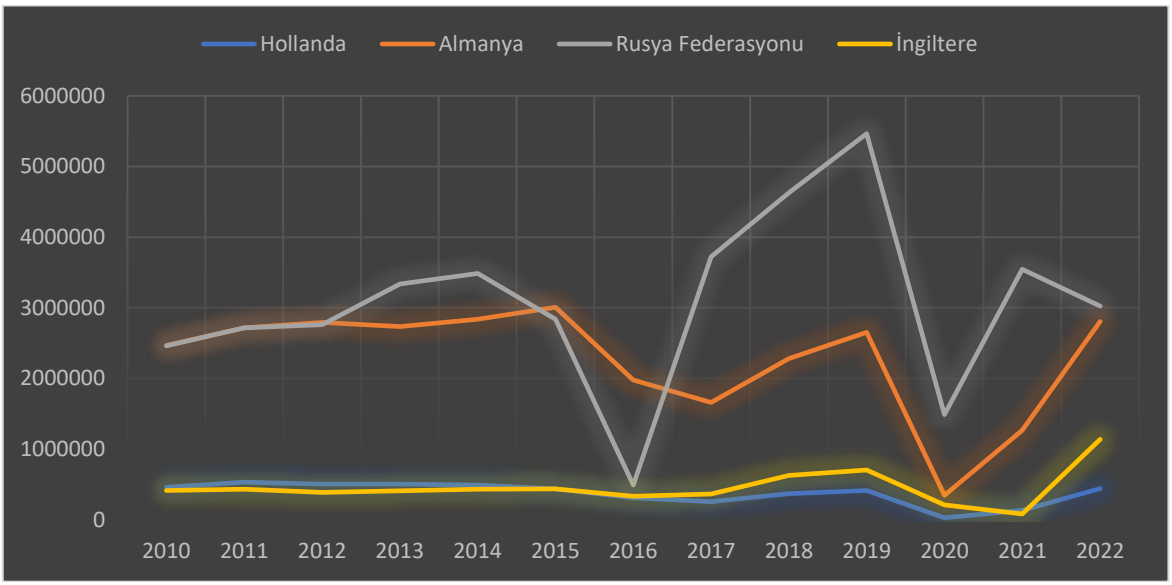


Son 20 yılın turist sayısı (Grafik 7.3.1.1.1) 4 milyon ile 16 milyon arasında bir aralıkta seyretmektedir. Grafikteki kırılmalardan turist artış sayısının lineer bir biçimde artmadığı veya sabit kalmadığı anlaşılmaktadır. Esasen bu tablo turizm sektörünün kırılgan yapısını ortaya koymaktadır. 2006 yılında gerçekleşen terör saldırıları kentin bu

dönem turist sayısında azalmaya neden olmuştur. Aynı yıl kuş gribi salgını, Danimarka ile yaşanan karikatür krizi, Almanya'da gerçekleştirilen Dünya Kupası organizasyonu hem ülkenin hem Antalya'nın turist sayısında düşüş yaratmıştır (Yıldız ve Durgun, 2010, s. 8). 2016'daki sert düşüş 2015 yılında Türkiye ve Rusya arasında "uçak krizi" olarak bilinen politik gerilimden kaynaklanmıştır. Rus uçağının düşürülmesi ile iki ülke arasında politik bir kriz başlamış, tarım, sanayi, ticaret alanındaki bazı anlaşmalar askıya alınmış, Türkiye'ye gelen Rus turist sayısında önemli düşüş yaşanmıştır (http-45). Antalya'ya gelen turistlerin ülkelere göre dağılımında (Grafik 7.3.1.1.2) en büyük paya sahip Rusya ile yaşanan bu kriz ortamı Antalya'yı en çok etkilenen kentler arasına yerleştirmiş ve "turizm ve tarım sektörleriyle sınırlı kalmayarak, tüm kenti ve tüm ekonomiyi etkileyen bir hale dönüştü" (Antalya Kent Konseyi, 2016, s. 41). Öyle ki turizm ve ihracat alanlarındaki bu düşüş Antalya'nın kişi başına düşen gelirini 2016'da Türkiye ortalamasına eşitlemiş, 2017'de altına düşürmüştür. 2020 yılındaki sert düşüşte ise 2019 yılı sonunda başlayan ve bütün dünyayı etkisi altına alan COVİD-19 salgınının etkisi görülmektedir. Bu süreçte ülkeler sınırlarını kapatmış, yaz döneminde gevşemeler yaşansa dahi sağlık temelli tedirginlikler turizmi doğrudan etkilemiştir. Salgının 2020 yaz sezonundaki turizmde yarattığı kırılma ile Antalya'nın yıllık "ciro kaybını %50'ye çıkartmıştır" (BAGEV, 2020b, s. 7).

Bu tabloya bakıldığında turizm sektörünün kırılgan yapısına (Keyman vd., 2017, s. 91) Türkiye ve Antalya'nın kendine özgü durumlarını eklendiğinde kentteki turizm sektörüne ilişkin bazı ipuçları sunmaktadır. Öncelikle bulunduğu Ortadoğu Coğrafyası'nın politik ve güvenlik krizleri, ülkenin içinden geçtiği ve dönem dönem yükselen terör Antalya için dezavantajlı bir pozisyon yaratmaktadır. Diğer taraftan turizm faaliyetlerinin büyük oranda yaz turizmine dayanıyor olması onu hem Akdeniz Havzası'nda benzer coğrafi ve iklim özelliklerine sahip rakipleri hem de turizm aktivitelerini çeşitlendirmiş ülkeler karşısında rekabet gücünü daraltmaktadır. Yine turizm faaliyetlerinin sınırlı kalması turist aldığı ülkelerin çeşitlenmesinin önüne geçmiş, belli ülkelerde yoğunlaşan turizm ağı kenti bu ülkelerle yaşanan her türlü krizde doğrudan etkilemektedir.

Grafik 7.3.1.1.2. *Antalya'nın 2010-2022 Yılları Arasında En Fazla Turist Aldığı 4 Ülkenin Yıllara Göre Dağılımı (http-46; http-47)*



Grafik 7.3.1.1.2 gösterdiği biçimde Antalya turist ağırlığı Almanya ve Rusya'dan gelen turistler oluşturmaktadır. Toplam turist sayısının %50'sinden fazlasını iki ülkeden gelen turistlere ilişkin herhangi kırılma Antalya'nın genel turist grafiğinde benzer bir kırılma yaratmaktadır. Rusya'dan gelen turistlerin grafiği ile oldukça benzerlik gösteren genel turist grafiği (Grafik 7.3.1.1.1), 2006 yılında Alman turistlerde ve 2016 yılında Rus turistlerde yaşanan azalmanın etkisi net bir biçimde görülmektedir. Buradan hareketle Antalya turizminin farklı coğrafya ve ülkelere hitap etmekten ziyade iki ülke özelinde yoğunlaşmış, talep gördüğü ülkeler bakımından kısıtlı bir kenttir.

Turizm sektörü Antalya'nın mekânsal yapısını doğrudan dönüştürmektedir. Bu etkinin doğrudan iki sonucu olmuştur. Bunlardan birincisi artan tesis sayısı ile birlikte özellikle kıyı kesimlerinin yerleşime açılmış olması, kırsal alanların kentleşmesi ve bu bölgelerin tesislerle -özellikle oteller ve tatil köyleri- dolmuş olmasıdır. Kıyı kesimlerinin tesisleşmesi bölgedeki tarım arazilerini hızla ortadan kaldırmış, bölgedeki "özellikle köylerde yaşayan halkın yazlık evi konumunda olan, kendi ihtiyaç ve geleneklerine göre şekillendirdikleri sahil çardakları" gibi yapıların yerini ticari faaliyetleri önceleyen "tatil

sitesi zincirleri" almıştır (Akengin, 2006, s.189). Böylece Antalya kıyıları kitle turizmine hitap eden turizm tesisleriyle boydan boya çevrilmiş durumdadır[8].

Antalya turizmi kitle turizmine yaslanmaktadır. Kentin turizmine dair bakış açısı büyük gelen turist sayısına endekslenmiştir. Deniz-kum-güneş denildiğinde akla gelen kent özellikle her şey dahil tatil paketlerine dayanan turizmiyle dünyanın en çok turist çeken kentleri arasına yerleştirmiş, 2010 yılında Antalya Avrupa'nın en çok turist ağırlayan 3. kenti olmuştur (BAKA, 2012, s. 15).

2011'de Antalya'da gerçekleştirilen bir turist profili araştırmasına göre gelen o yıl Antalya'ya gelen turistlerin %86,4'ü her şey dahil sistemle konaklamayı tercih ettiği, %76,4'ü paket turlarla seyahat ettikleri anlaşılmaktadır (T.C. Antalya Valiliği vd., 2011, s. 16). %36,9'u alışveriş, %25,4'ü doğa turları, %17,2'si bunlardan hiçbirini, %6,5'i sportif faaliyetleri, %6,3'ü arkeoloji ve tarih turlarını, %3,4'ü şehir turlarını, %1,4'ü sanatsal ve kültürel etkinlikleri ve geriye kalan %2,8'inin de bunların dışında aktivitelere katıldıkları tespit edilmiştir (T.C. Antalya Valiliği vd., 2011, s. 17). Bu veriler göstermektedir ki Antalya'nın turist profili daha çok tüketim odaklıdır. Her şey dahil ve paket turlar ile tatillerini organize etmektedirler. Bunun yanı sıra doğa, spor, tarih temelli aktivitelere katılmaya istekli turist profili olmadığı anlaşılmakta, kentin geneline yayılan bir turizm faaliyeti gerçekleşmediği görülmektedir. Bu durumu destekleyecek biçimde araştırmada Antalya'ya gelen turist profilinin "eğitim düzeyi yüksek, nispeten düşük gelirli, memur ya da işçi olarak çalışan, nispeten genç yaşta, evli kadın ya da evli erkek şeklinde tanımlamak mümkündür" (T.C. Antalya Valiliği vd., 2011, s. 138).

Antalya halkı ise kıyılarda kesimlerindeki otel ve tatil köylerinde her şey dahil tatil paketleri üzerinden ilerleyen turizm sektöründen aldığı pay giderek azalmaktadır (Antalya Kent Konseyi, 2001, s. 98). Kitle turizmine dayalı sektörün sonucu olarak turizmde istidamın yapısı da büyük hacimli, genel olarak düşük eğitim seviyeli ve geçici bir görünüm sergilemektedir. Özellikle kente göç edenlerin hızlı iş bulabildiği iki sektörden (diğeri inşaat sektörüdür) biri olarak "göçmen gençler açısından giriş kapısı niteliğinde" olmakla birlikte "çalışarak bir mesleki kariyer yapabileceklerine ilişkin umut

[8]"Bakanlık Belgeli Turistik Tesislerin % 20'si, Bakanlık Belgeli Turistik Tesis Oda Sayısının % 40'ı, Bakanlık Belgeli Turistik Tesis Yatak Sayısının % 42'si, Tüm Turistik Gecelemelerin % 66'sı, Yabancı Turistlerin % 34'ü, Yabancı Turistlerin % 34'ü" Antalya içerisinde yer almaktadır (http-48). Kentte 339'u 5 yıldızlı olmak üzere 721 otel bulunmaktadır. Bunun yanında tatil köyleri (43 adet), turizm kompleksleri (3 adet), golf tesisi (10 adet) vb. turizm alanları ile Antalya öne çıkmaktadır. Bu tesisler büyük oranda kıyı hattında boyunca dağılmaktadır (http-49)

vermemekte" ve "kurumsallaşmış otellerde bile işçileri en uzun 9 ay" çalıştırıldığı, genel olarak asgari ücret seviyelerinde ücretlerin yaygın olduğu, kırılgan bir sektördür (Rittersberger Tılıç, 2012, s. 86).

Diğer taraftan her şey dahil turizm anlayışı kentin mekânsal kapasitesi bağlamında doyum noktasına ulamıştır. Kıyı turizmine yönelik mekânsal yatırımların sınırına yaklaşılmış, yeni yatırımlar yapılabilecek alanlar oldukça daralmıştır. Bu nedenle Antalya turizmin farklı alanlarında katma değer yaratabilecek turizm faaliyetlerinin yaygınlaştırılmasına ve küresel alandaki rekabet gücünün yükseltilmesine ihtiyaç duymaktadır (BAKA, 2017, s. 8-9; BAKA, 2012, s. 32-33, RICA, 2016, s. 5). BAKA (2017, s. 5-6) analizine göre eko-turizm, sağlık turizmi gibi alanlarda Antalya yeterli gelişim göstermemiştir.

Bu noktada sağlık turizmine bir parantez açmak gerekir. Zira sağlık turizmi kent turizmini çeşitlendirme noktasında en iddialı ve avantajlı olduğu alanların başında gelmektedir. Ayrıca sadece turizm noktasında değil sağlıkta yüksek teknoloji kullanımı, yabancı yatırımları çekme kapasitesi ve Antalya'nın marka yüzlerinden biri olma kapasitesi ifade edilmektedir (BAKA, 2017, s. 12). Özellikle son yıllarda A.Ü. Tıp Fakültesi'ndeki yüz ameliyatı gibi ses getiren operasyonlar kentin bu alandaki iddiasını güçlendirmektedir.

Bilhassa diş ve göz, saç ekimi tedavileri Antalya'nın sağlık turizminde güçlü olduğu alanlardır (Alp, 2021, s. 1579). Diğer taraftan hekim kalitesi, başarılı ameliyatlar, vize kolaylığı, hız gibi noktalar Antalya'daki sağlık turizmini öne çıkartan unsurlardır (Kurar ve Baltacı, 2021, s. 187). Kentte "Uluslararsı Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip sağlık kuruluşlarının" sayısı 165'tir (Kurt ve Şalvarcı Türeli, 2022, s.2173). Bu kuruluşların 76'sı özel diş hastanesi ve polikliniği, 46'sı muayehane, 22'si özel hastane geriye kalanlar ise tıp merkezi, rehabilitasyon merkezi gibi sağlık merkezleridir. Ayrıca Sağlık Bakanlığı'nca turizm yetki belgesi almış aracı kurum sayısı 120'dir. Giderek büyüyen bu sektör Antalya turizmini çeşitlendirmek adına bir fırsat olarak görülmekte ve yatırımlar arttırılmaktadır.

Sonuç olarak Antalya'nın rakiplerine göre "genç tesislere sahip olması, düşük maliyet yapısı, müşteri memnuniyetinin üst seviyede olması, geleneksel misafirperverlik ve uygun iklim şartları" gibi alanlarda rekabet gücü yüksekken, "şehrin göç alması, şehir

alt ve üst yapısının yetersizliği, şehir-halk bütünleşmesinde eksiklik, şehrin eğlence yönünün eksik olması zayıflıklar olarak" (BAKA, 2012, s. 32) tanımlanmaktadır.

7.3.1.2.*Ticaret*

Antalya ticaretin dinamik olduğu kentlerden biridir. Özellikle artan nüfusu ve turizm sektörünün yarattığı talep kentte ticari canlılığa neden olmaktadır. Bu canlılık Antalya'nın artan esnaf sayısında kendisini göstermektedir. COVİD-19'un turizme büyük sekte vurduğu 2019 ve 2020 yıllarında dahi Antalya 7.241kişilik artışla İstanbul (27.200) ve Ankara (7.328)'dan sonra esnaf sayısı en çok artan 3. il olmuştur (TEPAV, 2020b, s. 16).

Tablo 7.3.1.2.1. *1954-2017 Kümülatif Yabancı Sermayeli Şirket Sayısı (BAKA, 2017, s. 3)*

SEKTÖR	ADET
Toptan ve Perakende Ticaret	22.319
Gayrimenkul, Kiralama ve İş Faaliyetleri	9.583
İmalat Sanayii	7.014
Ulaştırma, Haberleşme ve Depolama Hizmetleri	5.722
İnşaat	5.292
Diğer Toplumsal, Sosyal ve Kişisel Hizmet Faaliyetleri	3.075
Oteller ve Lokantalar	2.407
Elektrik, Gaz ve Su	1.526
Tarım, Avcılık, Ormancılık ve Balıkçılık	828
Madencilik ve Taşocakçılığı	757
Mali Aracı Kuruluşların Faaliyetleri	431

Kent bu hareketliliğiyle yabancı sermayenin de dikkatini çekmektedir. 1954'ten 2017'ye kadar Antalya'da yabancı sermayenin dahil olduğu şirketlerin neredeyse yarısı fazlası toptan ve perakende ticari faaliyetler alanında olmuştur (Tablo 7.3.1.2.1). TOBB 2019 verilerine göre aynı yıl Türkiye'deki yabancı sermaye ortaklığıyla kurulan şirketlerin %5,16'sı Antalya'da yer almaktadır. Bu oranla İstanbul'un ardından ikinci sırada yer almaktadır. Antalya'da kurulan 705 yabancı sermaye ortaklığı ile kurulan şirketlerin uyruklarına göre dağılımları Türkiye (415 şirket), İran (73 şirket), Rusya (45 şirket), Almanya (28 şirket), Ukrayna ve Ürdün (12'şer şirket), İngiltere (11 şirket), Azerbaycan (10 şirket), geriye kalanlar da 10 şirket altında kurulmuş 41 farklı ülke menşelidir. Bu şirketlerin bölgesel dağılımlarına bakıldığında ise %8,9'u Avrupa Birliği üyesi ülkelerden (63 şirket), %16'sı Ortadoğu coğrafyasından (113 şirket), %9,92'si Rusya ve Kafkasya coğrafyasında yoğunlaşmaktadır (http-50).

Antalya 2019 ihracat rakamlarına göre yıllık kazancının %69,62'si 4 sektörden oluşurken, geriye kalan %30,38'i 23 sektörden kazanılmaktadır. İlk dört sektör yaş sebze ve meyve %29,95, madencilik ürünleri %19,57, mobilya, kâğıt ve orman ürünleri %10,10 ve kimyevi maddeler ve mamulleri %9,99 biçiminde dağılım gösterirken, geriye kalan sektörler elektrik elektronik, hazır giyim, otomotiv gibi sektörlerden oluşmaktadır (http-51). Bu tabloya bakıldığında Antalya ihracatının ham madde satışına dayandığı, teknoloji temelli ihracatının oldukça düşük olduğu anlaşılmaktadır.

Öte yandan kentin tarım ihracatını ayrı tutulduğunda uluslararası ticaret kapasitesinin güçlü olduğu söylemek zordur. Antalya konumu ve kıyı bölgeleri her ne kadar Akdeniz ticareti için elverişli bir noktada bulunsa da coğrafi özellikleri ticaretin gelişmesine engeldir. Kentin etrafını çeviren sıra dağlar nedeni ile kent tarihsel olarak Anadolu'nun iç bölgesi ile bütünleşmiş "büyük hinterlandı olan bir liman şehri olamamış" ve bu noktada gelişim gösterememiştir (Manavoğlu, 2009, s. 20). Ülkenin iç bölgeleri ile bağlantısını zorlaştıran Toros Dağları tarihsel olarak bir ticaret kenti olmasının önüne geçmektedir. Artan teknolojik kapasite, açılan tünellere rağmen Buna ek olarak bir demiryolu bağlantısının da olmaması (RICA, 2016, s. 27) Antalya'nın ülkenin geri kalanıyla kara bağlantısının zayıflığı ticari hareketliliğini de kısıtlamaktadır. Bu nedenle uluslararası ticaret İzmir gibi kentlerin limanlarında yoğunlaşırken Antalya Limanı'nın faaliyetleri sınırlı kalmaktadır (RICA, 2016: 28).

7.3.2.Tarım

Antalya tarımda Türkiye'nin önde gelen kentlerindendir. Sıcak iklimi, yılın büyük bir kısmında güneş alıyor olması ve tarıma uygun arazileri kente geniş ürün yelpazesine sahip bir tarım kapasitesi sağlamaktadır. Bütün bu koşullar Antalya'nın katma değeri yüksek tarım ürünleri üretmesini mümkün kılarken tarım ihracatında da öne çıkmaktadır. Kentin tarımı yaş sebze (domates, salatalık, biber, patlıcan) ve tropik meyveler (muz, avokado vb.) üretiminde öne çıkmaktadır (http-52). Antalya İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'nün verilerine göre Antalya 10,8 milyar TL bitkisel ürün değeriyle Türkiye'nin bu alandaki en üretken kenti olmuştur. Kentte ziraat odasına 137.644 çiftçi kayıtlıdır (http-54). Ayrıca ülkedeki örtü altı tarımın %42'si Antalya'da gerçekleşirken cam seraların %85'i ve plastik seraların %59'u da Antalya'da bulunmaktadır (http-52).

Antalya Cumhuriyetin ilk yıllarında adeta bir tarım kentiydi. 1927 yılında çalışanların %87'si tarım ile uğraşmaktaydı (Dinç, 2007, s.79). "1980 yılında tarımsal iş yapanların oranı %70,2 iken, 2000 yılında bu oran %49,9'a düşmüştür" (DİE, 2000, s. 39). Diğer taraftan Antalya'nın çiftçi sayısında hızlı bir azalma gözlemlenmektedir. 2019-2020 temmuz dönemi arasında 5070 kişiliği çiftçiliği bırakmış, Antalya çiftçi sayısı en hızlı azalan 5. Kent olmuştur (TEPAV, 2020b, s. 17). Kırsal alandaki yaşamın kalitesizliği ve kırsaldaki genç nüfusun turizm sektöründeki istihdam eğilimi kırdan kente göçü hızlandırmakta ve tarımdaki işgücünün azalmasına neden olmaktadır (Antalya Tarım İl Müdürlüğü, 2011, s. 113). Böylece turizmin artan ağırlığı diğer sektörlerde olduğu gibi tarım sektörünü de daraltmaktadır (Antalya Tarım İl Müdürlüğü, 2011, s. 114). 2020 BAGEV'in (2020a, s. 8) İstihdam İzleme Bülteni'ne göre Antalya, Manisa ve Samsun'un ardından son bir yılda çiftçi sayısı en fazla azalan 3. kent olmuştur.

Tablo 7.3.2.1. *Antalya İlçelerinin Tarım Alanı (da) ve Tarımsal Üretimlerinin Antalya'nın Toplam Üretimine Oranı, 2019 (http-53)*

İlçe	Tarım Alanı (da.)	Tarımsal Üretim Oranı (%)
Aksu	197254	10
Kepez	81294	3,49
Döşemealtı	93324	1,67
Konyaaltı	35134	1,49
Muratpaşa	4444	0,87

Tarım sektörü turizm sektörü ile entegre hale gelmektedir. "Turizm sektörü için önemli olan golf sahalarının, futbol sahalarının ve büyük alanlarının acil çimlendirilmesinde kullanılan hazır rulo çim" (Antalya Tarım İl Müdürlüğü, 2011, s. 379), artan turist sayısının yarattığı talep (Antalya İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, 2012, s. 97), "Antalya ili, kendi nüfusu dışında yurt içi ve yurt dışından turizm amaçlı gelen insanların beslenebilmesi için gerekli olan gıdayı temin etmektedir" (Antalya İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, 2012, s. 70). Turizm sektörü tarım sektörü için yarattığı talep üzerinden fırsat yaratırken turizm faaliyetlerinin mekânsal olarak yayılması ve artan arsa değerleri tarım alanlarının giderek daralmasına neden olmaktadır (Antalya Tarım İl Müdürlüğü, 2011, s. 113). Tarım alanları Antalya'da 2004'ten bugüne yaklaşık 495 bin dekar kadar daralmıştır (http-53). Daralan tarım

arazileri yerini turizm ve inşaat sektörüne yönelik yapılaşmaya bırakmaktadır (BAGEV, 2015, s. 13)

Turizmin tarım üzerinde yarattığı ikincil etki ise göç nedenli kentleşmedir. Yoğun göçün tarım üzerinde olumsuz etkileri söz konusudur. 1960larla başlayan ve 1980 sonrası hız kazanan yoğun göç ve turizm faaliyetleri konut talebini ve kıyı kesimlerinin kentleşmesini hızlandırmış ve tarım arazilerinin daralması sonucunu doğurmuştur (Antalya Tarım İl Müdürlüğü, 2011, s. 113). Tarımsal üretimin dağılım oranlarına göre (Tablo 7.3.2.1.) toplam üretimin %50'den fazlası beş ilçede (Serik, Kumluca, Elmalı, Korkuteli ve Aksu) toplanmaktadır. En düşük üretim ise öncelikle Göller Havzası'ndaki ilçelerde (nedenini yaz) ve daha sonra Muratpaşa, Kemer, Konyaaltı, Döşemeelatı, Kepez gibi ilçelerinde gerçekleştirilmektedir. Bu tablo kentin sektör bazındaki mekânsal olarak yoğunlaşmış bir iş bölümünü ortaya koymaktadır. Kentin kıyı kesimlerinden başlamakla birlikte turizm alanlarının, kentleşmenin, sanayi ve ticaret alanlarının yoğunlaştığı yerler iken daha çeperde kalan bölgelerde hem bu bölgelerin gıda ihtiyacını karşılayan hem de yurtdışına ihracat ve diğer kentlerin tarım ürünleri ihtiyacını karşılamaya yönelik tarım faaliyetleri gerçekleştirilmektedir.

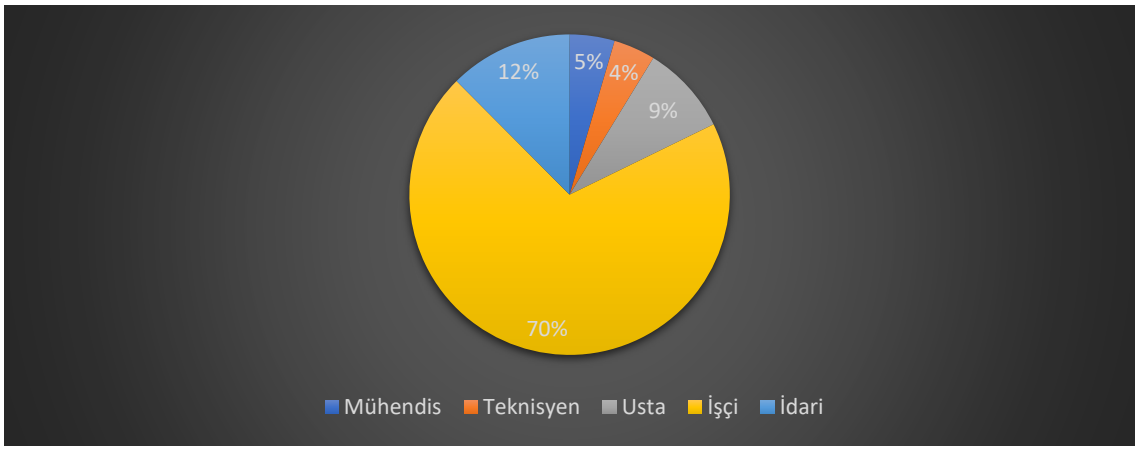
7.3.3. Sanayi

Sanayi Antalya'nın turizm, tarım, ticaret üçlüsünün ağırlığıyla oluşmuş iktisadi yapısının yanında zayıf kalmış bir iş kolu olarak görülmektedir. Esasen Antalya sanayisi Cumhuriyet Dönemi'nin de ötesine geçmesine, "1976 yılında kurulmuş Antalya Organize Sanayi Bölgesi" ile Türkiye'deki ilk organize bölgelerinden birine sahip (Antalya Kent Konseyi, 2019, s. 57) olmasına karşın özellikle turizm ve tarım sektörüne bağlı bir gelişim göstermiştir.

Fakat 19. yüzyılda Osmanlı'da kendisini gösteren modernite bağlamındaki dönüşümlerin sanayileşme noktasında Antalya bölgesi zayıf kalmıştır (Aydın, 2010, s. 151). Cumhuriyet öncesi Antalya'nın sanayi mirası arasında öne çıkan sanayi işletmeleri, Giritli bir göçmen olan Mehmet Remzi'nin Hıdırlık Kulesi'nin yanına kurduğu buz fabrikası (Oral, 2009, s. 134), "Kazım Bey ve Şükerası Fabrikası", "Felbaki Bey ve Şükerası Fabrikası", "Hacı Eftim ve Şükerası Fabrikası" gibi faaliyet alanları tam olarak bilinmeyen fabrikalar ile birlikte üç un fabrikası, iki buz fabrikası olmak üzere 9 fabrika bulunmaktaydı (Bal, 2019, s. 44).

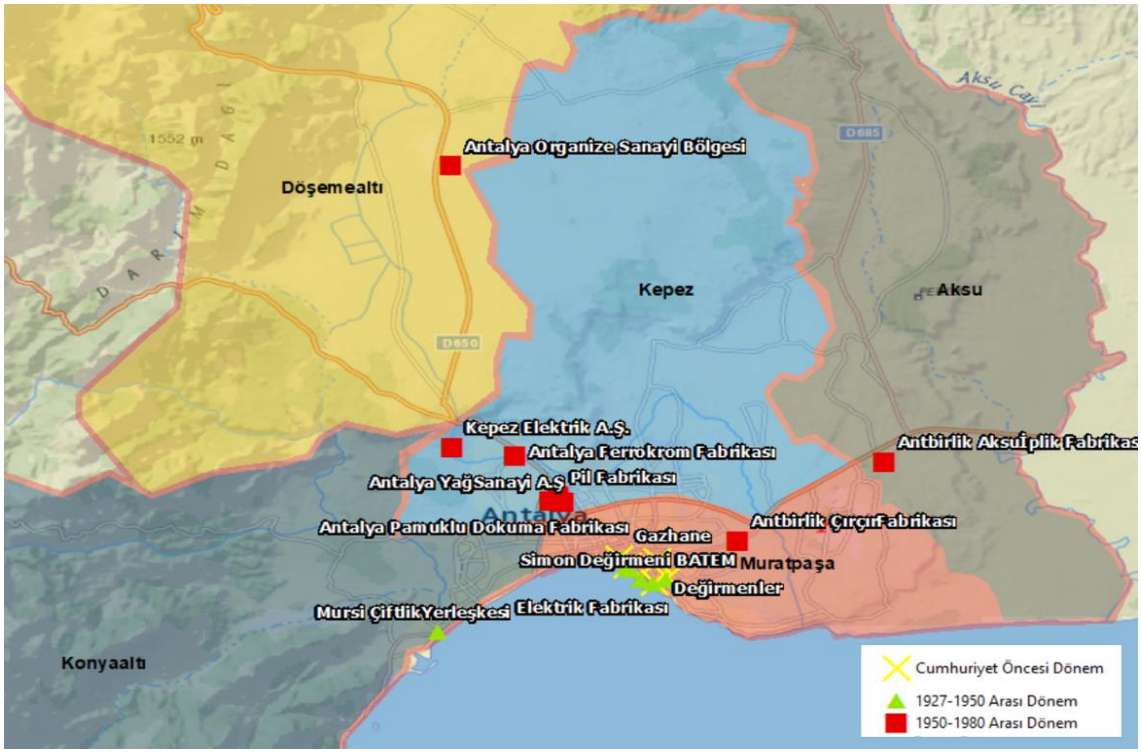
Buna karşın Osmanlı Dönemi'nde "hububat, hayvancılık ve kısmen ticarete dayanmakta" olan Antalya'nın üretim ekonomisine, Cumhuriyet Dönemi'yle "narenciye, sebzecilik ve sanayi ürünleri üretimi de katılmıştır" (Önal, 2010, s. 214). Cumhuriyet Dönemi'nde Antalya sanayileşme süreci ülkenin genelinde olduğu gibi 1950lilerle başlamıştır. Bu noktada 1952 yılında kurulan ANTBİRLİK (Antalya Pamuk ve Narenciye Tarım Satış Kooperatifleri Birliği), 1961 yılında üretime başlayan Antalya Pamuklu Dokuma Fabrikası, aynı yıl faaliyete geçen Antalya Kepez Elektrik Santrali (Manavoğlu ve Kutlu, 2010, s. 193), 1962'de faaliyete geçen Türkiye'nin ilk ferrokrom fabrikası olan Antalya Ferrokrom Fabrikası (Demir, 2019, s. 274), 1974'te Antpil Tesisleri, (Manavoğlu ve Kutlu, 2010, s. 194), 1976 Antalya Organize Sanayi Bölgesi (Antalya Kent Konseyi, 2019, s. 57) ve 90lı yıllarda kurulan Akdeniz Küçük Sanayi Sitesi (Manavoğlu ve Kutlu, 2010, s. 197) öne çıkan sanayi kuruluşları olmuştur.

Grafik 7.3.3.1. *Antalya Sanayi Sektöründe Çalışanların Meslek Gruplarına Göre Dağılımı (Yüzde Bazında), 2019, (TOBB, http-55)*

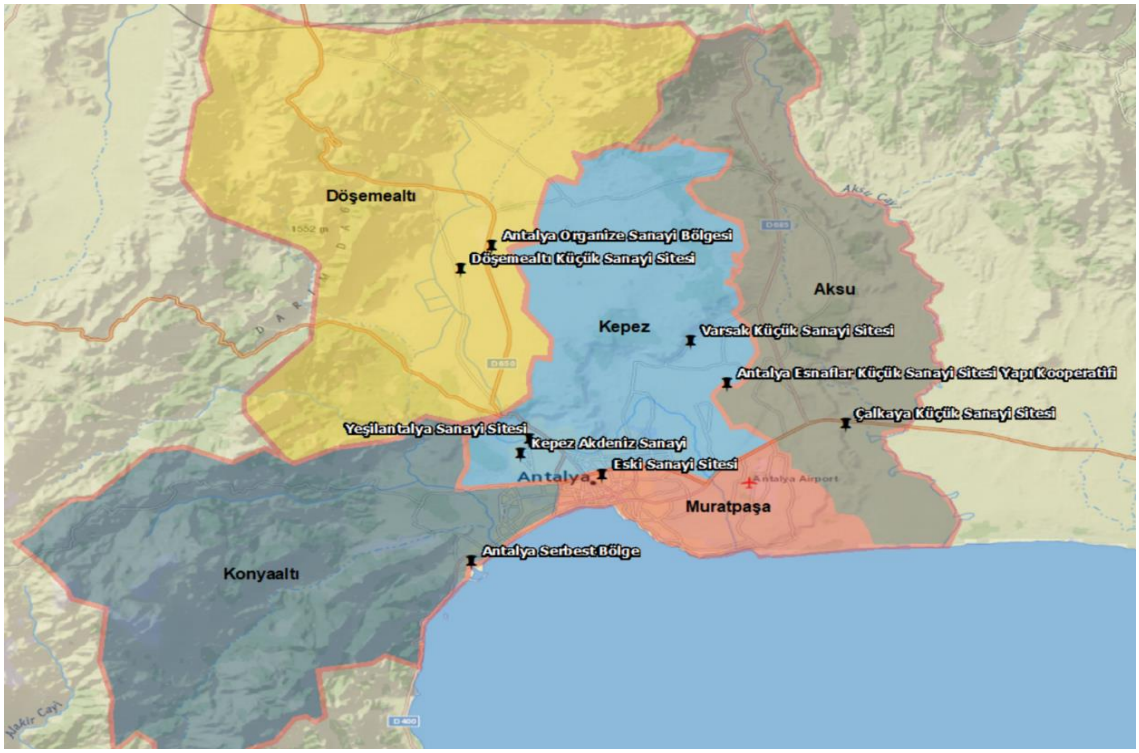


Sanayi sektöründeki çalışanların dağılımına bakıldığın (Grafik 7.3.3.1) %70'inin işçi, %12'sinin idari çalışan, %9'unun usta, %5'inin mühendis ve %4'ünün tekniker olduğu görülmektedir. Kentteki eğitim durumu tablosu, sanayinin mekânsal dağılımı haritası ile birlikte ele alındığında sanayi üretiminin yüksek teknoloji gibi ürünlere değil düşük katma değerli üretime yöneldiği anlaşılmaktadır. Öte yandan Antalya'nın son on yılda sanayi kapasitesinin büyüdüğünü söylemek de mümkündür. TOBB verilerine göre sanayi kollarında istihdam edilen idari çalışan sayısı %25, usta sayısı %12, işçi sayısı %48, mühendis sayısı %51, teknisyen sayısı ise %98 artmıştır (http-55). Artış grupları arasında en düşük yeri tutan grup ustalar (%12) en büyük artış teknisyen sayısında (%98)

olmuştur. Bu artış oranlarından hareketle Antalya sanayi faaliyetlerinin giderek daha eğitimli ve kalifiye işgücünün istihdam edildiği bir sektör haline gelmektedir. Organize sanayide çalışanlar sırasıyla gıda, ahşap mobilya, inşaat-yapı, makine-metal-enerji, plastik-poly-akrilik sektörlerinde istihdam edilmektedir (GYODER, 2017, s. 53). "Sanayi sektörü çoğunlukla tabii kaynaklar ve tarımsal ham maddeleri kullanmakta" (RICA, 2016, s. 3) Sanayi faaliyetleri tarıma, gıdaya inşaata ve gündelik tüketime yönelik faaliyetlerde yoğunlaşmaktadır.



Harita 7.3.3.1. *Osmanlı'dan 1980'e Kadar Antalya'da Kurulan Belli Başlı Sanayi Kuruluşları (Barbaros Akay, 2020, s. 142-190)*



Harita 7.3.3.2. *Antalya Merkez İlçelerindeki Sanayi Sitelerinin Dağılımı (GYODER, 2017, s. 54-55)*

Harita 7.3.3.1. ve Harita 7.3.3.2.'den hareketle Antalya'nın sanayi faaliyetlerinin mekandaki yansımaları görülmektedir. Osmanlı döneminden 1980lere kadar süregelen dönemlerde sanayi kuruluşlarının kent merkezinde yoğunlaşmıştır. Kent merkezinin tamamının Muratpaşa ve çevresi olduğu yıllarda bu bölge hem üretim ve tüketimin bir arada olduğu yaşam alanıdır. 1950liler başlayan sanayileşme hamleleri ile Kepez Bölgesi'nden başlayarak yeni sanayi alanları belirmiştir. Bu genişleme beraberinde kentleşmenin genişlemesini doğurmuş, sanayi alanlarının etrafı giderek konutlaşmanın, gecekondulaşmanın yoğunlaştığı yerler haline gelmiştir. Bu dönemde Kepez çevresinde sanayi alanları yükselirken Muratpaşa, Kaleiçi, Yat Limanı bölgelerindeki değirmenler, buz fabrikası, elektrik fabrikası gibi üretim alanları ya o tarihe kadar çoktan âtıl hale gelmiş ya da -buz fabrikasının yerine kurulan restoran örneğinde olduğu gibi- işlevleri değiştirilmiştir.

Bugüne gelindiğinde üretim mekanlarının kentin çeperlerine doğru yayıldığını söylemek mümkündür. Sanayisizleşme süreçlerinin Antalya'da kendini göstermesiyle, Kepez Bölgesini de içerisine alacak bir biçimde sanayi alanlarının ortaya kalkmaya başladığı görülmektedir. Dokuma Fabrikası bölgesi yerini AVM'ye, parka bırakmış, bu

süreçte Muratpaşa bölgesi ise neredeyse tamamen sanayisizleşmiş ve bölgede AVMler, müzeler, cafeler, eğlence merkezleri üretim merkezlerinin yerini almıştır.

8.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE VERİLERİN ANALİZİ

8.1. Araştırmanın Sorunsalı ve Özgünlüğü

Bu çalışmanın temel amacı yeni kentleşme pratiklerinin ve markalaşma stratejilerinin kent aktörlerinin söylemlerinin karşılaştırılması üzerinden kent ve kentliler üzerindeki etkilerini tartışmaktır. Antalya özelinde gerçekleştirilecek çalışmada kentleşme pratiklerinin geldiği nokta, aktörlerin konuya ilişkin eylem ve motivasyonlarının altında yatan süreçler ve çatışma alanlarının analizinden hareketle daha kapsayıcı ve sürdürülebilir bir kentin imkanları tartışılmaktadır. Bu eksende çalışma belli alt sorunsallar üzerinden tasarlanmaktadır:

1) Markalaşma stratejilerinin altında yatan küresel eğilimlerin ulusal ve yerel düzeydeki kentleşme pratikleriyle olan ilişkisi, Türkiye ve Antalya bağlamındaki özgün boyutları ve tüm bunların barındırdığı imkân ve açmazlar nelerdir? Kentin küresel turizm ağı içerisindeki önemi, ülke içerisindeki konumu, merkezi / yerel yöneticilerin kentten beklentileri, kente yüklenen misyon Antalya'nın dönüşümünde nasıl bir rol oynamaktadır? Tüm bu küresel ve yerel akışlar içerisinde kentin biçimi, kent mekanlarının işlevi ve kent kimliği nasıl şekillenmektedir?

2) Antalya'nın küresel sisteme ve rekabete entegre edilmesi yolunda hangi stratejiler ön plana çıkmaktadır? Kentin bir küresel bir marka haline getirilmesi noktasında öncelikler nelerdir? Ve bu önceliklerin belirlenmesinde Antalya'nın kentleşme geçmişi, demografisi, ekonomik yapısı, kent kültürü vd. unsurların rolü nedir?

3) Antalya'nın markalaşma öyküsünde karar verici aktörler kimlerdir? Bu aktörlerin aldığı kararların altında yatan motivasyonları, küresel rekabette Antalya'nın konumuna ilişkin beklentileri, mekân politikalarının hayata geçirilmesi noktasında aralarındaki ilişkilerin biçimi ve bu politikaların meşruiyetine dair söylemlerin içeriği nelerdir?

4) Bu kentleşme biçimi kente dair bütüncül ve kapsayıcı bir biçimde mi yoksa kentin belli bölgelerinin ön plana çıkartıldığı bir ayrışma üzerinden mi işlemektedir? Süreçte hangi gruplar içerilirken hangilerini dışarda bırakmaktadır? Kentin küresel

rekabette ön plana çıkartılması hedeflenen bölgeleri nelerdir? Bu seçimlerin altında yatan yapısal ve kültürel gerekçeler nelerdir?

5) Kentin dönüşümü noktasında öne çıkan aktörler kimlerdir? Bu aktörler arasındaki ilişkiler nasıl, hangi motivasyonla ve beklentilerle ile kurulmaktadır? Kentin dönüşümü noktasında kurumsal aktörler nasıl konumlanmaktadır? Beklentiler ve stratejiler hangi noktalarda çatışma alanları doğurmaktadır? İlişki ağları içerisinde çatışma ve uzlaşma alanları ile aktörlerin sosyolojik konumlarıyla (sınıf, politika, ekonomi, ideoloji, kimlik vd.) ilişkisi nasıl kurulmaktadır?

6) Yeni kentleşme pratikleri bağlamında hızla dönüşen Antalya'da, kent sakinleri bu dönüşümü nasıl deneyimlemektedir? Kentin aldığı yeni biçim içerisinde kendilerini nereye konumlandırmaktadır? Bu konum içerisinde kente entegre olabilmek adına hangi stratejileri geliştirmektedirler?

7) Bütün bu süreçler içerisinde Balbey Mahallesi'nin önemi nedir? Hangi boyutları mahalleyi ön plana çıkartmaktadır? Mahallenin dönüşümüne ilişkin tartışmalar dünya ve Türkiye ölçeklerindeki kentleşme pratikleriyle benzeşen ve farklılaşan yönleri nelerdir? Mahallenin dönüşüm süreci ile kentin turizme dayalı markalaşma stratejileri arasındaki ilişki nasıl kurulmaktadır?

8) Mahalle sakinlerinin kentin içerisinde bulunduğu dönüşümlerden beklentileri nelerdir? Özellikle kendi mahallelerinin dönüştürülmesi noktasında deneyimledikleri bu sürece dair beklentileri, itirazları ve talepleri nelerdir?

9) Kurumsal aktörlerin ve mahallelilerin kentin değişen biçimine dair bakış açıları ve beklentileri birbiriyle uyumlu mudur? Markalaşan kentin yeni biçimine ilişkin kurumsal aktörlerin vurguladığı sonuçlar mahallelerin deneyiminde ve gelecek beklentilerinde nasıl karşılık bulmaktadır?

10) Bu beklentiler hangi bağlamlarda (ekonomi, demokrasi, katılımcılık vd.) öne çıkartılmaktadır? Kurumsal aktörlerin çizdiği kentleşme tablosu içerisinde mahallelerin beklentileri nasıl şekillenmektedir? Fırsat ve açmazlar mahallelerin bakış ve eylemlerinin oluşumdaki etkileri nedir?

11) Bütün bu ilişki ağları kenti, aktörlerin motivasyonlarını, kentlilerin yaşadıkları mekâna ilişkin beklentileri ve kentin dönüşümünü bir bütün içerisinde çözümlemek mümkün müdür? Kentin aktörlerinin stratejileri, kenti deneyimlerinin eylemleri, küresel ve yerel gelişmelerin ve aktörlerin kentleşmeye etkisi ve kentin imkân ve sınırlılıkları

bağlamlarında oluşturulacak bir ilişkiler matrisi, mevcut kent politikalarının sorgulanması ve geliştirilmesi için bir zemin sunabilir mi? Aktörler arasındaki ilişkilerin çözümlenmesi üzerinden daha kapsayıcı, sürdürülebilir ve demokratik bir kentleşme imgelemek mümkün müdür?

Çalışmanın özgünlüğü noktasında hem Türkiye'deki kent literatürüne hem de kentleşme pratiklerine dair yeni sorunsalların önünün açılmasına ilişkin beklentiler söz konusudur. Öncelikle Türkiye'deki kent çalışmalarının büyük bir bölümü İstanbul, Ankara ve İzmir gibi metropol kentler etrafında şekillenmektedir. Son yirmi yılda Anadolu kentlerine ilişkin çalışmaların sayısında bir artış gözlemlense de Antalya'nın gerek nüfus dinamikleri gerek ekonomisiyle yarattığı çekim gücü gerekse ülkenin küresel arenadaki iddialı kentlerinden biri olması noktasındaki kapasitesine nazaran ihmal edilmiş bir kenttir. Bu bakımdan Antalya'da gerçekleştirilecek çalışma hem bu eksikliğe dikkat çekmek hem de giderilmesine katkı sunmak noktasında önem arz etmektedir.

Öte yandan akademik literatürde küresel kent araştırmaları büyük oranda kamu yönetimi, kent planlama, mimarlık gibi alanlarda yoğunlaştığı gözlemlenmektedir. Giderek kent toplumu haline gelen ülkemizde kente ve kentlilere ilişkin sosyolojik saha çalışmalarına daha fazla ihtiyaç vardır. Özellikle kentsel gerilimlerin anlaşılması, kentlerin daha sürdürülebilir ve katılımcı bir noktaya varabilmesi adına aktörlere temas eden, onların anlam dünyalarını anlamaya odaklanan çalışmaların ortaya koyulması akademi için olduğu kadar etkin kurum ve aktörler için elzemdir. Çalışma böyle bir ihtiyaca yönelik bir katkı sağlamayı da amaçlaması noktasında öne çıkmaktadır.

Küresel, marka kent tartışmaları metropol kentler bağlamıyla sıklıkla tartışılsa da aktörler arasındaki ilişkileri, kesişimsellikleri ve ayrışmaları bir arada ele alan çalışmaların sayısı oldukça azdır. Çekişme büyük oranda iki kampa bölünmüş biçimde ya bu stratejilerin toplumun genel faydasına yönelik geliştiği ya da belli grupların kendi çıkarlarına kent kaynaklarını seferber ettiği yönünde kutuplaşmaktadır. Bu noktada aktörler arasındaki bir analiz mevcut çatışma alanlarının tespiti, uzlaşma imkanlarının tartışılması ve alternatifleri sorgulamaya açması noktasında özgünlük taşımaktadır. Böylece kentleşmenin mevcut durumu eleştirel bir gözle ele almak, kutuplaşan gündem içerisinde yeni yolların, imkanların gözden kaçmaması sağlamak mümkün hale gelebilmektedir.

Araştırmanın konusunun ve sahasının seçiminde öznel gerekçeler de vardır. Bu gerekçeler uzun yıllar yaşadığım Antalya'daki çocukluk, gençlik ve yetişkinlik dönemlerimden bazı fragmanların bir noktada ilişki bir biçimde üst üste binmesiyle alakalı. Öyle ki o yıllarda çok da farkına varmadan kentte deneyimlediğim dönüşümler, kopuşlar ve yenilikler bu araştırma boyunca nispeten bütüncül bir hikâyeye oturuyor olması heyecan verici bir süreçti.

Çocukluk ve gençlik yıllarımı geçirdiğim, bu çalışmada projelerin coğrafyası olarak ele aldığım bölgenin içerisinde kalan Cumhuriyet ve Muratpaşa Mahallesi kent merkezindeki dönüşüme uğrayan ilk mahallelerdendi. 2006 yılında bu iki mahallenin yakınında kurulan Haşim İşçan Kültür Merkezi bölgedeki değişimin ilk işareti oldu. Fakat asıl hareketlilik önce 2009 yılında Şarampol Caddesi'nden geçen tramvay hattının kurulması ve 2013 yılında MarkAntalya'nın açılması ile kendisini göstermeye başladı. Mahallelerin etrafı hızla dönüşürken buralardaki gecekonduların yıkılması ve apartmanlaşma süreci gündeme geldi. En sonunda gecekondularda yaşayan arkadaşlarımın ve tanıdıklarımın bölgeden uzaklaşmak durumunda kalmasıyla da son buldu. Elbette dönüşüm buralarla sınırlı değildi. Kentin geri kalan bölgeleri de hızla değişiyordu. Bir taraftan gün ve gün mahalleden Konyaaltı Sahili'ne yürüyerek ve bisikletle gittiğimiz yollar büyüyor, araçsız bir yerlere ulaşmak zorlaşıyorken diğer taraftan eskiden girmeye cesaret edemediğimiz Kaleiçi gibi bölgelerde hareketli bir yaşam beliriyordu. Bütün bu yıllar boyunca Antalya'nın dönüşümü küçük nüanslarla kenti deneyimleme biçimlerimizi değiştirmeye başlamıştı.

2014-2017 yıllarında Akdeniz Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nd,e Antalya'nın kırsalında gerçekleştirdiğim yüksek lisans tezimi yazarken çalıştığım Antalya Havalimanı Dış Hatlar Departmanı'nda yerli ve yabancı turistleri yakından gözlemleme imkânı bulmuştum. O yıllarda çalışma arkadaşlarımızla sohbetlerimizde en çok konuşulan konulardan bir tanesi turistlerin alışveriş ödemelerini tarım kartlarıyla yapıyor olmalarıydı. Yani başka ülkelerin çiftçilerinin dahi bizler için yaşamının giderek ağırlaştığı Antalya'da rahatça tatil yapabilmeleri bizler için -belki biraz da öfeke içerecek biçimde- düşündürücüydü.

Öte yandan Antalya'da 2016'da düzenlenen EXPO'nun heyecanı ve tartışmalarıyla dolu yoğun bir gündem söz konusuydu. 2004-2009 yıllarında belediye başkanlığı yapan Menderes TÜREL'in -kendisinin de ifade ettiği üzere- uzun süren tramvay inşasının

kentlilerde yarattığı yorgunluğun büyük payıyla seçimi kaybetmiş, bir dönem CHP'nin adayı Mustafa AKAYDIN'nın belediye başkanlığından sonra tekrar seçilmişti. Ve o yıllarda EXPO'nun Türel'e yeniden seçimi kaybettirme ihtimali dillendirilirken, Türel ise bütün bu projelerin aslında düşük katma değerli turizm sektörünü dönüştürmek için gerçekleştirdiğini açıklıyordu. Esasen bugünden baktığımda mahallemde deneyimlediğim sürecin, havalimanında tarım kartıyla ödeme yapan turistin yerine zengin turistlerin kente gelmesi için yaşanmıştı. İşte bu çalışma bir anlamda bahsi geçen hikâyenin de daha sistematik ve kapsamlı sosyolojik açılımını gerçekleştirme denemesidir.

8.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada araştırmanın problemine ve sorularına cevap bulmayı mümkün kılan nitel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Nitel araştırmaların olgu ve süreçlere ilişkin derinlemesine bir kavrayışa (Rubin ve Babbie, 2016, s. 304), insanların yaşamlarını nasıl yorumladığı, bakış açıları, içerisinde yaşadıkları toplumsal koşulların bağlamını kapsaması, derinlemesine bir kavrayış imkânı sunması ve birden fazla veri kaynağını araştırmaya dahil etmeyi mümkün kılması (Yin, 2011, s. 7-8; Taylor, Bodgan, ve DeVault, 2016, s. 7-12) araştırmanın temel problemlerine cevaplar bulmayı kolaylaştırmaktadır. Bu bakımdan nitel araştırma yöntemleri sunduğu veri toplama teknikleri, analiz biçimleri, esnek yapısı ve anlamaya yönelik doğasıyla tartışmanın amaçlarına yönelik daha güçlü yol ve araçlar sunmaktadır.

Nitel araştırma yöntemi aktörlerin eylemlerini anlamaya ve sorgulamaya yönelik bir bakış açısını desteklemektedir. Nitel araştırmalar insanların deneyimleri, düşünceleri, duyguları ve sosyal eylemleri hakkında derinlemesine bilgiye ulaşmayı amaçlar. Bu amaçla araştırmacı bunlar hakkında sorular sorar ve verilere ilişkin farklı bileşenleri ve yönleri arasında bağlantılar kurmaya çabalar. Başka bir ifadeyle verileri bir yorumlama sürecine tabi tutar (Willig, 2014, s. 136) ve sayılarla ifade edilemeyecek deneyimlere ışık tutmaya imkân sağlar (Berg, 2011, s. 3).

Bu sayede markalaşma yolundaki Antalya'da aktörlerin stratejilerinin neler olduğu, hangi motivasyonlarla hareket ettikleri ve bunun karşısındaki itirazları karşılaştıran bir tablo ortaya çıkarmak mümkündür. Dahası eylem, motivasyon ve tutumların Balbeyliler özelinde karşılığına ve sonuçlarına dair karşılaştırmanın önünü açması, markalaşma hamlelerinin farklı ölçeklerdeki sonuçlarını anlamaya imkân vermesi açısından

önemlidir. Bu noktada farklı veri setlerini bir arada kullanmaya fırsat veren nitel araştırma yöntemi kentteki makro ve mikro ölçeklerdeki gelişmelerin ilişkiselliğini çözümleyecek bir araştırma modeli kurmayı kolaylaştırmaktadır.

Çalışma boyunca genelden özele doğru ilerleyen bir rota izlenmektedir. Markalaşma, küresel kent olma, rekabet, girişimci yönetişim gibi yeni kentleşme pratiklerine damgasına vuran olguların küresel temelleri olmakta birlikte yereldeki karşılıklarının, yöntemlerinin ve sonuçlarının özgün boyutları söz konusudur. Haliyle küresel ve yerel olanın karşılaşmasının yarattığı farklı görünümler söz konusudur. Bu çalışmada da küresel düzeydeki kentleşme pratikleri ve bu sürecin altında yatan ekonomi-politik mantığın bölgesel ve ulusal düzeyde farklılaşması, Türkiye deneyiminin özgün boyutları ve bütün bu sistem içerisinde Antalya'nın konumu ele alınmaktadır. Antalya bağlamındaki özgünlükler (gelişmekte olan ülke kenti, Türkiye kenti, Akdeniz kenti, turizm kenti) ile küresel eğilimlerin belli matrislerde kesişimleri ve kent sakinlerinin gelişmeleri nasıl deneyimlediği aktörlerin kentleşmeye ilişkin anlam dünyalarındaki ve eylemlerindeki benzerliklerin ve farklılıkların zemini konumundadır.

Elbette bu farklı ölçekleri bir arada düşünmenin beraberinde getirdiği açmazlar söz konusudur. Örneğin mega projeler bağlamında yerel yönetimlerin motivasyonlarının küresel akışlardan mı etkilendiği, marka olma ülküsünün bir sonucu mu olduğu, Türkiye'nin inşaat temelli büyüme stratejisinin rüzgarıyla mı ilerlediği veya yereldeki rant ilişkilerinden mi beslediği sorularının cevapları arasındaki sınır bulanıktır. Bu gibi açmazlar bir araştırmanın tasarlanması bağlamında ölçek problemine de işaret etmektedir.

Büyük bir anlatıdan özele doğru inerken sürece kendi rengini katan her bir alt öge aynı zamanda önceki kümeden birtakım unsurların dışarıda kalmasına da neden olmaktadır. Yani soyutlama düzeyleri arasında (küresel, ulusal, yerel) uyumsuzluklar doğurmaktadır. Bu noktada nitel araştırma yönteminin sağladığı avantajlar söz konusudur. Nitel analizin temel amacı farklı vakaların / aktörlerin gömülü olduğu bağlamdan yola çıkarak belli soyutlamalara ulaşmaktır. Böylece farklılıklara ve benzerliklere dikkat çekmeyi, içsel ve dışsal faktörleri göz önünde bulundurmayı ve çeşitliliği de ortaya koymayı amaçlamaktadır (Palmberger ve Gingrich, 2014, s. 95). Böylece farklı düzeylerdeki gelişmeler arasında nispi bir ilişki ağı kurmak kolaylaşmaktadır. Özellikle bahsi geçen gelişmeleri farklı aktörlerin bakışı üzerinden karşılaştırarak bu kesimlerin pozisyonlarına dair açıklamalara ulaşmak kentteki

gelişmelerden etkilenen daha küçük ölçekler -bu araştırma için Balbey Mahallesi- açısından sonuçlarını ele almaya imkân tanımaktadır.

Bu noktada nitel araştırma yönteminin verilerin yorumlanmasında çoğulculuğa da imkân vermesi tercih nedenlerindendir. Nitel analiz için tek bir metodoloji veya teori yoktur, aksine yaklaşımlar arası bir çoğulculuğu içerir (Palmberger ve Gingrich, 2014, s. 95). Bu zeminden hareketle çalışmada hermeneutik/yorumlayıcı yaklaşımla eleştirel yaklaşımın birlikle kullanıldığı çoğulcu bir yaklaşım benimsenmektedir. Her iki yaklaşımın temel önermelerinden hareketle araştırmanın çoğulcu, anlamaya ve yorumlamaya yönelik bir biçimde inşa edilmesi hedeflenmektedir.

Yorumlayıcı yaklaşımın güçlü yanı aktörlerin toplumsal eylemleri ile anlam dünyaları arasındaki bağı ortaya koyabilmesidir. Bu çalışmada özellikle Antalya'nın küresel sisteme entegre edilmesi yolunda kentin aldığı / almakta olduğu biçimdeki aktörlerin rolleri ve tepkilerini kendi perspektiflerinden anlaşılır kılması önemlidir. Lefebvre'ye atıfla üretilen, tasarlanan ve deneyimlenen mekânın aktörlerinin eylemlerini, motivasyon kaynaklarını ve algılama biçimlerini ortaya koyabilmek adına yorumlayıcı yaklaşım işlevsel kapılar açmaktadır. Bütün bu aktörlerin kente ve kentleşmeye ilişkin eylem ve algılarının haritalandırılması analiz için bir kaynak niteliğindedir. Böylece daha demokratik, katılımcı ve sürdürülebilir bir kent üzerine tartışmak için mevcut çatışmaları, uzlaşmaları, imkân ve açmazları anlamının önünü açılmaktadır.

Diğer taraftan aktörlerin anlam dünyalarını mevcut gerçekliğin kendisi olarak kabul etmek -bir başka ifadeyle yüzeydeki görünümlere olduğu gibi saplanmak- kentleşmenin giderek küresel bir biçim almasının altında yatan mantığı, aktörlerin konumlandığı yapısal pozisyonları ve çatışan çıkarları gözden kaçırma riski taşımaktadır. Bu bakımdan eleştirel yaklaşım mevcut durumun altında yatan farklı dinamikleri, aktörlerin eylemlerini meşrulaştırma biçimlerinin sorgulanmasını ve sahip oldukları ikincil ajandalarını tartışmayı mümkün kılmaktadır. Kent gibi heterojen bir yapı içerisinde farklılaşan çıkarların çatışmasını anlamak, aktörlerin eylemlerini sorgulamak ve kentleşmeye ilişkin alternatif bir bakış açısını ortaya koymak adına eleştirel yaklaşımlar güçlü bir metodolojik / teorik bir zemin sunmaktadır.

Son olarak kent gibi ölçeği oldukça büyük, birbirini doğrudan etkileyen unsurları (demografi, ekonomi, coğrafya vb.) olan bir araştırma nesnesini incelerken makro-sayısal verileri dışarıda bırakmak mümkün değildir. Yeni kentleşme pratiklerine ilişkin literatür

de vurgulandığı gibi mevcut stratejiler mekân politikalarına olduğu kadar göç, eğitim, kültür, ekonomi vd. boyutları da söz konudur. Bu nedenle -nitel araştırmaların çoklu verilerin ilişkilendirilmesine imkân veriyor oluşuyla (Yin, 2011, s. 9)- Antalya özelindeki kent mekanındaki ekonomik, etnik ve sınıfsal ayrışmaları, demografik yapıyı, göç dinamiklerini vd. kentleşme pratiği ile ilişkilendirebilmek adına TÜİK, kalkınma ajansları, STK'lar, meslek odaları, bakanlıklar vd. eliyle toplanmış makro verilerden de faydalanılmaktadır.

8.3. Araştırmanın Sahası ve Katılımcı Grupları

Araştırma sahasının ve katılımcı gruplarının belirlenmesi araştırmanın aşamalarından birini teşkil etmektedir. Katılımcı grubu belli bir araştırma problemine cevap bulmak adına belirlenen sahadaki belli bir bölümünün seçilmesi yoluyla belirlenmektedir. Becker'in (2015, s. 138) ifade ettiği gibi örneklem "saf bir betimlemenin mümkün olmadığı" "tercihler gerektiren, dolayısıyla belirli bir bakış açısını yansıtan" bir tür soyutlamadır, seçimdir. Bu seçimin gerçekleştirilmesi sürecinde problemin içeriği, erişim ve zaman imkanları, araştırmacının metodolojik / teorik konumlanması gibi pek çok farklı boyutu söz konusudur.

Nitel araştırmalarda araştırma sahası nicel araştırma örneklemlerimden farklılık göstermektedir. Küçük gruplarla çalışmak nitel çalışmalarda yaygındır. Belirlenen küçük gruplardan detaylı verilerin toplanması ele alınan konuya ilişkin derin bir kavrayışı mümkün kılar (Lamont ve White, 2005, s. 12). Süreçlere, ilişkilere, bağlamlara odaklanan nitel araştırmalar daha küçük ölçekli sahalardan toplanan detaylı verilerin daha üst düzeydeki teorik tartışmalarla ilişkilendirilir. Böylece ele aldığı sahanın ötesinde kurumlar, toplumsal gruplar ve aktörler için genelleştirebileceği ilişki örüntülerini ortaya koyabilir (Lamont ve White, 2005, s. 12).

Bu çalışma Antalya kentinde gerçekleştirilmektedir. Araştırmanın temel sorunsalları bağlamında iki farklı katılımcı grubu belirlenmiştir. Bu grupların birincisi kentin kurumsal düzeydeki aktörlerinden oluşurken ikinci grup Antalya'nın Balbey Mahallesi sakinleridir.

Araştırma sahasının Antalya olarak belirlenmesinde kentin esasen 1940'larla başlayan 1980'lerde asıl biçimini alan ve 2000 sonrası kentleşme politikasının temeline yerleşen küresel sisteme entegre olma, marka kent olma ülküsü yatmaktadır. 2000'li yıllar

dünyada kendini gösteren marka kent anlayışı Antalya'nın geç dönem kentleşmesine damga vurmaktadır. Özellikle son 15 yılda Antalya "dünya kenti" ve "marka kent" söylemleri ışığında devasa bir dönüşüme tabii tutulmakta ve bu doğrultuda Antalya'nın bir marka kente dönüştürülmesine yönelik projeler ardı ardına gerçekleştirilmektedir. Kentin küresel organizasyonlara ev sahipliği yapabilmesi amacıyla inşa edilen dev projeler (örneğin EXPO 2016), kentin tanıtımına yönelik marka yapılar, büyük peyzaj çalışmaları ve akıllı kent projeleri Antalya'nın yeni yüzü haline gelmektedir. Öte yandan 1990'lı yıllardan itibaren kentin Dünya çapında tanınırlığını arttırmak amacıyla Uluslararası Antalya Altın Portakal Film Festivali gibi festivaller düzenlemekte ve 2015 G20 zirvesi, 2016 EXPO, NATO Dışişleri Bakanları Zirvesi vd. uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapmaktadır. Küresel bir marka kent olma yolundaki Antalya'da tarihi alanlar restore edilmekte, gündelik yaşam mekanları yenilenmekte, konsept caddeler yaratılmakta, turizme yönelik lüks mekanların yaratılmakta ve kentsel dönüşüm projeleri gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda Antalya küresel bir kentleşme stratejisine olarak öne çıkan marka kentler arasında kendisini göstermekte ve yeni kentleşme pratikleri ilgili literatürde sıklıkla tartışılan pek çok boyutunu barındırmaktadır.

İlk katılımcı grubu olarak belirlenen kurumsal düzeyde faaliyet gösteren aktörlerin belirlenmesinde amaca yönelik örnekleme tekniği kullanılmaktadır. Bu teknik belli bir araştırma grubu içerisinde belirgin bir biçimde tanımlanmış katılımcılara denk gelen, araştırma problemlerine yönelik en kapsayıcı ve / veya en açıklayıcı cevaplara ulaşılabileceği kanaati geliştirilmiş katılımcı gruba denk gelmektedir (Babbie, 2014, s. 200; Rubin ve Babbie, 2016, s. 222). Burada katılımcıların kasıtlı olarak seçilmesi (Yin, 2011, s. 88) ve temsil gücünden ziyade açıklama kapasitesi ön plana çıkmaktadır. Kurumsal aktörlerden oluşan grupta Antalya Kent Konseyi (K1, K2), ABB birimlerindeki yöneticiler (K4, K8, K9), Antalya TMMOB Şehir Plancıları Odası (K7), Antalya TMMOB Mimarlar Odası (K5), Antalya TMMOB Jeoloji Mühendisleri Odası (K6) ve Antalya'da farklı STK'larda görev yapmış, kent planlama sürecinde de bulunmuş mimar (K3) ile birlikte 9 katılımcı vardır.

Çalışmanın, yeni kentleşme politikalarının kent sakinleri açısından yarattığı sonuçlara odaklanılan ikinci bölümünde ise restorasyonu yoğun tartışmalara neden olan ve Muratpaşa İlçesi'nde bulunan Balbey Mahallesi'nde gerçekleştirilecek saha

çalışmasına dayanmaktadır. Balbey Mahallesi Antalya'nın Muratpaşa ilçesinde Kaleiçi, Markantalya AVM ve Doğu Garajı bölgeleri arasında kalan, tarihi bir sit alanı statüsünde bir mahalledir. Mahalle tarihi neredeyse 500 yılı bulan ve Antalya'nın en eski yerleşim yerlerinden biri olmakla birlikte, bakımsızlık nedeniyle evler yer yer harabeye dönmüş bir çöküntü alanı görünümündedir. Bu haliyle mahalle kentin geri kalanından kopuk bir görünüm sergilemektedir. Bir anekdot eklemek gerekirse Balbey Mahallesi 1990ların ikinci yarısına kadar canlı bir ticaret merkeziydi. Öyle ki Samsun'dan Antalya'ya göç eden babamın da ilk atölyesi bu mahallede imiş. Fakat özellikle 2000 sonrası yıllarda yakınında ikamet eden insanlar olmamıza rağmen pek bilmediğimiz, merkezdeki birçok yer arasındaki mesafeyi kısaltmasına karşın güvenli hissetmediğimiz için etrafından dolaşmayı tercih ettiğimiz bir mahalledir.

Mahalle lokasyon olarak Antalya'nın marka kent olma yolunda yeniden restore edilen tarihi Kaleiçi bölgesi, Şarampol Caddesi ve "Doğu Garajı Kültür ve Ticaret Merkezi", "Nekropol Alanı Modern Sanatlar Müzesi" gibi projelerle yenilenen bölgelerin tam ortasında yer almaktadır. Bu noktada mahalle kentin showroomu haline getirilmesi planlanan bölgenin tam ortasında bir çöküntü alanı olarak durmakta ve bu nedenle kentsel dönüşüme sokulması planlanmaktadır. Esasen bahsi geçen özellikleriyle nedeniyle içerisinden geçtiği süreç yukarıda anlatılan Cumhuriyet ve Muratpaşa mahallelerindeki hikâyeye oldukça benzeşmektedir.

Buna karşın bölgenin kentsel dönüşüme sokulması yıllardır süren önemli tartışmaları beraberinde getirmektedir. Öyle ki mahallenin kentsel dönüşüme tabi tutulması merkezi hükümetin gündemine kadar gelmiş, büyükşehir belediyesi, meslek odaları, bilim insanları arasında tartışmalara neden olmuş ve proje iptal talebiyle mahkemeye taşınmıştır. Bu noktada Balbey Mahallesi örneği yeni kentleşme politikalarının içerdiği kültür, tüketim ve imaj temelli stratejilerinin beraberinde getirdiği pek çok toplumsal problemin de görünür olduğu bir sahadır. Tarafların bölgenin kentsel dönüşümüne ilişkin beyanlar ve bu bağlamdaki mücadeleleri yeni kentleşme politikalarının amacı, bağlamı ve farklı sosyal gruplar üzerindeki etkilerini gözlemleyebilmek için uygun bir örneklem görünümündedir.

Araştırmanın bu safhasında, "bir ağdaki örnek olayları örneklemek için" (Neuman, 2006, s. 325) ve "araştırmacının bir örnek olaya başladığı, daha sonra o örnek olaydan aldığı bağlantılı ilişkilerle ilgili bilgilere dayanarak başka örnek olaylar belirlediği ve

süreci tekrarladığı rastlantısal olmayan" (Neuman, 2006, s. 324) kartopu örneklem yöntemi kullanılmaktadır. Bu yöntemi ile araştırma problemlerine ilişkin daha kapsamlı cevapları verebilecek kişilere ulaşabilmeyi hedeflemektedir (Yin, 2011, s. 89). Böylece araştırma problemine ilişkin doğrudan cevaplar verebilecek katılımcılara ulaşmayı mümkün kılarken, araştırma için harcanan zaman, işgücü ve maliyet sınırlılıklarının da azaltılmasına imkân sağlamaktadır. 'B' olarak kodlanan mahalledeki örneklem grubunun dağılımı ve demografik özellikleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 8.3.1. *Balbey Mahallesi'ndeki katılımcılar ve demografik özellikleri*

Katılımcının Kodu	Yaşı	Cinsiyeti	Mesleği	Mülkiyet Durumu
B1	56	Erkek	Muhtar	Mülk Sahibi
B2-BALDER	-	-	-	-
B3	48	Erkek	Esnaf	Mülk Sahibi
B4	43	Erkek	Esnaf	Mülk Sahibi
B5	48	Erkek	Esnaf	Mülk Sahibi
B6	51	Erkek	Esnaf	Mülk Sahibi
B7	44	Erkek	Esnaf	Mülk Sahibi
B8	87	Erkek	Esnaf	Mülk Sahibi
B9	43	Kadın	Emekli	Mülk Sahibi
B10	76	Kadın	Emekli	Mülk Sahibi
B11	70	Erkek	Emekli	Mülk Sahibi
B12	41	Erkek	Esnaf	Mülk Sahibi
B13	76	Erkek	Emekli	Kiracı
B14	78	Erkek	İşsiz	Kiracı
B15	49	Kadın	Gündelikçi	Kiracı
B16	75	Erkek	Emekli	Mülk Sahibi

8.4. Verilerin Toplanması ve Analizi

Bilimsel bir saha çalışmasının ana bileşenlerinden diğer ikisi veri toplama yönteminin ve verilerin analiz edilme yöntem(ler)inin belirlenmesidir. Bu süreçler araştırmanın problemlerine, seçilen araştırma yöntemine ve araştırmacının metodolojik / teorik konumlanmalarına bağlı olarak belirlenir. Riessman'ın vurguladığı biçimde görüşmecilerin anlatılarının bağlamı araştırma probleminin gereklerinin yanı sıra araştırmacının teorik ve epistemolojik pozisyonuna, değerlerine hatta biyografisiyle de bağlantılıdır (2011, s. 208-209).

Nitel araştırma yöntemiyle sürdürülen bu çalışmanın saha verileri aktörler ile gerçekleştirilecek mülkatlardan elde edilmektedir. Veri toplama araçlarından biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği önceden hazırlanmış açık uçlu sorular ile görüşme anında katılımcı ve araştırmacı arasında etkileşime izin vermesi, araştırma probleminin

yeni boyutlarına erişmeyi (Nightingale ve Rossman, 2004, s. 377; Kümbetoğlu, 2020, s. 26) ve konuya ilişkin doğrudan zengin verilere (Nightingale ve Rossman, 2004, s. 378) ulaşmaya imkân sağlaması bakımından öne çıkmaktadır. Böylece nicel araştırmalarda yoğun olarak kullanılan anketlerle elde edilmesi zor olan aktörlerin deneyimlerine ilişkin detaylı verileri elde edebilmenin önünü açmaktadır (Lamont ve White, 2005, s. 10). Yarı yapılandırılmış görüşme formu üzerinden gerçekleştirlecek olan veri toplama sürecinde katılımcıların açık uçlu sorulara verecekleri cevaplar üzrinden ulaşılacaktır. Verilerin toplanması, görüşme formunun yapılandırılması ve verilerin toplanması süreçlerinde iki aşamalı bir yol takip edilecektir.

İlk adım tezin problemlerine ilişkin olan teorik okumalara ve yazılı ve görsel materyallere dayanan bir ön görüşme formunun hazırlanmasıdır. Bu form tartışmanın genel hatlarına değinen ve ayrıntılı sorulan yer almadığı bir formdur. Örneklem içerisinden seçilmiş az sayıdaki görüşmeciyle gerçekleştirilecek bu pilot görüşmeler için hazırlanan bu formdan elde edilecek veriler, ikinci aşamadaki saha çalışmasına yönelik asıl görüşme formunun son halini alması için kullanılacaktır.

Pilot görüşmelerin yapılacağı katılımcılar ise Antalya Kent Konseyi'nden belirlenecek yetkili/yetkililer, Balbey Mahallesi içerisinde kurulan derneğin (BALDER) yöneticileri ve Balbey Mahallesi'nin muhtarı olarak belirlenmiştir. Seçimler yapılırken de araştırma sürecine ilişkin bazı işlevsel faydalar göz önüne alınmıştır. İki farklı örneklem grubu içerisinde belirlenen bu katılımcıların tartışmaya hakimiyetleri, örneklem grubuna ilişkin detaylar sunabilmeleri, örneklem içerisindeki aktörlere ulaşmayı kolaylaştırmaları ve araştırma problemlerine yeni boyutlar katabilme potansiyellerine dair beklentilerdir.

İkinici aşamada ise yeniden organize edilmiş görüşme formu örneklemin tamamına uygulanacaktır. Görüşme formunun ilk olarak Balbey Mahallesi'nde daha sonra da diğer örnekleme uygulanması planlanmaktadır. Bu tercihin de belli nedenleri söz konusudur. Öncelikle kentleşmenin kurumsal aktörlerinin sahip olduğu kaynaklar neticesinde (kurum raporları, yazılı ve görsel medyadaki görünürlükleri vd.) tartışmaya ilişkin fikirlerinin genel itibariyle biliniyor olmasıdır. Her ne kadar mevcut tartışmalara ilişkin mahallilerin görüşlerine yazılı ve görsel medya üzerinden ulaşmak mümkün olsa da içerideki sürecin detaylarına ilişkin veriler oldukça sınırlıdır. Bu bakımdan analize imkan sunacak görüşme formlarının oluşturulması için araştırmaya mahalleden başlamak uygun görünmektedir.

İkinci neden ise örneklem gruplarına ulaşabilme imkanlarındaki farklılıktır. Mahalledeki görüşmecilere ikinci ve ya üçüncü defa ulaşmak daha olası iken diğer örneklemdeki görüşmecilere (özellikle belediye başkanları, yöneticiler vd.) ikinci defa ulaşmak mümkün olmayabilir. Bu nedenle onları ikinci sıraya koyarak tartışamanın bütününe ilişkin tek seferde sağlıklı veri alabimek adına daha makul görünmektedir. Ayrıca katılımcılara tekrar ulaşabilme imkanı "nitel araştırmalarda geçerlik türleri"nden biri olan araştırmanın temalarına, kavramlarına, verilerine dair katılımcıların teyidini alınması (Creswell, 2017, s. 196) fırsatını da sunmaktadır. Araştırma sırasında gerçekleştirilen görüşmelerin süresi 45 dk. ile 90 dk. arasında değişmektedir. Genel olarak kurumsal aktörlerle yapılan görülmelerin süresi daha uzun iken mahalleli ile yapılan görüşmeler ortalama bir saat civarında sürmüştür. Kurumsal aktörlerden 3 katılımcı ile görüşmeler online olarak, geriye kalan bütün katılımcılarla yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Balbey'deki bir katılımcının görüşme sırasındaki tedirgin tavırları nedeniyle bu görüşmeden elde edilen veriler doğrudan kullanılmamış sadece belli anektodlar olarak araştırmaya dahil edilmiştir.

Anlatı araştırmalarında verilerin damıtılması görüşme verilerinin araştırma problemlerine uygun biçimde yeniden düzenlenmesi anlamına gelmektedir (Roulston, 2014, s. 304). Toplanılan verilerin temalaştırılması veri analizinin başlangıç noktasıdır. Nitel veri analizinde benzerlikler ve farklılıklar üzerinden inşa edilen temalar verileri kategorilere göre gruplandırmak ve karşılaştırmak için kullanılır (Maxwell ve Chmiel, 2014, s. 22). Kentin aktörleri üzerinden gerçekleştirilecek analiz için de tartışmanın temel sorularına cevap verecek, tartışmayı derinleştirecek temalar oluşturulmalıdır. Son olarak da bütün işlenmiş veriler yeniden yorumlamaya tabii tutulur ve bütüncül bir anlatı içerisinde yazılır (Roulston, 2014, s. 305).

Araştırmanın birinci bölümünde katılımcılardan elde edilen veriler kentin markalaşma stratejileri bağlamında aktörler arasındaki temasın nitelikleri merkeze alınarak işlenmiştir. Bu bölümde veriler, aktörlerin temsil ettikleri kurumlar (merkezi hükümet, yerel yönetim, sermaye, STK'lar) üzerinden kategorize edilerek kentin markalaşma sürecinde makro görünümlerini tartışmaya açılmıştır. Bütün bu ilişkiler ağının kentlilerle karşılaşması olarak tasarlanan ikinci bölümde, markalaşma temelli kentleşmenin Balbey'deki etkileri süreçler bağlamında temalaştırılan veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Burada Balbey'in markalaşma bağlamındaki dönüşümü birbirlerini

besleyen 3 tema -*emrivaki, müphem* ve *güvensiz*- etrafında ele alınmıştır. Emrivaki teması sürecin ekonomi-politiği merkeze alan, müzakere sürecini dışlayan ve aceleci, ivedi yapısına işaret eden alt temalar bağlamında inşa edilmiştir. Müphemlik teması dönüşümün teknik boyutlarına, sürecin şeffaflığına ve mahallenin geleceğine ilişkin belirsizlikler bağlamında ele alınırken, güvensiz teması dönüşümün aktörlerinin niyetlerine, rantın dağıtımına ve projenin sonuçlarına dair kuşkuları içermektedir. Daha sonra Balbeylilerin yerel yönetimle, STK'larla, eski komşularıyla ve şimdiki komşuları olan yoksullar, Romenler ve göçmenlerle ilişkileri -üç tema etrafında şekillenen dönüşüm süreciyle bağlantılı deneyimlerinin ışığında- tartışılarak marka merkezli kentleşme pratiğinin kentliler açısından sonuçları incelenmektedir.

Ek olarak çalışmada ikincil kaynaklara da yer verilmektedir. Kente dair kurumların (ABB, Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE), Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA), Batı Akdeniz Ekonomisini Geliştirme Vakfı (BAGEV), ATSO ve çeşitli bakanlıklar vb.) raporları, medya ve sosyal medyadaki tartışmalar ve özellikle Menderes Türel'in başkanlığı dönemlerinde (2004-2009 ve 2014-2019) çıkan ve marka kent adımları hakkında sıkça demeç verdiği ABB yayın organı Portakal Gazetesi'nden yararlanılmaktadır. Bu sayede uzun yıllara varan marka kent olma sürecindeki verilere, motivasyonlara ve itirazlara kendi zamanındaki tartışmalara da vakıf olabilmenin önü açılmaktadır.

Son olarak araştırmanın güvenirliğini için iki yol izlenmiştir. Birinci yol veri çeşitliliğinin sağlanmasıdır. Kurumların raporları, istatistikler, dönem kaynakları ve Antalya üzerine yapılmış araştırmalar ile sahadan gelen verilerin tutarlılığı dikkate alınmıştır. Bu anlamda ikincil kaynaklar hem araştırmayı genişletip, zenginleştirmek hem de verilerin güvenirliğini test etmek için kullanılmıştır. İkinci olarak verilerin teyidinin ve doygunluk noktasının takibinin yapılmıştır. Özellikle araştırma esnasında çelişkili ve / veya şüphe uyandıran verilerle ilgili, kaynağı açık etmeyecek şekilde, diğer katılımcıların teyidi aranmıştır. Teyit edilemeyen veya konuya ilişkin yaygın bir eğilime dönüşmeyen veriler araştırmaya dahil edilmemiştir. Örneğin Balbey'deki bir katılımcı dönüşüm projesine ilişkin tartışmaların tehdit ve şiddete varan boyutlarını dile getirmiştir. Fakat bu bilginin diğer katılımcılarla teyit edilmemesi ve bu durumu deneyimleyen başka katılımcının olmaması nedeniyle araştırmada kullanılmamıştır.

8.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma belli birtakım sınırlılıklar taşımaktadır. Öncelikle 2019'da başlayan ve tüm dünyayı etkisi altına alan COVİD-19 salgını pek çok açıdan araştırmayı sınırlamıştır. Yaklaşık iki yıl süren ve sokağa çıkma yasakları, seyahat engelleri, sosyalleşme alanlarının ve iş yerlerinin kapatılması ile geçen pandemi dönemi araştırma döneminde birtakım aksaklıklara neden olmuştur. Öncelikle uzun süren pandemi döneminde belirsiz ve ani kapanma kararlarının alınıyor olması sahaya çıkma süresini de oldukça daraltmıştır. Halihazırda Kastamonu'daki görev yerinden yıllık izin dönemlerinde ve kısıtlı zaman aralıklarında gerçekleştirilen saha araştırması iki yıllık salgın sürecinin gölgesinde daha dar bir zaman aralığına sıkışmıştır. Salgının yarattığı tedirginlik ortamında görüşmelerin yüz yüze gerçekleştirilmesini zora sokmuş ve alternatif yolları aramayı (online görüşmeler, telefon görüşmesi vd.) mecbur kılmıştır.

Mekânsal uzaklık ve kısıtlı zaman nitel bir araştırmanın gerektirdiği bazı gereklilikleri yerine getirmeyi zorlaştırmıştır. Örneğin mahallede geçirilen süre azalması, büyük bir bölümü sokağa çıkma yasaklarından sürekli etkilenen yaş grubundaki katılımcılara erişimin zorlaştırması ve dahası saha görüşmeleri arasında kimi zaman bir yılı aşan aralıkların oluşmasına neden olmuştur. Kurumlardaki aktörlerin bir bölümüyle online görüşmelerle engeli aşmak mümkün olsa da mahalledeki görüşmeler için böyle bir imkân söz konusu olmamıştır. Bu noktada nitel araştırma yöntemlerinde oldukça önemli yer tutan yüz yüze görüşmelerdeki gözlemlere (katılımcının mimikleri, vurguları, kinayeleri vd.) erişmeyi yer yer kısıtlamaktadır.

Bir diğer sınırlılık ise katılımcıların isteksizliği ve / veya aşırı temkinli tutumları ile ilgilidir. Saha çalışması boyunca bu durumun kişisel olmaktan uzak, belli aktörler açısından tekrar eden yapısal nedenleri göze çarpmaktadır. Öncelikle STK'lardan belediyeye ve mahallelinin bir kısmına kadar politik konularla ilgili oldukça temkinli bir tutum içerisinde cevap vermişlerdir. Mahallelinin sıkça siyasi partilerden bağımsız cevap verdiklerini tekrar etmeleri, bir katılımcının mahallenin geçmişteki sosyal görünümüne ilişkin sorulara dahi sıkça "hapse girmek istemiyorum" ifadelerini kullanması veya bazı katılımcıların görüşme sonrasında kullanılmaması şartıyla aktardıkları araştırmanın ülkedeki politik atmosferin gerginliğinin gölgesinde gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Diğer taraftan -anlaşılır biçimde- belediyede görevli katılımcıların mesleki kaygılarından kaynaklı gönülsüzlükleri ve temkinli tavırları örneklemden kaynaklı sınırlılıklardan bir

tanesidir. Bilhassa online görüşmeler çoğu zaman bu atmosfer içinde daha temkinli geçmiş ya da hiç mümkün olmamıştır.

Aynı zamanda ülkedeki ardı ardına seçim atmosferi içerisinde olması gerek yerel yönetimdeki gerekse siyasi partilerdeki aktörlere ulaşmayı engellemiştir. 28 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimi ve 31 Mart 2024'te gerçekleştirilecek yerel seçimler ülkeyi geçtiğimiz bir, bir buçuk yılda seçim atmosferine sokmuş, temasa geçilen isimlerin bir bölümü ya hiç cevap vermemiş ya da yerel seçimler bittikten sonra görüşebileceklerini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan 06 Şubat 2023 Kahramanmaraş merkezli depremin yarattığı yas ve özellikle yerel yönetimlerdeki teyakkuz hali de saha araştırmasını gerçekleştirmenin uygun olmadığı bir ortam yaratmıştır. Esasen çalışmada ikincil kaynakların kullanılmasında kent araştırmaları bağlamındaki öneminin yanı sıra bahsi geçen gelişmelerin yarattığı sınırlılıkların da payı bulunmaktadır.

Araştırmaya ilişkin bir diğer problem ise Türkiye'deki kent çalışmalarının büyük oranda İstanbul, İzmir, Ankara gibi ülkenin metropollerinde yoğunlaşıyor olmasıdır. Bu kentlere ilişkin hem tarihsel olarak hem de güncel tartışmalara ilişkin pek çok çalışma söz konusuyken, Antalya ile ilgili çalışmaların sınırlı kaldığı görülmektedir. Antalya'nın kent çalışmalarında ikincil seviyede kalmış olması bir taraftan bu çalışmayı önemli ve özgün kılmakla birlikte, Antalya'nın kentleşme süreçlerine ilişkin uzun yıllara dayanan verilere ve analizlere ulaşmayı da zorlaştırmaktadır.

Ayrıca Antalya ilinin kentleşme süreçlerinin dinamik yapısı araştırmanın kapsamı noktasında önemli sınırlılıklar meydana getirmektedir. Zira bir marka kent olma yönünde gerçekleştirilen faaliyetler henüz tamamlanmamış olmakla birlikle ülkenin ekonomik ve politik konjonktürüne bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Türkiye'de gerçekleştirilin son dört yerel seçimde Antalya Büyükşehir Belediyesi AKP'li ve CHP'li adaylar arasında sürekli olarak el değiştirmiştir. Her ne kadar Antalya'nın küresel bir marka kent haline getirme ülküsü 1980'lerden itibaren parti fark etmeksizin devam eden bir süreç olsa da ülkenin siyasi ve ekonomik konjonktürü bu sürecin içeriğinde farklılaşmalara neden olmuş ve kentleşmeye yönelik öncelikler ve stratejiler değişiklik göstermiştir. Bunun yanı sıra özellikle 2008 yılından itibaren başlayan ekonomik durgunluk dönemi Boğaçayı Projesi gibi mega projelerin gerçekleştirilmesi için gerekli finansmanın bulunmasını zorlaştırılmış ve belediyelerin stratejik planlarında ilan ettiği veya belli bir noktaya kadar getirdiği projelerin yarım kalmasına neden olmuştur. Bu nedenlerle Antalya'nın

markalaşma süreçleri ve buna bağlı olarak gerçekleşen sosyal, ekonomik ve demografik dönüşümler tamamlanmış bir süreç olmaktan ziyade dinamik bir dönüşüme işaret etmektedir.

Buna bağlı olarak da mevcut dönüşümlerin yarattığı demografik ve sosyo-ekonomik dönüşümlerin mekânsal görünümleri de halen hareketlidir. Konyaaltı, Muratpaşa, Kepez gibi dönüşümün kalbindeki merkez ilçeler hem fiziksel hem de demografik olarak önemli değişimlere sahne olmaktadır. Bu bölgelerdeki pek çok mahalle markalaşma pratiklerine uygun olarak dönüşüme tabi tutulurken, buralara komşu bazı mahallelerde dönüşüm henüz gerçekleşmemiştir. Bu nedenlerle sosyo ekonomik ve demografik yarılmalar yakın mahalle ölçeğinde gözlemlenebilmekte ve bu durum yeni kentleşme pratiklerinin sonuçlarını anlamayı zorlaştırmaktadır.

Diğer taraftan bir kentin kentleşme süreçlerine ilişkin saha çalışması yapmanın kendi içerisinde sınırlılıklar içermektedir. Kentleşme ve kentleşmenin yarattığı sonuçlar ile ilgili bir tartışmaya yönelik veri toplama süreci hem süre hem de imkanlar açısından bazı zorluklar getirmektedir. Antalya'nın bir marka kent haline getirilmesini içeren kentleşme stratejilerinin aktörleri, içerikleri ve bu stratejilerin kentte yarattığı sonuçlara ulaşmak adına örneklem büyüklüğünün belirlenmesi, bu örneklem içerisinde gerçekleştirilecek verilerin toplanmasının ve bu verilerin işlenmesinin gerektirdiği süre ve maliyet örneklimin küçültülmesini zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle bahsi geçen süreçlerin kent genelindeki bütün sosyo-ekonomik gruplar arasından seçim yapmak gerekmektedir. Araştırmanın problemine yönelik seçilmiş örneklem zaman, işgücü ve maliyetten kaynaklı olarak sınırlı bir temsiliyet oranı içermektedir.

9. TURİZMİN BAŞKENTİ ANTALYA'YI MARKALAŞTIRMAK

1939 yılında Antalya'nın akarsularına ilişkin bir yazıda akarsuların kent için önemine değinilmektedir. Yazıda Düden Şelalesi, Manavgat Şelalesi gibi gözde akarsular tarif edilirken kent için anlamına değinmektedir: "Şehrin temizliğini temin eder. …bahçaları sular. …değirmenler için muharrik kuvvettir. …Avasun köyünden itibaren nakliyat da yapılabilir" (Anakök, 1939, s. 21-22). Özellikle 1927-1950 arası dönem su yollarının da üzerinde bulunduğu değirmenler, küçük ölçekli üretim alanlarında akarsular üretimin (tarım, taşımacılık, üretim vb.) ve kent sağlığının parçası olarak görülürdü.

Bugün ise bu iki akarsuya ilişkin öncelik turizm ve tüketim potansiyellerine dairdir. Düden Şelalesi günlük stresten kurtulabileceğiniz, hediyelik eşya satın alabileceğiniz, tüketim mekanlarında (restoran, kafe, eğlence yerleri, hayvanat bahçesi) vakit geçirebileceğiniz (http-56), Manavgat Şelalesi'nde ise hepsinin yanı sıra rafting ve kano sporlarının yapabileceğiniz (http-57) turizm merkezleridir. Aradan geçen yıllarda Antalya baştan aşağı değişmiş, 80lere kadar üretim mekanları olan bölgeler (Harita 7.3.3.1) turizm destinasyonlarına dönüşmüş, doğasından kültürüne kentin pek çok boyutu markalaşma rotasının bir girdisi haline gelmiştir.

Bugün turizmde markalaşma gerek hükümetin gerekse yerel yönetimlerin bakışında Antalya'nın tek hikâyesi haline gelmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın (2007, s. 2-21) 2023 Turizm Eylem Planı'nda "kentsel ölçekte markalaşma" yolunda "turizmde markalaşan şehirler ve kültür turizmi" hedefi İstanbul, Ankara ve İzmir'de olduğu gibi Antalya'da da karşılık bulmuştur. Bu kapsamda kitle turizmi yerine alternatiflerin üretilmesi, turist profilini değiştirecek ürünlerin yaratılması, küresel eğilimlere cevap verecek planlamaların yapılması, kentlerin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımının gerçekleştirilmesi, gerekli alt ve üst yapı hizmetlerinin gerçekleştirilmesi ve merkez-yerel-sivil aktörlerin iş birliğinin güçlendirilmesi temel ilkeler olarak sıralanmıştır.

Bu ülkü Antalya'da 2002'de "dünya markası şehir", 2004'te ise "marka şehir" vizyonu olarak belirmiştir (Varlı Gök, 2010, s.46) Yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde aktörlerin desteğini alan bu vizyon Antalya Büyükşehir Belediyesi, Antalya Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO), Akdeniz Üniversitesi, Antalya Tanıtım Vakfı (ATAV), Dünya Ticaret Örgütü Antalya Merkezi, Antalya Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (AKTOB) gibi yerel, ulusal ve uluslararası aktörlerin yer aldığı geniş bir koalisyon eliyle gerçekleştirilmektedir (Varlı Gök, 2013, s. 114). Aktörlerin iradelerini, 2012 yılında Antalya Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO)'nun "ANTALYA=MEDITERRANEAN AND MORE: Hayali Kurulan, keşfedilen ve keyifle yaşanan bir Antalya olmak" vizyonu başlığında geniş katılımlı bir karar konferansında izlemek mümkündür. Konferansa Antalya Valisi, dönemin il ve ilçe belediye başkanları, Antalya milletvekilleri, dönemin AKP, CHP, MHP il başkanları, Akdeniz Üniversitesi (A.Ü.) rektör yardımcısı, il müdürlüklerindeki yöneticiler, TÜİK bölge müdürü, TMMOB başkanları, akademisyenler vd. gibi kentin önde gelen isimleri katılmıştır. Çalışma grupları halinde bölünen katılımcılar Antalya'nın küresel bir marka kent haline gelmesi için öncelikli

stratejilerini ortaya koymuş ve toplantı sonunda bu kararlar belli ölçeklerde sınıflandırılmıştır.

Yapılan değerlendirmeler ışığında Antalya 2023 vizyonu %26,1 "kültür odaklı kent", %23,6 "doğa dostu kent", 23,5 "planlı ve kurallı kent" %17 "yüksek katma değer üreten kent" ve %9,8 "eğlendiren ve eğlenen kent" temaları etrafında şekillenmiştir (ATSO, 2013, s. 5). 2023 vizyonuna giden yolun ise kongre ve fuar merkezlerinin kurulması, sağlık, spor, eko turizm faaliyetlerine yönelik tesislerin inşası, uluslararası mega etkinliklerin, festivallerin, moda ve tasarım haftalarının düzenlenmesi, kurvaziyer yat limanı, EXPO alanı, geniş ulaşım ağı gibi mega projelerin ve kentsel dönüşüm projelerinin gerçekleştirilmesi, Pamfilya antik kentine referansla çok kültürlü bir yaşam biçiminin ve Akdenizli kent kültürünün inşa edilmesi gibi stratejilerden geçtiği sonucuna varılmıştır (ATSO, 2013, s. 9-15). Diğer taraftan markalaşmaya giden yola dair insana, kentlilere dair doğrudan bir açılım yoktur. Daha doğrusu markalaşmış bir Antalya'nın halihazırda kentlilerin faydasına olacağına, daha mutlu bir kent yaşamı getireceğine dair bakışla denklemin pasif aktörleri olarak görülmektedir.

Kentin markalaşmasındaki temel beklenti ise büyük oranda ekonomik başarıdır (Varlı Gök, 2010, s. 46). Bu başarının yolu ise mekânın dönüştürülmesi, kentin küresel rekabette üst sıralara çıkarak zengin turistlerin Antalya'ya çekilmesidir. Türel'in iki demecinde vurguladığı üzere,

> "Bir şehrin marka değerlerinin en güzel barometresi gayrimenkullerin metrekare fiyatlarıdır" (Portakal Gazetesi, 2017a, s. 10).
>
> "Antalya'da metrekare fiyatı 2 bin dolar civarında, İstanbul'da ise 15 bin dolarlara geldi, 2002'de 3 bin dolardı. Paris'te 45 bin, New York'ta 90 bin dolar. Toprak aynı, kullanılan inşaat malzemelerinin tümü aynı, ne değişiyor, sadece şehrin ismi farklı, etiket değişikliği var. O yüzden bizler şehrimizin katma değerini yükseltmemiz lazım. Göreve başladığımda Antalya'da 1000 dolarken bugün 2000 dolara geldi. Bütün bu projeler hayata geçirildiğinde Antalya'da 8-9 bin dolarlar konuşulmaya başlanacak" (JMO, 2018, s. 59).

Bu noktada kentleri tek tipleştiren benzer tasarıma, malzemeye ve işleve sahip "prototip" mekanlar (Yavuzçehre, 2013, s.204) üretmenin Antalya'nın markalaşma yolundaki önemi dışa vurmaktadır. UN Habitat biçim ve işlev açısından birbirinin kopyası kentleri bir risk olarak tanımlarken (UN Habitat, 2004, s. 13) Antalya için başarıya getirecek strateji olarak kabul edilmektedir. Ayrıca marka değerinin, rakip

görülen ve/veya örnek alınan kentlerle kıyasın gayrimenkul fiyatları üzerinden ölçülmesi Antalya'nın markalaşma rotasına dair işaretler barındırmaktadır. Burada küresel marka iddiası ne Friedman'ın küresel finans ve sermaye ağlarının kontrol edileceği bir istasyona (Friedman, 2005, s. 303-305) ne de Sassen'in yüksek teknoloji, AR-GE gibi alanlarda uzmanlaşmış bir hizmet sektörüne ve yüksek nitelikli iş gücünün yoğunlaşmasına (Sassen, 2005, s. 310-311) dair emare yoktur. Zira Antalya'nın aldığı göç profilinin lise ve altı eğitim seviyesinde yoğunlaşması (Grafik 7.2.1.3), gerek sanayi sektöründe yüksek vasıflı istihdamın düşüklüğü (Grafik 7.3.3.1) gerekse turizm, tarım ve ticaret yoğunluklu ekonomik yapısı (Bölüm 7.3) tarihsel olarak bu eğilimleri göstermediğini doğrulamaktadır. Halihazırda Türel de başarının anahtarını gayrimenkul değerleri üzerinden ölçtüğünü açıkça ifade etmektedir. New York, Paris 'i örnek gösteren Türel "toprak aynı", "kullanılan inşaat malzemeleri aynı" derken aslında markadan, onları farklı kılanın "etiket" olduğunu söylerken kentten ne beklediğini dışa vurmaktadır. Rakiplerin başarısını mekanların bir etiket altında pazarlanması olarak tanımlandığından, Antalya'nın rotası da bu hatta çizilmektedir.

Bu noktada Antalya'yı klasik küresel kent anlayışından ziyade kendi özgün kapasiteleri bağlamında uzmanlaşarak küresel ağlarda yer edinmeye çalışan kentler (Ancien, 2011, s. 2479) kapsamında ele almak gerekmektedir. 1960'lardan itibaren devam eden eğilimin de sonucu olarak Antalya'nın temel iddiası küresel turizm ve hizmet ağında uzmanlaşmaktır. Bu ağ içerisinde Antalya'nın yeri, potansiyeli, hangi kentlerin örnek alındığı, avantaj ve dezavantajlarını ortaya koymak kentin markalaşma hikâyesinin merkezi meselelerinden biridir. Zira kent elitlerinin markalaşma stratejileri ve bu stratejileri kentleşme pratikleriyle nasıl ilişkilendirildikleri rekabete soyundukları arenadan etkilenmektedir. Dolasıyla bu ağlar içerisinde Antalya'nın durumuyla başlamak anlamlıdır.

Antalya'nın dünya çapında bir turizm kenti olma söylemi sıkça belirtilse de en güçlü rakiplerinin Akdeniz havzasında olduğu bilinmektedir. Kapitalist ilişkilerdeki batıya ve küresel kuzeye kayması, Akdeniz havzasının ticari merkez özelliğini kaybetmesi (Kolluoğlu ve Toksöz, 2010, s. 1) ve Akdeniz Havzası'ndaki kentlerin turizm sektöründe uzmanlaşması (Apostolopoulos, Loukissas ve Leontidou, 2001, s. 5) bölgedeki rekabetini derinleştirmektedir. Arap yarımadası, Afrika ve Avrupa'nın havzadaki kentleri birer turizm cenneti olmak için kıyasıya yarış içerisine girerken pek

çok sosyo-ekonomik ve sosyo-politik gelişmeler avantajlar ve dezavantajlar yaratmakta, rekabeti etkilemektedir. Bir bölgedeki oluşan dezavantajlı süreç diğerleri için bir fırsata dönüşmekte ve bölgedeki rekabet devingen bir biçimde kendisini göstermektedir. Bu anlamda Antalya'nın dezavantajlı olduğu alanlar söz konusudur.

Öncelikli olarak Grafik 7.3.1.1.1'te tartışıldığı üzere Türkiye'nin diğer ülkelerle yaşadığı krizler, bölgedeki uzun yıllar süren savaşlar ve 1999'da olduğu gibi artan terör olayları kentin imajını doğrudan etkilemektedir. Çalkantılı coğrafyası onu inişli çıkışlı bir imaja sahip olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla bütün markalaşma çabaları gerek çevresindeki gerek ülkedeki gelişmelerle bir anda kaybetme riskini hep taşımaktadır. Dahası doğrudan Türkiye'nin tarafı olmadığı bölgesel çatışmalar dahi kentteki turizmi etkilemektedir. Son yıllarda Rusya-Ukrayna savaşı nedeniyle turizmde kayıplar yaşayan Antalya'da Ekim 2023'te tekrar alevlenen İsrail-Filistin çatışması nedeniyle de bir daralma beklenmektedir (http-58).

İkinci olarak Akdeniz Havzası'nda olmaktan kaynaklı dezavantajdır. Bu ağ içerisinde genel olarak Antalya'nın avantajı olarak görülen bazı unsurlar esasen dezavantaja dönüşebilmektedir. Kentin antik dönemlere ait kalıntıları sürekli ön plana çıkartılmaktadır. Oysa gerek İskender'in Helenistik İmparatorluğu gerek Yunan kolonilerinin yayılması gerekse Pax Romana dönemi Akdeniz Havzasının uzak bölgelerinde benzer tarihi kalıntıların var olmasına neden olmuştur.

> …O planlamaya uygun büyüyebilseydi şehir çok daha doğru, hakikaten Roma'daki yapılara, yerleşimlere benzer -tabi ki her kentin bir kimliği var, Antalya kent merkezinde yoğun tarihi yapılaşma yok, Kaleiçi var, Magidos var, Migros'un olduğu yer var ama bir Roma değil (K1-Kent Konseyi)
>
> .. Bu evi orta Anadolu'da bulursun, sokaktan da vardır benzeri. Özetledim mi? Yani en kimliği kalan yer Kaleiçi her şeye rağmen. Yani bir Yunan adaları gibi değil. Görürüz ya beyaz. İlk başta Bodrum vs Akdeniz kentiydi onu da hallettiler (K3-Mimar).

Son 25 yılda Antalya'da UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesine dahil olan -Karain Mağarası (1994), St. Nicholas Kilisesi (2000), Likra Uygarlığı Antik Kentleri (2009), Perge Arkeolojik Alanı (2009), Aspendos Antik Kenti Tiyatrosu ve Su Kemerleri (2015), Yivli Minare Camii (2016), Güllük Dağı-Termessos Milli Parkı (2000), Kekova (2000)- eserlere sahip olmak (http-59), Noel Baba gibi figürleri sahiplenmek ve bilhassa Yunan ve Roma mitolojilerinin coğrafyasında bulunmak gibi sembolik değerlerin markalaşma yolundaki önemli avantajlar olarak görülmektedir. Öte yandan K1 ve K3'ün

aktardığı üzere Antalya'nın tarihi mirası, kent elitlerinin vurguladığı gibi bu miras rakiplerinden daha güçlü değildir. Antalya sit alanları ve doğası dışarıda bırakıldığında gerek mimarisi gerekse sosyal yaşamı Akdeniz imgesinden (Bölüm 5.2) uzak bir görüntü çizmektedir.

Bir diğer mesele olarak Türkiye'de merkezi hükümetlerin kararlarının baskınlığıyla ilgilidir. Bugün kentleşme stratejileri küresel eğilimlerden etkilenirken her coğrafya özgün koşullarıyla sürece kendi rengini de verir (Hamnett, 2020, s. 6). Bilhassa planlama geleneği, aktörler arası ilişkiler, sivil toplumun yapısı, merkez-yerel ilişkileri gibi unsurlar kentlerdeki gelişmeleri de farklılaştırabilir (Göktürk, Soysal ve Türeli, 2010, s. 19). Bu bakımdan Türkiye'de merkezi hükümetlerin yerel yönetimlere yetki devretmekteki isteksizliği (Balaban, 2016, s. 18) kentlerin küresel rekabetteki elini zayıflatabilmektedir (Özgül, 2020, s. 13). Kumarhanelerin yasaklanması örneği merkezi hükümetlerin Antalya'nın küresel arenadaki yerini güçlü bir biçimde etkileyebildiğini göstermesi açısından çarpıcı bir örnektir.

1980 sonrasında Özal döneminde serbest bırakılan ve teşvik edilen kumarhaneler, Çiller döneminde de "İstanbul ve Antalya'yı Monte Carlo yapacağım" gibi iddialı bir alanın konusu olmuştur. Fakat -meclis tutanaklarındaki tartışmalardan anlaşıldığı üzere- zamanla kumarhane sektörü ile mafya iç içe geçmiş, kara para aklama, uyuşturucu, şantaj, çek senet mafyacılığı gibi illegal ilişkilerle anılır hale gelmiştir (http-60). Bütün bu çalkantıların gölgesinde devletin büyük teşvik ve ödeneklerle canlandırdığı kumarhane sektörü, 450 milyon dolarlık bir hacme ulaşmışken yolsuzluk ve dini polemikler çerçevesinde kapatılmıştır (Var, 2001, s. 108). Bu karar Antalya'nın turizm alanındaki elini zora sokmuş, turist profilini etkilemiş, hatta eylemlere bile neden olmuştur (http-61). Bugün bile kumarhaneler konusu dönem dönem kendisini göstermekte, tıpkı Libya ve Birleşik Arap Emirlikleri'ndeki turistlere özel alkol izni gibi Antalya'da da yabancılara açık kumarhanelerin açılması gerekliliği dillendirilmektedir.

> "Antalya ucuz tatil merkezi imajını kabul etmemelidir. 5 yıldızlı turizmi desteklemek için, turistlere yönelik casino veya temalı park gibi, yeni turizm unsurlarına ihtiyacımız var" (ATSO, 2005, s. 18).

ATSO casinoların küresel rekabetteki yerini ve Antalya için önemini vurgulamaktadır. Kumarhanelerin Türkiye'de kapatılma hikâyesi Akdeniz ve Ege bölgesindeki turizm destinasyonlarını ciddi anlamda etkilemiş, turist profilinin

dönüştürmüş ve küresel rekabette farklı bölgelerin güçlenmesinin önünü açmıştır. Bilhassa Antalya'ya en yakın destinasyonlardan olan Kıbrıs ve Yunanistan bu anlamda önem kazanmıştır. Türkiye'deki kumarhane sahipleri işletmelerini Kıbrıs'a taşımıştır. Böylece KKTC "kumar turizmi"ne ilgi duyan turistler için cazibe merkezi haline gelmiştir (Şahinkaya, 2002, s. 227). Antalya'yı Monte Carlo yapma ülküsünden casinoların kapatılması, bira festivalinin yasaklanması tartışmaları, ülke genelinde giderek azalan gençlik festivalleri, müzik yasakları vb. kentin imajı, marka beklentileri ve hedef kitlesi arasında gerilim yaratmaktadır.

Bu gerilim Antalya'nın bir Akdeniz markası olma iddiası ile küresel tüketim ağlarındaki hâkim Akdeniz imgesi (Bölüm 5.2) arasındaki farklılaşmanın da bir sonucudur. Bütün bu idari kararlar hedonistik, egzotik ögelerin ön plana çıktığı (Gordon, 2003, s. 217) spontane ve eğlence merkezli Akdeniz yaşamı imgesiyle örtüşmemektedir. Esasen politik ve ekonomik açıdan Akdeniz Havzası'ndaki liberal ve otoriter eğilimler arasında salınan Türkiye'deki (Apostolopoulos, Loukissas ve Leontidou, 2001: 4-5) konjonktürel kararlar Antalya'nın küresel hedeflerine uygun bir kent kültürü/imgesi yaratmasını zorlaştırmaktadır. Bu haliyle Türkiye'nin merkeziyetçi yapısı sadece mekânsal dönüşümleri değil markalaşmanın sembolik / özgün değerlerini oluşturma noktasındaki gelişmeleri de etkilemektedir.

Son bir parantez de Antalya'daki turizm kültürüne açmak gerekir. Özellikle Sovyet bloğunun yıkılmasıyla birlikte bu coğrafyadan gelen göçmenleri fuhuş sektörü ile ilişkilendirilmesi beraberinde yabancılara hayat kadını muamelesi yapan bir toplum yaratmıştır (Kozanoğlu, 1996, s. 597). Tatil yörelerinde bilhassa erkeklerin turistler açısından kötü bir imaj çizmesi (Yavuz, 2018, s. 48-49) turist profilini etkilemiş, turizm kültürünün yerleşememesi de Antalya'nın küresel alandaki imajını zedelemiştir. 90'lı yıllar turizmin altın yumurtlayan tavuk olarak görüldüğü, turistlere denetimsiz bir biçimde fiyatlanan ürünlerin satıldığı, tur firmaları, tur rehberleri ve tüccarlar arasında para ilişkilerinin yoğunlaştığı yıllar oldu. Bu yıllarda tur rehberleri belli bir ücret karşılığında turistleri belli dükkanlara yönlendirilmekte, burada fahiş fiyatlardan ürünler satılmaktaydı.

Bütün bu gibi gelişmeler ışığında kentteki turist profili değişime uğramış, tüketen zengin turistlerin uğrağı olan Antalya'yı niceliğe dayanan bir turizm alanına götürdüğünü ve ucuz tatil imkanıyla öne çıkan bir yer haline getirmiştir. Antalya'da değişen turist

profilinin istatistiksel görünümüne ek olarak (Bölüm 7.3.1.1) turistlerle gerçekleştirilen daha detaylı bir araştırma sonuçları da bu dönüşümü doğrulamaktadır. Antalya'yı "gerçek bir dünya markası" olarak görenlerin oranı %2,3 iken, "ucuz tatilin en iyi adresi" olarak görenlerin oranı %45'tir (Doğanlı, 2006, s. 139). %48,8'i ekonomik fiyatlar için tekrar geleceğini ifade ederken (Doğanlı, 2006, s. 144), %98,5'i Antalya'yı marka olarak görmemekte ve eğer fiyatlar aynı olsaydı Barcelona gibi bölgeleri tercih edeceklerini söyleyenler %81,9'dur (Doğanlı, 2006, s. 151). Gelinen noktada Antalya'ya gelen turistlerin temel motivasyonları bir dünya kenti görmek değil ucuz bir tatil geçirmek olduğu anlaşılmaktadır. Esasen bahsi geçen hedef ve stratejilere Antalya'yı markalaştırma ülküsünün de kentin bu makus talihini tersine çevirme girişimidir.

9.1. Antalya'nın Rekabet Stratejileri

Kentin talihini tersine çevirmek, zengin turist anlamına gelen "kaliteli turist"e (Ataberk ve Haşlakoğlu, 2008, s. 11-12) ulaşmak ve Antalya'yı marka haline getirmek adına birtakım stratejiler ortaya koyulmaktadır. Dahası bu stratejilerin dönüşen kapitalizmin yeni şartları bağlamında ulusal kalkınmanın da anahtarı olarak görülmektedir. Türel'in işaret ettiği üzere;

> "…Dünyada eskiden devletler yarışırdı şimdi şehirler yarışıyor. Biz bu yarışta geri kalamayız. Biz onlardan daha hızlı koşacağız. Çünkü bizim açık kapatmak gibi bir mecburiyetimiz var" (Portakal Gazetesi, 2017ı, s. 5).

Türel, artık devletlerin değil kentlerin yarıştığını söyleyerek Brenner (1998, s. 8)'in vurguladığı gibi kapitalizmin ölçek değiştirdiğini ifade etmektedir. Türkiye'nin rakiplerinin gerisinde kaldığı, farkın kentler üzerinden kapatılacağını ifade ederken, Antalya'nın markalaştırılma arzusu ülkenin geleceğiyle de ilişkilendirilmektedir. Bu bakımdan sadece yerel yönetimler düzeyinde değil merkeze bağlı BAKA gibi kurumlarca da Antalya'ya yönelik yatırım stratejileri arasında kentin rekabet gücünün yüksek olduğu noktalarda markalaşma kapasitesinin güçlendirilmesi gerekliliğinin altı çizilmektedir (BAKA, 2017, s. 2). Yerelden merkeze aktörlerce Antalya'nın ucuz tatil destinasyonu olmaktan kurtulup, havzadaki diğer kentlere yönelen zengin turisti çekmek en önemli hedef olarak işaret edilmektedir. Son 25 yılda bu hedefe ulaşmak, yani marka olmak, için birtakım stratejiler üretilmiş, Antalya'yı 'ligin' üst sıralarına çıkartacağı varsayılan dönüşüm süreci başlamıştır

> "New York, Barcelona, Paris, Londra, Miami, Dubai, Hawai bunlar başarmışsa biz neden başarmayalım? Biz onları geçeceğiz demiştik. Şimdi bunun içinin doldurulması için Antalya'da vizyon projelerimiz var" (Portakal Gazetesi, 2017a, s. 10). "Bir turizm şehri, marka şehir sözle olmuyor. Bir dünya şehri proje ile olur, rakiplerinizle yarışmak suretiyle onlardan daha iyisini ortaya koyarak olur. … Tek derdimiz ve hedefimiz Antalya'nın var olan kalitesini çok daha güçlendirmek" (Portakal Gazetesi, 2017ı, s. 5)

Rakip, rekabet, kalite, vizyon, proje Antalya'nın son 20-30 yıllık kentleşme serüveninin kodlarıdır. Model alınan kentler, şehirciliğe dair bakış, markanın amacı ve yönü bu kodlara gömülenmiş durumdadır. Dahası kentlilerin mutluluğu bakışının yerini alan kalite söylemi rekabetle, yarışla, büyük projelerle ilişkilendirilmiş girişimci tutum dışa vurmaktadır. Bu noktada kimleri rakip olarak seçtiğiniz, varmak istediğiniz hedef, bu hedefe giden yola dair vizyonunuzu etkilemektedir. Burada vizyonun nasıl ölçüldüğüne dair işaretler söz konusudur. Barcelona, Miami gibi kentlerdeki gelişmeler vizyon olarak kabul edilmekte, -kalkınmacı yaklaşımı hatırlatır biçimde- aynı yoldan daha hızlı giderek başarıya ulaşılabileceği varsayılmaktadır.

Oysa önde gelen marka kentler eğilimleri ortaya çıkartmak ve rol model olabilmek bağlamında diğer kentlerden ayrışırlar (Therborn, 2013, s. 58). Onları küresel marka haline getiren de bu öncü karakterleridir. Bu noktada Antalya'nın bu öncü karakterlerden, küresel akışlardan ne denli etkilendiği görülmektedir. Küresel olan yönetim zihniyetinden kentin fiziki yapısına ve dolayısıyla kent hayatının geleceğine sirayet etmektedir. Diğer yandan Antalya'nın benzer bir yoldan ilerlemesi onu bir markadan ziyade taklit, dünyada pek çok benzeri olan bir tekrar kente dönüştürebilir. ATSO toplantısında Türel,

> "Yerel seçimlerde Antalya için Dubai ve Barcelona gibi birtakım örneklerle yola çıkmıştık. …Antalya'da turist için cazibe merkezi olabilecek projeleri yaratamadık. Paris için Eyfel, Atina için Akropolis örneklerinde olduğu gibi Antalya'yı simgeleyen bir turistin ülkesine götürebileceği bir hediyelik sembolü bile henüz yaratamadık" (ATSO, 2005, s. 19-20).

Bu sürecin merkezine projeler yerleştirilmektedir. Projeler kenti rakiplerinin önüne geçirerek kentin ve ülkenin küresel arenadaki yerini güçlendireceği varsayımına yani mekân politikaları üzerinden bir markalaşma yoluna işaret etmektedir. Turisti cezbetmeye odaklanmış mekân politikaları -prestij projelerle ilgili sıkça tekrarlandığı üzere- kentin özgün/sembolik değerinin de kaynağı olarak görülmektedir. Bu bakış Antalya'nın rol modelinin Barcelona olduğu göz önünde bulundurulduğunda daha açık hale gelmektedir.

Antalya markalaşma bağlamında spesifik olarak sıklıkla Barselona ile kıyaslanmaktadır (Ataberk ve Haşlakoğlu, 2008, s. 7). Bunun en önemli nedeni kentin Akdeniz turizminde önde gelen kenti olmasıdır. Gelişen teknoloji ve havzadaki rakip destinasyonların ortaya çıkışı, Barcelona'nın deniz-kum-güneş turizminin dinamizmindeki düşüş kentin kalite ve rekabete dayanan yeni stratejiler üretme yoluna sürüklemişti. Bu stratejiler temelde niceliğe değil niteliğe dayanan bir turizm arayışının bir sonucuydu (Mir ve Baidal, 2001, s. 35). Barcelona'nın bu sarmaldan çıkartmanın yolu ise kent turizmine yönelik olarak kongre turizmine, fuarlara, festivallere yapılan yatırımların arttırılması olmuş, 1992 Barcelona Olimpiyatları'nın da etkisiyle etkinlik turizminde bir patlama yaratabilmiştir (Mir ve Baidal, 2001, s. 32). Barcelona'nın Antalya'nın bugünüyle benzer problemlerinden kurtulabilmiş olması kent elitleri açısından bir yol haritası olarak kabul edilmesinin de önünü açmıştır. Büyük ve şaşalı mekanlar yaratmak, EXPO gibi organizasyonları kente getirmek, fuarlarda boy göstermek gibi stratejiler ikinci bir Barcelona Mucizesi yaratma ihtimalinden beslenmektedir.

Bu bakımdan Antalya'nın markalaşma stratejisi Barcelona'nınki ile hem strateji hem de sosyal boyutlarıyla benzerlik göstermektedir. ATSO toplantısında projelerin değerlendirilmesine ilişkin sonuçlarda turizmi çeşitlendirmek için kent planlamasının, kültür sanat aktivitelerinin, kent kimliğinin oluşturulmasının önemine vurgu yapılırken, tarımın ikinci plana atılabileceği, EXPO, Kaleiçi Projesi gibi projelerle kentin geleceğinin değişeceği, Orta Doğu ve Avrupa'yı kucaklayan bir Akdeniz kenti yaratma iradesi yönünde karar çıkmıştır (ATSO, 2013, s. 26-29). Aynı zamanda Antalya'nın kültür başkenti ve küresel bir marka kent olma yolunda atılan kurumsallaşmış adımlarından (Varlı-Gök, 2013, s. 128; ABB, 2018a, s. 223), Türkiye'nin Oskar'ı olarak anılan Uluslararası Antalya Film Festivali (eski adıyla Antalya Altın Portakal Film Festivali), uluslararası Antalya Piyano Festivali (ABB, 2018a, s. 223; ABB, 2019a, s. 91) gibi etkinlikler kentin tanımını için öne çıkartılmaktadır. Türel'in aktardığı üzere Antalya UNESCO Yaratıcı Film Şehirleri Ağı'na başvurarak "turizmin yanında uluslararası kültür ve sanat markası" olmayı hedeflemekte (Portakal Gazetesi, 2017f, s. 2), Noel Baba, Kaleiçi gibi kentin özgün değerlerini "dünyaya satacak genç girişimcileri" beklediklerini vurgulamaktadır (Portakal Gazetesi, 2017j, s. 7).

Tanıtım ve pazarlama eylemlerinin özellikle Akdeniz havzasındaki rakip destinasyonlardan farklılıkların ve göreli üstünlüklerinin ortaya koyulmasındaki öneminin altı çizilmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007, s. 15). Antalya'nın etkinlik ve festivallerle imajının güçlendirilmesi, dünyaca ünlü tanınmış kişilerin, "instangrammer" "blogger" fenomenlerinin kente davet edilmesi ve uluslararası arenada bilinirliğinin arttırılması hedeflenmektedir (TURSAB, 2020, s. 34; BAKA, 2017, s. 17-19). Aynı zamanda ülkenin terör, insan hakları, demokrasi vd. konularda dış basındaki olumsuz yayınların ve komşu ülkelerdeki çalkantıların Türkiye'ye yansımalarının yarattığı imajın etkilerini azaltacak bir tanıtım faaliyetinin gerekliliğine dikkat çekilmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007, s. 16). Öte yandan kültür, sanat, kimlik gibi sembolik değerlere gönderme yapılsa da STK'lar bunların markalaşma ve kentleşme stratejilerinin asli bir unsuru haline gelmediği yönünde tenkitleri söz konusudur.

> …sadece kuru turizmin dışında kente kattığımız değerlerle, sanat aktiviteleriyle, alışveriş aktiviteleriyle, nitelikli gastronomiyle -ki bu açıdan çok zengin bir iliz- geliştirmek gerekiyor. Ama buna kulak tıkayıp sadece yol, su, elektrik sağlayıp, vergisini alan kişilere teslim olmuş durumdayız. …Börekçi Tevfik'i Vedat Milor öve öve bitiremiyor. Ama adam 10m yerde kötü bir iş hanının altında hizmet veriyor. Ve siz buna belediye olarak sadece gitmişsiniz Antalya Lezzet Durağı diye A4 kâğıda basılı evrak vermişsiniz. Bunlar için yapabileceğimiz çok daha fazla şey var. Bu değerleri yaşatmak, nesilden nesille aktarmak için ücretsiz dükkân bulup, daha şartları düzgün bir yere mi aktarırsınız? Bu sadece gastronomi. Mesela Antalya'nın meşhur kunduracıları var. Bunları saymakla bitiremeyiz. Değerlerimizi kendi kendimize bitiyoruz (K5-Mimarlar Odası).
>
> …Örneğin kent kimliğinde falezlerin çok büyük bir önemi vardır, dağların çok büyük bir önemi vardır, platoların çok büyük bir önemi vardır. Yeni kimlik aramaya gerek yok bu kimlikleri koruyup geleceğe en iyi şekilde taşıyabilsek, kentin kimliği bilinir ve gelecek kuşaklara aktarılabilir …Biz bu özelliklerimizi öne çıkartamadığımız için özellikle turizmde belli pazarlama ve tanıtım stratejimizde belli unsurları öne çıkarttığımız için kent kimliğinin öne çıkıp bilinmesi, tarihi ve doğal yapının öne çıkıp bilinmesi bizim ya da Akdeniz çanağında diğer kentlerden farkımızın ne olduğu, hangi özelliklerimizle farklılaşabiliyoruz bunu pazarlayabilsek Akdeniz çanağında daha iddialı kent olduğumuzu gösterir. Ama bu özelliklerimizi çok öne çıkartamadığımızı düşünüyorum (K2-Kent Konseyi).

Esasen bu durum markalaşmanın ve turizmin küresel trendleriyle uyumsuzluk göstermektedir. Birbirinin kopyası niteliğindeki temalarla (Bryman, 2004, s. 2) ve benzer tüketim alışkanlıklarına cevap verecek şekilde dizayn edilmiş kentlerin (UN Habitat,

2004, s. 11) küresel pazardaki popülerliği giderek azalmaktadır. Gerek Akdeniz Havzası'nda birbirine benzer kentlerin çokluğu, gerekse film festivalleri, fuarlar, eğlence merkezleri vb. aktivitelerin dünyanın dört bir yanında bulunabilmesi Antalya'nın özgün bir destinasyon olma yolundaki stratejilerinin zayıflığını ortaya koymaktadır. Oysa bugün Küresel Kuzey'in orta sınıfları 'otantik' olarak sunulan, yerel kültürleri içerisine alan 'niş' deneyimlere yönelmektedir (Öztürk, 2023). Bu bakımdan kent tarihi, kültürü, kentli hakları gibi konuları bir kenara bırakıp sadece markalaşmanın ekonomi politik hedefleri açısından bakıldığında da Antalya'nın mekân merkezli politikaların başarısı ihtilaflıdır. Dahası küresel trendlerle bir kenti yeniden inşa etme anlayışı trendlerin değişkenliği hesaba katıldığında geri döndürülemez sonuçlar ortaya çıkartmaktadır.

> …Kaleiçili bir hanım, hatta annesi Antalya'nın fenercisi. Bir toplantıda evimiz kirlendi dedi. Satmak zorunda kaldık dedi. Şimdi turizme verildi ya Kaleiçi, uyuşturucudan vs. her şeyin yapıldığı bir yer haline geldi. Evimiz kirlendi. Kimlik kalmadı, şöyle ki zaten Antalya'nın belirgin bir yemek kültürü yoktur. Bir Hatay, Kayseri değildir. Yerel halk yok eridi. Antalyalı kimliğini taşıyanların yüzdesi azaldı. Yeni yapılaşma dünyanın her yerinde göreceğiniz yapılaşma. Her şeye rağmen doğası kimliğini korumaya çalışıyor (K3-Mimar).
>
> …Kente kimlik binalar değil, insanlar kazandırır. Eski ile yeniyi entegre edersen, sentezlersen kente kimlik kazandırırsın. Eski yok, yeni zaten fiyasko. Yürüyemezsin, Kapalı yol öyle, diğer taraf öyle. Kaldırımlar kafe sandalye kurulmuş. İnsanların nefes alacağı yer yok. Disiplinsiz, sahipsiz bir kent Antalya şu an (B2-BALDER)

Öyle görünmektedir ki Barcelona Modeli'nin kentliler açısından yarattığı olumsuz sonuçlar kent elitlerinin sürekli rekabete dönmüş gözlerinden kaçmaktadır. Esasen bu stratejiler Barcelona'yı yukarıdan aşağı karar alma süreçlerinin hâkim kılındığı, soylulaştırma tartışmalarının yoğunlaştığı ve kent hareketlerinin artış gösterdiği bir kent haline de getirmiştir (Charnock, March ve Ribera-Fumaz, 2019, s. 588). Gerek prestij projelerin sonuçlarına dair polemikler gerekse Balbey örneği Barcelona Modeli'nin açmazlarının da Antalya'ya ithal edildiğini ortaya koymaktadır. Projelerle Barcelona, Dubai gibi kentlere benzemeye ve hatta onları da geçmeye yaslanan markalaşma stratejisi Antalya'nın özgün boyutlarını dışlayan bir tür körleşme yaratmaktadır. Projelerle ve kentsel dönüşümlerle yeniden şekillenen kent, öncelikle projelerin showroomu olarak tasarlanan coğrafyada olmak kaydıyla, demografik ve sosyolojik değişimler yaratmaktadır. Türel'in ifade ettiği biçimde rant değeri ile ölçülen markalaşma stratejisi başarıya ulaştıkça yeni koşullara uyum sağlayamayan ve fakat kentin özgün değerlerinin taşıyıcısı da olan kesimlerin ve yaşam tarzları da aşınmaktadır.

> …Antalya turizm bölgesi, başkenti olduğu için yatırımlar ona göre oluyor, insanları çekebilmek amaçlı. Türkiye'nin en yeşil illerinden birisi. Antalya'da dışarı çık gördüğün yer deniz, dışarı çık yeşillik yani. Diğer illere göre imkanları çok daha gelişmiş durumda, bunun da sebebi turizm olması. Marka şehir oluşturmak yani. Projeler de ona göre oluşuyor, Boğaçayı projesi olsun, Balbey Projesi olsun, âtıl alanların dönüştürülmesi olsun. Hepsi kenti modernize etmek, iyi bir kimlik oluşturması amaçlı (K8-ABB)

Turizmde ve küresel rekabette başarıyı merkez alan markalaşma bakışı alternatif yolları dışlamaktadır. Belli kesimler için Antalya mutlu bir kent yaşamı imkanları daralırken (…*İnsanların nefes alacağı yer yok / B2-BALDER; …Evimiz kirlendi / K3-Mimar*) bir takım icracı aktörler açısından projelerle modernleşen kaliteli bir kent haline gelmektedir. Gelinen noktada modern ve büyük yapılar, küresel etkinlikler, çok yıldızlı oteller, eğlence mekanları örnek alınan büyük kentlere benzer ışıltılı bir yaşamı problemleriyle birlikte (soylulaştırma, kamu kaynaklarının verimsiz kullanımı, kent yoksulluğu vb.) kente taşınmaktadır. Bu noktada prestij projelerle kentin yeniden dizayn edilme süreci (karar alma süreçleri, inşası ve neticeleriyle) Antalya'nın markalaşma yönüne ve kentliler açısından sonuçlarına dair çok şey söylemektedir.

9.2.Prestij Projeler, Projelerin Coğrafyası, Ekonomi Politiği ve Sosyo-Kültürel Boyutları

Prestij projeler Antalya'nın markalaşma serüveninin merkezine yerleştirilmiştir. Markanın özgün değerlerin üretilmesi ve küresel arenada kentin tanıtımı stratejileri de mekân politikalarıyla ilişkilendirilmiştir. Bütün bu beklentiler prestij projeler ile bağlantılı bir biçimde ele alınmaktadır. Örneğin, Konyaaltı Sahili Projesi Avrupa Konseyi'nde ödül aldığı, Kepez-Santral Kentsel Dönüşüm Projesinin GREEN GOOD DESIGN ödülüne layık görüldüğü (ABB, 2019a, s.211), G-20, EXPO, NATO zirveleriyle ile Antalya'nın "dünya süper ligine" çıkmakta olduğu (Portakal Gazetesi, 2015d, s. 32), Boğaçayı Projesi'le ikinci Holywood'un olmanın önünü açacağı gibi örnekler markanın sembolik değerlerinin üretiminin ve kentin tanıtımının prestij projelerle özdeştirildiği göstermektedir.

Dahası kentin markalaştırılmasına dair mevcut çekişmeler büyük oranda prestij projeler etrafında dönmektedir. Bir taraftan projelerin kente yaratacağı katma değere aşırı vurgu mevzubahisken diğer taraftan yoğun bir eleştiri söz konusudur. Bu çekişmeler

içerisinde kent yaşamına ve kültürüne dair tenkitler cılız kalmaktadır. Daha doğrusu kentin fiziksel dönüşümünün bir sonucu olarak kabul edilmekte, ele alınmaktadır. Dolayısıyla Antalya'nın markalaşma stratejilerinin kalbine yerleştirilen projeleri, beraberinde getirdiği sosyo-ekonomik ve kültürel gelişmeleri ve aktörler arasındaki ilişkilerin detaylarını çözümlemek adına merkeze almak makuldür.

9.2.1. Yeni bir Antalya yolunda prestij projeler

2002 sonrası dönemde Antalya'yı markalaştırma yolunda irili ufaklı birtakım projeler geliştirilmiştir. Bunların bir kısmı büyük polemiklere neden olmuş, bir bölümü belki bir çevre düzenlemesi sayılabilecek belli bir kısmı da hiç hayata geçememiş projelerdir. Fakat bütün bu projeler bir bütünün parçası olarak inşa edilmiş veya planlanmıştır.

Bu projeler içerisinde en dikkat çeken ve tartışma yaratan Boğaçayı Projesidir. Boğaçayı Projesi 18.08.2017 tarihinde Cumhurbaşkanı'nın onayıyla yürürlüğe giren proje, "Antalya'nın Çılgın Projesi" olarak ifade edilen en büyük çaptaki projelerindendir. Proje, esasen 2009 yılında tasarlanmış fakat o yılki yerel seçimlerden Menderes Türel'in seçimi kaybetmesiyle yürürlüğe girmemiştir (JMO, 2018, s. 51). 2014 yılındaki yerel seçimlerde Türel'in tekrar seçilmesiyle proje yeniden hayata geçirilmiştir.

Proje Antalya'nın Konyaaltı ilçesinde, Boğaçay'ın deniz ile birleştiği noktadan içeriye 750 metre boyunca gerçekleştirilmesi planlanmakta ve buranın bir çekim merkezine dönüştürüleceği ifade edilmektedir. Başkan Türel "peyzaj ve rekreasyon çalışmaları ile halkın spor ve yürüyüş imkânı bulabileceği, günün yorgunluğu ve stresini atabileceği bir dinlenme" (JMO, 2018, s. 61) inşa edeceklerini belirtmektedir. 2016 tarihli projeye ilişkin onaylanan nazım imar planı değişikliği raporunda, bölgeye inşa edilecek film stüdyolarıyla dünya sinema endüstrisi için bir çekim merkezi oluşturmayı hem Antalya'nın hem de Türkiye'nin ekonomisine ve tanıtımına katkı sağlamayı amaçladıkları vurgulanmaktadır. Temalı Park Alanı içerisinde film stüdyolarının yanı sıra Ar-Ge merkezlerinin, eğlence ve fuar alanlarının ve ilgili sektörlere yönelik hizmet bölgelerinin (konut, ofis vb.) inşası kararlaştırılmıştır (http-62). Nihayetinde Boğaçayı Projesi "Harry Potter'ların çekileceği" "Hollywood tarzı platoların" kurulacağı "Antalya'ya çağ atlatılacak projelerin" (Portakal Gazetesi, 2015c, s. 7) başında gelmektedir.

Projenin tasarımı küresel bir şirket olan, dünyaca ünlü mühendislik firması Perkin Will ile birlikte geliştirilmiştir. Şirketin Avrupa, Orta Doğu ve Afrika için kentsel tasarım lideri David Green, milyonlarca turist alan Antalya'nın marka değeri, Boğaçay gibi bölgenin turizm potansiyeline darbe vuran alanların dönüştürülmesi gerekliliğini vurgulamaktadır. Projenin sürdürülebilirlik, esneklik, ekonomik canlılık gibi boyutlarına vurgu yapılan tanıtımda, şirket özellikle projenin mevcut sel baskınlarının önüne geçme noktasındaki işlevlerinin de altı çizilmektedir (http-63).

Konyaaltı Sahili Projesi, Antalya Belediyesi'nin "vizyon projelerinden biri" olarak tanıtılan proje kapsamında, sahil şeridi boyunca devam eden çift şeritli yolun teke indirilmesi, yaya ve bisiklet yollarının genişletilmesi, park ve bahçe alanlarının arttırılması, buralardaki kafe ve beach parkların dönüştürülmüştür. 2018 yılında tamamlanan ve "Uluslarası İdealkent Ödülü" kazanan (http-64) "Konyaaltı Sahili Projesi'nin yüzde 90'ının tamamen halkın ücretsiz kullanımında kalacağını belirten Başkan Türel, dünyaca ünlü sahilin Boğaçayı Projesi ile birleşince muhteşem görüneceğini" ve bu bölgenin bir "cazibe merkezi" olacağını belirtilmektedir (Portakal Gazetesi, 2017i, s. 3).

Yine Konyaaltı Bölgesinde yer alan ve Antalya'nın simgesi olması beklenen Tünektepe Projesi söz konusudur. Antalya'da "Döner Gazino" olarak bilinen Tünektepe'de gerçekleştirilmesi planlanmaktadır. Sarısu Plajı'ndan bölgeye kadar uzanan teleferik hattının inşa edilmesiyle, bölge kentin izlenebileceği seyirlik bir alan haline gelmiştir. Başkan Türel'in "vizyon projeler" olarak adlandırdığı projelerden biri olan Tünektepe Projesi bu bölgedeki gazinonun yıkılarak yerine "30 odalı bir turistlik tesis, seyir terasları ve halkın günübirlik ulaşabileceği yaşam alanı" (Portakal Gazetesi, 2018a, s. 3) kurmaktır. "Dubai'de Burj Al-Arab" ile kıyaslanan proje "Çin'de 7 yıldızlı otelleri yapan Amerika'nın en büyük mimari gruplarının başında çalışan" (Portakal Gazetesi, 2017k, s. 7) bir Türk mimar tarafından tasarlanmıştır.

Tesisin ortasında bulunan üç Akdeniz fokunun ortasında portakal, Antalya'nın pek çok yerinden görülebilecek bir simgeye dönüşmesi beklenmektedir. Burayı ABD'de bulunan Özgürlük Heykeli'ne benzeten Türel, "Proje gerçekleştiğinde Antalya'ya gelen herkes, nasıl ki New York'ta Özgürlük Heykeli konuşuluyorsa Antalya'da da Tünektepe"nin konuşulacağını vurgulamaktadır. Bunun yanında yapılacak turistlik tesisin günübirlik veya daha uzun süreli ziyaretlere açık olacağı ve halkın da bu projeden

yararlanacağı ifade edilmektedir (http-65). Bu heykel inşa edilememiş olsa da projenin teleferik hattı hayata geçirilmiştir.

Her ne kadar inşası gerçekleştirilememiş olsa da Kurvaziyer Yat Limanı Projesi kentin markalaştırılması noktasında önemli bir mihenk taşı olarak görülmektedir. Lara bölgesine inşa edilmesi planlanan yat limanı "dünyada eşi benzeri olmayan" (http-66) bir proje olarak tanıtılmaktadır. Projenin dünyada tek olduğunu vurgulayan Türel, proje bittiğinde turistlerin limandan asansörle deniz altına inebildiği ve bir tünel ile karaya ulaşabildiği bir yapı olacağını belirtmektedir (Portakal Gazetesi, 2017ı, s. 5). Bu bakımdan projenin coğrafyasının da ne olacağı üç aşağı beş yukarı ortaya koyulmaktadır. Dünya kentleriyle rekabet bağlamındaki önemi sıklıkla vurgulanan projede aynı zamanda havaalanına olan yakınlığı ve yapılması planlanan metro hattıyla kent merkezine de bağlanması beklenmektedir. Bu haliyle zengin turistlerin sadece limanı görmek için bile Antalya'ya geleceği beklenmektedir. "Bütün derdimiz de onları buraya getirmek" (Portakal Gazetesi, 2017ı, s. 5) diyen Türel projenin "üçüncü yaş kuşak turistler"in seyahat ettiği kurvaziyer gezilerine ev sahipliği yapmanın kentte önemli para akışı yaratacağına (http-67) işaret etmektedir.

Kent merkezine gelindiğinde ise Doğu Garajı Projesi ve Şarampol Caddesi Projesi dikkat çekmektedir. Bu projelerle kent merkezinin çekim alanı oluşturacağı ifade edilirken, "yeni bir kent merkezi" haline geleceği öngörülmektedir. Bölge yapılan ve yapılması planlanan ulaşım ağıyla, kentin turistlik alanlarıyla burayı birleştirmeyi amaçlamaktadır. Böylece turistin kent içerisine de akışını sağlamayı planlamakta ve buralarda tüketimin arttırılması istenmektedir.

Doğu Garajı Projesi "Doğu Garajı Kültür ve Ticaret Merkezi", "Nekropol Alanı Modern Sanatlar Müzesi" ve "Ali Çetinkaya Caddesi Projesi"ni içeren üçayaktan oluşmaktadır. İlk olarak Ali Çetinkaya Caddesi Dönüşüm Projesi, caddeyi "Dünya'nın ilk müze konseptli caddesi"ne dönüştürdüğü ifade edilmektedir. Kentin çekim merkezlerinden biri olması beklenen cadde de Doğu Garajı'nda yapılan kazılarda çıkan tarihi eserlerin bir bölümü sergilenmektedir (Portakal Gazetesi, 2018c, s. 10). Proje Yüksekalan ve Çaybaşı mahallelerinde oylamaya sunulmuş ve yüzde 93 civarında evet oyu almıştır. Proje bağlamında 89 binanın cepheleri yenilenmiş ve klima üniteleri caddeye bakan yüzeyden kaldırılmıştır (http-68). Yeni haliyle cadde ortasından tramvayın geçtiği, bir gezi alanı olarak sunulmaktadır.

Nekropol Alanı Modern Sanatlar Müzesi ise başta projede yer almamakla birlikte "Doğu Garajı ve Halk Pazarı Projesi" çalışmalardaki kazılarda ortaya çıkan tarihi mezarlar neticesinde gündeme gelmiştir. Türel'in haberi aldığında "petrol bulmuş kadar mutlu olduk" dediği mezarlık alanı müzeye çevrilerek "Doğu Garajı'nın bir cazibe merkezi, bir çekim merkezi olması noktasında bize bir artı katkı" (http-69) sağlayacağı beklentisiyle kültür merkezinin parçası olarak inşa edilmiştir.

Projenin asıl unsuru olan Kültür ve Ticaret Merkezi ise 66 bin metrekare bir alan içerisinde alışveriş yerlerinin ve Antalya Şehir Tiyatroları, konser salonu gibi kültürel etkinlik alanlarını da barındıran bir yapıdır. Nekropol Alanı ile olan bağlantısıyla beraber bölgenin turist çekme potansiyelinin artacağı, "kültürel hareketliliğin hiç bitmediği" bir yere dönüşmesi planlanmaktadır (http-70). Proje kapsamında inşa edilen müze, sanat merkezi ve kazı sırasında bulunan antik mezarlar üzerine kurulacak nekropol alanı ile alışveriş mekânları bir arada inşa edilmektedir. Barselona'nın geleneksel çarşısının bir benzeri (Portakal Gazetesi, 2015b, s. 20) yer alması beklenen merkezin sadece turizm değil ticaretin de aktif olduğu bir cazibe alanı olması umulmaktadır.

Şarampol Caddesi Projesi de Ali Çetinkaya Projesi gibi bir cadde düzenlemesidir. Geçmişte önemli ticaret alanlarından olan Şarampol Caddesi tamamen trafiğe kapatılarak hızla kafelerle, küçük alıveriş merkezleriyle, butik giyim mağazalarıyla donatılmıştır. "Dünyanın en güzel alışveriş sokaklarından biri haline" (Portakal Gazetesi, 2017d, s. 8) geleceği ifade edilen cadde esasen Kapalıyol'un devamı niteliğindedir. MarkAntalya ve Kapalıyol'a yakın kanadı önemli ölçüde canlıyken -ki her zaman böyleydi- kuzey bölgesi tersine bir görüntü çizmektedir. Bu haliyle cadde MarkAntalya'ya, Kaleiçi'ne ve Kapalıyol'a giden bir yürüyüş yolu niteliğindedir.

Ulaşım stratejileri Antalya'nın markalaşma planında en az projeler kadar önemlidir. Kentte hızla büyüyen karayolu ağı dikkat çekicidir. Büyük kavşaklar, üst – alt geçitler, çok şeritli yollar kentin son otuz yılda kentin ulaşım ağındaki değişimlerdir. Öte yandan ulaşım ağlarının niteliği bölgesel farklılık göstermektedir. Bahsi geçen otoyollar büyük oranda kentin çeperinde yoğunlaşırken, kent merkezinde yollar kapatılmakta, yürüyüş alanları genişletilmekte, bisiklet yolları kurulmakta ve buradaki toplu taşıma büyük oranda tramvayla sürdürülmektedir. Bu bakımdan çeperlerde karşıdan karşıya geçmenin bile zor olduğu devasa yollar belirirken, merkezde örneğin Şarampol'ün başından

Konyaaltı Sahili'ne kilometrelerce mesafeyi trafikten etkilenmeyecek biçimde yürümek veya bisiklet sürmek mümkündür.

Hafif raylı tramvaya markalaşma stratejilerindeki öneminden kaynaklı bir parantez açmak gerekir. Üç aşamadan oluşan, yapımı yıllar süren, kentin sosyal ve ticari yaşamını doğrudan etkileyen ve hatta bu nedenle Türel'e bir dönem seçim kaybettiren tramvay hattı prestij projelerle ve turizm hedefleriyle bağlantılı gelişim süreci göstermektedir.

Birinci etabı 2010 yılında biten ilk tramvay Kepez bölgesinden meydana kadar uzanmaktadır. Fakat yapımının uzun sürmesi ve Şarampol gibi ticaretin yoğun olduğu yerlerdeki esnafı oldukça zor duruma sokması, bu projenin M. Türel'in 2009 yerel seçiminde Antalya Büyükşehir Belediyesi başkanlığı seçimi kaybetmesine neden olmuştur. Türel'in 2014 yılında ikinci kere başkan seçilmesiyle raylı sistemler yapılan referandumlarla kararlaştırılmıştır. Antalya'nın EXPO sürecinde yeniden yapılandırılmasının bir ayağını da ikinci etap tramvay hattı oluşturmaktadır. 2016 yılında hizmete giren ikinci etabın güzergahı ise, birinci etabın bittiği meydan durağından başlayarak havalimanı ve EXPO güzergahına bağlanmaktadır. Böylece Kepez bölgesi, şehir merkezi havalimanına bağlanmıştır. Yapımına 2018 yılında başlanan üçüncü etap ise Varsak tarafından başlayarak, Dumlupınar Bulvarında birinci etap güzergahıyla kesişmekte, oradan Akdeniz Üniversitesi'nden Konyaaltı'na bağlanmaktadır. 3. Etap Raylı Sistem Projesi ise 13 bin 287 kişinin katıldığı referandum gerçekleştirilmiştir.

Yapılan referandum sonucunda ise yüzde 98 civarında evet oyu çıkmıştır (Portakal Gazetesi, 2018b, s. 5). 3. etap raylı sistem ise "dünya rekoru bir hızla" (Portakal Gazetesi, 2018e, s. 5) devam ettiği vurgulanmaktadır. Maliyeti 700 milyon TL'yi bulan 3. Etap Raylı Sistem Projesi, "Antalya'nın kamu kaynakları ile yapılmış en büyük projesi" (Portakal Gazetesi, 2018d, s. 15) olarak tanıtılmaktadır. Projenin kaynağı "Dünya Bankası Kuruluşu IFC'nin ilk defa Türkiye'de hazine garantisi olmadan belediyeye" (Portakal Gazetesi, 2018d, s. 15) sağladığı kredidir. Projenin için Dünya Bankası kuruluşu olan "IFC Büyükşehir Belediyesi'ne 3. Etap raylı sistem projesi için 140 milyon avro finansman" (Portakal Gazetesi, 2018b, s. 5) sağlamıştır.

Başkan Türel 2019 yılında ise Lara ve Büyük Liman arasını bağlayacak bir metro hattının yapımına başlamayı planladıklarını belirtmektedir (Portakal Gazetesi, 2017l, s. 9). Lara Kundu bölgesi ile Konyaaltı bölgesi metro ile bağlanması planlanmaktadır. Böylece turistlik alanlar, liman, havaalanı ve yeni cazibe merkezi olarak adlandırdığı kent

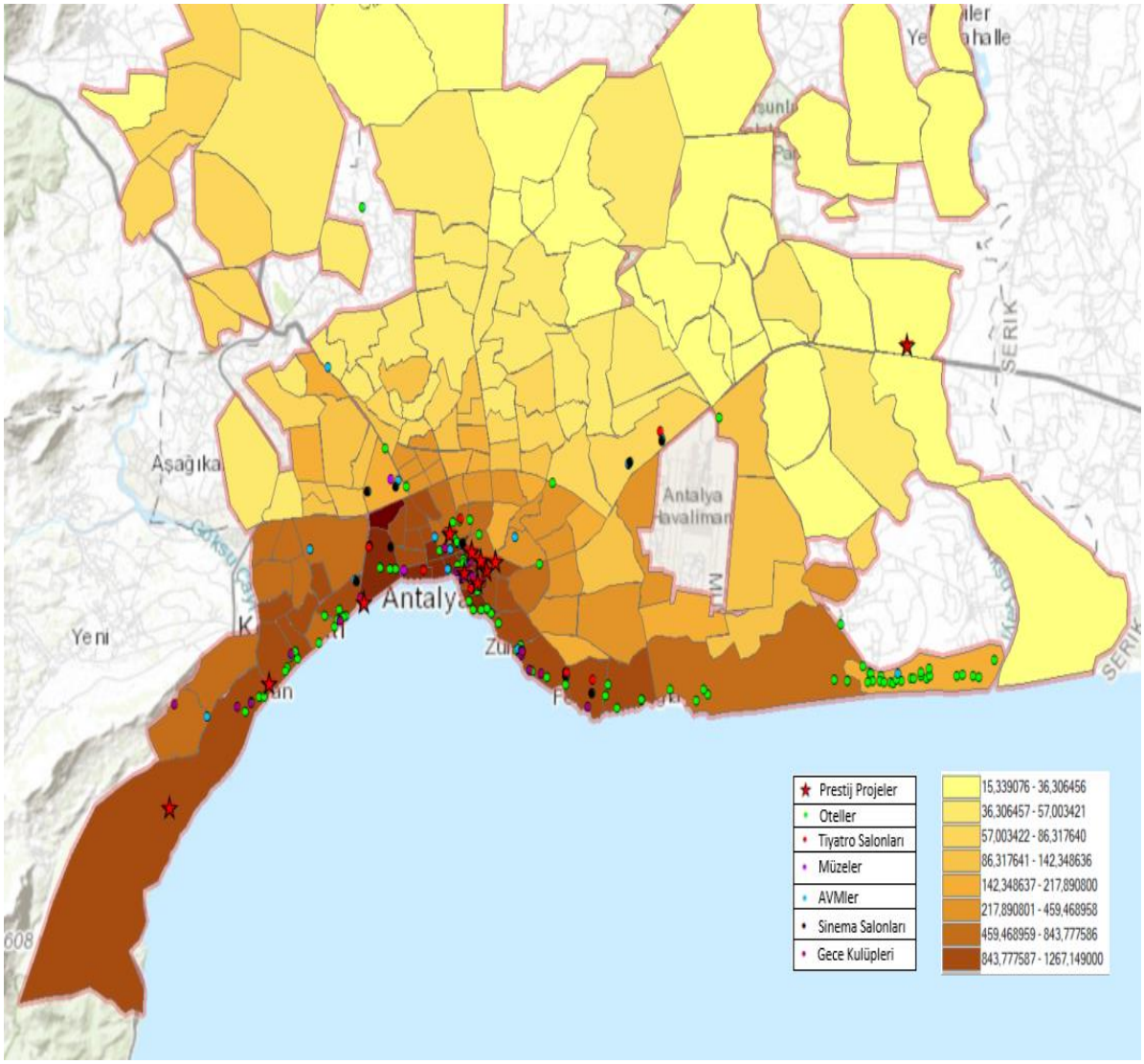
merkezi mekânlar birbirlerine bağlanmış bulunmaktadır. Öte yandan Türel'in seçimi kaybetmesi ve COVİD-19 salgını, 2023'teki büyük deprem, Cumhurbaşkanlığı seçimleri gölgesinde geçen son dört yılda bu hattın inşası mümkün olmamıştır.

Elbette markanın coğrafyası sadece prestij projelerden oluşmamaktadır. Daha çeperdeki çöküntü mahallelerinin dönüşümü ve hâlâ tamamlanamayan, kentte büyük münakaşalara neden olan 'Sur Yapı Antalya' yaşam merkezi de benzer bağlamda ele alınmaktadır. Fakat daha önemlisi kentin özgün değeri olarak görülen ve birçoğu bu coğrafya içerisinde kalan tarihi alanların ihyası da bu hikâyenin bir parçasıdır. Tarihi mekanların eğlence merkezine dönüştürülme furyasının (Chatterton ve Hollands, 2002, s. 95) bir örneği olan ve restorasyonu tamamlanmış Kaleiçi ile hâlâ devam eden tartışmalı Haşimişcan ve Balbey'deki kentsel yenileme projeleri de markalaşan Antalya'nın önemli destinasyonlarıdır.

9.2.2. Kentin 'showroom'unu tasarlamak: Projelerin coğrafyası ve sosyolojik görünümleri

Projeler kentlerin yeni işlev ve kapasitelerini ortaya koymaktadır. Kentin fiziksel siluetinin değişiminin merkeze alınması nedeniyle, projeler markalaşma sürecinin sosyal ve ekonomik ilişkilerini; aktörlerin motivasyonlarını, çatışma alanlarını ve içeriğini anlamak açısından işlevseldir.

Bir kentin projelerle yeniden yaratılması o kentin tamamını kapsamaz. Paris dendiğinde akla Eyfel Kulesi gelse de çeperlerde kent yoksulluğunun, dışlanmanın süregeldiği mahallelerdeki protesto hareketleriyle de gündemimize yerleşir. New York'un ışıltılı devasa binalarının gölgesinde bir Harlem vardır. Raval bölgesini görmezden gelmeden Barcelona Mucizesi'nden bahsetmek mümkün değildir. Temalaştırılmış tüketim mekanlarıyla (Bryman, 2004, s. 2), belirli sosyal kimliklerin, kültürlerin yoğunlaşmasıyla (Zukin, 1995, s. 23-24) ve ekonomik, politik beklentilerle üretilen markalar fiziki ve kültürel bir coğrafya yaratır. Dışarıda kalanlar için ise başka bir kent hayatı belirir. Bu haliyle markanın içerdikleri ve dışladıkları vardır.



Harita 9.2.2.1. Prestij Projelerin ve belli mekanlarının (oteller, AVMler, tiyatro salonları, sinema salonları, müzeler, gece kulüpleri) Antalya'daki mahallerin gelir dağılımına göre konumları, 2019

Antalya için bu coğrafyanın merkezine denizi yerleştirmek mümkündür. 1976 yılındaki kent merkezinin işlevleri ve projelerin coğrafyası (Harita 9.2.2.1) karşılaştırıldığında Konyaaltı Sahili ile sınırlı turizm alanın sahil hattının tamamına genişletildiği görülmektedir. Bu durum kent yöneticilerinin markalaşmadan beklentileri ve kaynakların seçici bir biçimde dağılımıyla ilintilidir. Yani markalaşmanın iki ana hedefine (turist profilin değiştirmek ve ilçelerdeki turist yoğunluğunu kent merkezine çekmek) yönelik bir dağılımdır. Zira deniz Antalya turizminin ana damarıdır. Bu hattın

merkeze alındığı projelerin coğrafyası kentin halihazırdaki doğal ve tarihi varlıklarının bütünlük sergileyeceği bir mekânsal kurguyla hayata geçirilebileceği varsayılmaktadır.

Burada istasyonlar olarak inşa edilmiş bir showroom planı göze çarpmaktadır. Yatlarla gelen turistler denizin altındaki tünelle kente ulaşması, buradan Boğaçayı, Konyaaltı oradan kent merkezindeki Kaleiçi, Nekropol Alanı en son da Kundu'daki lüks otellere giden bir hat çizilmektedir. Bu hat içerisinde lüks (Kruvaziyer Yat limanı, Boğaçayı), kültür (Nekropol Alanı, Kaleiçi, Balbey Mahallesi, Ali Çetinkaya Caddesi) ve tatil (Kundu Bölgesi) bir tür kolaj olarak tasarlanmıştır. Öte yandan kolajın görünmez kılmaya çalıştığı bir başka Antalya söz konusudur. Konyaaltı ile Kaleiçi arasında pavyonların olduğu bir Yüzüncü Yıl Caddesi vardır. Kaleiçine 250-300 metre uzakta Roman Mahalleri vardır. Veya bu showroomun biraz ötesinde (5-10 km) Zeytinköy, Kepez, Varsak, Etiler gibi 'tehlikeli' varoşları vardır.

Öyle görülmektedir ki Antalya'da ithal edilen markalaşma modeli beraberinde benzer problemleri getirmiştir. Barcelona, Madrid ve diğer pek çok Akdeniz kentindeki turizm merkezli kentleşme buralardaki yaşam maliyetlerini arttırarak belli kesimler açısından yaşamı zorlaştırmıştır. Turistikleştirme beraberinde konutların kısa süreli kullanıma kanalize edildiği (AirBnb gibi), tüketim ve eğlence mekanlarının yoğunlaşmasının yanı sıra uzun vadeli göçü de tetiklemiştir (Hayes ve Zaban, 2020, s. 3014). Antalya için de benzer gelişmelerden süreçten bahsetmek mümkündür. Bölge günübirlik konut stokunun giderek yoğunlaştığı, tarihi bölgelerin eğlence mekanına dönüştüğü (Kaleiçi) ve tüketim merkezlerinin oluştuğu bir coğrafya haline gelmektedir. Bu süreç tesadüfi değildir. Zengin turisti kent merkezine indirmeyi amaçlayan, markalaşmayı rantın artışıyla ölçen ve mekân politikalarına yaslanan küreselleşme mantığının zorunlu bir sonucudur. Gelinen noktada kent merkezindeki dönüşümlerle yükselen rant, yoksul kesimleri yer değiştirmeye zorlarken bu duruma kültürel dönüşümler de eşlik eder. Projelerin coğrafyasının yarattığı bu dönüşümleri ve çatışmaları ise Antalya'nın kentleşme tarihinden kaynaklı gelişmeler ile marka yaratma stratejilerinin sonuçlarının kesişimi olarak okumak mümkündür.

Markanın coğrafyası oluşturulurken Antalya'nın kentleşme tarihinin getirdiği problemlerle karşılaşılmaktadır. Bölüm 7.1.'de detaylandırıldığı üzere kent merkezinin şekillenmesine etki eden dönüm noktaları (sanayileşme hamleleri, göç, turizm vb.) ile bu gelişmelerin markalaşma stratejileriyle uyumsuzluk gösteren mirası gerilim hattı

oluşturmaktadır. Pek çok kentte görülen orta sınıfların çeperlerdeki yeni yaşam merkezlerine göçü, kent merkezlerinde düşük gelir gruplarının barındığı gettoların yoğunlaşması (Türkün ve Kurtuluş, 2016, s. 13) ve sonrasında kent merkezlerinin küresel rekabette öne çıkartmadaki yeni işlevleri bağlamında (Geniş ve Çelik, 2012, s. 5-6) - özellikle büyük projelerle- dönüşümünün (Lehrer ve Laidley, 2008, s. 798) getirdiği gerilimleri Antalya'da izlemek mümkündür.

> …Antalya'da hep şöyle oldu. Merkezde planlı bir biçimde düzenlenmiş bir bölge çeperinde de gecekondu yaşayan bir bölge vardı. Sürekli kaçak yapının olduğu yerlere planlama yapmaya çalıştık. Önce kaçak oldu sonra plan. Sistemli ve düzenli gelişemedik bu anlamda (K7-Şehir Plancıları Odası).

Öncelikli problem Antalya'nın 1950lilerle başlayan sanayileşme döneminde kent merkezinin oluşmuş olmasıdır. Bu dönemde mekanların işlevleri açısından kent merkezinin çeşitlilik göstermesi ve buna bağlı bir mekânsal gelişim ve sosyo-ekonomik yaşamın oluşması bugünkü dönüşüm sürecini zora sokmaktadır. Buradaki temel problem yapılandırılmış bir çevreyi dönüştürmenin zorluğuyla ilişkilidir. 70lerle birlikte artan göçün yarattığı baskı ve kent merkezinin üretimle ilişkili büyümesi beraberinde tarihi alanların (Kaleiçi, Haşimişcan, Balbey vb.) etrafında büyük oranda gecekondulaşmayı ve çarpık apartmanlaşmayı getirmiştir (Bölüm 7.1). Bu coğrafyanın markanın öngördüğü unsurların (mekânsal biçim, kent kültürü, belli kesimler vb.) dışında canlı bir sosyolojisi vardır. Halihazırda yapılı bir çevrenin değiştirilmesi hem fiziksel anlamda daha zordur, çünkü işleyen bir yaşamı sekteye uğratmaktadır, hem de oradaki sosyal yaşamın beraberinde getirdiği dirençlerle karşı karşıyadır. Dolayısıyla çok daha çeşitli dinamikler söz konusudur.

Antalya'da öne çıkartılan rekabet stratejilerine bağlı gelişmeler bu unsurları ve markanın coğrafyasını zorunlu olarak üst üste bindirmektedir. Turizm alanındaki uzmanlaşma denizi ve sahil hattını ön plana almayı zorunlu hale getirirken, turisti ilçelerden kent merkezine çekme ülküsü az sayıdaki bölgedeki az sayıda ve dağınık tarihi mirasın önemini arttırmaktadır. Projelerin coğrafyasının doğu ve batı aksları ya yoğun yerleşimin olmadığı ya da halihazırda turizm alanı olarak tasarlanmış bölgeler olması (Konyaaltı ve Kundu Bölgesi) projelerin geliştirilmesi için uygun koşullar sağlamaktadır. Fakat kent merkezinin de proje coğrafyasının bir parçası olması süreci daha çatışmalı ve çetrefilli hale getirmektedir.

Yıllara yayılmış prestij projeler ve onlarla birlikte yeni tüketim alanları, lüks konutlar gecekondu alanlarını çevrelemekte ve buraları dönüştürmeye zorlamaktadır. Muratpaşa'nın merkezinde MarkAntalya AVM'nin açılması ve beraberindeki gelişmeler bu çevreleme açısından kritiktir. B4'ün ifadesiyle kentin ortasına Ekskalibur Kılıcı gibi yerleşen Markantalya yakın çevresinden dalgalar halinde dönüşüm hareketi yaratmıştır. Haşimişcan Kültür Merkezi'nin de inşasıyla birlikte gecekondu bölgesi olan Muratpaşa Mahallesi iki yapı arasında kalmıştır. Mahalle kentsel dönüşüme tabi tutularak gecekonduların yerine yüksek apartmanlar inşa edilmiştir. Buradaki yoksul kesimler de yakınlardaki diğer gecekondu mahallerine dağılmıştır. Şarampol Caddesi Projesi'nin de tamamlanmasıyla bölge tamamen dönüşmüş, buralardaki küçük esnafın yerini kahve zincirleri, butikler ve mağazalar almıştır. Bu gelişmeler kentin demografik ve sosyo-kültürel görünümlerini de değişime uğratmaktadır.

> …Giritliler 1800lerde göçmüş Antalya'ya. (*Dönüşüm sürecinde*) gitmişlerdir bir yerlere (K9-ABB)

> …Özellikle turizm dendiğinde Antalya'nın geleneksel yapısının kesinlikle korunması lazım. Yani şarampolün de korunması gerekirdi. Burada Antalya'ya ilk gelen Giritlilerin yaşadığı, Giritli evlerin korunması lazımdı. Bunlar restorasyon yapılabilirdi, sokakları düzenlenebilirdi, cıvıl cıvıl yaşanan bir alana dönüştürülebilirdi (K1-Kent Konseyi).

Şarampol ve Giritliler örneği aslında Antalya'nın kentleşme biçiminin yanı sıra kentin sembolik değerlerin yaratılması noktasındaki tutumunu da göstermektedir. Mekân politikaları markalaşmanın bir diğer stratejisi olan özgün/sembolik değerlerin üretilmesinin önüne geçebilmektedir. Burada sembolik değerlerin yaratılmasının mekân politikalarına indirgenmiş olmasıyla ilgili bir durum vardır. Tünektepe gibi projelerin gerekçe ve tanıtımlarına bakıldığında kentin sembolü bir yapı amaçlandığı ifade edilmektedir. Zengin turist ve lüks mekanlar arasında kurulan ilişki, kentin sembolik değerlerinin, kimliğinin ve kültürünün buna göre şekillendiği ve/veya feda edilebildiği bir markalaşma stratejisine işaret etmektedir. Öte yandan Kent Konseyi'nin de aktardığı biçimde Akdeniz'deki rakipleri içerisinde mekân politikalarının kültürel değerlere göre şekillendiği örnekler vardır.

> …Mesela buna benzer KKTC'de Unesco katkısıyla yapılan yer var. Bugün Kıbrıs'a Lefkoşe'ye giden herkesin önce gidip baktığı bir alana dönüşmüş. Yani bunun önlenmesi lazım. Dünyada insanlar kent merkezlerini koruyor. Yıkıp yeniden yapmıyor (K1-Kent Konseyi).

Esasen Kent Konseyi'nin vurguladığı bu durum küresel turizmin değişen eğilimleriyle uyumludur. Bugün Küresel Kuzey'in orta sınıfları arasında otantik mekanlar, niş turizm türleri giderek popülerleşmektedir. Karayipler örneğinde olduğu gibi sömürge tarihi ve kalıntıları üzerinden üretilen imajlar (Sheller, 2004, s. 21), ada kentlerindeki deniz, kum ve güneşe eşlik eden bozulmamış doğal ortam (Sharpley, 2004, s. 23), Machu Picchu'da İnka (Arellano, 2004, s. 67) ve Danimarka'nın Roskilde bölgesinde Viking kalıntılarının (Bærenholdt ve Haldrup, 2004, s. 78-79) yanı sıra Rio'nun gettoları, Kophenag'ın Brøndby Strand banliyösü (Halgreen, 2004, s. 144-145) gibi turizm alanı olmayan yerler otantik bir yaşam biçimine atıfla markalaşma yoluna gidebilmektedir. Pek çok örnek göstermektedir ki kentin markalaştırılması halihazırda sahip olduklarının yanı sıra imgelerin, anlatıların ve hikâyelerin de dahil edildiği geniş bir kompozisyon içerisinde gerçekleşmektedir. Öyle ki ölümü ve yıkımı temsil eden nükleer silahların bıraktığı miras mekânsal müze haline getirilip turizm alanı olarak markalaştırılabilmektedir (Sullivan, 2004, s. 193). Antalya'nın markalaşma yönü bu bağlamda küresel trendlerin giderek geçmişte kalan bir modeline yaslanmaktadır. Sıkça örnek gösterilen Barcelona Modeli'nin 90larda yürüttüğü büyük projelerle lüks mekanların inşası, küresel organizasyonlara katılım gibi stratejilerin takip edildiği bir yol vardır.

Bu noktada problemin bir boyutu Antalya'nın kentleşme tarihiyle ilgiliyken diğer boyutu markalaşma stratejileriyle ilgilidir. Büyük projelerle markalaşma stratejisi, ilgili coğrafyada seçici bir sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel yaşam standardının da tercih edilmesi anlamına gelmektedir. Projelerle birlikte artan rant değerleri -ki Türel markanın bununla ölçülebileceğini söylemişti- dönüşüme ayak uyduramayanların Antalya'nın daha yoksul bölgelerine sürüklenmesiyle sonuçlanmaktadır. Böylece Antalya'nın showroomu olacak coğrafyanın sınıfsal niteliği de belirginleşirken, hangi kimliklerin, kültürlerin ve yaşam biçimlerinin markaya uygun olduğu anlaşılmaktadır.

Burada soylulaştırma tartışmaları içerisinde görece yeni bir alan olarak ulus ötesi soylulaştırma süreci deneyimlenmektedir. Yerleşik bir topluluğun yerini üst sınıfların fakat yine yerleşik bir topluluğun aldığı soylulaştırma anlayışının yerine hareketliliği koyan bu yaklaşım küresel asimetrik ilişkilere odaklanmaktadır. Mekandaki yaşam tarzının da dönüşümünü içerek biçimde -ki çoğu zaman ırksal altyapısı da vardır- hareket halindeki küresel aktörlerin yerelde belli kesimlerin yerinden edilmesiyle sonuçlanan bir

kentleşme sürecini tetiklemektedir (Hayes ve Zaban, 2020, s. 3018). Antalya bağlamında showroomun tasarlanma hedefleri ve mevcut sonuçları bir arada düşünüldüğünde Antalya'nın ulus ötesi hareketliliğe ev sahipliği yapacak bir coğrafyadır. Bölge boydan boya tüketim mekanları, büyük projeler, otel ve pansiyonlar ve AirBnb tarzı geçici konut alanlarıyla çevrelenirken beraberinde belli kesimleri -yaşam tarzlarıyla birlikte- dışarıya itmektedir. Bu gidişat sadece mülkiyet transferi üzerinden değil mekanların kullanım biçimleriyle birlikte oluşmaktadır. Bilhassa konutların geçici kiralamalara tahsis edilmesi, kentlilerin yerleşim stokunu daraltıp maliyetini yükseltmektedir. Showroom belli bir kesimin sürekli yerleşeceği bir soylulaştırma yerine, gelip geçici fakat devingen küresel hareketliliğe ev sahipliği yapacak coğrafyanın hazırda bekletilmesi üzerine tasarlanmış gibidir. Bu tasarımın maliyeti ise derinleşen kentsel ayrışmadır.

> …Bundan sonra girdiğimiz her alan tarım alanı. Antalya'nın pek çok tarım ürünü var. Kenti daha fazla bir yerlere götüremeyiz. 640 km sahilimiz var tamamen dolu şu an. Otel ve başka amaçlarla kullanılmış durumda. …Aksu'da büyük otellerin olduğu yerler var. Büyük şaşalı, günlüğüne 30-40 bin lira ödeyen adamların olduğu yerde sokağa çıktığınızda ekonomi arasındaki farklılıklar muazzam (K7-Şehir Plancıları Odası).

Kentler birbiriyle kopuk bir biçimde adacıklara bölündükçe bir bütün olarak kent anlatısı kurguya dönüşür (Bilgin, 2011, s. 40). Antalya'da marka stratejilerinin temel hedefi doğrultusunda kentteki bölünme sadece kentliler arasındaki bir ilişki değildir. Kentin turizme dönük olarak yeniden şekillendirilmesi kentlilerle turistler arasındaki gelir farklılaşması bağlamında kendisini gösterir. Özü itibariyle bu farklılaşmaya hitap eden markalaşma modelinde kültürel ve sosyal yatırımlar da aynı coğrafyada birikmektedir. Tüketim mekanları (örneğin AVM'ler), eğlence sektörü (Konyaaltı Plajı, Kaleiçi, Lara bölgelerindeki bar, kafe ve clublar), bisiklet yolları, kent parkları, kültürel faaliyet merkezleri (sinema ve tiyatro salonları vb.) ve kenti küresel ağlarla entegre etmesi beklenen sembolik organizasyonların mekanları (EXPO, Altın Portakal Film Festivali, Tünektepe Heykeli vb.) büyüme stratejilerine paralel bir biçimde belli bir hatta toparlanmaktadır. Kaynakların belli bir bölgede yoğunlaşmış olması -önleyici tedbirler eksik kaldığında- içerisi ve dışarısı arasındaki toplumsal bölünmeyi daha da kuvvetlendirmektedir.

> …İnsan almak istediğine ulaşabiliyor merkezde. Biraz da ekonomik seviyeye bağlı. O tiyatro biletine ulaşamayacaksa ona ücretsiz tiyatro, konser yapmak lazım. Ücretsiz konserler çok dolu oluyor ve çeperden insanlar oluyor. Sanat anlamında merkezden çok çeperlerde ihtiyaç

> var. …Katılmak istese mesela benzin parası verecek vs. Dahası oradaki insanın akşam evinde çocuğuna yemek yedirme derdi var. Bu insana bedava tiyatro yaptım ama 50 lira yol parası vereceksin diyemezsin. O 50 liraya çocuğuna dondurma almayı tercih eder. O yüzden kalkıp oraya gitmek lazım ama çok düşük ve düzenli değil (K7-Şehir Plancıları Odası).

Harita 9.2.2.1'in de gösterdiği üzere Antalya'daki gelir farklılığının ve kentin imkanlarının adeta sınırdan ayrılmış gibidir. Projelerin coğrafi dağılımını ile gelir farklılıkları bir arada düşünüldüğünde Antalya'da iki farklı dünyanın belirdiğini söylemek mümkündür. Güney bölümü yüksek gelir grubuna hitap eden, prestij projelerle ve lüks mekanlarla şekillendirilmiş, turistik ve eğlence mekanlarının yoğunlaştığı bir dünya iken kuzey bölümü daha yoksul mahallelerin, tarım ve sanayi alanlarının hâkim olduğu bir tür arka bahçe gibidir. Antalya'nın aldığı göçün Muratpaşa ve Konyaaltı'nda -yani güney bölümünde- yurtdışından ve İstanbul, Ankara gibi metropollerden gelenlerden oluşurken, geriye kalan Aksu, Kepez, Döşemealtı'nın olduğu showroomun arka bahçesi Isparta, Burdur, Siirt, Konya vb. gelen, düşük gelir gruplu insanların yoğunlaştığı bölgelerdir (Tablo 7.2.1.4). G22'nin de özetlediği üzere temel ihtiyaçlarına öncelemek durumunda kalan kesimler için sadece merkeze gelmek için harcanan para bile bir yüktür. Bu bakımdan showroomun içerisinde ve dışarısında olmak hizmetlere, kültür sanat gibi insanın kendisini gerçekleştirmesinde önemli yeri olan etkinliklere ve kentin imkanlarını deneyimleme şansına erişmenin de sınırını çizer.

> …Maalesef gittikleri zaman onların giyinmesi, yedikleri doğal yaşamları da oradaki insanların eleştirisini doğuruyor. İyi yerlerde olan güçlü insanların çocukları rahat yaşarken, sana temizliğe gelen kadının çocuğu bunu görüyorsa büyük bir hırsla, hınçla geliyor (K7-Şehir Plancıları Odası).

Projelerin coğrafyası ya da markanın showroomu mekânsal yapıların, hizmetlerin dağılımı ve kentin sosyo-kültürel dağılımlarıyla birlikte ele alındığında markanın sembolik/özgün değerlerine ilişkin öncelikleri de dışa vurur. Dahası halihazırdaki eşitsizlikleri devraldığı kadar bu eşitsizliklerin yeniden üretilmesi ve derinleşmesini de beraberinde getirir. Belli bir bölgede yoğunlaşmış hizmetlere, sosyal ve kültürel aktivitelere, tüketim alanlarına vb. erişim problemleri aynı zamanda makbul marka imajlarının ve yaşam biçimlerinin dışında bırakan yapısal bir meseledir. Bu bakımdan Zukin'in (1995, s. 47) işaret ettiği gibi kültürel bir seçiciliğe yaslanan dönüşüm süreçlerine ek olarak yüceltilen orta / orta -üst kesimlerin tercihleri (Harvey, 2010, s. 96) dışında kalan kesimlerin merdiveni tırmanma şansını daraltır. Böylesi bir kentleşme

modeli toplumsal kesimler açısından ekonomi-politik kaynaklı sınırları daha belirgin hale getirirken, Türkiye özelinde kentleşme, muasırlaşma ve toplumun dönüşümü arasındaki ilişkinin (Bölüm 6) değişime uğradığı bir şehircilik biçimine de işaret eder. Ayrımların ve eşitsizliklerin perçinlendiği bu süreçte sürdürülebilir kent yaşamının imkanları da giderek daralırken, sosyal çatışmaların da katalizörü haline gelebilir:

Projelerin coğrafyası üç farklı düzeydeki (küresel, ulusal ve yerel) akışların kesiştiği bir hikâyeyi ortaya sermektedir. Birincisi kentin dönüşümü ve büyüme stratejisi arasındaki ilişkinin küresel trendlerle olan bağıdır. Küresel bir marka olma ülküsü sanayisizleşme sonrası kentlerin rekabet ağında yerlerini alabilmesinin yegâne yolu olarak görüldü. Antalya'nın hikâyesi Friedmann (2005) ve Sassen'in (2005) küresel kapitalizmin hiyerarşik yönetim merkezleri olarak küresel kentler analizinden ziyade Ancien'ın (2011, s. 2479) vurguladığı özgün kapasiteleri bağlamında uzmanlaşma yoluyla küresel rekabetin ağına entegre olmaya çalışan kentler bağlamına oturmaktadır. Öte yandan Bölüm 3.3'de ele alındığı üzere küresel kentleşme eğilimlerindeki bölgesel farklılaşmaların Türkiye bağlamındaki biçimleri Antalya'nın markalaşma sürecinin ayrılmaz bir parçası olmuştur. Kent literatüründeki genel eğilimin aksine Türkiye'de belediyeciliğin merkezi hükümetle kopamayan bağları, Antalya'nın ulusal ekonomideki yeri, politik rekabet vd. markanın ve projelerin coğrafyasının oluşumunu etkilemiştir. Bilhassa 2000 sonrası projeci belediyeciliğin yükselişi, inşaat sektörünün hızlanması ve büyük projelere dair merkezi hükümetin desteği kentin markalaşma stratejisinin kapsamına yön vermiştir. Bu bağlamlarıyla kentin marka yüzü olan coğrafyanın oluşumunun detayları, kent aktörlerinin ilgili gidişata dair motivasyon, görüş ve tutumları ve sonuçları Antalya'nın yakın dönem kentleşme deneyimine ışık tutmaktadır.

9.3. Aktörler

Markanın pek çok boyutu vardır. Kentlerin coğrafyası, tarihi, kültürü hatta getto turizmi örneğinde olduğu gibi yoksulluğu, ayrışması ve etnik ayrımcılığı dahi markanın bir bileşeni haline getirilebilmektedir. Bu noktada kentteki karar vericiler, güçlü aktörler ve merkezi yönetimin beklentileri, motivasyonları ve imkanları kentin kaderi üzerinde etkilidir. Dolayısıyla markalaşma amaçlar, imkanlar ve tercihlerin kesiştiği bir matristen oluşturulur.

Antalya'da marka kent stratejileri aktörler arasındaki uyum ve çatışma dengesi üzerinden sürdürülmektedir. Bu denge ise her zaman mutlak bir biçimde sağlanamamaktadır. Merkezi hükümet, yerel yönetim (ABB), sermaye ve sivil toplum (kent konseyi, meslek odaları) birbirleriyle temasları kimi zaman dönemsel olarak kimi zamanda olaylar bazında kurulup bozulabilmektedir. Bahsi geçen ilişkiler ağı Antalya'daki markalaşma olgusunun detaylarını vermesi açısından mühimdir. Hangi aktörler bu gelişmeleri desteklediği, icra noktasında kimler nasıl rol oynadığı ve itiraz eden aktörlerin nelere karşı çıkıp, nasıl karşılık bulduğu kentin rotası hakkında çok şey söylemektedir.

9.3.1. Merkez ve yerel: Enformel ilişkilerin ağında Antalya'nın markalaşması

Marka kentler yaratma Türkiye'de ulusal bir strateji olarak belirmektedir. Türkiye'de ademi merkeziyetçiliğin zayıf olması ve yerel yönetimlerin kaynaklarının yetersizliği kentlerin küresel arenada merkezin desteği olmaksızın yer alması mümkün görünmemektedir. Antalya'da da bu durum tarihsel olarak da kendisini göstermektedir. Beş farklı dönemdeki belediye başkanlarının (Selahattin Tonguç, Hasan Subaşı, Mustafa Akaydın, Bekir Kumrul ve Menderes Türel) söylemleri merkez ve yerel arasındaki ilişkiye ışık tutmaktadır. 1973-1977 ve 1977-1980 dönemleri arasında belediye başkanı olan Selahattin Tonguç:

> "…ama bütçe yok. Ne yapsın belediye başkanı? Yasa sıkıntılı, iki tane vali bana 'Kepez'in üstüne benden izinsiz çıkarsan görevden alırım' dedi" (İMO, 2013, s. 13). "Çallı Kavşağı için tek başıma 17 defa bakanlığa ben gittim. …maalesef bir kavşağı bile onaylatamadık; yukarıya bağlı" (İMO, 2013, s. 16).

Özal'ın belediyeleri kazanamamasından dolayı "bir nevi intikamını" çıkarttığını ifade eden Hasan Subaşı (1989-1999):

> "…İlk oturduğumuzda paramız yok, pulumuz yokken bir genelgeyle bir kararnamelerle, belediyeler kontrol altında. Yani iğneden ipliğe ne alırsanız Ankara'ya yazmak zorunluluğu getirdiler. Bütün harcamalar, bütün inisiyatif Ankara'nın emrine, tam bir vesayet düzeni kurmuşlardı" (İMO, 2013, s. 25).

2009 yılında Türel'den belediye başkanlığını alan Mustafa Akaydın (2009-2014):

> "Biraz önce liste tuttum, -bir Başbakan ve bir Bakan- çok önemli bir bakandan hiç randevu alamadım arkadaşlar. Bunun dışında 7 tane bakanla da her zaman temasta bulundum. Yaptırabildiğim tek iş vardır; şu karşımda oturan iki genç hanımın memuriyet kadrosuna geçmesi" (İMO, 2013, s. 49).

Tonguç, belediye başkanı olduğu tarihlerde Türkiye'de 7 hükümet kurulmuş en son olarak 1980 Darbesi yaşanmıştır. Subaşı ise Doğru Yol Partisi'nden belediye başkanı seçilmiştir. 9 farklı hükümet ve 6 başbakan görmüştür. Akaydın ise Türel'in 2. Seçiminde belediye başkanlığını kazanmış ve bir sonraki seçimde tekrar Türel'e kaybetmiştir. Üç başkanın söylemleri kimi zaman yasal olarak kimi zaman da belediyelerin maddi zayıflıkları nedeniyle sürekli merkeze bağımlı kalmışlardır. İki valinin Tonguç'a doğrudan görevden alma tehdidi, Subaşı döneminde bütün harcamaların Ankara'ya bildirilme zorunluluğu yerel yönetimlerin merkezi hükümetin yerel hizmetleri sürdürdüğü bir organ olarak görüldüğü anlaşılmaktadır. Öte yandan AB uyum yasaları çerçevesinde yasal olarak belediyelerin özerklikleri artmış olsa da kent hizmetlerini tek başlarına gerçekleştirecek güçleri olmaması dolaylı bir bağlılığı sürdürmektedir. Bu bağımlılık belediyelerin gücünü merkez ile kurabildikleri ilişkiler çerçevesinde doğru orantılı olarak değiştirmektedir.

Bu ülkenin kronik bir durumuna işaret etmektedir. Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren merkezi devlet belli gerekçelerle belediyeye ait hizmetleri bakanlıkların yetkisine vererek kent yönetimlerini merkezileştirmiştir (Tekeli ve İlkin, 1983, s. 1609). K3'in işaret ettiği gibi merkez ve yerelin aynı partiden olmadığı dönemlerdeki kaynak daralması (*"Merkezi idare ile yerel idare aynı olmadığı sürece kaynaklar kurur"*) yerel yönetimler açısından dezavantaj yaratırken merkez ile kurulan yakın ilişkiler de önemli avantajlar sağlamaktadır. Bekir Kumbul (1999-2004):

> "…8 trilyon Maliye'ye borcumuz var, vergiler ödenmemiş. 3 trilyonun üzerinde SSK'ya prim borçları var. Hemen Sümer Oral'a -dönemin çalışma bakanı- gittim, dedim ki 'ağabey param yok'. Ağabey kardeş ilişkisi var zaten, ama 'sana Belediye İşhanı'nı vereceğim' dedim, 'kaç para olduğunu da söylemeyeceksiniz. Borcumu sileceksin, Belediye İş Hanı senin'. …sağ olsunlar yardımcı oldular" (İMO, 2013, s. 32).

Türel (2004-2009, 2014-2019):

> "Hükümetimizin de yakın ilgisiyle Antalya bir dünya kenti olma noktasında çok önemli mesafeler almaya başlamıştır" (ATSO, 2005, s. 20). "Bugün öğlen saatlerinde de Kalkınma Bakanımız beni aradılar, bu projelerle ilgili sağ olsunlar tüm sorunlara rağmen, her türlü desteği vererek çözeceğini söylediler. O sondajlar tamamlandıktan sonra gereken kamu izinlerini alarak burada da ihale çalışmalarını tamamlayacağız" (Portakal Gazetesi, 2017b, s. 13). "Biz Tünektepe Projesi dediğimizde 6 ay içinde Bakanlık ve Başbakanlık dahil izin alıyoruz. Hâlâ bitmedi şu anda projeyi Başbakanlığa yazdık. …Bunları her bakanın, sayın Başbakanımızın, sayın Cumhurbaşkanımızın masasında saat kaçta olduğunu, kaçta

> imzaladığına kadar takip etmesem iki üç senede tamamladığımız süreçler inanın 20-30 seneyi bulur" (Portakal Gazetesi, 2017e, s. 17).
>
> … Menderes başkan ilk geldiğinde mega projelerle geliyorum dedi. Hükümet de çok destekliyordu Antalya'yı, ne istesek yapılıyor Antalya'da (K7-Şehir Plancıları Odası).

Türel ve Akaydın dönemleri merkez ve yerelin aynı partiden olmasının ne kadar belirleyici olduğunu da ortaya koymaktadır. Akaydın randevu almakta dahi zorlandığını ifade ederken, Türel projelerin hükümet içerisinde kime ne zaman ulaştığını ne zaman imzalandığını saatine kadar erişebildiğini vurgulamaktadır. Elbette bu bilgilere sahip olabilmek Ankara'da önemli bilgi kaynaklarına, erişim ağlarına ve ikili ilişkilere sahip olmanın avantajlarına işaret etmektedir. 20-30 sene sürecek bir projenin 2-3 senede tamamlanmasının Ankara'dan geçtiğini açıkça ifade eden Türel, esasen Türkiye'nin tarihsel olarak merkez-yerel ilişkisine gerçekçi bir yorumda bulunmaktadır. Kumbul örneğinde bakanla "ağabey-kardeş" ilişkisine sahip olabilmek, bir belediyenin borcunu -gerçek değeri sorgulanmadan- gayrimenkul devriyle çözülebildiğini gösterir. Bu bakımdan yerel yönetimlerin 'enformel ilişkiler' üzerinden yürüttüğü bir belediyecilik ortamı söz konusudur. Bu bakımdan Antalya'nın küresel bir marka kent olma süreci doğrudan yerel yönetimlerin tercihi olarak okumak mümkün görünmemektedir.

Merkez ve yerel arasındaki bağımlılık ilişkisi sadece kentin genel stratejisinde değil tekil mekânsal kararlarda da kendisini göstermektedir. Antalya'nın önemli otellerinin hikâyesi sadece merkezi hükümet değil büyük sermaye grupları, illegal yapılanmaların ve siyasetin kentin kaderi üzerindeki ağırlığını göstermektedir. 3 otel örneğinden hareketle bu durumun son dönem ait olmadığı, kronik bir mesele olduğu anlaşılmaktadır.

> …Merkezin politikası yani küçük meclisler büyük meclislerin aynası gibi. En basitinden *** Otel'i söyleyeyim sana. Sabah planı çiziliyor, emsal falan hak getire öğleden sonra onay alıyor …Ondan sonra x otel var. X otel kat artışı istiyor. Allah için Menderes bile karşı çıkıyor. Muratpaşa karşı çıkıyor. Sonra kendini turizm merkezine sokturuyor. İstediği izni turizm bakanlığından alıyor. Çünkü turizm bakanlığının resen plan yapma yetkisi vardı. Hatta bir pazar beni imar müdürü aradı. Buna ruhsat vermek istemiyoruz, bir yol bulabilir misin dedi. Her şeyi uydurmuşlar. Ruhsat vermek zorundasınız dedim (K3-Mimar).

K3'ün aktarımları merkez ve yerel arasındaki ilişkinin ilginç boyutlarını göstermektedir. Bir taraftan Türel dosyanın saat kaçta başbakan veya bakanların masasında olduğunu öğrenebilirken, diğer taraftan yöneticisi olduğu kente dair tasarruflarının merkezin kararları karşısında zayıflığı görülmektedir. Bakanlıkların

"…resen plan yapma yetkisi" merkezin yerel yönetimleri aşarak kentlere dair tasarruflarını gerçekleştirme kapasitesinin gücünü göstermektedir. Bu haliyle belli taleplerde bulunan aktörlerin sadece yerel yönetimlerden değil merkezden de yürüyebilecekleri yollar olduğu anlaşılmaktadır.

> …Şimdi şöyle merkezi idare belediyelere kendi yaptıramadığı yerde resen yetkisini kullanıyor. Kargaşa yok. Ben İller Bankası'nda başladım planlama çalışmalarına. 1984 yılında imar kanunu çıkınca herkes sevindi işte entel tipler vs. İşte yerel olmalı, yerelleşince dağ fare doğurdu yine. Çok kötü oldu çünkü merkezi idaredeyken yine planı inceleyen kurul vardı İller Bankası'nda iyi kötü yetişmiş elemanlardı. Bir şey yapılırken yine usturuplu yapılırdı. Bir de herkes Ankara'ya ulaşamıyordu. Yani işini yaptırmak için. Yerelleşince tamamen yerel dinamiklerin eline kaldı planlama. Tabi hâlâ bazı şehirler merkezi hükümetin gözdesi şehirler. Antalya gibi orayı işte turizm bölgesi. Zamanında *** oteli turizm merkezi yaptılar çünkü belediyelerden izni alamayınca. Yani herkes gücüne göre, eğer güçlüyse ben bunu Ankara'dan çözdürürüm (K3-Mimar).
>
> …Yani şu an tartışılıyor. Turizmi teşvik yasasına bakarsak turizm alanı dediği zaman doğal, tarihi ve kültürel alanlardır. Burasını turizm alanı yaparsan üzerine bina yapıyorsun. Buna ne ilave ettin: Turizm potansiyeli olabilecek her yeri turizm alanı ilan etmek. Tanımda problem var ama muhalefet de diyor ki yanlış vs. Ama yanlış buradan başlıyor. Şu bahçeye turizm potansiyeli var derse ilan edilebiliyor (K1-Kent Konseyi).

Üç otel örneği, Türkiye'deki kentleşmeye olduğu kadar Antalya'nın turizmin gelişme sürecinde mafya ve sermayenin kurduğu enformel ilişkilerle kimi zamanda merkezi hükümetin yasalar eliyle ne denli etkin olduğunu göstermektedir. Turizm Teşvik Yasası merkezi hükümetler elinde güçlü bir araç gibi durmaktadır. Olası bir çatışma durumunda bir yerin turizm bölgesi ilan edilmesiyle belediyenin yetkisinden çıkartılabilmektedir

Yerel yönetimler belli açılardan güçlenirken, sonuçlarına ilişkin belirsizlikler mevzubahistir. Sıklıkla olumlu kabul edilen yerel yönetimlerin güçlendirilmesi konusu, mevcut literatür üzerinden sabit bir doğruya indirgendiğinde ihtilafların önünü kesen bir söylem haline gelebilmektedir. Literatürde işaret edilen devletin geri çekilmesi esasında bürokrasinin karar alma süreçlerinden dahası devlet içerisindeki kurumların birbirlerini dengeleme yetkisinin aşındırılması ile mümkün olmuştur. Bu bakımda Türkiye'deki yerel yönetimlerin güçlenmesi kentleşmeye ilişkin bürokratik denetimin yerini politik aktörlere (belediye başkanları, belediye meclis üyeleri vd.) devretmiştir. Parti bağlantıları, siyasi

ikbal beklentileri, aktörlerle kişisel ilişkiler vb. birlikte ele alındığında yerelleşmenin merkezin elini güçlendirme kapasitesini arttırmaktadır.

Sadece kent hizmetleri için değil kentin makro stratejilerini belirleme noktasında da merkez ve yerel arasındaki ilişki söz konusudur. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007, s. 11-14) böylece markalaşma hedefi ülkenin ve kentlerin imajlarının yaratılması, sürdürülebilir kent turizminin yaratılması ve bütüncül bir turizm faaliyetinin gerçekleştirilmesi açısından önemi vurgulanmaktadır. Markalaşma stratejilerinin gerçekleştirilmesi noktasında da yap-işlet-devret, yap-işlet, yap-kirala-işlet-devret gibi kamu-özel iş birliği modelleriyle gerçekleştirilmesi planlanmaktadır. Bu bakımdan marka kent stratejileri büyük oranda merkezi hükümetin güçlü bir aktör olarak kendisini gösterdiği süreçtir. İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya gibi kentlerin ön plana çıkartılması, kentlerin yarıştığı bir sistemde merkezi hükümetin markalaşma ve kalkınma arasında kurduğu bağlantıyı göstermektedir.

9.3.2. Dönüşüm projelerinde kamu güdümlü sermayenin rolü

Kentleşme sürecinde "büyüme koalisyonu" (Molothc, 1976, s. 310) Türkiye ve Antalya özelinde literatürden farklı olarak kamunun gücünün çok daha fazla olduğunu göstermektedir. Antalya'nın markalaşması deneyiminde kamu-özel iş birliklerinin detayları kamu ve sermaye arasındaki ilişkisine ışık tutmaktadır. Kamu-özel iş birlikleri, yap-işlet-devret modeli, hizmet satın alımı gibi yollar üzerinden kent hizmetlerinin piyasanın rekabetine açılarak yerel yönetimlerin kaynak yaratması beklenmektedir.

> "Gazetenin bir tanesinde bir tane köşe yazarı 'Ne olacak bu Konyaaltı'nın hali. Belediye şirketi iki senede çok kötü işletti. Bu sene de mi böyle olacak' diye yazıyor. Biz neden yap-işlet-devret diyoruz? Devlet işletmecilik yapamaz arkadaşlar. Hem Konyaaltı'nda işletmeleri şikâyet ediyorsun hem de buraları özel sektörün kaliteli yönetim anlayışıyla halka açalım dediğimizde de karşı çıkıyorsun. Yaptığımız Konyaaltı'nı halka kapatmak değil özel sektör farkıyla işleterek halka daha iyi hizmet sunmak" (Portakal Gazetesi, 2016, s. 32).

Türel'in ifadelerinin detayları ("*özel sektörün kaliteli yönetimi*", "*özel sektör farkı*", "*daha iyi hizmet*") devletin verimsizliği, özel sektörün dinamikliği ve halkın yararı denklemindeki neoliberal anlatıya paralel biçimde kendisini göstermektedir. Bilhassa belediye şirketinin yönetiminden şikâyet edilmesi ve özel işletmelere karşı çıkılması arasında kurduğu paradoks görüntüsü, Thatcher'ı anımsatacak ("*başka bir yol yok*") bir anlayışla kurgulanmaktadır. Bu ikilik arasında sıkıştırılmış söylem bir yanıyla kamunun

kötü yönetimi gerçekliğinden beslenirken, bu durumdan çıkışın yolunun sadece özel sektör eliyle olabileceği fikri kentleşme pratiklerinin iki kutuplu, siyah-beyaz bakışıyla sürdürüldüğünü ortaya koymaktadır. Öyle ki kendisinin yönettiği belediyenin bir organının kentin en önemli bölgelerinden birini işletememesini kamunun kronik bir durumuna indirgeyerek gayri şahsi bir yapısallık üzerinden pozisyon almaktadır.

> "Bu projeler yap-işlet-devret modeliyle kendi kaynağını ortaya çıkartıyor. Antalya'dan para çıkmadığı gibi üstelik Antalya para kazanıyor. Ve kendi bütçemle gider köy yolu yaparım, sulama sistemi yaparım, engelli merkezi yaparım. Ben bütçeme buradan bir kaynak bulma ihtimalim varken niye bütçemden bir bedel ödeyerek Antalya'nın başka yerindeki hizmetlerimi aksatayım" (Portakal Gazetesi, 2016, s. 32).
>
> …2018, 19 meclis kararlarına bakarsan Türel anlatıyor. Kaynak yaratan belediye. Buraları imara açıyor al sana kaynak. Ne yapıyorsun sen kent kaynaklarını başkalarına satıyorsun. Bunun için de benim paramla oraya proje yapıyorsun. Bunların bir kısmı belediyenin kendi olanakları diyelim ama Türkiye'de oda olmuyor. Bire satılıyor kaç gösteriliyor o da belli değil. Kanal İstanbul'un yapılma amacı Kanal İstanbul yapmak mı? (K1-Kent Konseyi).

Kent Konseyi ve Türel'in ifadeleri karşılaştırıldığında kaynak yaratmaya ilişkin farklı bakış açıları görülmektedir. Türel yap-işlet-devret modelinin belediyenin kaynaklarını diğer hizmetler için tasarruf edilmesi olarak görmektedir. Kent Konseyi ise kaynaktan kastın kamu arazilerinin özelleştirilmesi, sermayeye aktarılması olarak yorumlamaktadır. Projeler ve marka kent olma ideali arasında kurulan ilişki ve kentin markalaştırılması bir taraf için kazan kazan hikâyesi iken diğer taraf için kamu kaynaklarının sermayeye devredilmesidir. Öte yandan projelerin ihale süreçlerine yakından bakıldığında kamu kaynaklarından tasarruf ve kaynak yaratma beklentisi ile tam olarak uyuşmadığı anlaşılmaktadır.

> …(Belediye) yok birtakım projeleri kendi yapamıyor. Bir şirket kurup ona yaptırmaya çalışıyor. ANTEPE'nin yaptığı müthiş bir proje yok. Kamu projelerini yapıyor. Kârlı olmayanlara müteahhitler yanaşmıyor (K3-Mimar).
>
> …Boğaçayı mesela onların istediği yatırım Boğaçayı yapılsın diye bir yatırım değildi. Boğaçayı'nı ben yapayım, orayı yaparsam sağındaki solundaki arazilerin değeri artar ben de buraları onlara pazarlarım. Mesele oydu. Sosyal belediyeden tüccar belediyeye, yani kaynak yapan belediye. … Boğaçayı'nın ki de oydu. Ama o yapıldıktan sonra sağında solundakileri de alan olmadı. İnşaat sektöründe de sıkıntı var ama iki gün sonra satılır (K1-Kent Konseyi).

'*Prestij Projelerin*' ihalelerine bakıldığında %60,78'i Belediye'nin şirketi tarafından alınırken, %39,22'si özel firmalar tarafından doğrudan alınmıştır. Bu durum büyük sermayenin projelere katılım göstermekteki gönülsüzlüğü de göstermektedir. Öyle

ki bazı projelerin ihalelerine hiç katılım sağlanmamıştır. Bunun yanında kamu otoritesi projelerin gerçekleştirilmesindeki ısrarlı oldukları, belediyenin firmasının devreye sokularak projeleri gerçekleştirmektedir.

> … Ekonomik koşullar nedeniyle özel sektörden biri gelip yapmak istemiyor, isteyen de çok çok iyi bir kâr getirsin ki öyle yapsın. Çok çok iyi bir kârı da belediyenin verme lüksü yok. ANTEPE'ye veriyor. …Birine vereceksen de parça parça ver diyor. Bütün olarak verdiğiniz zaman risk artıyor ve firmalar kendini korumak için kârı çok yüksek koyuyor. Ama buranın da bir yaklaşık maliyeti var. Sayıştay da diyor ki burayı şu maliyetin üzerinde ihale edemezsin. Ama piyasadan ben o bedel fiyatı bulamıyorum. Kendi şirketine veriyor belediye. Kendi şirketi de parça parça veriyor. Maliyet düşürüyor. İşi kendisi takip ediyor. Ekonomik koşullar değişirse de kendi şirketi etkilenmiş oluyor. Dışarıdaki müteahhit çok etkilenmemiş oluyor. Taşeronlar çok etkilenmiyor çünkü işin boyutu küçük (K8-ABB)

K8 projelerde kamunun neden aktif olduğunu piyasa ilişkileri ve kamu yönetimi bağlamında açıklamaktadır. Belediyelerin belli bir miktarın üzerinde kamu ihalesine çıkamaması öncelikli problemdir. Projelerin yüksek maliyeti düşünüldüğünde yerel yönetimlerin girişimcilik serüveni Türkiye örneğinde aksaklık nedenidir. Burada merkeze bağımlı yerel yönetim anlayışının girişimcilik bağlamında da kendisini gösterdiği anlaşılmaktadır. Kentler gerek bütçeleri gerekse kamunun organize olma tarzından kaynaklı olarak küresel/marka kent yaklaşımlarındaki batı merkezli anlatıdan ayrışmaktadır.

İkinci olarak bu çaptaki projelerin altından kalkabilecek sermaye gücüne sahip özel sektör aktörlerinin çok olmaması ve/veya buralara yatırım yapmaktaki gönülsüzlükleridir. Belediyeler de projeleri kendi firmasına vermekte, bu firma da işi parçalara bölüp özel sektör firmalarına ihale etmektedir. K8'in aktardığı biçimde bu sayede özel sektörün riski azaltılmakta, projelerin hayata geçirilmesi sağlanmaktadır. Öte yandan kamu firmalarının riski üstleniyor olması riskin toplumsallaştırıldığı anlamına da gelmektedir. Projelerin inşası, işletilmesi süreçlerinde idari veya piyasa kaynaklı problemler, neoliberal dönemin ruhuna uygun bir biçimde kamusallaşmaktadır (Lauermann, 2016, s. 316).

> …Özel sektör kamuya iş yaparken belli bir kâr koyuyor. Çünkü önce sen işi yapıyorsun, sonra kamu gelip denetliyor sen işi yaptın mı diye. Bitirdiysen şu kadar sürede ödeyeceğim diyor. Belli süreçler içerisinde hak edişlerin var. Ama kamuya iş yapmak özel sektörün işini yapmaktan zordur. O nedenle kamuya iş yapılırken özele 1 liraya yapılan iş 1,5'a yapılır. Çünkü paranı geç alırsın, der ki şurayı yapmamışsın, eksik yapmışsın. Kamu uzman

> personelle denetler ve hata götürmez. Hata yaptın mı bedeli olur. Ama özel sektörde hata yaparsan ucuz bir şekilde çözersin ya da hatalı bir biçimde teslim edersin. Ya da müşteri kabul eder. Ama kamuda ne çizdiysen ne anlaştıysan o şekilde yerine getirmek zorundasın (K8-ABB).

Özel sektör açısından kamuya iş yapmanın farklı zorlukları da vardır. Kamu denetimi -özellikle büyük çaplı projelerde- özel sektörün elini daraltmaktadır. İşin usulüne uygunluğu, ödemelerdeki olası gecikmeler ve hataların bedeli projelerin maliyetini yükseltmektedir. Dahası devlete yapılan işlerdeki aksaklıklar aynı zamanda kamu zararı anlamına geldiği için pek çok aktörün (örneğin meslek odaları, medya vb.) de gözlerinin üzerlerinde olduğu işlerdir. Bu şartlar altında Boğaçayı Projesi'nde olduğu gibi ihalelere katılımın olmaması anlam kazanmaktadır. Öte yandan ihaleyi alan belediye firması işleri daha makul hale getirecek yollar üretmektedir. İhale süreçlerinin detayları bu yolların neler olduğuna dair izlenimler vermektedir.

Ele alınan projelerin ihaleleri çarpıcı sonuçlar ortaya koymaktadır. Projelerin ihalelerinin açıldığı yıllardaki fiyatlarını 2022 Ocak ayına göre fiyatlarına göre oranlandığında ihalelerin %66,8'i pazarlık, %33,2'si açık ihale usulü ile yapılmıştır. Pazarlık usulü ile açılan ihalelerin ise %85,88'i ise 4734 numaralı Kamu İhale Kanunu'nun md21-b kapsamında gerçekleştirilmiştir (http-73). Bu maddeye göre ihaleler aşağıdaki mevcut şartlarda ihalesiz bir biçimde, pazarlık usulü ile yaptırmak mümkündür:

> "Doğal afetler, salgın hastalıklar, can veya mal kaybı tehlikesi gibi ani ve beklenmeyen veya yapım tekniği açısından özellik arz eden veya yapı veya can ve mal güvenliğinin sağlanması açısından ivedilikle yapılması gerekliliği idarece belirlenen hallerde veyahut idare tarafından önceden öngörülemeyen olayların ortaya çıkması üzerine ihalenin ivedi olarak yapılmasının zorunlu olması" (Kamu İhale Kanunu, Md. 21.b)

Özel firmaların ihalelerinin de %15,34'ü pazarlık usulü ile gerçekleştirilmiştir. Bu tabloda görülmektedir ki kamu kurumları doğrudan anlaştığı firmalarla projeleri gerçekleştirmektedir. Böylece belediye bir kamu temsilcisinden öte bir müteşebbis gibi kamu kaynaklarının üzerinde tasarruf göstermektedir.

> …Bu maalesef plan mı pilav mı söylemi, ciddi söylüyorum mecliste söylenen bir söylemdi bu, planlı kalkınma kadük oldu. DPT'nin adı değişti bambaşka bir şey oldu. İller Bankası dünyada tek örnektir imar planı noktasında, belediye bankasıdır. Sadece imar planı değil, alt yapısı, kanalizasyonu falan işlevsiz hale getirdiler. Kurumlar işlevsiz hale geldi. O nedenle bizim bir planlı programlı bir şeyimiz yok. Şimdi tamamen ranta dönük bir planlama anlayışı var. Her ölçekte bu (K3-Mimar).

Kamu denetiminin zayıflaması ve Md.21.b., Turizm Teşvik Yasası gibi enstrümanlar kentleşmenin "ivedi" bir biçime kavuşturmayı mümkün kılmıştır. Tünektepe'deki teleferik yapımına kadar pek çok kent hizmeti esasında afet dönemleri için hazırlanmış kanun maddesi çerçevesinde gerçekleştirilebilmektedir. Piyasa merkezli kentleşme modelindeki rekabetin kent hizmetlerinin maliyetini düşürürken kalitesini arttıracağı beklentisi bu enstrümanlar eliyle boşa düşürülmektedir. Böylece Antalya'da rekabetsiz bir piyasa merkezli kentleşme modeli ortaya çıkmaktadır. Bu durumun bir ayağı siyaset ve sermaye arasındaki rant ilişkilerine dayanırken diğer ayağı ise Antalya'nın yapısal problemlerinin getirdiği zorunluluklar ile ilgilidir. Bilhassa ihalelere katılımın olmayışı, rekabeti zorlayacak yerel aktörlerin zayıflığı ve siyasi iklim kent hizmetlerinin doğrudan dağıtıldığı bir ortam yaratmaktadır. Bu noktada Antalya'nın markalaştırılması sürecinde küresel ve ulusal ilişkisi, merkezi hükümet ve yerel yönetim bağlantısı ve sermayenin yerel, ulusal ve küresel biçimlerinin dahil olduğu bir tablo ortaya çıkmaktadır.

9.3.2.1. *Çevrenin çevresinde kentleşme: Markalaşma stratejilerinin bağımlı yapısı*

Türkiye gibi küresel yapının çevresinde yer alan ülkelerdeki merkez ülkelere bağımlı kentleşme süreçleri, küresel sermayenin kentleşme üzerindeki etkileri küresel marka kent araştırmalarında sıkça ele alınmaktadır. Diğer taraftan ülke içerisindeki bölgeler ve kentler düzeyinde sermayenin dağılımı ve gelişmişlik farkları (*urban primacy*) beraberinde ikinci bir bağımlılık yaratmaktadır. Çevre ülkenin içerinde çevre konumundaki kentlerdeki kentleşme faaliyetleri büyük kentlerin güçlü sermaye gruplarına bağlı bir biçimde kendisini göstermektedir. Buna Türkiye'deki gibi merkezi bürokrasinin yerel yönetimler üzerindeki etkilerinin güçlü olduğu durumlarda politik etkilerin de eklenmesiyle kent ekonomisinden doğan gelirlerin çevreden merkeze doğru aktığı bir düzen doğurmaktadır.

> S: Antalya'daki firmaların sermayesi veya kapasitesi büyük projeleri kaldırmaya yeterli değil gibi?
>
> …Tabi Sur Yapı öyle bir proje. O yüzden parçalamak daha mantıklı. Parçaladığın zaman talep artıyor, yapabilecek insan sayısı artıyor. Ama bir bütün olarak verdiğinde yapabilecek şirket sayısı azaldığı için bazı şeylere mecbur kalıyorsun (K8-ABB)

Antalya ekonomisi birçok kentten fazla ekonomik güce sahipken, bu ekonomiyi yerel unsurlarla sürdürebilecek paydaşlardan yoksundur. Kalkınma Ajansı'nın ve diğer STK ve kurumların (ANSİAD, TÜRKONFED, T.C. Kalkınma Bakanlığı) ortak hazırladığı raporda "Antalya'da sanayi burjuvazisinin olmamasının sorun yarattığı" tespit edilmiştir. Güçlü sanayi kesiminin yokluğu kentleşmeye ilişkin karar alma süreçlerini aksatmakta, yavaşlatmaktadır (BAKA, 2015, s. 29). Bu nedenlerle kentte prestij/mega projeler gerçekleştirmek Sur Yapı gibi meşhur güçlü firmalarla veya projelerin farklı bölümlerini gerçekleştirmeye muktedir işletmelerle mümkündür.

Küresel bir kentin ayırıcı unsurlarından bir tanesi yüksek vasıflı iş gücünü kendisine çekebilmesidir (Beaverstock, 2012, s. 240-241). Antalya'nın aldığı göçün büyük oranda vasıfsız, düşük eğitimli kesimden oluşu (Grafik 7.2.1.3**)** sermaye yatırımlarının yetersizliğini göstermektedir. Turizm her ne kadar büyük bir para akışına neden olsa da kent vasıflı iş gücünü kendisine çekebilecek ekonomi faaliyetlerine sahip değildir. Sermayenin zayıflığı markalaşma stratejilerinin pek çok adımında bir problem olarak belirmektedir. Dönemin ATSO başkanı Altın Portakal film festivalinin finansmanındaki sermaye zayıflığını vurgulamaktadır:

> "Cannes Film Festivali'ne baktığımızda partner kurum ve şirketler listesi görkemlidir. Oscar'da Kodak markası vardır. Bizde ise konaklama, ulaşım, iletişim, ürün ve hizmet sponsorları var, ancak Festival Sponsorları yeterli değildir. Neden markalar Altın Portakal markasıyla buluşmamaktadır?" (ATSO, 2010, s. 12).

Böylece Antalya küresel sistemin çevresinde yer alan bir ülkenin çevre kenti olarak belli yapısal açmazlar içerisindedir. Bir taraftan Barcelona gibi büyük kentlerle yarışmak için devasa projelerin gerekliliğine vurgu yapan siyasi aktörler, diğer taraftan bu projeleri -özellikle rekabet koşulları altında- yüklenecek gücü olmayan yerel sermaye Antalya'nın markalaşma ve kentleşme stratejilerini ulusal ve küresel sermayeye bağımlı kılmaktadır. Kent Konseyi ile yapılan görüşmelerden hareketle hem kentleşme hem de turizm gelirleri açısından Antalya'nın benzer bir durum içerisinde olduğu anlaşılmaktadır:

> … kâr hesaplamıyor gelen parayı hesaplıyor. Gelen paranın büyük bir kısmı da gelmiyor kâğıt üzerinde geliyor. Bunların büyük çoğunluğunun tur firmaları dışarıda, adam parayı oradan alıyor, gönderiyor, buradaki onların ihtiyaçları karşılığındaki parayı gönderiyor. Kâr kısmını kendi memleketinde tutuyor (K1-Kent Konseyi).
>
> S: Antalya merkezli firmalar neden tercih edilmiyor?
>
> …Yok ki. Şimdi şöyle düşün Antalya küçük bir yerden başlayıp gelirken, sonuçta İstanbul patron. Oradaki büyük firmaların büyük çoğunluğu var. Ankara'da karar verici, bürokratik,

> devlet orası da. Oradan da gelen firmalar var. İşin aslı da şu. Devletin yöneticilerinin ve gayri resmi paralarının kullanıldığı şirketler grubu da var. Antalyalı firma sayısı az (K1-Kent Konseyi).

EKAP verilerine bakıldığında bahsi geçen projelerin Antalya merkezli firmaların oranı %43,06 iken İstanbul'un %17,69, Ankara'nın %24,11 ve diğer kentlerin %15,13'tür. Projelerin arasında raylı sistem de eklendiğinde İstanbul'un payı %77,75'e çıkarken, Antalya'nın payı %11,31'e, Ankara'nın payı %6,54'e ve diğer kentlerin payı %4,38'e düşmektedir.

Yerel yönetimlerin kent hizmetlerinin (bilhassa kentsel dönüşüm) özel sektör eliyle gerçekleştirmesi yönündeki eğilim kentteki sermaye kapasitesi ile birlikte ele alındığında bu hizmetlerin gerçekleştirilmesinden doğan kârın da kent dışına taşındığı anlaşılmaktadır. Antalya'daki firmaların sınırlılığı ve yerel / merkezi yönetimlerin tercihleri kentteki birikimin yoğun bir biçimde İstanbul, Ankara gibi kentlerdeki sermaye kesimlerine gitmektedir. Diğer taraftan turizme hitap eden markalaşma stratejilerinden doğan başarının da kent ekonomisine katkısının sınırlı olduğu, asıl kârın yurt dışındaki tur firmalarının elde ettiği, kente verdiği hizmet kadar bir gelirin kaldığı ifade edilmektedir. Bu durumun bir diğer sonucu ise kentin kaynaklarından elde edilen gelirin kent hizmetlerine dönüşünün aynı oranda gerçekleşememesidir.

> …Bunun ikinci kısmı gelirler vergisi kanuna göre belediyelere yardım gelir vergisinin yarısı kadar oraya bırakılır. Atıyorum gelir vergisi 1 milyon ise 500 bini Antalya'da kalır. Buraya gelen firmaların büyük bir kısmı İstanbul, az bir kısmı da Ankara'da. Çok az kısmı Antalya'da. Adam gelirini İstanbul'da gösterdiği için İller Bankası'ndan buraya gelmesi gereken gelir İstanbul'a aktarılıyor (K1-Kent Konseyi).

Oysa risk ve maliyet olduğu gibi kentlilerde, kentte ve kentin kaynakları üzerindedir.

> …Yanlış turizm politikaları bunu çok etkiliyor. Biz hâlâ turizmi adam sayısına göre hesaplıyoruz, getirdiği gelire göre değil. Adam sayısı arttıkça kişi başına gelen turizm geliri düşüyor, o rakamı yakalayabilmek için daha fazla turist isteniyor. Çok ilginç 12 milyon turist geldi 2019 yılında, bu iki seneyi sayma ve bu 2020 yılı için 16 milyon bekleniyordu. Şimdi 15 milyon diyelim 5 gün kalsa 90 milyon yapar. Bir tane su içse 90 milyon şişeyi buraya bırakacak demektir (K1-Kent Konseyi).

Sonuç olarak Türkiye'de kamu özel sektör ilişkilerinin Antalya özelinde de kendisini gösterdiği fakat kentteki sermaye gücünün yetersizliğinin büyük kentlerdeki özel sektör temsilcilerine bağımlılık yarattığı anlaşılmaktadır. Bu durum ülkedeki kentler

arasındaki eşitsiz gelişimin (*urban primacy*) yarattığı bağımlılık ilişkileriyle bağıntılıdır. Yapı işlerinde firmalara en fazla iştirak veren ülkelerden biri olan Türkiye'deki (Bölüm 6.2.2) kentler arasındaki eşitsizliği büyük projelerle kentleri yeniden şekillendirme stratejileriyle derinleştiğini söylemek mümkündür. Öyle görünmektedir ki Antalya kendi imkanlarıyla böylesi bir stratejiyi sürdürmesi mümkün olmamasına rağmen projelerle markalaşmadaki ısrarcılık Türkiye'nin metropollerine bir kaynak akışına neden olmaktadır. Dolayısıyla turizmin maliyetinin ve yarattığı tahribatın hafifletilmesi için kullanılabilecek gelirin diğer kentlerdeki sermayeye ve belediyelere gitmektedir. Bu da kentin gelişimi, alt ve üst yapı hizmetlerinin gerçekleştirilmesini ve gelir dağılımının tabandaki dağılımını aksatmakta ve yavaşlatmaktadır.

Böylece merkezi hükümetin kararlarının baskınlığı ve sermaye bağlamında bağımlı yapı bir arada düşünüldüğünde Antalya'nın markalaşma hikâyesini salt yerel bir gelişme olarak okumak mümkün değildir. Aksine yerel yönetimler inşaat ile ekonomi arasında sıkı bağların olduğu bir dönemin (Keyman ve Koyuncu-Lorasdağı, 2020, s. 18) şartlarını içerisine alan, rekabetçi kentler anlayışını da şiar edinmiş markalaşma stratejilerinin icracıları gibidirler. Halihazırda ülkenin merkeziyetçi yönetim yapısı (Göymen, 2000, s. 55), kentlerin bütçelerinin zayıflığı (Keleş, 2010, s. 29) düşünüldüğünde başka bir yol mümkün görünmemektedir. Bu noktada Türkiye'nin ve Antalya'nın marka kent serüveni girişimci kentler, yöneticiler yaklaşımlarıyla ele almakta zorluklar kendisini gösterirken, stratejilerin ne kadar markalaşma ne kadar inşaat sektörüyle ilgili olduğuna dair sınır bulanıklaşmaktadır. Diğer aktör olarak Antalya'da sivil toplumun markalaşma sürecindeki pozisyonları bu tartışmalara ve belirsiz alanlara dair pek çok şey söylemektedir.

9.3.3. Sivil toplum

Pek çok rapor ve çalışma yerelleşmeyi, yönetişimi ve sürdürülebilirliği sivil toplumun da dahil edilmesinin zorunluluğuna işaret etmektedir. Öte yandan kentleşme noktasında en zayıf ilişki sivil toplumla kurulmaktadır. Antalya'nın markalaştırılması sürecinde de paralel bir ilişki kendisini göstermektedir. Kent Konseyi, ABB ve ATSO'nun (2006, s. 5) birlikte hazırladığı "Antalya Kent Vizyonu İlk Raporu"nda yerel örgütlenme noktasında sivil toplumun güçlendirilmesinin gerektiği ısrarla vurgulanmaktadır. Öte yandan STK'lar ile yerel yönetimin kurduğu ilişkilerdeki

katılımcılık problemleri, sivil toplumun projeler bağlamındaki itirazları ve sonuçları farklı bir tablo çizmektedir. Dahası bu ortam içerisinde STK'ların toplumla temasının mahiyeti Antalya'da yönetimden topluma bir bütün olarak problemli bir kentleşme biçimine dair detaylar sunmaktadır.

9.3.3.1. *STK'lar ve yerel yönetimler*

UN HABITAT (2021, s. 12-13) kentlerin karşı karşıya kaldığı risklerle etkin bir biçimde mücadele edebilmesi için katılımcılığın önünü açan mekanizmaların güçlendirilmesi yönünde tavsiye yol haritası sunmaktadır. Sundukları mekanizmada çıkar gruplarının, sivil toplum uzmanlarının ve halkın müdahil olduğu bağlayıcılığı ve/veya tavsiye niteliğinde olan çalışma grupları arasında etkin iş birliği önerilmektedir. Antalya bağlamındaki görüntüye bakıldığında ise farklı bir tablo görünmektedir.

> … Direkt dahil etmek istemiyorlar çünkü onların kafalarındaki planla bizim onlara katmak istediğimiz vizyon arasında büyük farklar oluşuyor. Bu farklardan dolayı da bizi ne kadar az katarlarsa o kadar az problem çıkacağını, kafalarındakini daha iyi uygulayacaklarını düşünüyorlar. Ama bu doğru bir sürece yönlendiriyor mu? Hayır (K5-Mimarlar Odası).
>
> …Tarihsel yönetim anlayışımıza baktığımızda aslında çok yadırgamamız gerekir. Çok alışkın olduğumuz bir yaklaşım değil. …ama artık bütün dünya, sadece sorunların çözümünü devletten beklememek gerektiği, halkın yerel süreçte söz sahibi olması, katılımcı olması noktasına gitti (K2-Kent Konseyi).

Mimarlar Odası Antalya'da yerel yönetimlerin meslek odalarını bir tür engel olarak gördüklerini ifade etmektedir. Bu noktada yerel yönetimlerin meslek odalarını dışarıda tutmak istediklerini ve bu sayede kente dair vizyonlarını daha kolay hayata geçirebileceklerini düşünmektedirler. Kent Konseyi de benzer bir eleştiri getirirken, bu durumun aslında ülkenin genel yönetim anlayışını yansıttığını söylemektedir. Farklı kentlerdeki örnekler Kent Konseyi'ni doğrulamaktadır. Bilhassa büyük projeler mevzubahis olduğunda (örneğin İstanbul Havalimanı, İzmir EXPO Alanı, Üçüncü Köprü vb.) yasalarla ve başka fiili yollarla itirazların önü kesilmeye çalışılmaktadır (Penpecioğlu ve Taşan-Kok, 2020, s. 331; Avcıoğlu, 2016, s. 711; Kuyucu, 2018, s. 380). Tıpkı bir ayağı aksak biçimde ilerleyen kentlerde yerelleşme süreci (Bölüm 9.3.1.) katılımcılık noktasında da aksamaktadır.

> …Siyasetçide çevreyle ilgili talepleri olmadığı için vatandaş ne isterse öyle hareket ediyor. O yüzden onların istekleri daha baskın geliyor, bizim sözlerimizin de karşılığı yokmuş gibi hissediliyor. Özellikle bizim bilim dalımız zaman ister. Bir yıl, üç yıl, beş yıl içerisinde ortaya

> çıkar. İnsanlar bunları unutuyor ve çoğu doğa olayı zannediliyor. Halbuki bugün zaman içerisinde hep haklı çıkmışızdır. Yer bilimciler hep haklı çıkmıştır ve çıkacaktır fakat siyasilerde karşılığı yok (K6-Jeoloji Mühendisleri Odası).

Jeoloji Mühendisleri Odası'nın anlatımı STK-yerel yönetim, yerel yönetim-toplum ve STK-toplum arasındaki ilişkileri özetler niteliktedir. Bölüm 9.3.4.3. detaylandırılacak bu duruma dair bir cümle etmek gerekirse STK'ların bilimsel uzmanlığı dayanan muhalefetinin toplumsal karşılığının zayıf olduğu anlaşılmaktadır. Siyasetçilerin de STK'lardan ziyade vatandaş taleplerinin ön plana alınması nedeniyle STK'ların uyarılarının görmezden geliniyor olması STK'ların ve vatandaşların taleplerinde bir ayrışmanın olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan 4 yıllık seçim dönemleri, siyasilerin oy kaygısı ve ekonomi-politik gerekçeler (ki bunlar birbirleriyle iç içe geçmiştir) kentleşmeye dair uzun erimli karar alma sürecini sekteye uğratmaktadır. Bilhassa kente ve doğaya dair sonuçlarının uzun vadede görüldüğü mega projeler gibi konularda STK'ların itirazları daha kolay yok sayılabilmektedir. Jeoloji Mühendisleri Odası'nı doğrulayan bir örnek olarak Boğaçayı Projesi'nin sonuçları (Bölüm 9.3.3.2) STK'ların uzmanlık alanlarına dair isabetli itirazlarının uzun erimli niteliği, güncel siyasi ve ekonomik kaygıların gölgesinde kaldıklarını anlatmaktadır.

> …Bazı meslek odaları sırf markasını göstermek adına, ben buradayım demek adına itiraz ediyorlar. Yapmak için yapıyorlar. Konuşmasına baksan itiraz edecek hiçbir şey yok ama itiraz etmek için itiraz ediyor. Çünkü ben buradayım demek istiyorum. …Bazı işlerde de haklı oldukları yer oluyor tabi ki. İşten işe değişiyor. Süreci baltalamaktan başka hiçbir anlamı olmuyor. Mantıklı bir iş varken ortada sen itiraz ediyorsan bu her yere zarar. Meslek odaları bazen bunları yapıyorlar. Niye itiraz ettiklerini kendileri bile bilmiyorlar. Beni de değerli görün. Bana da açıklama yapın (K8-ABB)

K8 yerel yönetimler ile STK'ların -özellikle meslek odalarının- arasındaki kopukluğu dışa vurmaktadır. Daha da önemlisi iletişim kanallarının niyetlere dair güvensizlikten kaynaklı olarak daha en baştan problemli kurulduğunu da göstermektedir. Buna göre STK'lar muhalif olmak için muhalefet eden ve / veya kendi kişisel ajandalarıyla hareket eden aktörler olarak görülmektedirler. Elbette bu ilişkilerin etkilendiği bir politik kültür ve tarihsellik de söz konusudur.

Yaşama Dair Vakfı'nın (YADA) "Sivil Toplumun Siyaset ve Karar Mekanizmalarıyla İlişkilerinin İncelenmesi Araştırması"nın sonuçları Türkiye'deki sivil toplum ve yöneticiler arasındaki ilişkilere ışık tutmaktadır. Raporda sivil toplumun

siyaseti etkileme kapasitesinin düşüklüğü[9], iş birliğinin kısıtlı olduğu[10], ilişkilerin geliştirilmesine dair arzunun güçlü olmadığı[11] ve STK'ların karar alma süreçlerinde etkin olamadığı[12] ifade edilmektedir. Siyaset ve sivil toplum ilişkisinde "karşılıklı ön yargı, güvensizlik, kutuplaşma ve iletişim eksikliğinden kaynaklanan sorunlar" (YADA, 2022, s. 8) söz konusudur. Bu durumu Türkiye'nin tarihsel koşullarıyla birlikte düşünmek gerekir. Sivil toplum -bilhassa meslek odaları- Türkiye'nin siyasi dönemeçlerinin önemli aktörleridir. TMMOB, TTB gibi meslek odaları 70'lerin sağ-sol olarak bölünen siyasi hayatında sol kesimin bir parçası olarak görülmüş, 80 Darbesi'nden sonra yöneticileri tutuklanmış ve/veya görevlerinden uzaklaştırılmış, sonrasındaki süreçte de belli yasal düzenlemelerle hareket kabiliyetleri daraltılmıştır (Bora, 2001, s. 272-274). Tarihten devralınan siyasi atmosferin bugün de hükümetler ve STK'lar arasındaki çekişmede kendisini gösterdiği söylenebilir.

> …Bugünkü siyasi konjonktürle de ilgili olabilir, bizim yani odaların da artık ekonomik gücü olmadığı için yeterli çalışma yapamıyoruz. Çünkü gelir kaynaklarımız değiştirilen yönetmeliklerle azaltıldı. … odaların çıkan genelgeyle ekonomik gücü yok olmak üzere. Önceden mühendis, mimar arkadaşlarımızın ürettiği raporları, bilgileri odaya onaylattırırdık. Bu sayede raporların doğru olup olmadığını odamız denetlerdi. Aynı zamanda küçük bir gelir elde ederdi. Bu gelirle birlikte biz şube dairesini aldık vs. O ilin sesi oluyoruz. Etkinlikler, eğitimler vs. yapardık. Ama bu oda olayları olmadığı için üyelerle bağımız iyice koptu. Birçok şube kapanmayla karşı karşıya. …Bu da odaya ilginin azaldığını, alttan gelen gençlerin odalara ilgisinin azaldığını, insan yetiştirmekte zorlandığımızı ve bunlarda gelecekte problemler yaşayacağımızı gösteriyor. İnsanlar artık odaya gelmiyor. Gözden uzak olan gönülden ırak oluyor. (K6-Jeoloji Mühendisleri Odası).

K6'nın işaret ettiği yasanın "Harita, plan, etüt ve projeler; idare ve ilgili kanunlarında açıkça belirtilen yetkili kuruluşlar dışında meslek odaları dahil başka bir kurum veya kuruluşun vize veya onayına tabi tutulamaz, tutulması istenemez" (http-74) hükmüyle meslek odaların kente dair plan ve projelere doğrudan müdahil olma imkânı ortadan kalkmıştır. Aynı zamanda onay aşamasından elde ettikleri gelirlerden mahrum

[9] "Sivil toplum siyasi partileri etkileyebilecek kapasiteye sahip" sorusuna %41 katılmıyorum, %48 ne katılıyorum ne katılmıyorum, %11 katılıyorum cevabı gelmiştir (YADA, 2022, s. 13).
[10]"STK'ların siyasi partilerle doğrudan ya da dolaylı olarak çalışma durumu"na dair soruya %67 hayır, %33 evet cevabı gelmiştir (YADA, 2022, s. 19).
[11]"Siyasi partiler sivil toplumun etkisine açık" sorusuna %66 katılmıyorum, %30 ne katılıyorum ne katılmıyorum, %3 katılıyorum cevabı gelmiştir (YADA, 2022, s. 22).
[12]"STK'ların sivil toplumun merkezi yönetimin kararlarına etkin katılma kapasitesini değerlendirmesi" sorusuna %57 düşük, %39 orta, %3 yüksek cevabı gelmiştir (YADA, 2022, s. 28).

kalmaları kente dair çalışma yapma imkanlarını da kısıtlamıştır. Böylece meslek odalarının müzakere süreçlerine katılımı noktasında elinin zayıfladığı görülmektedir. Bu ortamda odalar dolaylı stratejilerle müdahil olmaya çalışmaktadırlar.

> …Biz bu sürece mümkün olduğunca dahil olmaya çalışıyoruz ama sehven ve hileyle dahil olmaya çalışıyoruz (K5-Mimarlar Odası).
>
> …bağlamaz. Kanunen bağlamaz, centilmenliğe dayanır. Fakat bazen odanın dava açacağını bilip, kazanabileceği bilindiği durumlarda bir iki adım geri atılabiliyor (3-Mimar).
>
> … Ama bizimle toplantı yapıp fotoğraf çektirdiler odanın görüşünü aldık diye. Sonra biz dava açınca dediler ki biz görüşünüzü almıştık ama yine dava açtılar. Belediyeler ve diğer kurumlar evet bir görüşümüzü alıyorlar STK olarak, bildirdiğimiz sonuçlardan hiçbir artı almadan karar alıyorlar. Ve bize de dava yolu dışında bir yol bırakmıyorlar. Davalarla birşeylere ulaşabiliyoruz ama tabi o zaman da süreçler çok uzuyor. Sürecin uzamış olması da kente zarar vermiş oluyor (K7-Şehir Plancıları Odası).

Burada katılımcılığın uzlaşmadan ziyade çatışmalı bir niteliği olduğu anlaşılmaktadır. Sivil toplum burada asli bir unsur olmaktan öte elinin güçlü olduğu alanlarda denkleme dahil olabilen kurumlardır. Elinin güçlü olmasından kasıt ise ilgili kararların kanuniliğiyle sınırlıdır. Yani teknik bir meseledir. Meslek odalarının görüşleri yerel yönetimleri doğrudan bağlamamaktadır. Odalar alınan kararlarda herhangi bir kanuni usulsüzlük veya açık olması durumunda bir aktör konumuna gelebilmektedir. Dolayısıyla kanunlarda doğrudan karşılık bulması zor olan kent hafızası, kent dokusu, kentsel eşitlik gibi itirazlar arkası güçlü bir biçimde müzakere zemini bulamamaktadır. Türel bir demecinde;

> "Ben seçim taahhütlerim içerisinde, broşürlerimde yeni otogar yapacağım demiştim. Boğaçayı projesi yapacağım demiştim. Şimdi ben bunları halk tarafından yap diye görevlendirilmişken benim ana taahhüdüm olan büyük projelerle ilgili referandum, paralel demokrasiyi ortaya çıkartır. Ben bunları halka yapacağım diye söz verdiğim bir ortamda, yeniden referandum denildiğinde o paralel demokrasi taleplerine elbette ki evet diyemem. …En büyük referandum seçimlerdir. Ondan dolayı yarın Boğaçayı için de, Konyaaltı Sahili Projesi için de referandum istenir. …Raylı sistem, geçmişte bana seçim kaybettiren en önemli faktör olarak gösterildiği için bir daha yapacağımda referanduma gideceğimi seçim kampanyamda söyledim. Bir küçük otopark büyük bir olay haline geldiğinde, içinden bir Gezi Parkı icat etmeye kalkılınca orada da yaparım ne olacak. 5 ya da 6 referandum tamamladık. Bu demokrasiye saygı demek. Sonuçları belli oldu, hiç düşünmeden 5 dakikada Üçgen'deki otoparkı iptal ettim dedim, geçti. İstenmiyorsa niye direneceğim, niye inat edeceğim. Siyasetçinin sorumluluğu halka verdiği sözü yerine getirmektir" (Portakal Gazetesi, 2017c, s. 3).

Burada demokrasi anlamında bir açmaz belirir. Gerçekten de seçim dönemi taahhütleri bir anlamda oylanmaktadır. Diğer taraftan ise bir başkana oy vermek onun bütün projelerinin onaylandığı anlamına gelmez. Zira seçmen davranışının farklı boyutları söz konusudur. Türel daha küçük çaptaki kent hizmetleri için "*İstenmiyorsa niye direneceğim, niye inat edeceğim*" noktasında iken kentin marka projeleri için böyle bir yaklaşım sergilenmemektedir.

Oysa yeni teknolojik imkanlar, yerel ölçekteki referandumun kolaylığı ile birlikte düşünüldüğünde kentin tamamını ve geleceğini ilgilendiren projelerin referanduma açılması kent yönetimini doğrudan demokrasiye yaklaştıran bir adım olabilir. Bu katılımcılık projelerin olduğu kadar markalaşma stratejisinin onayı veya reddi anlamına gelebilir. Bu sayede Antalyalıların kentin küresel bir marka olmasına yönelik tutumları ölçülebilir, sürecin bir parçası haline getirilebilir ve en büyük eksiklerden biri olan insan sermayesinin kapasitesi arttırılabilir. Öte yandan Türel mega projelerinin onayı hem seçimle halktan hem de merkezi hükümetten aldığını ifade ederken, "paralel demokrasi", "Gezi olayları" gibi ülkenin yakın tarihindeki çalkantılı olaylara gönderme yaparak doğrudan katılımcılığa farklı bir şerh koymaktadır. Tıpkı odalar gibi belediyenin de katılımcılığa dair alternatif stratejiler ürettiği anlaşılmaktadır.

> …AKP iki döneminde ya da 12 Eylül sonrası katılımcılıkta genel yapı biz kentli ile çalışacağız mantığı var. Hasan Subaşı demokrat bir adamdı. Ben o zaman mimarlar odası başkanıydım. Bir yere kadar çalışıyorduk, ciddi mahkemelik süreçler vardı. Ama uygarca işleri yürütüyorduk. AKP döneminde daha rahat çalıştım. Türel ilk döneminde danışma kurulu oluşturdu. Buraya gelen projelerden ne çıkarsa ben uygulayacağım, gelen projelerden hepsini uyguladı ama çıkmayacağını bildiği projeleri bize getirmedi (K1-Kent Konseyi).

Birinci döneminde Türel danışma kurulunun bütün kararlarına riayet ettiği, fakat zaten kabul edilmeyecek projelerin buraya getirilmediğini ifade etmektedir. Referandum tartışmalarına benzer biçimde ilerleyen bu durum göstermektedir ki bazı projeler yönetim açısından olmazsa olmaz sayılmakta, bunların gerçekleştirilebilmesi için gerek ihale sürecinde rekabet gerek referandum gerekse de sivil toplumla müzakereleri aşındırılabilmektedir. Belediye ve sivil toplum arasındaki ilişki *("…çıkmayacağını bildiği projeleri bize getirmedi"*) müzakere süreçlerinin belli yollarla by-pass edildiğini ve ivedilik sadece ekonomi alanında değil, engel teşkil edebilecek politik ve sosyolojik alanlarda da kendisini göstermektedir.

> …Örneğin şu an hatta çok uzun yıllardır gündemde olan bir mesele Kır Camii meselesi. Balbey merkezdeki küçük bir delik, Kır Camii çeperdeki kocaman bir delik. Bu örneği anlatmamın nedeni nasıl dikkate alınmadığımızı göstermek için. Öncelikle bizi çağırmışlardı planla ilgili olarak. Biz de görüşlerimizi bildirmiştik. Taslak bir plan vardı. Biz demiştik ki sosyal alanların durumu bizim için önemli çünkü yasa bunu istiyor. Bir de doğa ve çevresiyle ilgili ilişkileri bağlamı var. …Şöyle yaptılar bizi toplantıya çağırdılar. Kendi danışma kurulumuzda yaptığımız toplantıların sonuçlarını da belediyeyle paylaştık. Belediyeler bizi dinlediler çok güzel, sağ olsunlar çay, kahve müthiş. Ertesi gün taslak planı meclise aldılar. Biz güya görüş vermiş olduk ama hiçbir görüşümüz dikkate alınmadı. … Sonrasında yine biz suçlandık, toplantıya çağrıldınız ama yine dava açtınız noktasına gelmiştik (K7-Şehir Plancıları Odası).
>
> …Katılımcılığı tam anlamıyla yönetimlerin iyi anlaması gerekir. Bir proje hakkında bilgi vermek, STK'ları çağırıp bilgi vermek değil aslında. Alanla ilgili olarak ne yapılması gerekir, kentin ihtiyaç ve gereksinimlerine göre o alan nasıl planlanmalı katılımcı ve ilgili kurum kuruluşlarla bunun kararını vererek süreci başlatması gerekir. Uygulama ve uygulandıktan sonraki sürecin takibine kadar proje şeffaf bir biçimde uygulaması gerekir. Bu süreci tam anlamıyla hayata geçirebilen yok. Genel anlamda bakarsak ama birçok proje katılımcılıkla hazırlanmıştır ama sürdürülebilir olmamıştır. Yönetimlerin keyfi kararlarına göre başka biçimde uygulanabiliyor. Bu şekilde sekteye uğrayan, amacını aşan durumlar da var (K2-Kent Konseyi).

Gerek YADA'nın raporu gerek Antalya örneğindeki çatışmalı ilişkilerin detayları sivil toplum ve kamu yöneticileri arasındaki ilişkilerin toptancı ve büyük oranda ideolojik bir çekişmenin arasında sıkıştığını izlenimini vermektedir. Kamplaşmış siyasetin gölgesinde sivil toplumun muhalif unsurları, Osmanlı'daki yeniçeri isyanlarına gönderme yapan ve politik dilde bir tipolojiye dönüşen 'istemezükçüler' olarak nitelendirilmektedirler. Bu kesimlerin -özellikle odaların- kentin gelişmesine katkı sağlayacak her türlü projeye doğrudan karşı çıkan doğal muhalifler olarak görülmektedir. Esasen kenti dönüştüren projelerin kararlarının büyük ölçüde merkezi hükümetin verdiği, yerel yönetimlerin dahi etkisinin sınırlı olduğu bir ortamda sivil toplumun dahil olduğu bir yerel ve katılımcı mekanizmaların işlerliği pek mümkün görünmemektedir (Aykan, 2014, s. 249).

Antalya Büyükşehir Belediyesi Başkanlığı'nın, ülkenin genel konjonktüründen ayrılarak, son dört seçimdir el değiştirmesi sivil toplum ve yerel yönetimler arasındaki ilişkileri partiler bağlamında ele almak için elverişli bir zemin sunmaktadır. Antalya'nın son 4 seçimdir el değiştiriyor olması yerel yönetim ve sivil toplum ilişkisini partiler

üzerinden yorumlamaya fırsat vermektedir. Muhalefet partilerince yerel yönetimlerin katılımcılıktan uzak olmasının AKP ile doğrudan bağlantı olarak okuyan bir hava hakimdir. Öte yandan Antalya örneği göstermektedir ki bu durum partilerden arasında farktan ziyade yönetim kültüründeki süreklilikleri dışa vurmaktadır.

> …Türel'in yüzü hiçbir zaman kentliye dönük değildir. Başkana dönüktür. Bizim sivil toplum örgütleriyle ilişkisi Böcek'ten daha iyiydi. …Akaydın'ı halk sevmedi. Bir belediyenin yapması gerekeni yapıyordu. Bu yüzden merkeze gereksinim duymadan götürdü. Hiçbir şey yapmadı hiçbir şey eksilmedi, bütün sosyal projeleri yaptı. Kentin kendi alabileceği vergilerle iş yaptı. Uçuk kaçık projeler yapmadı …(Böcek'in)Balbey dışında kentle ilişkileri kopuk. Sadece halkla değil, Kent Konseyi ve STK'larla da. Yani başkan herkesi idare etmek istiyor ama 1.5 senedir bir müze projesi var ki kendi başına ben vazgeçtim dedi bitti. Falezleri aydınlatacağım dedi vazgeçmek zorunda kaldı. Böceğin akıl hocaları doğru değil. Onunla daha nereye kadar götürür onu bilemem. Rahatsız olduğu bir dönem vardı. O arada 7-8 ayı gitti belediyenin onun bunun elinde. Çok katılımcılık yok bu dönem, adı var, demokrat belediyeyiz var, birlikte yapıyoruz var. Kiminle birlikte yapıyorlar bilemiyoruz (K1-Kent Konseyi).
>
> … Daha kötü çalışır dediğimizle daha iyi, daha iyi çalışır dediğimizle daha kötü çalışıyoruz (K5-Mimarlar Odası).

Türkiye'nin güncel politik hayatında ayrı kutuplara yerleşmiş olan iki partinin (AKP ve CHP) -en azından Antalya'da- sivil toplumla kurulan ilişkilerde birbirlerine yakınlaştıklarını söylemek mümkündür. Her ne kadar ikircikli bir yapı biçiminde olsa da belediyenin artan yetkileriyle yerelleşmenin güçlendiği ortamda (Güzey, 2012, s. 68; T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2014, s. 27) -örgütlü toplumun giderek zayıflatan neoliberal politikaların da bir sonucu olarak- sivil toplumun denklemdeki yeri zayıflamıştır. İki kutuptaki partilerin bu noktada yakınlaşması, hatta görüşmecilerin ifade ettiği biçimde kendisini sosyal demokrat karşısındaki partiyi piyasacı olmakla tanımlayan -ki sadece mahalli seçimlerde değil genel seçimlerde de aynı söylem üretilmektedir- bir yönetimle daha zayıf ilişkiler kuruluyor olması katılımcılıktan uzak bir sosyo-politik iklime işaret etmektedir. Bu iklim içerisinde STK'lar da neleri kurtarabilirsek kardır noktasında mücadele vermeye çalıştıklarını aktarmaktadırlar.

> …Bir şeyler değiştiriyor muyuz evet. Deprem şube müdürlüğü kuruldu Antalya'da. Bir diğeri ise suyun bol olduğuyla alakalıydı. Biz bunun doğru olmadığını, evet şanslı olduğumuzu ama çok fazla israf olduğunu anlatmaya çalıştık. Bir şeyleri değiştirmeye çalışıyoruz. Özellikle tarımda su kullanımı ile ilgili insanlar biraz daha bilinçli. Hâlâ eksiklerimiz var ama değiştireceğiz (K6-Jeoloji Mühendisleri Odası).

… Buna kızabilirsin de 3-5ini kurtardıysak kâr da diyebilirsin (K1-Kent Konseyi).

Kent Konseyi'nin ve Şehir Plancıları Odası'nın anlatılarından hareketle müzakerenin aslında bir tür gösteri ya da Baudrillardcı bir biçimde ifade edilirse müzakerenin simülarkı olarak yorumlamak mümkündür. Kurumlar oluşmuş, kurumlar arası temas devam etmekte, çatışmalı ilişkiler her şeye rağmen belli bir nezaket zeminine oturmuş, herkes için belli kazanımlar söz konusu fakat müzakereci/katılımcı bir kentleşme modelinden bahsetmekten çok uzak bir görüntü mevzubahistir. Burada müzakereden çok müzakerenin görüntüsü, temsili aktiftir. Dahası bu temsilin sınırlarında dolaşma hususunda taraflar arasında adı konmamış bir konsensüs havası sezilmektedir. STK'larla görüşmelerde sıkça dile getirilen 'siyasi bir şey söylemiyorum', 'parti ayırmıyorum' gibi söylemler bir tarafı siyasetin herhangi kanadına dair umutsuzluğu ortaya koyarken diğer taraftan temkinli bir tutuma işaret etmektedir. Bu sınırların bir neticesi olarak STK'ların kentteki çılgın projelere dair tutumlarındaki teknokrat tavırda ve toplumda kurdukları ilişkilerdeki kopuklukta okumak mümkündür.

9.3.3.2. *Çılgın projeler bağlamında STK'ların tutumu*

STK'ların, özellikle de meslek odalarının, itirazlarının yoğunlaştığı meselelerin başında prestij/çılgın/mega projelerdir. Kamu kaynaklarının verimsiz kullanımı, kentleşme modelinden kaynaklı çevre sorunları (UN Habitat, 2012, s. 10-11), çoğulcu ve heterojen kent yaşamına dair problemler (Keyder, 2008c, s. 233), ekonomik büyümenin merkeze alınması (Lauermann, 2018b, s. 206; Lauermann, 2016, s. 316), girişimci belediyecilik modelinin öncelikleri (Jessop, 2005, s. 32; Harvey, 2019, s. 173) gibi tartışmaları Antalya'da sivil toplumun gündeminde de yer bulmaktadır. Fakat en baştan ifade etmek gerekirse sivil toplumun itirazlarında aşırı uzmanlaşmış bilginin ön plana çıkartıldığı görülmektedir. Görüşmeler esnasında farklı sorularla açılmaya çalışılmış olsa marka kent stratejilerinden sembolik, özgün değerlerin üretilmesi ve küresel arenada kentin tanıtımı boyutlarına girilmediği gözlemlenmiştir. Elbette bunun bir nedeni Antalya'nın markalaşma stratejisinin mekân politikalarındaki ağırlığı olduğu kadar Türkiye'deki kentleşmenin rant, israf, soylulaştırma, kamu-özel iş birlikleri gibi ekonomi politik etrafında dönen münakaşaların baskınlığıyla ilgilidir.

STK'lar ile görüşmelerde projeler sorulduğunda birkaç projenin öncelikli polemik konusu olduğu anlaşılmaktadır. Boğaçayı Projesi, Konyaaltı Sahili Projesi, EXPO gibi

büyük maliyetli ve çevre problemlerinin ön plana çıktığı konulara dikkat çekilmektedir. Projelere itirazların nedenleri çoğunlukla çevre merkezli iken projeciliğin motivasyonları ve sonuçları etrafında yoğunlaşmaktadır.

> … Konyaaltı plajının kumunu Boğaçayı deresi getirir. Yağışlı dönemlerde, sel baskınları döneminde suyu, çakılı bünyesine alır. Denize bırakır, denizde plaja serer. Konyaaltı plajının oluşma nedeni Boğaçayı'dır. Proje ile birlikte derenin denizle birleştiği alan kazılacaktı -ki kazıldı- burada büyük bir çukur oluştu. Yukarıdan gelen denize ait olan çakıl kum denize gitmeyecek ve çukura dolacak. Böyle olunca Konyaaltı Plajında gerilemeler olacaktı ki son 2 yıl içerisinde 5-6 m. gerileme oldu. Önümüzde iklim değişikliği var. Buna bağlı erozyonlar artacak, yağış azalacak. Bunları da hesaba katıldığında plajımızın yok olma riski söz konusu. Orada küçük bir görsel için plajımız şu an tehdit altında (K6-Jeoloji Mühendisleri Odası).
>
> …Biz Boğaçayı'na baştan beri karşı çıktık. Denizin oradan yönlendirilmesinin sahil kaybına, hatta ilerleyen yıllarda Konyaaltı sahiline ciddi bir tahribata uğrayacağını belirtmiştik. Denizin içeri alınmasıyla Gürsu bölgesinde zemin problemlerinin yaşanacağını belirtmiştik. Allahtan para bulamadılar da orayı tam uygulayamadılar (K5-Mimarlar Odası).
>
> … Bak mesela kıyının daralacağı söylenmişti çünkü Boğaçayı yatağından beslenirmiş, daralmaya başlamış. Boğaçayı yatağı daraltıldı (K3-Mimar).

Antalya'nı çılgın projesi olarak tanıtılan Boğaçayı Projesi çevre temelli itirazların merkezinde yer almaktadır. Bu durumun en önemli nedeni projenin tatlı su kaynağı ile Antalya'nın dünyaca ünlü halk plajı olan Konyaaltı Sahili'nin kesişim bölgesinde inşa edilmesi ve çok boyutlu riskler taşımasıdır. Öncelikle Boğaçayı Deresi katılımcıların da ifade ettiği biçimde taşıdığı çakıl ve kumlarla Konyaaltı Sahili'ni beslemektedir. Boğaçayı Projesi kapsamında bölgenin derinliğinin arttırılmasının bu taşımayı engelleyeceği ve Konyaaltı Sahili'nin geri çekilmesine neden olacağı açıklanmıştır.

Görüntü 9.3.3.2.1. *Konyaaltı Sahili'nin 2018 (A), 2019 (B) ve 2019'daki 318 Günlük Kıyı Gerilemesini (C) gösteren uydu görüntüleri (Dipova, 2019, s. 75)*

Dipova'nın çalışması bu durumun gerçekleşmeye başladığını, Gürsu tarafında 50m gerileme (2009, s. 73), projenin tamamlanmasından 10 ay sonra 1 hek. Civarında kumsal kaybı yaşandığını göstermektedir (2009, s. 76). Görüntü 9.3.3.2.1'deki uydu görüntüleri de geri çekilmenin boyutunu (C resminde sarı ile işaretlenmiş bölge) gözler önüne sermektedir. Özellikle Jeoloji Mühendisleri Odası'nın proje öncesindeki itirazlarının haklı çıktığı anlaşılmaktadır.

> …Boğaçayı Projesine karşı çıkmamızın birçok sebebi var. Bunlardan bir tanesi biz şunu biliyoruz dünyada sayılı şehirlerde merkezde denize girebiliyorsunuz. Bunlardan bir tanesi Antalya. İkincisi taşkın riski. Oraya bir marina yapacaklardı. Biz söylemiştik taşkın dönemlerinde marinanın olması doğru değil. Taşkın gelince bunlar sular altında kalacak. Kafe ve restoranlardaki insanlar hayatını kaybedecek. Nitekim marina yapılmadı, o sene de büyük bir su baskını oldu. Eğer marina yapılsaydı o da sular altında kalacaktı. Üçüncü mesele hemen bu Boğaçayı Projesi'nin Kuzeydoğu bölgesinde ASAT'ın su alma yeri var. Açma

> içme suyunu yeraltı sularından karşılıyor. Bu su alma yapısı tatlı su alıyor. Proje şöyleydi, denizdeki tuzlu su içeriye girecekti. Böyle olsaydı tuzlu su tatlı suyu kirletip, tuzlandıracaktır. Diğeri ise şu an kazılarak tatlı su açık hale getirildi. Sularımız stratejik öneme sahiptir. Şu an tatlı suyu gün yüzüne çıkartarak tehditte açık hale getirdi. Oraya herhangi bir kimyasal dökerseniz, kuzeydeki su alma yerlerini kirletme riskiniz söz konusudur (K6-Jeoloji Mühendisleri Odası).

Projenin Konyaaltı Sahili'ne etkilerinin yanı sıra bölgede inşa edilmesi planlanan, sonra vazgeçilen marina bölgesinin sular altında kalması ve daha tehlikesi çayın içerisine çekilen deniz suyunun tatlı su kaynaklarını tuzlandırıp kullanılamaz duruma getirme ihtimali diğer riskler olarak sıralanmaktadır. Burada STK'lar ile yerel yönetimler arasındaki çatışmalı ilişkilerin (Bölüm 9.3.3.1) kentin geleceği açısından ne kadar problemli olduğunu, katılımcı olmayan karar alma süreçlerinin geri döndürülemez sonuçlarına dair bir örnek söz konusudur. Öte yandan bütün aktörlerin üzerinde mutabık kalacağı çevre gibi bir meselede dahi iletişim kanallarının kapalı olması projeci belediyeciliğin motivasyonunun ne kadar güçlü olduğunu da göstermektedir. Bu da konuyu sivil toplumun yergilerinin yoğunlaştığı ikinci alana (projeci belediyeciliğin eleştirisi) taşımaktadır.

> …Ya bu ısrarcılık konusu, belediyenin işi çılgın proje mi yapmak olmalı? Değildir. Belediye kentin planlamasını yapar, alt yapısını yapar, ihtiyaçlarını gerçekleştirir. Kapitalist kafayla bakarsak, gelebilecek talepler için de plan bütünlüğü içerisinde değerlendirir, doğruysa önünü açar, yol gösterir, özel sektör yapar. Ben uçuk saçık proje yapacağım. Boğaçayı burada, Kanal İstanbul burada, Expo Kulesi orada. Hatay belediyesine yazı yazdım. Çok seviniyorsunuz EXPO yapacağız diye. Burayı rezil eden adamı genel sekreter yaptılar (K1-Kent Konseyi).
>
> …Siyasiler bir talep olarak bir şey yapmak isterler. Onun bilimsel taraflarını bilmezler. Boğaçayı Projesi onlardan bir tanesiydi (K6-Jeoloji Mühendisleri Odası).

Burada öncelikli itiraz temel hizmetlerden sorumlu belediyeciliğin yerini alan projeciliğin aldığı (Erder ve İncioğlu, 2004, s. 542), yerel yönetimlerin kurdukları şirketlerle birer müteşebbise dönüştüğü (Doğan, 2019, s. 29), yöneticilerin piyasa aktörü gibi hareket ettiği "projeci başkan habitusu" (Bayraktar, 2016, s. 39) yaygınlaştığı döneme dairdir. Yani "kentsel girişimcilik" (Harvey, 2013a, s. 154) çağının önceliklerine bir itirazdır. Belediyecilikten beklentilerin değişen formu (temel hizmetlerden projeciliğe) kentler açısından problemli görülmektedir. Dahası sadece zihniyet

dönüşümünün kendisi değil bu yeni formun arkasındaki motivasyon ve icra etme biçimi de tartışma konusu edilmektedir.

> …Böyle bir anlayış var. Belediyeler para kazanacak, sistem bu. Bütün değerler paraya dönüşecek, bunun içerisinde hiçbir şey yapmıyorsun. Doğa var kültür var bunları yiyeceksin (K1-Kent Konseyi).
>
> …Açıkçası kentin iyiliği için değil inşaat için yapılıyor. … EXPO örneği var. Fidan yetiştirme alanından, birinci sınıf tarım alanından vazgeçerek biz orayı değerlendiremedik. Bize bir marka katmadığı gibi tersi oldu tarım alanını da kaybettik. Birçoğu inşaatı yaptırmak için yapılıyor. …EXPO mesela kule yapıldı, hiçbir esprisi yok. Şaka gibi. Antalya'da bir ovanın ortasında kule dikilmesi hiçbir şey ifade edemiyor. Dünya gelip bu kuleyi görmek ister mi? (K7-Şehir Plancıları Odası).
>
> …EXPO eskiden BATEM yani tarım ürünleri üreten merkezdi. BATEM'in arazisinden vazgeçtiler, 70-80 yıllık kurumun yerine EXPO yapıldı (K9-ABB Kent Hafızası).
>
> …Boğaçayı Projesi ise bir fiyasko. Rüsubat der DSİ. Resmen bu hale geldi. Plandaki yeşil alanlara binalar kondu. Teraslar yeşil alan olacak dendi. Bende dedim ki balkonuma yeşil halı sereceğim metrekareyi büyüteceğim dedim. Mahkemeye sunuldu. Bizim planlarda sunduğumuz okul alanları, yeşil alanlar binalarla doldu. Tamamen ranta dönük bir proje. Bütün odaların katıldığı, jeoloji mühendisliği odası düzenlemişti, odaların gördüğü bütün aksaklıklar çıkmaya başladı (K3-Mimar).

STK'lar projeciliğin yöneticilerin aktardıkları dışında bir motivasyona dayandığını düşünmektedir. Yöneticiler projeleri kentin marka değerini yükseltmenin, gelirleri arttırmanın, rekabette ön plana çıkmanın ve kaliteli bir yaşamın önünü açacak gelişme olarak sunarken STK'lar açısından bunlar birer rant projeleridir. Dahası Boğaçayı örneğinde olduğu gibi çevre problemlerinin yanı sıra tarımsal üretim merkezinin yerine inşa edilen EXPO kentin aktif üretim alanlarının da projeler uğruna feda edilebildiğini göstermektedir.

> … (EXPO'dan) kağıt üzerinde bakarsan hiçbir beklentisi yok, zararı var. Türkiye'nin de başında bela. Orada 100 kişi çalışıyor parasını biz ödüyoruz. Tesisler eskiyor. Tesisler bir amaçla kullanılmıyor. Üniversiteye verin diyoruz üniversite aman aman diyor, kimse almak istemiyor. Şu an tarım orman bakanlığının elinde öylece duruyor (K1-Kent Konseyi).
>
> …Şimdi Expo bir fiyasko proje. Maliyetin karşılamadı kazancı. Şu an oraya nasıl kullanacağız diye bir ara ticaret falan önerdiler (K3-Mimar).

Dahası EXPO'da Saraybosna, Atina, Atlanta gibi olimpiyatlar sonrası kaderine terk edilmiş devasa yapılar gibi (http-75) geleceği pek parlak görünmeyen bir mekân durumundadır. EXPO alanı da küresel organizasyonlarda yer almak uğruna, büyük bütçelerle gerçekleştirilen 'tek kullanımlık mekanlardan' biri olma yolundadır. 2016

yılında şaşalı bir şekilde açılan, Maroon 5, Ricky Martin, Elton John, Deep Purple, Ricky Martin gibi dünyaca ünlü isim ve grupların konser verdiği EXPO alanı 2023 yılında satışa çıkartılmıştır (http-76).

> …Her seferinde aralarında konuşuyorlardı. Ya burası nasıl bitecek? 30 gün kaldı. Kanada'da ünlü firma var tematik ürünler inşa ediyor. Buradaki heykelleri onlar yaptılar. EXPO'nun kulesi eğri mesela. Zaman içerisinde de artacağı söyleniyor. Çünkü gereken zamandan daha hızlı yapmak istediler (K9-ABB)
>
> … Bir de yanlış uygulama ithal ağaç getirdiler. Maliyeti ne kadar yüksek yapabileceğiz diye uğraştılar bence (K3-Mimar).
>
> … Bir gün (başkan) dedi ki Antalya'da trafik çok sıkışık ben alt geçit üst geçit yapacağım. Başkanım ulaşımla ilgili bir master plan yapalım dedik. Çünkü Antalya hızlı gelişen bir kent, yazın nüfusumuz 2 katına çıkıyor. Fizibilite çalışmaları yapılmalı, ona göre şimdiden planlayalım para geldikçe yapılsın. Fakat ertesi gün çalışmalar yapıldı. Şuralar tıkanıyor diye belirleyip üç noktada çalışmalara başladılar. Hızlı inşaat yapmayı seviyoruz (K7-Şehir Plancıları Odası)

Uzun vadeli planlamanın yerini daha lokal, parçalı ve kısa erimli planların aldığı dönemin (Serter, 2013, s. 276) bir yansıması olarak projelerin inşasında da ivedi bir tutum gözlenmektedir. Esasen sermaye boyutunda tartışıldığı üzere süreci hızlandıracak Md.21 gibi afet şartlarında devreye girmesi gereken ihale kanunun prestij projeler için yaygın bir biçimde kullanılmasının (Bölüm 9.3.2) yanı sıra inşaat aşamasında da hızın ön plana alındığı durumlar söz konusudur.

> …Mega proje dediğin projeler kentin doğal yapısını zedeleyici noktaya geliyorsa ki Boğaçayı'nda geldi, kentin gerçek yapısını bozmuş oluyoruz. O zaman kattığı değer sorgulanır planlama açısından. Orası bir planın parçası değil, yapıştırma olduğu için çevresiyle ilişkisi düşünülmüş değil. Mega projeler eğer kente değer katarak, dokusunu bozmadan yapılabilse markayı arttırır. Fakat hepsi yama gibi benim aklıma bu geldi diye yapıldığı için kentle bütünleşemeyen devamında randımanlı bir biçimde çalışamayan ölü projeler haline geliyor. Kentte hem maddi hem de manevi olarak zararını çekiyor (K7-Şehir Plancıları Odası)
>
> …Bunların hepsi bir vizyon gerektiriyor. Kenti kısa, uzun ve orta vadeli geleceğe hazırlama planı ortaya getirirseniz 20 yıl sonra 100 yıl sonra nerede olacağını şimdiden adımları atarsanız o adımları çok doğru atmış olursunuz. Ama günübirlik politikalarla hele de yerel seçimlerle sınırlı programlarla, her seçimden sonra biri yapıp biri bozduğu projelerle, programlarla kent kimliğinden söz etmek, geleceğe adım atacak o bilinçle hareket edecek kentten bahsetmek çok mümkün değil. Ortaya koyduğunuz projeler insan odaklı olacak, siz

> yerelinizde insan kalitesini yükseltebilirseniz turistin de yaşam kalitesi yüksek olacak, doğrudan etkileyecektir (G2-Kent Konseyi)

Projeciliğin motivasyonları, icra biçimi, getirdiği çevre problemleri ile birlikte projelerin kente ne kattığı, kent için sonuçlarının ne olduğu STK'lar açısından tartışılması gereken bir meseledir. Öncelikle görüşmelerdeki gözlemlerden hareketle STK'ların kentlerde büyük projelerden fikrinden ziyade kentin öncelikleri, karar alma ve icra süreçlerine itirazlarının daha güçlü olduğunu söylemek mümkündür. G22'nin vurguladığı üzere projelerin kentin uzun erimli büyüme politikasının parçası olarak tasarlanmaması, kent mekanlarında müstakil dönüşümler olarak bütünlük gösterememesi ve gelecekte işlevsiz mekanlar haline gelme ihtimalleri önemli risklerdir. Yine uzun vadeli planlama boyutunun eksikliğine işaret eden Kent Konseyi sadece mekânsal bir problem olmadığını kentlilere kattığı değerlerin ihtilaflı olduğunu ifade etmektedir. Dahası bütün bu meseleleri dışlayan projeciliğin, nihai amaç olan 'turizmde kaliteyi arttırma' beklentisini ne kadar karşılayacağı şüphelidir. Bütün çevre tartışmaları, büyük maliyetler, kentin öncelikleri, katılımcılık problemleri gibi itirazların bir araya toplanması STK'lar açısından projeciliğin Antalya'nın geleceğinde endişe verici sonuçlara gebe olduğu anlaşılmaktadır. STK'lar yöneticilerin bu itirazlarını dikkate almadığından şikayet etmekle birlikte güçlü bir muhalefet gösterme noktasındaki başarıları şüphelidir.

> …İki kere üst üste seçilebilen belediye başkanı çok zor, geçmişte bir defa oldu. Tüm üretmiş olduğu politikanın halkın ihtiyaçlarıyla, kendileriyle ne kadar örtüşüp örtüşmediği ile ilgili. Memnun değilse değiştirir. Partizan bir tutum yok bu şehirde, öne çıkan kişi ve politikası daha çok değerlendirilmiştir (G2-Kent Konseyi).
>
> …Var tabi projeler açıklandığı anda kafamıza yatmayan kısımları söyleyeceğiz ve bununla alakalı olarak da yargı ise yargı, kentte gündem oluşturmaksa gündem oluşturmak, eylem yapmaksa eylem yapmak olacak (K5-Mimarlar Odası).
>
> … Layıkıyla bir temsiliyetimiz çok iyi değil. Herkes kendi derdinde. Bunun için artık bu STK'lar -ki Antalya bu konuda diğerlerine göre çok şanslı- olması gereken düzeyde değil (K6-Jeoloji Mühendisleri Odası).

Son 4 seçimdir AKP ve CHP arasında el değiştiren Antalya'da kentlilerin yerel yönetimlere kent özelinde baktığını göstermektedir. Antalyalılar kentteki memnuniyetsizliklerini seçimlerde doğrudan gösterebildiğini, oy verme davranışlarının -diğer kentlere nazaran-genel siyasetten görece daha az etkilendiğini göstermektedir. Bu durum Antalya'da sivil toplumun itirazlarını daha güçlü bir biçimde dile getirebilmesi ve sonuç alabilmesi açısından bir şanstır. Mimarlar Odası "kentte gündem oluşturmak"

gerekirse “eylem yapmak” gibi yolları dile getirse de gerek projelerin çok büyük bir bölümünün gerçekleştirilmiş olması gerekse kentte projelere dair itirazların tabanda güçlü bir harekete dönüşmemesi STK’lar ile toplum arasındaki ilişkilerde kopukluğa işaret etmektedir. Bu noktada sivil toplumun kentlilerle temasının ne düzeyde olduğu, kendilerini ne kadar ifade edebildikleri ve kabul ettirebildikleri önemli bir problem olarak belirmektedir.

9.3.3.3. *Eksik olan: Sivil toplum ve toplum ilişkileri*

STK’ların Antalya’nın büyük projeler eliyle çehresinin dönüştürülmesine ve bu projelerin uzun vadede kentlilerin aleyhine olduğuna dair itirazlarının karşılık bulmamasının önemli bir nedeni toplumsal desteklerinin az olmasıdır. Bu durum oy kaygısıyla hareket eden yerel yönetimlerin STK’larla kurdukları zayıf ilişkilerin de dayanak noktası olabilirken, STK’ların da toplum merkezli muhalefetten ziyade mahkeme eliyle muhalefet ettikleri bir konjonktürü de ortaya çıkartmaktır. Katılımcılık noktasında halkın önemine vurgu yapan Kent Konseyi,

> … Kente karşı sorumlu bireyler yaratılacaktır böylece. Böylece katılım sürecinde kurumlar halka hesap vererek açık ve şeffaf olacaktır, şaibeler ortadan kalkacaktır. Sonuçta birçok yerde birçok şey tartışma konusudur. Bu ortadan kalkacaktır. En önemlisi de halkın ihtiyaçlarına göre öncelikli planlanan ya da öncelikli programlanan yönetim politikası oluşturulacaktır. Kaynakların doğru ve yerinde kullanılması için çok önemli. Nasıl kullanıldığını yerel halkın bilme hakkı olduğunu, böyle bir zorunluluk olduğunun bilmesi, yerel halkın bir talepte bulunması gerektiğini bilmesi önemli (K2-Kent Konseyi).

Yerel yönetimler bağlamında bu bakış açısının STK’lar ve toplum arasındaki ilişkiler için de düşünmek gerekir. Fakat bu ilişkilerin kendiliğinden meydana gelmesi mümkün değildir zira sosyo-ekonomik, sosyo-politik ve sosyo-ekonomik dengelere bağlı olarak şekillenmektedir. Daha doğrusu bu dengeleri merkeze alan stratejilerle inşa edilebilirler.

> …Tabi biz ideali konuşuyoruz ve idealin olmasını istiyoruz. İdeal olmaması için çok fazla sebep var aslında. İnsanlar bunun böyle olduğuna inanmıyorlar. Bir denge kurarak yol kat ediyoruz. …Almıyorlar ya da çok az alıyorlar. Bunun birçok sebebi olabilir. Sosyolojik nedenleri olabilir. İnsanların çoğu kendi derdine düşmüş durumda. Önce kendi karnının, evladının, ailesinin geçimiyle uğraşmak zorunda. Böyle olunca doğa olayları onu ilgilendirmiyor çünkü onun başka sorumlulukları var (K6-Jeoloji Mühendisleri Odası).

Toplumsal ilişkiler doğası gereği son derece karmaşıktır. Talepler, çıkarlar, beklentiler bu karmaşık yapı içerisinde farklı kesimlerde farklı rasyonaliteler doğurur. Dahası bu rasyonaliteler toplumsal kesimlerin, sınıfların mevcut koşullarının gölgesinde hayata geçer. Jeoloji Mühendisleri Odası'nın da esasen tespit ettiği gibi insanların öncelikleri ile uzmanların ürettikleri bilgi arasındaki kopukluk, son derece isabetli dahi olsa, ortak bir talebe dönüşmesini engellemektedir. Boğaçayı Projesi bu kopukluğun ortaya çıktığı bağlamlar için iyi bir örnektir.

Farklılaşan öncelikler bu ayrışmanın zemininde yer almaktadır. Bir proje belli kesimler için iş imkânı, bazıları için değerlenen arazileri üzerinden sınıf atlama şansı, kimileri için ise kaliteli vakit geçirecekleri yeni mekanların müjdesi anlamına gelebilir. Örneğin Boğaçayı Projesi iş arayan inşaat işçisi için yıllarca ailesini geçindirebileceği bir fırsat olabilir. Veya bölgedeki bir arazi sahibinin daha kaliteli bir yaşamın kapısını da açabilir. Bu noktada STK'ların Konyaaltı Sahili'nin daralması, taşkınlar veya tatlı su kaynaklarının tuzlanmasına dair itirazlarını da dikkate almamaları sonucunu doğurabilir.

> …Zaten planlamalar yapılırken bölgede anket yapılması gerektiğini düşünüyorum. Sosyolojik açıdan o insanların nasıl bir yapıda yaşayabileceği ve mutlu olacağı çok önemli. Ama bunu göz önüne almıyoruz. Zeytinköy bölgesinde rezidanslar yapıldıktan sonra Zeytinköy kalmadı. Güvenlikli sitelerde girip yaşamak o insanların özüne aykırı. Yaptığımız planlarla o insanları ite ite çeperlere sürüklüyoruz (K7-Şehir Plancıları Odası).

Bu noktada ihtiyaçların farklılaşması bir diğer meseledir. Döşemealtı'nda, Serik'te düşük gelir grupları arasında gündelik yaşamını idame ettirmekte zorlanan, denizle güçlü bir bağı olamayan bir aile için daralan Konyaaltı Sahili bir anlam ifade etmeyecektir. Aksine onun ihtiyaçlarına seslenen söylemler projelerin desteklenmesi sonucunu doğurabilecektir. Keza Türel de projelerin tanıtımlarında sıklıkla dile getirdiği inşaat sürecinden başlayan iş imkanları, modern mekanlar, kaliteli turist, yeni iş sahaları, daha fazla döviz gibi söylemlerle destek bulabilmektedir. Diğer taraftan iyi örgütlenmiş, talepleri net ve toplumsal tabanıyla bütünleşebilmiş daha küçük ölçekli STK'ların başarıya ulaşma kabiliyeti daha yüksektir.

> … örneğin minibüsçüler odası bunların tek kuruluş gerekçesi meslektaşlarının hakkını savunmak, kamu yararı neredeyse yoktur. Ama üzülerek söylüyorum. Bunlardaki belediyedeki karşılığı bizden çok daha fazla. Onlar doğrudan halka dokunuyor ve sayıları çok fazla, kendi içerisinde örgütlüler. Bizim meslektaşlarımız daha dışarıda, usturuplu insanlarız. O yüzden siyasiler bizden zarar gelmeyeceğini biliyor. Ama o insanlara yanlış yaptıkları zaman eylem yaparlar, size bağırıp eleştirirler. Siyasiler de bundan çekindikleri

> için buradan gelen talepler daha geçerli oluyor. Biz vurdulu kırdılı iş yapamayız, söylemlerimize daha dikkat etmek zorundayız (K6-Jeoloji Mühendisleri Odası).
>
> …Biz teknik söylüyoruz zannediyoruz ki karşıdaki aynen anlıyor. Aslında bunun hiç böyle olmadığını ve insanları bilmediği için bazı aracı olarak kendini gösteren meslek grupları da var onlar insanlara bundan şu kadar kâr elde edeceksiniz diye belirttikleri için bizim onların bu durumuna karşı çıktığımızı düşünüyorlar (K7-Şehir Plancıları Odası)

Burada dil meselesine özel bir parantez açmak gerekir. Yine YADA'nın raporundaki sonuçlarında siyasete etki noktasında, bağımsızlık ve eleştirelliğin altı çizilirken, etki gücünde ise sivil alanda uzmanlaşmanın, saha bilgisinin bilimsel verilerle ve anlaşılır bir şekilde ulaştırılmasının önemi vurgulanmaktadır (YADA, 2022, s. 9). Jeoloji Mühendisleri Odası'nın ideali konuşmak olarak ifade ettiği esasen aşırı uzmanlaşmış, teknik bilgi ve ifadelerin toplumla temas kurmayı zorlaştırdığı açıktır. Bilhassa mimar ve mühendislik alanındaki yoğunlaşma ve teknik dil beraberinde toplumun anlamakta zorlandığı/zorlanacağı bir iletişim biçimini doğurur. Yine Boğaçayı Projesi'nden örnek verirsek tatlı su kaynaklarının kirlenmesi, kentsel gelirin belli kesimler lehine yeniden dağıtımı gibi konular kentlilerin büyük kesiminin aleyhine gelişmelerdir. Öte yandan bunun toplum nazarında bir bilgiye dönüşüp kabul görmesi, gerçek olmasından farklı bir durumdur. Burada önemli olan bir ayağı dayandığınız toplumsal kesimin önceliklerinin de denkleme katıldığı muhalefet inşa ederken diğer ayağı ise bu bilginin topluma aktarmanın doğru yollarını aramaktır. Bu arayış ise STK'ların toplumla daha güçlü ilişkiler kurmasıyla başlayabilir.

> … Halbuki imar planı rahat ve mutlu yaşamının bir şeklidir. İnsanı rahat yaşatıp birlikte bir arada tutmanın bir yöntemidir. Önce insanlara bunun anlatılması lazım. …Ben halkla bir toplantı yaptım. Şuna pişman oldum keşke biz siyasileri ikna etmeye çalışmak yerine halkla birlikte hareket ederek, halka sizin için doğru olan bu, bu doğru yoldan yürümenin yöntemi siyasileri beraber ikna etmekti. Siz daha kârlı olacaksınızı daha iyi anlatmak olurmuş. Biz sürekli zannettik ki belediyelerde teknik arkadaşlar var, meslektaşlarımız var onlarda bizi savunur ama sonuçta siyasilerin karşısına çıkınca kimse bir şey söyleyemedi. (K7-Şehir Plancıları Odası)

Hem Jeoloji Mühendisleri Odası hem de Şehir Plancıları Odası belli eksikliklerine dair öz eleştiri verme eğilimi göstermişlerdir. Jeoloji Mühendisleri Odası bu eksiklikleri yasalarda azalan gelirlerine, meslek örgütlenmesi noktasındaki aksaklıklara ve bireyselleşmiş toplumsal yapıyla ilişkilendirdi. Öte yandan Şehir Plancıları Odası konunun daha farklı bir boyutuna, toplumsal tabanla bütünleşme noktasındaki eksiklikleri

de dile getirerek meseleyi can alıcı bir zemine taşımıştır. Yöneticilerle ilişkilere fazlaca odaklanan, toplumsal tabanı ihmal eden daha doğrusu onlarla aynı dili konuşamayan aşırı uzmanlaşmış bir muhalefetin sonuç doğurmadığına işaret etmektedir. Bu noktada en baştan ifade etmek gerekirse Balbey örneğinin detayları bu eleştirinin tabandaki karşılığına ve sonuçlarına dair gösterdikleriyle Şehir Plancıları Odası'nın ne kadar isabetli bir noktaya parmak bastığını doğrulamaktadır. Toplumdan kopuk sivil toplum hareketleri başarıya ulaşmak şöyle dursun farklı ajandaları olmakla, lümpen bir tavır sergilemekle itham edilirken haklı tenkitlerinin dahi topluma ulaşması mümkün olmamaktadır.

> …Eğer kentteki dinamik olan STK'lar ile …en büyük destekçimiz olması gereken *** Odası dahi o bölgede bir müteahhitlik işleri olduğu için biz buna sessiz kalalım siz istiyorsanız bir şey söyleyin noktasına gelmişti. Tamam plan doğru değil, kötü ama biz buna bir şey söyleyemeyiz noktasına gelmişlerdi. Sivil toplumun geldiği son nokta bu oldu (K7-Şehir Plancıları Odası)
>
> …Kent Konseyi biraz bana burjuva bir konsey gibi geliyor. Aldığı tutumlar, tavırlar, kişiler çok böyle halka inebildiğini inanmıyorum. Son zamanlarda Facebook'ta paylaşır oldular. Aldıkları kararlarda pek paylaşım olmuyordu (K3-Mimar).

Bütün bu hikâye aslında kamu ve STK ilişkilerindeki kurulan, sağ-sol anılarından kalan güvensizlik ilişkilerinin iktidar lehine ortadan kalktığını söylemek mümkündür. Elbette hâlâ pek çok örnekte STK'ların iktidarların elini zorlaştıracak hamleler yapabildiği ve bu bağlamda çabaladıkları ortadadır. Fakat bu örnekler ve Antalya örneği birlikte ele alındığında kentsel muhalefetin gücünün toplumdan kaynaklandığı, siyaset kurumunun toplumun belli kesimlerini ikna ettiği sürece STK'ların itirazlarını boşa düşürebildiği ve hedeflerine ulaşama noktasındaki başarısı ortadadır. STK'ların da yer yer ifade ettiği gibi toplumsal tabana yayılmayan itirazlar sonuç doğuramadığı gibi toplumsal kesimlerle olan mesafenin de açılmasını beraberinde getirmektedir. Bu mesafenin ne denli açıldığını Balbey Mahallesi örneği daha detaylı bir biçimde ortaya koymaktadır. Balbey'in hikâyesi markalaşma stratejisinin tam ortasında kalmış bir mahallenin yerel/merkezi yönetimlerle mücadelesini içerdiği kadar STK'larla toplumun arasındaki mesafenin de ne kadar büyüdüğünün hikâyesidir.

9.4. Markanın Gösterdikleri

Bütün bu bahsi geçen tartışmalar ışığında Antalya'nın markalaşma öyküsünün belli birtakım özelliklerini sıralamak mümkündür. İlk olarak karar alma noktasındaki

merkeziyetçi yapı dikkat çekmektedir. Bu yapı öylesine kurumsallaşmış hatta kültür haline gelmiştir ki izlerini sadece merkezi hükümet ile yerel yönetimler arasında değil diğer aktörler arasındaki ilişkilerin detaylarında takip etmek mümkündür. Markalaşma iradesinin yukarıdan aşağı sirayet ettiği bu ortamda sivil toplumun itiraz yollarının kimi zaman yereldeki ilişkilerle fakat çoğu zaman yasalarla sınırlandırılmış, müdahale güçleri zayıflatılmıştır. Açıkça belirtmek gerekir ki bu ortam yerel yönetimlerce de doğrudan veya zımni olarak desteklenmektedir. Belediyeler pekâlâ STK'ların itirazlarını bir zorunluluk olmaksızın daha fazla dikkate alabilir, ortaya koyulan eleştirilerini dikkate alabilir ve özellikle kentin geleceğini şekillendiren büyük projeler için daha müzakereci bir yol izleyebilir. Oysa katılımcıların anlatıları bu noktadan çok uzak olunduğunu göstermektedir. Dahası bu durumun taban tabana zıt olma iddiasındaki partilerin döneminde değişiklik göstermemesi, yerel yönetimlerin kentlerde tek merkezli bir yönetim anlayışını içselleştirdiğini dışa vurmaktadır.

Antalya'daki aktörlerinin etki ve konumlarına bakıldığında hem hâkim literatürden hem de Türkiye'deki bazı örneklerden ayrıştığı görülmektedir. Özellikle sermayenin karar alma ve icra noktasındaki etkisinin düşüklüğü önemli ayrışma noktasıdır. Elbette Antalya'daki markalaşma ve kentleşme sürecinde kent hizmetlerinin piyasalaşması eğilimi kendisini gösterse de literatürde ele alındığı gibi sermayenin markanın niteliklerine dair (markalaşma hedefleri, stratejileri vb.) etkisi (Molotch, 1976, s. 312; Lorrain, 2017, s. 39) kısıtlıdır. Bu boyutuyla sadece literatürden değil İstanbul örneğinden dahi ayrışmaktadır. Zira kentte Büyükdere-Maslak örneğinde kent planını kendi hedefleri doğrultusunda değiştiren TÜSİAD grubu gibi (Öktem, 2016) etkili, büyük bir sermaye grubu yoktur. Antalya'daki durum daha ziyade merkezin ve yerel yönetimin çizdiği markalaşma hedeflerine dair projelerin piyasadan mal ve hizmet alımıyla gerçekleştirildiği bir sürece işaret etmektedir.

Benzer bir ayrışmayı sivil toplum bağlamında da gözlemlemek mümkündür. STK'ların toplumla güçlü bağlar tesis edememesinin de etkisiyle, devasa bir dönüşüm furyasından geçen Antalya'nın sivil toplumundan güçlü itirazlar yükselmemektedir. Markalaşma stratejilerinin sosyo-ekonomik maliyetleri giderek artan Antalya'da (Bölüm 9.2.2) -her ne kadar STK'lar literatürdeki itirazlara paralel eleştirilerini (kaynakların verimsiz kullanımı, çevre problemleri vb.) dile getirse de- ne Sao Paulo, Barselona, Tahran gibi yurtdışındaki (UN Habitat, 2012, s. 10-11) ne den Sulukule Platformu gibi

(Uysal, 2012) Türkiye'deki deneyimlere paralel, güçlü ve etkin bir sivil toplum muhalefeti görülmemektedir.

İkinci olarak markalaşmanın ivedi karakterine değinmek gerekir. Antalya'daki markalaşma hikâyesinin bu niteliği neredeyse bütün aşamalarda görmek mümkündür. Öyle ki süreci yavaşlatacak her gelişme aşılması gereken bir engel, detay ve problem sayılmaktadır. Özellikle ekonomik başarıya odaklanan, diğer kentlerle yarışma motivasyonuyla hareket eden irade açısından ivedi tutum küresel rakiplerle kapatılması gereken bir mesafe söylemi üzerinden meşrulaştırılmaktadır. Bu noktada yolu uzatan müzakere aşamaları atlanabilmekte, ihale süreçleri kısaltılabilmekte ve hatta Boğaçayı örneğindeki gibi kent hakkı gibi görece daha ihtilaflı itirazların ötesinde doğal riskler dahi dikkate alınmayabilmektedir.

Üçüncüsü markanın dışlayıcı karakteriyle ilgilidir. Büyük projelerin, kültür sanat merkezlerinin, otellerin, eğlence alanlarının yoğunlaştığı coğrafya ile dışarısı arasındaki keskin ayrım, markanın içerisine almadığı kesimlere işaret etmektedir.

Antalya'daki markalaşmanın ve kentleşmenin bu dinamiklerinin kentliler açısından ifade ettikleri vardır. Projelerin coğrafyasının tam ortasında kalan çöküntü mahallesi durumundaki Balbey'in dönüştürülme hikâyesi bahsi geçen makro gelişmelerin daha küçük ölçekteki yansımalarını göstermektedir. Mahallenin kentin markalaşma yoluna girmesiyle tekrar önem kazanması, kent aktörlerinin mahalleli ile kurduğu temasın niteliği, karar alma noktasındaki problemler, Balbeylilerin içerisinde bulunduğu durum ve diğer gelişmeler kentteki büyük dönüşümlerin mahalledeki iz düşümü gibidir. Balbey'in çöküntü alanı olmasından yeniden değerlenmesine giden süreç, dönüşüm projesindeki ihtilaflı alanlar, kaygılar ve beklentiler, mahallelinin eski komşularıyla, kiracılarıyla, belediyeyle ve sivil toplumla kurdukları temasın detayları küresel bir marka olma iradesiyle kentlilerin karşılaşmasına ışık tutmaktadır.

10. MARKANIN KALBİNDE BİR ÇÖKÜNTÜ MAHALLESİ: BALBEY

10.1. Balbey Mahallesi'nin Tarihi, Demografisi ve Mekânsal Görünümü

Antalya'da XV. yy'da itibaren surların dışında mekânsal oluşumların hızı artmıştır. Cami ve mescitleri de barındıran külliyeler etrafında mahalleler bu dönemde oluşmaya başlamıştır (Güçlü, 2004: 423). Bu dönemde Haşimişcan ve Balbey mahalleleri kentin sur dışındaki ilk yerleşim alanları olarak belirmiştir (Kepenek, Gençel ve Güç,

2015: 79). Bugün "Kalekapısı, Hanlar Bölgesi, Balbey Mahallesi ve Haşimişcan Mahallesi olarak adlandırılan bölge geçmişten günümüze kadar Antalya kentinin merkezi olmuştur" (Gül, 2006: 121). Balbey Mahallesi tarihinin Sultan II. Bayezıd (1481-1512) dönemine dayandığı düşünülmektedir. Malkoçoğlu Bali Bey'in yaptırdığı cami etrafında şekillenen mahallenin adı zamanla Balbey haline gelmiştir (ABB, 2014a: 5).

Balbey demografik açıdan bakıldığında küçük bir yerleşimdir. Mahallenin nüfusu 1026dır. Nüfusun %53,6'sı (550 kişi) erkek iken %46,4'ü (476 kişi) kadındır. Yaşa göre dağılımına bakıldığında %15'i genç, %56'sı orta yaş ve %29'u yaşlı grubundadır. Km2 başına düşen kişi sayısı 5,4'tür (http-77). 2013 yılındaki Koruma Amaçlı İmar Analiz Çalışmaları'nın verilerine göre Balbey'de yaşayanların sadece %21,7'si Balbey Mahallesi'nde doğmuştur (ABB, 2016b: 10). Geriye kalan kesim ise mahalleye sonradan yerleşmiştir.

Bir sit alanı olan Balbey'de "2 adet anıt eser (cami-mescit), 3 adet sivil mimari örneği çeşme ve 42 adet sivil mimarlık örneği yapı bulunmaktadır" (ABB, 2016b: 12). Öte yandan 3 adet tescilli yapı şu an yerinde değildir (ABB, 2016b: 47). Tescilli bina sayısı sit alanı içerisinde 30, sit alanı dışında 12 adettir (ABB, 2016b: 23). Tescilli binaların büyük çoğunluğu harap haldedir. İçerisindekiler ve çevresindekiler açısından güvenlik sorunu yaratmaktadır (Kent Konseyi, 2015: 114). Bu bakımdan

> "…sit alanındaki yapıların %45'i için basit onarım gerekmektedir. Bu oranı %42 ile esaslı onarım gerektiren yapılar izlemekte, yapıların %8'i ise iyi durumda olup herhangi bir onarım gerektirmemektedir. Harabe durumunda olan yapılar toplamın %4'lük dilimini oluşturmaktadır" (ABB, 2014a: 14).

Bunun yanı sıra geleneksel mimarinin dışında kaçak olarak inşa edilmiş betonarme yapılar ile tescilli yapılar iç içe geçmiştir (Gül ve Özaslan, 2022: 25). Mülkiyet dağılımı bakımından bölgenin %96,38'i özel kişilere, %1,3ü Muratpaşa Belediyesi'ne, %0,13'ü Maliye Hazinesi'ne, %2,17'si ise vakıflara aittir (ABB, 2016b: 34).

Bugün Balbey -en azından niteliği ve işlevi bakımından- kent merkezinin bir parçası olmaktan uzaktır. Mahalle zamanla kentin diğer bölgelerinden kopuk izole hale gelmiş bir dokuya dönüşmüştür (Kepenek, Gençel ve Güç, 2015: 78). Mahalle oldukça eski ve bakımsız binalarla doludur. Zemin kullanımı bakımından mahallenin %64'ü konut olarak kullanılmaktadır. Ticari fonksiyonla kullanım ise %24,6 oranındadır (ABB, 2016b: 26). Bu yapıların %8.55'i ruhsatlıyken %91,45'i ruhsatsız durumdadır (ABB, 2016b: 38). Ticari mekân olarak kullanılan alanların büyük bir kısmı konut alanından

bozma otoparklar, hurda toplama alanı gibi işler için kullanılmaktadır. Gelinen noktada Balbey'i çöküntü haline getiren ve yeniden önem kazanmasına neden olan gelişmeler söz konusudur.

10.2. Balbey'in Çöküntü Alanı Haline Gelişi

Balbey Mahallesi bugün bir çöküntü alanı halindedir. Mahalledeki kısa bir gezide dar ve bozuk yollar, yer altına alınmamış elektrik şebekesi, paslanmış direkler, kepenkler, kapılar, harabeye dönmüş yapılar, kırılmış parke kaldırımlar, sarmaşıkların sardığı duvarlar, hurdacılar ve otoparkçılar ilk göze çarpanlardır. Bu anlamda çevresiyle birlikte değerlendirildiğinde aynı mekânda farklı zamanların yaşandığı dünyalar gibidir. Örneğin bir zamanlar Antalya'nın tehlikeli bölgesi sayılan ve yaklaşık 1 km uzağındaki Kaleiçi ile sadece görsel olarak bile kıyaslandığında (Resim 10.2.1.) aradaki uçurum kendisini göstermektedir. Kentin bir yüzü modern bir Akdeniz kenti iken diğer yüzü on yıllarca geride kalmış, suçla, uyuşturucuyla ve yoksullukla özdeşleşmiş bir yaşamın mekanıdır.

Görsel 10.2.1. *Balbey Mahallesi (sol) ve Kaleiçi'nden (sağ) görüntü*

Balbey'in çöküntü alanına dönüşümünü üç başlık altında ele almak mümkündür. Birincisi kentleşme dinamikleri ve bu bağlamdaki dönüşen ekonomisi, ikincisi

mahallenin suçla özdeşleşen yapısı ve kamunun mahalleyi sit alanı ilan ederek değiştirdiği statüsüdür.

10.2.1. Kentleşme dinamikleri ve mahallenin ekonomik yapısı

Balbey Mahallesi geçmişte canlı sosyal hayatı, iş merkezleri ve ticari kapasitesiyle kentin önemli bir parçası idi. Antalya'nın kentleşme dinamikleri neticesinde mahallenin ticari, fiziki ve demografik yapısı değişmiş, çevresiyle kurduğu ilişki kopmuş ve içe kapanma dönemine girmiştir. Kent büyük bir hızla değişirken Balbey'in bu gelişimin dışında kalması geçmişteki merkezi konumunu kaybetmesine ve hızla çöküntü alanı haline gelmesine neden olmuştur. Bölgenin uzun süredir çözülemeyen dönüşüm sorunu, çevresindeki değişime ayak uyduramaması (Antalya Kent Konseyi, 2020: 80), kendisini yenileme gücünü kaybetmesi ve konut yapısının köhneleşmesiyle kent merkezinde çöküntü alanı konumuna dönmüştür (ABB, 2014a: 23).

> …Burası Antalya'nın göbeğiydi, merkeziydi. Antalyalıların yerlileri eskiden dükkanları vardı. Bir tabure koyardı dükkanına. Evine gelirdi yemeğini yerdi, dinlenirdi. Giderdi yine dükkanına. Çok güzeldi o günler ama şimdi. …Eskiden burada arıklar vardı, biz kâğıttan gemiler yüzdürürdük. Baya serindi, klima gibiydi. Harikaydı. Onlar kurudu gitti, betonladılar üstünü (B1-Muhtar).
>
> … Dönüşüm hikâyesi yapmıyorlar ki bir şey. Yıllarca Hasan Subaşı buralar pek bir şey olacağı yok. Ben olsam bin lira verene satar geçerim dedi (B10).
>
> … Böyle bir yerdeyim. İki adımda her yeri geziyor. Eski hali mi şimdiki hali mi deseler eski hali der herkes (B11).
>
> …Bizim çarşının olduğu yer eskiden köylüler gelip demir yaptırırlar, keçi, yumurta getirir çeyizlik alırlardı. Çarşı merkez buraydı. Burada demirci muzaffer abi vardı, potalarda az mı altın erittim diyor. Her yerden altın fışkırıyor, şöyle bir heykel buldun nerede eritecen, gelecen demirciye. Öyle kuvvetli ateş kimde var. …Burası mütevazi insanların olduğu güzel bir yerdi (B4).
>
> …Mahalle 10 senedir bilemedin 15 senedir böyle. Buralar hep iş merkeziydi, dükkân bulamıyordun …Buralar hep iş merkeziydi eskiden. Şu otoparka kadar hep doluydu. Çarşıda dükkân bulabilmek çok zordu (B6).
>
> …Çocukluğumda orası çapraz geçiş noktamızdı. O araları yürürdük, sorun yaşamazdık (K7-Şehir Plancıları Odası)

Gerek katılımcıların söylemleri gerekse Antalya'nın kentleşme hikâyesi Balbey'in geçmişteki merkezi konumuna işaret etmektedir. Kent merkezinin kalbinde yer alan mahalle bir geçiş noktası, iş merkezlerinin yuvası ve ticaretin önemli uğraklarındandı.

Hatta Sobacılar Çarşısı da dahil edildiğinde sadece kentin ekonomisinde değil Antalya'nın kırsalıyla temas halinde olduğu anlaşılmaktadır. Bugüne gelindiğinde ise Balbeylilerin özlemle andığı günlerden suçla özdeşleşmiş bir çöküntü alanı haline gelmiş bir mahalle söz konusudur.

> …Evet Antalya'nın küçük kent merkezi, 1950lilerde kent merkezi -nüfusu 50, 60 bin civarında ben 1979'da geldiğimde 172bindi Antalya'nın nüfusu- Balbey ana mahallelerinden birisi, Kaleiçi var. Balbey daha genişti ama sit alanı, koruma alanı olarak bırakılmış alanı şimdiki. Öbür taraflar zaten kentleşti, yıkıldı, apartmanlar ve iş alanı yapıldı ve gelişti. Fakat kalan bölgede insanlar bir şey yapamadığı için çöküntü alanına dönüştü (K1-Kent Konseyi).

Bu öykü 80 sonrası kentlerde refahın belli bölgelerde yoğunlaşmasının (UN Habitat, 2012: 10) ve yapısal eşitsizliklerin (UN Habitat, 2020: xvii) önünü açan küresel kentleşme pratiğinin yerel bir mahalledeki tezahürüdür. Daha özelde ifade etmek gerekirse hızla büyüyen Antalya'ya ayak uyduramamanın beraberinde getirdiği çok boyutlu problemlerin mahallede yoğunlaşması, mahallenin kendi içerisine kapanması ve kamunun çözümsüzlüğü derinleştiren kararları Balbey'i bugüne getiren gelişmelerdir. Kent merkezi markalaşma stratejileriyle boydan boya dönüşürken Balbey'in açmazlarını derinleştirmekle ve aynı zamanda mahalleyi markanın bütünlüğünü bozan bir problem noktasına sürüklemektedir.

Balbey'in çöküntü mahallesine dönüşmesi kentin büyüme dinamiği ile doğrudan ilgilidir. Kentin sahil hattı boyunca yeni turizm alanları, cazibe merkezleri kuzey aksına doğru ise üretim merkezleri oluşturacak biçimde genişlemesi Balbey'in de içerisinde bulunduğu kent merkezinin işlevlerini değiştirmiştir. 1980'li yıllardan sonra mahallenin batı bölümü iş merkezleriyle dolmuş, güneyi ve doğusu geniş caddelerle çevrilmiştir (Semerci ve Kalaycı Köken, 2018: 54). Burası ticaretin ve üretimin de merkezi iken yeni ticaret alanlarının doğması Balbey'i salt tarihi değer konumuna dönüşmüştür. Bu haliyle mahallenin kentin bütününe katkı sağlama potansiyeli ortadan kalmış, aksine kent için tehlike yaratan (uyuşturucu satışı, hırsızlık, yangınlar vb.) bir yer haline gelmiştir.

Kentin büyüme akslarının tarihsel olarak seyri takip edildiğinde kent hızla büyüyüp yeni gözde mekanlar oluşurken Balbey giderek eskiyen ve yıpranan dokusuyla kentten giderek kopmuştur. Mahallenin merkezi konumuna rağmen kentin ticari hayatında ve gündelik yaşamında yeri yoktur.

> … Şehrin merkezi. MarkAntalya'nın olduğu yer var ya otogardı orası. Çok merkezi bir yerdi burası o zaman. Orası kalktıktan sonra buralar âtıl kalmaya başladı. Bu cadde terse akardı.

> Yukarıya doğru. Burası (börekçiyi gösteriyor) kuyumcuydu mesela. …bir de tramvayı yaptı burası iyice âtıl hale geldi. Antalya sahillere kaydı. Konyaaltı, Lara. Eski durumunu kaybetti. Mesela buraya yatırım yapsa adam kira getirisi yok. Kimsenin de buraya gelip yaşamak gibi bir derdi yok zaten (B5).
>
> …Bir tramvay geçmesi bizim işleri alt üst etti. Trafiğe kapandı. Trafik terse çıkıyordu eskiden. İyiydi o zaman. Onun için buradaki esnaflar da kaydı (B6).
>
> … Bu dükkanlar yapılmadan önce buralarda demirciler vardı. Eski taştan dükkanım vardı. En eski kiracı benim. O ara Doğu Garajı yıkılınca oranın adamları geldi. Kiralar arttı (B16).

MarkAntalya'nın inşası yine dönüşüm zincirini tetikleyen durumdur. Çünkü AVM'nin inşası bütün akslarını etkileyecek kentsel dönüşüm dalgasının ilk halkasıdır. Öncelikle AVM'nin kuzeyindeki gecekondu bölgesi apartmanlaşma kendisini göstermiştir. Çoğunlukla Roman vatandaşların yaşadığı bu gecekondu bölgeleri dönüşüme girmiş apartmanlar, süpermarketler yer almıştır. Bölgede Haşim İşcan Kültür Sanat Merkezi kurulmuştur. Öte yandan Kapalı Yol'un açılmasıyla eski ihtişamını kaybetmiş Şarampol Caddesi de trafiğe kapatılmış, ışıklandırılmış, eski ticaret alanlarının yerini kafeler, mağazalar, restoranlar vb. ile donatılarak Kapalı Yol'la birleştirilmiştir. Belediye binası, AVM'den kentin gözde ilçesi olan Konyaaltı'na giden, Şarampol ve Kapalı Yolu kesen ana yol alt ve üst geçitlerle donatılmıştır. Mahallenin güney, güneybatı aksında ise "Doğu Garajı Kültür ve Ticaret Merkezi", "Nekropol Alanı Modern Sanatlar Müzesi", Kırcami Bölgesi ve Kaleiçi ile çevrilidir. Şehir içi tramvay hattı bütün bu hat içerisinden geçip adeta mahallenin etrafından dolaşmaktadır.

Kent merkezindeki üretim mekanlarının (Harita 7.3.3.1) çeperlere doğru taşınması (Harita 7.3.3.2), Şarampol Caddesi Projesiyle cadde Kaleiçi'ne kadar bağlanıp trafiğe kapatılması, tramvay hattının inşası, otogarın taşınması ve sahil hattında gözde semtlerin oluşması Antalya'nın çehresini değiştirmekle kalmayıp Balbey'i de bugünkü haline getiren süreci hızlandırmıştır. Yine mahallenin güney doğusunda kalan ve Doğu Garajı olarak bilinen bölgenin kültür merkezine dönüştürülmesi, uzun süren inşaat yılları ve neticesinde ticari hayatın yer değiştirmesi bölgenin niteliğini tamamen değiştirmiştir. Balbey MarkAntalya, Kapalıyol, Kaleiçi ve kültür merkezi arasında sıkışıp kalmış, kent merkezinin yeni biçimine entegre olamamıştır.

Tramvay meselesine bir parantez açmak gerekmektedir. Öncelikle tramvay ve kapatılan yollar trafiğin akış yönünü değiştirmekle kalmamış, merkezdeki hareketli ticari bölge ile Balbey arasında adeta bir çizgi çekmiştir. Şarampol Caddesi, Kapalıyol, Kaleiçi,

Nekropol Müzesi, Doğu Garajı Kültür Merkezi tramvay hattının sağında hareketli bir kent yaşamı yaratırken, 200-300 metre ilerideki Balbey ve çevresi âtıl bir biçimde kalmıştır. Balbey'deki bu durum ise kentsel hizmetlere dair kararlarda sosyolojik olguların dikkate alınmasının ne denli önemli olduğunu (Öztürk, 2022: 342) da göstermektedir. Özellikle tramvay gibi kentlere ve çevreye pozitif katkıları bilinen, Dünya Bankası gibi kurumların desteklediği -ki Antalya'daki tramvayın da finansmanına katkı sağlamıştır- bir kent hizmeti bile gerekli önlemler alınmadığında sosyolojik olarak kırılgan kesimleri olumsuz etkileyebilmektedir. Kaldı ki prestij projeler gibi tartışmalı hizmetlerin olumsuz etkileri daha da belirgindir.

Öyle görünmektedir ki kent merkezi tüketim mekânı haline gelip, hareketlendikçe mahallenin de işlevi değişmektedir. Dahası dışarıdaki problemler mahalleye taşınmakta, Balbey büyümenin bazı maliyetlerini sırtlanmaktadır. Saha çalışması süresinde mahalle ve çevresi arasındaki eşitsiz gelişimin Balbey'e bazı maliyetleri olduğunu gözlemlenmiştir. Örneğin B10'nun da vurguladığı gibi (*Şu yolun gürültüsü, burada normalde çıt yok*) mahalledeki kıraathane ve kafede oturulduğunda dikkat çeken bir durum gürültüdür. Dışarıdaki hareketli yaşamın, trafiğin ve sosyal yaşamın yoğun gürültüsü mahallede adeta bir fan sesi gibi sürekli uğuldamaktadır. Öte yandan mahalle adeta bir sessizlik içerisindedir. Bilhassa içeriye girildikçe adeta yaprak kımıldamamakta, sanki kimsenin yaşamadığı bir mahalle izlenimi verebilmektedir. Hurdaçılar, yer yer bahçesinde radyo dinleyen mahalleli ve cami etrafındaki görece hareketlilik dışarıda bırakıldığında mahalle sosyal ve fiziksel bir sessizlik hali içerisindedir. Hemen yanındaki ışıltılı yaşamın yanında kendi problemleriyle boğuşan mahalleye kalan ise dışarıdaki hayatın kent üzerindeki ağırlığını üstlenmek olmuştur.

> …Ondan sonra otopark zihniyeti başladı, açık hava otoparkı diyorum onlara. Adam gelip koyuyor, ya kardeşim koyma itfaiye giremiyor, ambulans giremiyor. Ne yapayım diyor bankada işim var, 5 dakika diyor akşama kadar duruyor (B1-Muhtar).
>
> …Otopark eksikliği de var. Mahalleyi gezerken gördün mü adam eve giremiyor ki. Araba dolu (B3).
>
> …Öbür tarafın esnafı da arabasını buraya getirip koyuyor. Orada hareket var mesela. Buralar varoş olduğu için buralarda barınıyorlar. Zaten Kapalıyol tam kaymağını yiyor. Ne var aramızda 100 metre yok (B6).

Görsel 10.2.1.1. *Balbey'de otopark sorunu*

Otopark meselesi mahallenin çevresinden devraldığı en önemli problemlerindendir. Çekim merkezi haline gelen Kaleiçi Bölgesi, daralan yollar, yoğun trafik ve otopark eksikliği mahalleyi B1'in tabiriyle "açık hava otoparkı" haline getirmiştir. Gerçekten de mahalledeki dar yolları park etmiş araçlarla doludur. Gerek çevre esnafı gerekse kent merkezine gelen insanlar araçlarını mahalleye park etmektedir. Bu durum mahalleliyi gündelik hayatta rahatsız ederken, sıkça yangınlarla gündeme gelen mahallede bir güvenlik problemi de yaratmaktadır. Zaten dar yolların araçlarla kapatılması ihtiyaç halinde itfaiye, ambülans gibi araçların mahalleye girmesini zorlaştırmaktadır.

> …(Otoparkçılık) Eskiden vardı, eskiden iki kamyon çakıl atıyorlardı otopark işletiyorlardı. Akaydın döneminde kaldırdılar onları. Ruhsatsızlık gerekçesiyle kapattılar bazılar özel mülk gerekçesiyle işletiyorlar (B1-Muhtar).
>
> … Ama sen yıkamacıya kiralaşmışsın, ruhsatını da belediyeden almışsın. Benle de 10 yıllık sözleşme yapmışsın. Yenileme de olacak o zaman yıkamacıyla karşı karşıya geliyorsun, ne oluyor mahkemede soluğu alıyorsun (B3).
>
> …Mülk sahiplerinin ne iş yaptığına bakmak lazım. Haksız kazanç sağlayanlar var. İmarda konut görünen yerleri iş yeri olarak kiralayanlar var (B4-ABB)

Park meselesinin bir diğer yüzü ise mahalledeki ücretli otopark işletmelerinin ortaya çıkmasıdır. Balbey'de "kaçak olarak hizmet veren otopark kullanımları yer almaktadır" (ABB, 2014a: 9). Çeperlerinde ticari hareketlilik sürmekle birlikte, köhneleşmiş ve yıkılmak üzere olan binalar evsizlerin yaşam alanına dönüşmüş, konutların bir kısmı depo ve mahallenin büyük bir kısmı otopark olarak kullanılır hale gelmiştir (Antalya Kent Konseyi, 2020: 80). Böylece sit alanına dahil parsellerin de

içerisinde bulunduğu bölgelerde otopark işletmesi olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır. B1 Akaydın döneminde buraların kapatıldığını ifade etmiş olsa da halihazırda aktif olarak çalışan otoparklar görülmektedir.

Bu noktada hem mahallelinin hem Kent Konseyi'nin hem de Büyükşehir Belediyesi'nin kent mekanlarına dair bakışının bütüncül olmaktan uzak olduğundan söz etmek mümkündür. Gerek insanların burayı araçlarını park edebilecekleri bir yer olarak kullanması gerekse ücretli otoparkların yaygınlığı ciddi bir otopark talebi olduğunu göstermektedir. Bu durumun ortaya çıkması ise kentin büyüme biçimi, ticari aktivitelerin yoğunlaşma alanları ve mekânsal yapılanma ile doğrudan ilişkilidir. Balbey'in etrafını saran Kapalıyol, Doğu Garajı ve Kaleiçi bölgeleri ticari hareketliliği gece gündüz sürdüğü, kent turizmi açısından yoğunluğun yaşandığı ve büyük miktarda insan hareketliliğinin yaşandığı bir bölgedir. Öte yandan dar sokaklar, dar yollar ve otopark eksikliği gibi nedenlerden dolayı bölge bu yoğunluğu kaldırmakta güçlük çekmektedir. Balbey ise bu yükün boşaltıldığı bir alan konumundadır. Bu açıdan bakıldığında mahallenin mevcut durumuna sürükleyen süreçler sadece burada yaşayan insanların ekonomik aktiviteleri değil aynı zamanda kent yönetiminin plansızlığı, kentlilerin kente ve kentin tarihine sahip çıkma noktasındaki bilinçsizliğiyle ilgilidir.

> …Burada 8, 9 tane hurda deposu var. Hurdacı da geliyor bahçe duvarını bir yıkıyor. Hadi oradan içeriye çekçek arabaları, kamyonları sokuyor. Bütün Antalya'nın hurdasını topluyorlar buraya, ayrıştırıyorlar, ondan sonra büyük kamyonlara atıyorlar. Sevkiyat yapıyorlar Türkiye'nin dört bir yanına. Bir pislik, sinek, görüntü kirliliği (B1-Muhtar).
>
> … Biz buradan taşındık ettik ama geçen kendi evimin karşısındaki eve girdim adam hurdacı dükkânı yapmış. Pislikten girilmiyor. Aslında yasaklandı ama hâlâ var (B16).
>
> …Hiçbir sorunumuz yoktu. Ama tinerciler, toplayıcılar gelince bozuldu mahallemiz. Bir sürü geri dönüşüm çıkıyor ama 10 tona yakın da fare çıkıyor (B9).
>
> … Buradan kapıyı çalıp götürüyorlar. Hurdacılar buradan çıktığı zaman o evler de hurda zaten. Kimse oraya oturmaz, tamir de edilmez. Bir greyder ile dümdüz etmedikten sonra bir işe yaramaz (B10).

Hurdacılık mahallenin çöküntü alanı haline gelmesinin hem sonucu hem de nedenlerinden biridir. Tıpkı otoparklar gibi kısmen sit alanı olan bölgelerde de yer alan hurdacılık mahalleli açısından daha problemli bir konudur. Mahallede görsel problemlerin yanı sıra koku, sinek ve fare gibi sorunların yanı sıra hırsızlığa neden olması Balbey'deki mülklerin değerini düşürdüğü düşünülmektedir. Mahalleli bilhassa Balbey gibi kentin merkezinde hurdacılığın yapılmasının doğru olmadığını, kentin çöpünün

mahalleye taşındığını ve yarattığı güvenlik sorunlarıyla mahallenin mevcut sorunlarını derinleştirdiğini ifade etmektedirler.

10.2.2. Gündelik deneyimler: İşgal, uyuşturucu ve asayiş

Suç olgusu mahallenin demografisinin değiştirmesine ve çevresi ile bağını koparması neticesinde çöküntü alanına dönüşmesinde önemli bir faktördür. Balbeylilerin içerisinde bulundukları güvenlik problemleri, mahallenin uyuşturucu ile anılır hale gelmesi ve hırsızlık olayları tabiri caizse insanları bezdirmiş durumdadır. Balbey'deki görüşmeler sırasında, 75 yaşındaki B11'nin ifadesi mahalledeki gündelik yaşamı özetler gibiydi: "*Torunlara ben aman ha yalnız çıkıp da dedeme gidelim şey yapalım demeyin. Öyle bir mahalle oldu" (B11).*

Yine mahalleden taşınmış B9'da taşınma nedenini çocuklarının ve torunlarının geleceğine dair kaygılarından kaynaklandığını, mahallenin mevcut durumunun çocuk büyütmeye uygun olmadığını söyleyerek mahalleye ilişkin güvenlik kaygılarını ortaya koymuştur.

> …Taşınmamızın büyük etkeni güvenlik meselesi oldu. 4 sene kadar önce taşındık. Yetişmiş evladımız olmasaydı otururduk belki ama. Gençliğe göre değil bu mahalle. Gençlerin yetişebileceği bir mahalle değil. Kaçtık. Korkuyoruz. Mecburen gittik. Çocuklar için yani. Nasıl terk etmeyeceksin gece gece karanlık…Torunum burada sigaraya alıştı (B9)

Evlerin işgal edilmesi, mahallenin uyuşturucu satış noktası haline gelmesi ve asayiş problemlerinin sıklığı Balbeyliler açısından mahalleyi yaşanmaz hale getirmektedir. Bu deneyimler mahallelinin öfkesinin arttırmakla birlikte kamu kurumlarına dair tepkilere de neden olmaktadır. Mahallede suçla özdeşleşen ve çöküntü deneyimini derinleştiren olgular üç kategoride yoğunlaşmaktadır. Bunlar işgal, madde kullanımı / satışı ve asayiş problemleridir.

10.2.2.1. *İşgal*

Mahalledeki gündelik yaşamın ayrılmaz parçalarından biri mahallelinin deyimiyle işgalciliktir. Mahalleli bu terimi ev sahiplerinin haberi veya rızası olmadan konutlarında yaşamaya başlayanlar için kullanılmaktadır. Bütün görüşmeler sürecinde nasıl geliştiğine tam olarak anlam vermenin mümkün olmadı konulardan biri işgalciler meselesiydi. Kent merkezindeki bir eve girebilmek, elektrik, su gibi kamusal hizmetlere erişebilmek,

şikayetlere rağmen çıkmamayı başarabilmek oldukça çarpıcı bir konudur. Bütün bu sorulara Antalya, kent merkezi gibi değişkenler de eklendiğinde süreç daha da ilginç hale gelmektedir.

> …Hele bir de komik tarafı adam geliyor bakıyor eski ev. Camını bir kırıyor bakıyor ses yok, kapısını kırıyor yine ses yok. Oradan içeriye giriyor. Elektrik su bağlatıyor, camını taktırıyor baya oturuyor içeride. İşgalciler var komedi gibi (B1-Muhtar).
>
> … Benim orada babadan kalan iki katlı ev var. Daha dedemden de kalan yer var. Kardeşim orada oturmasa birisi girecek içerisine oturacak (B16).
>
> …Yaşayanlar diyor ki yerimiz altın iken teneke oldu. İşgalciler var burada. Başkasının mülklerini işgal ediyorlar. Anlaşma yapmadan buraya konuyorlar. (*Mülk sahipleri*) Benim yerimi işgal etti, yaktı yıktı diyor (K4-ABB).

B1 de anlamanın zor olduğu fakat yıllardır deneyimledikleri bu durumu komedi olarak tanımlamaktadır. Mahalledeki evler sanki terk edilmiş konutlar gibi muamele görmekte, insanların dilediğince girip yerleşebildiği bir durum ortaya çıkmıştır. Mülk sahiplerinin mahalleden giden mülk sahiplerine kızgınlıklarının nedenlerinden bir tanesi işgalciliğin önünü açtıklarını düşünmeleridir.

> …Adam geliyor, çöküyor içeri. Kimsenin haberi yok. Adam (*sahibi*) yurtdışında mı, İstanbul'da mı burada bir bağı kalmamış. Çoğunun elektrik, suyu açık zaten. Ya da zor bir şey değil yeter ki parayı ver (B5).
>
> …İşgalciler durumumuz kötü diyerek belediyelerden sosyal destek aldıkları için elektrikleri, suları devlet karşılıyor. Onlara sigara parası yeme içme parası da veriliyor. Evi de işgal kira da vermiyorlar. Hava bedava su bedava (G12-BALDER).
>
> … Romenlere veriyorlar, onlarda bir ay iki ay kira ediyorlar sonra yok. Kaç tane eve camı kırıp girdiler sahipleri çıkartamadı. …Suriyeliler var, odunluğu ev yapmışlar. Soba da yaktırmıyorlarmış. Geldiler mi iki üç loka yiyip, yorganın altında yatıyorlar. Sabah 5 olunca da işe gidiyorlar (B10).

Daha önce ele alındığı gibi bir arsanın onlarca hak sahibinin olması, büyük bir kısmının kentin ve hatta ülkenin farklı yerlerinde yaşıyor olmaları ve mahalle ile bağlarının kalmaması buradaki mülkleri denetimsiz hale getirmektedir. Sosyal medyadaki konuşmalarında mülk sahiplerine dönük öfkenin büyük oranda evlerine sahip çıkmamalarından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Gidenlerin ilgisizliği mahallede işgalciliğin olağanlaşmasının nedeni olarak görülmektedir. Öte yandan mahallede yaşamaya devam edenlerin de işgallerin önüne geçmekte çaresiz kaldıkları anlaşılmaktadır.

> …Bizim muhtarın şurada bir evi var. Bir gün bakıyor ki evde birileri var. İşte diyor burada ne arıyorsunuz. Biz burayı tuttuk, kiraladık diyor, ev sahibinden. Oda diyor ki kardeşim bu evin sahibi benim diyor. Boşaltın evimi. Oda hadi yav falan. Biz kaparo verdik girdik diyorlar. Neyse adam gidiyor karakoldan polis getiriyor. Bunları zorla kapının önüne koyuyor. Mesele şu bunlar öyle bakınırken biri yanlarına yaklaşıyor, buyur kardeş ev mi lazım diye soruyor. Bu ev benim diyor. Heriflerin 2 bin, 3 bin parasını çarpıyor. Biz idare ederiz yabancı değiliz, madem şöyle ihtiyacın var böyle ihtiyacın var. Ben üç ay sonra gelir kalanını alırım. Adamlar da taşınıyor (B11).

İşgalciler konusu oldukça çarpıcı bir meseledir. Anlatılan deneyimler Antalya gibi küresel çapta bilinirliği olan bir kentin merkezinde orman kanunlarının işlediği bir duruma işaret etmektedir. Mahalledeki konutlar başı boş barınaklara dönüşmüş gibidir ve "nöbetleşe yoksulluk" (Işık ve Pınarcıoğlu, 2011) kavramını hatırlatan fakat yoksulun yoksulu dolandırdığı bir hikâye söz konusudur. Mahalleyi daha önce deneyimleyenler yeni gelenleri ve mülk sahiplerini karşı karşıya getirecek bir dolandırıcılık organizasyonu kurmuştur. İşgalciliğin yerleşik hale gelmesi, mülk sahibinin savunmasızlığı ve kiracının çaresizliği korku iklimiyle beslenerek var olmaktadır.

> …Gelmişler girmişler konağa. Çıkartamayınca bari sözleşme yapalım demişler. Konak ya burası. Belli bir para aldılar bir daha da Allah billah alamazlar. Torunu avukat, o bir şey yapamadı sözleşme yaptılar. İzbandut gibi herifler. Kızcağızı üzerindekilerle tartsak 55 kilo gelmez (B11).

Burada muktedir ve erksiz arasındaki çatışmadan bahsetmek mümkün değildir. Mülk sahipleri ile sınıf altı kesimlerinin gündelik şartları üzerinden bir okuma yapıldığında fark bariz iken mülk sahibinin mülkü üzerinde tasarruf hakkını kaybettiğinde bu fark bir anlamda silinir. Ortada bir avukatın bile sonuç alamadığı, işlevsiz bir mülkiyet hakkı söz konusudur. Öte yandan yoksulun çaresizliği derinliği az miktardaki paralarını dolandırıcılara kaptırmak pahasına resmi güvencelerden yoksun şekilde konuta yerleşmeye razı olmasını zorunlu hale getirmektedir.

10.2.2.2. *Uyuşturucu*

Uyuşturucu kullanımı ve satışı mahallenin en önemli problemlerindendir. Zira asayiş problemlerine de neden olması, mahallenin dışarıyla kurduğu ilişki ağından beslenmesi ve -gürültü örneğinde de olduğu gibi- markanın coğrafyasının bıraktığı yüklerden biri olması Balbey'deki sosyal hayatı büyük oranda tahrip etmektedir. Uyuşturucu ile ilgili üç farklı kesim söz konusudur. Bu üçünü belirgin bir biçimde birbirinden ayırmak mümkün değilse bile mahallenin uyuşturucu ile ilişkisini anlamak

açısından işlevseldir. Birincisi mahalleye uyuşturucu kullanmak için gelenlerdir. Bu grup mahallenin uyuşturucu temin noktası olmasının ötesinde uyuşturucuyu tüketmek için uygun mekânların varlığıyla ilişkilidir. Mekruh binalar gerek evsizlerin gerekse uyuşturucu kullanıcılarının yuvasına dönüşmüş durumdadır. Bu grup daha çok evsizlerden veya alt gelir grubundan oluşmaktadır.

> … Romenlerin esrar eroin satanları problem (B10).
>
> …Çok kötü içerisi. O kadar madde bağımlısı var ki. Şuraya girip çıkan 70 yaşındaki adamı da görüyoruz, 15 yaşındaki çocuğu da. Sokakta yaşıyorlar, evsiz (B5)
>
> …Onların içerisinde (mekruh binalarda) baliciler vs duruyorlar. Orası da Antalya'nın en zenginlerinin. İş hanları var" (B3).
>
> …Sabah gece fark etmiyor, zombi gibi onlar zaten hiç uyumuyor. Kız, kadın, erkek, yaşlı, genç fark etmiyor (B6)

Görsel 10.2.2.2.1. *Balbey'de yanmış bir bina*

Bu duruma saha araştırması sürecinde bizzat şahit olunmuştur. 2023 nisanındaki saha araştırması sırasında önceki ziyaretlerde sağlam olduğu gözlenen bu bina (Görüntü 10.2.2.2.1) yanmış, mekruh bir halde öylece bırakılmıştır. Binanın uyuşturucu kullanım yeri haline geldiği aktaranlardan bir görüşmeci uyuşturucu meselesini gözlemlemek için akşam gelinmesi gerektiğini, binanın karşısındaki kıraathanedekiler ise günün her

saatinde kullanıcılarla karşılaşmanın mümkün olduğunu ifade etmişlerdir. Gerçekten de birkaç gün sonra saat 15.00 sularında genç bir kadın yalpalayarak ve söylenerek binanın içerisine girdi. Daha sonra daha genç diyebileceğimiz erkekler de girdiler fakat onlar 15 dk. sonra oradan ayrıldılar. Bir süre sonra 2 tane yunus polisi (Motosikletli polis timi) geldi, içeriye girip oradan ayrıldılar. Sonrasında kadın yine yalpalayarak ve söylenerek oradan ayrıldı.

Mahallenin içerisinde çok daha kötü durumdaki yapılar mevcuttur. İçerilerine bakıldığında çöpler, battaniyeler vs. buraların mahallelinin söylediği tarzda kullanıldığını göstermektedir. Fakat yukarıdaki örneğin daha çarpıcı boyutları söz konusu. Öncelikle bulunduğu konum itibariyle mahalle ve kentin kesişim noktasındadır. Tramvay istasyonu, dil okulları ve dershanelere yaklaşık 10-15 m mesafededir. Binanın etrafında cafe, kıraathane, berber, klimacı gibi iş yerleri vardır. Ve -dil okulları ve dershanelerden kaynaklı- en fazla lise çağlarında öğrencilerin sıklıkla yürüdüğü bir sokaktır ve mahallenin en canlı bölgesidir. Orada dahi uyuşturucu kullanımı sıradanlaşmış olması, esnafın durumu kanıksaması ne içeriye girenlere ne de polise kimse kafasını çevirip bakmaması mahalledeki uyuşturucu kullanımının geldiği noktayı göstermektedir.

> …Bunların içerisine bağımlı bağımsız bir sürü insan giriyor. Bu sefer penceresinden kapısından içeriye giriyorlar. Baya güzel güzel kızlar böyle manken gibi erkekler şunlar bunlar. Ya buraya köpek bağlasan durmaz neye geliyorlar. Büyük ihtimal uyuşturucu kullanıyorlar, içiyorlar, dağılıyorlar. Polis bir iki kez bastı. Önlem almaya çalıştı yok. Ben dilekçe yazdım, sahibi ilgilenmiyor, dönüşüm de yok kaldı (B1-Muhtar).
>
> …Burada fuhuş yok, uyuşturucu kavga dövüş var (B14).

Hayret büyük oranda uyuşturucu kullanımından da kaynaklanmıyor gibidir. Daha çok Balbey gibi tehlikeli bir mahalleye “manken gibi” kızların, erkeklerin neden girdiği ile ilgilidir. Burada suç ve bağımlılığa yakıştırılan ve yakıştırılamayan insan kategorileri varsayılmaktadır. Evsizlerin, göçmenlerin, yoksulların uyuşturucu kullanımı garipsenmezken, daha şiddetli bir biçimde damga ve hınca maruz kalmaktadırlar. Öte yandan ‘steril’ kullanıcılar tehlikeli bağımlılar değil, sosyal bağımlılardır. Hınçla değil hayretle karşılanırlar. Birbirine taban tabana zıt insanları böyle bir mekânda bir araya gelebilmesinin hayretidir bu.

Görsel 10.2.2.2.2. *Balbey'den mekruh bir mekân*

Mahalledeki uyuşturucu trafiğinin bir tarafı da evsiz, Roman veya mahalleli olmayan tüketicilerdir. Bu insanlar eğlence amaçlı uyuşturucu kullanan kesimlerdir. Uyuşturucu kullanımına ve kullanıcılarına dair bakışımız değişkenlik gösterebilir. Örneğin uyuşturucuyu kullanan M. Foucault ise -açıkça beyan ettiğinde dahi- (Gutting, 2010: 39) veya afyon bağımlılığıyla ünlü kişi S. Freud olduğunda bağımlılıklarını dehalarının bir parçası olarak ya da en kötü ihtimalle dehalarının yanında önemsiz alışkanlıklar olarak görme eğilimi gösterebiliriz. Esrarsız bir Bob Marley reggaesi veya Snoop Dogg düşünmek zordur. Spotify Türkiye'nin 2022'de en çok dinlenen üç müzisyenleri (UZİ, Çakal, Ezhel, Lvel C5 vd.) (http-78) uyuşturucu temalı sözlerinin gençler ve orta sınıflar arasındaki popülaritesi de yadsınamaz bir gerçek olarak karşımızdadır. Bugün sanatçılar, akademisyenler, gençler, plaza çalışanları gibi toplumun farklı statü ve sınıflarında uyuşturucu kullanımı söz konusudur. Öte yandan bu kesimler ile örneğin bir evsizin maruz kaldığı toplumsal damga aynı değildir. Sosyal statü, sınıfsal konumlar, şöhret, üretkenlik vb. sınıf altı kesimlerinden bu anlamda da ayrışmayı sağlayabilir. Gerek görünüşleri gerekse mahalledeki genel profilden farkları olmaları mahallelinin dikkatini çekmekle birlikte onlara karşı hissiyat hınç veya tiksintiden ziyade hayrettir.

Elbette bakışın altında gündelik deneyimlerin payı büyüktür. Bağımlılar mahalledeki asayiş problemlerine neden olurken, diğerleri sadece tüketici olarak mahallede bulunmaktadır. Bir bakıma kanunun satıcı ve kullanıcıya dair ayrımına benzemektedir. Bugün uyuşturucu kullanımı için pek çok aparatın satışı (örneğin esrar tüketimi için kullanılan kağıtlar, şişeler vb.) resmi olarak yapılabilirken, satıcılar için büyük cezalar söz konusudur. Mahalleli açısından da uyuşturucu sorunun kaynağı mahalleyi saran bağımlılar ve satıcılardır. Oysa uyuşturucu trafiğini mahalle ve kent arasındaki ilişkiye bakmadan anlamak mümkün değildir. Böylesi bir trafiğin oluşabiliyor olması, sadece yoksulların tüketimi ile döndürülmesi mümkün olmayan bir suç ekonomisine işaret etmektedir. G12'nin Kaymakam ile sohbetinden aktardığı ifadelerden anlaşıldığı üzere mahallenin kentin uyuşturucu trafiğinde önemli bir yeri olduğu anlaşılmaktadır.

> …Yeşildere Mahallesi imar olup, mekruh binalar yıkılıp apartmanlar yapılınca oradaki uyuşturucu satıcıları, uyuşturucu baronları bizim mahallede pazarlamaya başladı. Mahalle dağıtım merkezi oldu. Uyuşturucu nereye gidiyor. Konyaaltı'ndaki, Lara bandındaki, Kaleiçi'ndeki lüks kafe, barlara gidiyor. Demek ki sadece Balbey'de yaşayanları değil, Antalya'yı ilgilendiriyor dedim. Yani ben Dedeman'da oturuyorum diye yok öyle bir şey. Burada alır, gider orada içer, sen arabanı park etmişsindir, giderken sana bıçak sokar. Kaleiçi'nden buraya geliyorlar almak için. Tedarik noktası burası (B2-BALDER).

Burada Antalya'nın dönüşümü, eğlence sektörü ve mahallenin durumu arasındaki ilişki de görünür hale gelmektedir. Birincisi kent mekanları dönüştürüldükçe yoksulların farklı yerlere savurulması ile ilgilidir. Yüksekalan, Tahılpazarı, Kaleiçi dönüştürülüp 'steril hale getirilince' suç ekonomisinin yeri de Balbey'e kaymıştır. İkincisi ise showroomun eğlence bölgelerindeki uyuşturucu ihtiyacı ile mahalle arasındaki ilişkide yatmaktadır. Balbey Mahallesi kentin eğlence hayatındaki uyuşturucunun tedarik merkezlerinden biri haline gelmiştir ve hemen yanı başındaki Kaleiçi talebin önemli kaynağıdır. Dönüşüm projesiyle 'temizlenen' Kaleiçi (her ne kadar hâlâ uyuşturucu ve şiddetle gündeme gelse de) eğlencenin, gece hayatının önde gelen merkezlerinden biri haline gelmiştir. Dernek yöneticisinin de aktardığı üzere Balbey gece hayatının bir parçası olan uyuşturucunun tedarik noktası durumundadır. Antalya'nın ünlü uyuşturucu mahallesi Zeytinköy'den beter hale geldiği ifade eden mahalleli (B6), tıpkı oranın apartmanlaşması ile sorunun çözülmesi gibi Balbey'i de dönüşümün kurtaracağı düşüncesi yaygındır.

Mahallelinin şikayetçi olduğu asıl grup ise mahallede yaşayanlar arasındaki uyuşturucu kullanıcılarıdır. Bilhassa mahalledeki gençler arasında uyuşturucu kullanımının yaygın olması temel bir güvenlik problemidir.

> …20 yaşında çocuklar ama kafaları hep bir milyon geziyorlar (B4).
>
> …13, 14 yaşında çocukları salıyorlar hap sattırıyorlar (B16).

B15 ile görüşmeye aracılık eden B7, onun çocuklarının okuduğunu zannederken, çocukların aslında A4 bağımlısı olduklarından bahsetmiştir. Mahallede sadece gençler değil çocuklar arasında da uyuşturucu kullanımı görülmektedir. Ayrıca uyuşturucunun yanı sıra etil alkolden üretilmiş içki kullanımı da yaygındır. Eskiden her gün esnaf arkadaşlarıyla öğle ve akşam bir sofra (bu sofralara alkolün sıvı olmasına gönderme yapan "yaş günü partisi" ismini koydukları) kurduklarını ifade eden B11,

> …şimdi işte etilden votka, viski yapacaklar da içecekler. Kör mü olacaklar belli değil. Bizim o zaman gelirimiz mi iyiydi neydi anlamadım Tekel dışında bir şey içmezdik (B11).

Bu durum yer yer görüşmeleri de imkânsız hale getirmiştir. Saha çalışması sırasında aracılık yapan bir görüşmeci bir kişiye ulaşmaya çalıştığını fakat bu saatte (saat 12.00 suları) genelde ayık olmadığı için ulaşamadığını aktarmıştır. Ortamdaki bir diğer kişinin aktardığına göre ise onun "etilci tayfadan" olduğunu, uyumadığı zamanlarda ayık bulmanın mümkün olmadığını ifade etmiştir.

B4 kendisini mahallenin eski gençlerinden, kendi deyimiyle zamanında hızlı yaşamış bir esnaf olarak tanımlamaktadır. Arkadaşlarıyla birlikte yaptığımız sohbet sırasında eski günlere dair anılarını, bugünlere ölmeden iyi geldiklerini yine de geçmişteki durumun bugüne kıyasla iyi ve güvenli olduğunu ifade etmektedir. Bunun nedenini ise yaygın uyuşturucuların değişen niteliğiyle açıklamaktadır.

> …Bir de uyuşturucular değişti. Bir o zamanki kullanılan uyuşturuculara bak bir de şimdikilere bak. Önceden sadece esrar falan vardı. Şimdi A4ü var, meth var (B4).

İç İşleri Bakanlığı'nın yayınladığı 2022 Türkiye Uyuşturucu Raporu'nda yeni tür uyuşturucuların nasıl artış gösterdiğini ortaya koyulmaktadır. Rapora göre 2021 yılında bir önceki yıla göre yakalanan metamfetamin miktarı %32,8, şüpheli sayısı ise %61,5 artış göstermiştir (2022: 41). Yakalanan esrar miktarı aynı yıllara göre %12,1, şüpheli sayısı ise %6,6'dır. 2019'dan bu yana da miktar bazında düşüş görülürken (2022: 33) metamfetamin miktarı 5 katından fazla artmıştır (2022: 41).

Bu verilere paralel biçimde uyuşturucu dünyasındaki değişimin Balbey'de de kendisini gösterdiği anlaşılmaktadır. Uyuşturucunun değişen niteliği beraberinde

mahalledeki gündelik yaşamı da dönüştürmektedir. Yüksek dozda kullanımlarda saldırganlık, paranoya, halüsinasyon, psikoz gibi etkileri olan bu maddelerin (http-79) yaygınlaşması diğer suçları da tetikleyebilmektedir.

> …Uyuşturucu parası için hırsızlık yapıyorlar (B4).
>
> …Ne yapıyor adam madde almak için cebinde parası yok, sonra salça oluyor bir yerlere. Yaptırım yok bir şey yok (B5).
>
> …Geçen bahçeye tekneyi koydum. Tekne ile duvar arasında bir ışık. Gittim ne yapıyorsunuz agam siz orada. Lastiklerin üzerine oturmuşlar. Uyuşturucu. Ama eli de belinde. Bir yandan korkuyorum da bu yaştan sonra ne yapabilirim. …Antepli var mal satıyor. Burada doktorun yanındaki oğlan geçeyim, yol ver diye uzunları yakıyor. Vay efendim uzunları yaktın diye kavga çıkıyor. Polis çağırıyorlar. Sıcak çaydanlık vardı. Onu da polise geçiriyor. 4-5 ay yattı çıktı (B11).

Yoksunluk hissi arttıkça bağımlıların uyuşturucu bulmak için paraya ulaşma motivasyonları da artmaktadır. Uyuşturucu meselesi mahalledeki tekinsiz yaşamın önemli kaynaklarından biridir. Bunlarla da bağlantılı mahallenin gündelik sorunlarının ayrılmaz parçalarından biri olan asayiş problemleri mahallelinin şikayetçi olduğu konulardan biri olarak belirmektedir.

10.2.2.3. *Asayiş*

Asayiş problemleri uyuşturucu konusu kadar mahalledeki yaşamı zorlaştırmaktadır. Hırsızlık, yaygın olmasa görülen gasp olayları ve şiddet mülk sahiplerinin öfkesini perçinlemektedir. Hırsızlık olayları uyuşturucu ile ilgili olduğu kadar mahalledeki hurdacılıkla ilgilidir. Mahallenin çöküntü alanı haline gelmesiyle ortaya çıkan iki ekonomi kolundan biri olan hurdacılık (Bölüm 10.2.1) mahalledeki hırsızlık olaylarının da artmasına neden olmaktadır.

> …Her yer hurdacılar zaten. Onlara büyük ceza vermeliler ki bu hırsızlıklar dursun. Alıyor hurdacı. O da (hırsız) hap parasına 50 lira, 100 liraya veriyor. Araba giriş çıkışı olmasın diye demirler, kapanlar koydular. Sonra kaldırdılar. Zaten demir kalmıyor. Arkanı dön ertesi sabah demir gider. Duvarın içerisindeki demirleri çıkartacağız diye uğraşıyor adam. Bizim binanın kapısı gitti buradan. Tabela gitti, dışarıda bir şey bırakma yeter ki. Şunu dışarıda bulamazsın sabaha. Fenerler vardı burada söktü gitti. Güvenlik yok (B6).

Hırsızlıktan sadece özel mülkler değil kamu malları da (logar kapakları, caminin demirbaşları vb.) nasibini almaktadır.

> …Logar kapağı, kapı. Logar kapağı kimin belli değil mi? Elektrik panosu kimin, apartman kapısı belli değil mi? Bir binadan çalındığı belli (B6).

> … Hurdacılık yapan adam hırsızlık malını tanır. Ama ne yapıyorlar alıyorlar iki günde yok ediyorlar (B16).

2021 yılında Hürriyet'de "Mahallede Logar Nöbeti" başlıklı haberlere konu olmuştur. Gazeteye demeç veren bir mahalleli, asayiş probleminin yanı sıra yaralanma riskine işaret etmiş, muhtar ise bütün kurumlara durumu iletmesine rağmen sadece kapakların yenilendiğini fakat hırsızlık olayının önüne geçilemediğini aktarmıştır:

> "Bir gün kanalizasyon, diğer gün telefon hatlarına ait kapaklar çalınıyor. Bu kapakların altında derin boşluklar var. Özellikle akşam saatlerinde bu boşluklar fark edilmediği için tuzak haline geliyor" …Mahalle sakinleri ne dese haklı. Ben isyanı her kuruma ilettim. Emniyet Müdürlüğü'ne defalarca başvuru yaptım. Açıkçası tüm çabalarımız sonuçsuz kaldı. Kapaklar yenilendi ama hırsızlığın önüne geçilemedi. Mahallede yürürken çukura düşmeyelim diye başımızı yerden kaldıramıyoruz" (http- 80).

Özellikle hurdacıların hırsızlık malı olduğu belli olan ürünleri satın alıyor olmalarından rahatsızlar. Hurdacıların bu tutumunun hırsızları cesaretlendirdiğini ve hırsızlığı arttırdığını düşünmektedirler.

> …Akşam oldu mu her türlü şey dönüyor bizim mahallede. Çıktık emniyette anlatmaya çalıştık. Hiç olmazsa buraya kamera koyalım. Kamera olsa ne olur. Caminin şeyini çalıyor. Kameradan görünüyor. Davacı mısın diye soruyorlar hocaya. Davacı olayım da kendime düşman mı bulayım. …Orada güzel bir ev yapıldı, caminin oradan dönünce. Duvarını yaptı, kamerasını koydu. Çok güzel kapısı vardı, nasıl denk getirdilerse kapıyı çaldılar (B11).

Kentlerin güvenliğinin ayrılmaz bir parçası olan kameralar da Balbey'de işlevsizdir. Örneğin camideki bir hırsızlık olayında imam kendisinin mesul tutulacağını bildiği, kameralarca suçluların tespit edildiği halde şikayetçi olmamış. Mahallede sadece görevli bir memur olan imam hırsıların veya çevresinin kendisine zarar vereceği korkusu bu tutumunun gerekçesiymiş. Camiye gerçekleştirilen ziyarette imam mahalleyle herhangi bağı olmadığı, burada yaşananlarla ilgili bilgisi olmadığını söyleyerek görüşme yapmak istememiştir. Görüşmecilerin aktardıkları aslında bu tutumun nedenini de anlaşılır hale getirmektedir.

> …Bir gün kapının tam önünde birbirlerine küfürler falan, 2 tane bekçi geldi. Havaya ateş açtılar. Bekçinin elinden tabancayı alacağız diye uğraşıyorlar. …Emniyette kısım müdürü çocuklar ceketinden tutuyor. Amca. He? Para ver. Tamam dedi fazla gitmeyelim dedi. Köşeden bindiler arabaya kaçıp gittiler (B11).
>
> …şu an mahallede yürüyemem. Baya tinerciler vs. gibi güvenlik sorunu var (K7-Şehir Plancıları Odası).

> …erkeklerin dahi yürüyemediği bir yer. …güvenli bir yer değil, (*insanlar*) yolu uzatıyor çünkü korkuyor (K4-ABB).
>
> …Güvensiz bir bölgeydi, elini kolunu sallayarak girilemiyordu oraya. Medyumun evinin arkası yıkılmış durumda yerine yenisi yapılacak (K8-ABB).

Mahalledeki kavgaya müdahale etmek isteyen bekçiler ile emniyette birim müdürlerinden biri ile ilgili anekdot çarpıcıdır. Kent hayatında polisle, bekçiyle hele ki polis müdürüyle karşı karşıya gelmek ürkütücüdür. Hele bir de silah ortaya çıkmışsa pek çok grup hızla dağılır. Fakat mahalledeki örnekte bırakın dağılmayı, bekçinin silahına el koymaya çalışmış olmaları, üst düzey emniyet amirinden para istenebilmesi mahallelinin güvenlik korkularının büyüklüğünü anlaşılır kılmaktadır. Elbette bu problemleri sadece mülk sahipleri deneyimlememektedir.

Esasen kiracılar da mekâna (Balbey Mahallesi) sıkışmış durumdadır ve asayiş problemleri mülk sahipleri kadar diğerlerini de etkilemektedir. Öte yandan söz konusu olan yoksullar ve damgalı Romanlar olduğunda bu paydaşlık gözden kaybolur. Mesele yoksulluk olunca belli tartışmalar gündemden çıkabilir.

Oysa durum farklıdır. Mülk sahipleri kadar kiracılar da mahallenin mevcut sorunlarını deneyimlemektedir. Örneğin uyuşturucu konusu. 300 TL karşılığında haftanın 4 günü temizlik yaptığını söyleyen B15 çocuklarının hepsini okutmakla kıvanç duymaktadır. Öte yandan B15 ile bağlantıya aracılık eden B7 aslında durumun böyle olmadığını anlatmaktadır. B15'nın okutmaktan kastının zorunlu eğitimi kastettiğini, en küçük oğlunun A4 kullanan uyuşturucu bağımlısı olduğunu ve annesinin bunlardan bihaber olduğunu söylemektedir. Veya B4 erkeklerin eşlerini dilendirmeye gönderdiklerini, kazandıkları paraya el koyup alkol ve uyuşturucu kullandıklarını ifade etmektedir. Bu bakımdan mahalledeki problemlerin nasıl deneyimlendiğine ekonomik ve kültürel (mülk sahipliği ve etnisite) kategorilerin ötesine geçilip bakıldığında deneyimler noktasındaki ortaklaşma görünür hale gelmektedir. Öte yandan suçla ilişkilendirilen Roman kimliği bu mağduriyetleri olağanlaştırıp, en iyi ihtimalle kendi ettiklerini bulduklarına dair bir düşünce dünyasını var eder.

10.2.3. Kamunun tasarrufu ve mahallenin değişen statüsü

Bütün bu gelişmeler mahallenin kendisini yenileme potansiyelini ortadan kaldırmış, tarihi eserleri yok olma riskiyle karşı karşıya getirmiş ve kentle bütünlüğünü kopartmıştır. Paradoksal biçimde mahallenin kendisini yenileme potansiyelini yeniden

yaratmak, sit alanı kapsamındaki yapıları korumak adına alınan karar mahalleyi daha da köhne hale getirerek çöküntü niteliğini derinleştirecek bir süreci başlatmıştır.

> …Hasan Subaşı bizi bir sit alanına soktu. Kalekapısı Projesi dedi, ondan sonra da bir daha toparlanamadı. Harabelik gibi oldu. Herkes oturmak istemiyor. Yine benim orada iki katlı beton binam var da. Dedenin yaptığı yer yandı. Esas yer orası bizim (B11).
>
> …Sit alanına alması benim için kötü oldu. Dört dörtlük uygulayamadıkları için kötü oldu. Uygulasalardı, restoreleri yapsalardı kurtulurdu burası. Şimdi adam evini boyatacak, damı akıyor usta getirmiş kiremitleri aktartacak 9 kapıdan izin alacak. Bir sürü izin alacak öyle. Adam da ne yapıyor. Alıyor 10 m naylon evin üzerine atıyor. 5-10 da araba lastiği atıyor öyle kurtuluyor. Hem görsel kirlilik oluyor hem de lastikler kışın yağmur suyu doluyor. … Antalya çok hızlı büyüyor bir tek bura büyümüyor. O da sit alanı olduğu için (B1-Muhtar).
>
> …Yaptırım kararı olmadıktan sonra kimse yaptıramaz. Buralar da yenilenirdi ama 1987'den beri sit alanı (B3).

Mahallelinin de sıklıkla dile getirdiği üzere koruma kanunun mahallenin âtıl hale gelmesine neden olduğu, en ufak tadilatın bile imkânsız hale getirdiği, fiziksel olarak eskimenin önünü açtığı, harabeye dönen yerlerin suç ve tehlikenin merkezi haline getirdiği yönünde genel bir kabul söz konusudur. Tamirat gibi temel işlerin bürokratik süreçlere takılması evlerin korunmasına ilişkin motivasyon ve imkanları zora sokmuş görünmektedir. Bunun neticesinde insanlar pratik çözümlerle bunu gerçekleştirmeye yönelirken yapıların eskimesini de hızlandırmıştır. Naylonlar, lastikler gibi iptidai önlemler kentin merkezinde köyleri andıracak bir yaşamın sürdüğünü göstermektedir. Burada kamu otoritesinin ilgisizliği dikkat çekicidir. Hem kentin tam merkezinde hem de tarihsel önemi oldukça fazla olan bir mekânda böylesi bir yaşamın sürmesine göz yumulmasını kent yönetiminin bir zaafı olarak ele almak mümkündür.

> …Bu durum başlı başına koruma politikalarının gözden geçirilmesi gerekiyor. Korumak mezbelelik haline getirmek değildir (K1-Kent Konseyi).
>
> …Sonra restorasyonlarla ilgili halkın aşamadığı darboğazlar var. Bunun kolaylaştırılması gerekir. Ya yakıp kurtuluyor oradan -yeni bina yapmak için yakıldığını söyleyenler var- bunlar delilli kanıtlı değil ama yaygınca kullanılan bir söylem (K2-Kent Konseyi).
>
> …Buraların evlikle alakası olmadı. Viran ya viran. Adam diyor ki yıkayım burayı yok, tamir ettireyim oda yok. Avantayı verirsen her şeyi yaptırırsın. Şurada zenginlerin yeri. Orası da viraneydi herif bastı parayı. Öyle güzel yaptı ki yıktı zeminden yıktı. Kimse ona bir şey demedi. Ama rüşvetini verirsen bu memlekette yapmayacağın şey yok (B14).

Balbey Mahallesi tarihi dokusunun korunması ile köhneleşmesi arasında sıkışıp kalmış gibidir. Koruma kanunu bağlamında bu evlerin ortadan kalkmasının önüne

geçilirken, mülk sahiplerinin evlerini restore etmesinin oldukça maliyetli ve zor bir hale getirmektedir. Mahallenin sosyo-ekonomik koşulları dikkate alınmadan verilen kararlar ve uzun süren çözümsüzlük süreci koruma kanunun amaçları tersine sonuçlar doğurmaktadır. Dahası açmazlar üreten koruma kanunu -rüşvet iddiaları gibi- spekülatif tartışmaların da önünü açmaktadır.

Medyaya da yansıdığı biçimde Balbey Mahallesi sıkça yangınlarla gündeme gelmektedir. Muhtarın verdiği beyanatta diğer sit kapsamındaki Haşimişcan'da ve Balbey'de sürekli yangınların çıktığını ifade etmektedir (http-81). Bu yangınların çoğunlukla mekruh binalardaki bağımlıların çıkarttığı aktarılsa da katılımcılar bazı mülk sahiplerinin arazilerini dilediklerince kullanabilmek için evlerini yakarak sit kapsamından çıkarttıklarını düşünmektedirler. Diğer taraftan varlıklı kesimlerin mülkleri üzerinde dilediğince tasarrufta bulunabildiğine dair söylemlerden hareketle, koruma kanunun sınıfsal ayrışmayı iyice görünür kıldığını söylemek mümkündür. İddiaların gerçekliği bir kenara mahallenin genel görüntüsünün aksine oldukça bakımlı evlere rastlamak mümkündür.

> …Tabi ki yıkıldığı için, bakımsız olduğu için, fareler vs., içerideki binanın daha muntazam olmaması nedeniyle vs. mülk sahipleri buraları kiraya vererek kendileri daha başka yerlere taşındı (K2-Kent Konseyi).
>
> … Gidenler niye gitti, evler yetmez oldu. Tamir etseler bir şey olmuyor. Aman ya hurda hep (B10).
>
> …Mahallenin yerlileri oturuyordu. Kiraya verdiler gittiler. … Yerlisi hiç kalmadı sayılır. Eskidi artık. Evleri görüyorsun bugün, derme çatma. Ama yakılan da oldu (B3).
>
> …Eski binaların yapısı daha ilkel. Tahtalar gıcırdıyor, soğuk sıcak giriyor. Klima koysan dışarı müsaade etmiyorlar. Problem burası. Bu yüzden herkes daha modern yerlere kaçtılar. Çivi çaktırmıyorlar burada (B14).
>
> …Yöresel bir şey olsun, aynı kalsın diyorlar ama yok. Köşede bir yer mesela yıllar önce aldı orayı. Kendi mimar. Aynı şekilde, güzel yaptı. O zaman uygun aldı yaptı. Şimdi arasalar deli para. Geçen burada arsa 5 milyona satılmış. Köşede yatırın oradaki ev. Şimdi 8 milyona burayı alıp ne yapacak? Aynı dokuyu sağlamak için bir 8 milyon daha harcaması lazım. 15-20 milyonu olan adam niye gelsin buraya pisliğin içine? Kendini mi soydurmaya gelsin. Her yer nezih olur, o zaman 8 değil 18 de yapar. Bu vaziyette bana 1 milyona verseler de almam (B6).
>
> … Ne olacağı belli değil o yüzden bir şey yapmıyoruz evlere (B10).

Balbey'in fiziksel olarak kendini yenilememesi ve mülk sahiplerinin Antalya'nın gözde bölgelerine giderek evlerini kendi haline bırakmaları mahallenin hem fiziksel hem

ekonomik değerini hızla kaybetmesine neden olmuştur. Diğer taraftan mahallenin giderek eskimesi ve kentin yeni gözde alanlarının belirmeye başlaması, mahallenin yerlilerinin mahalleyi terk ederek kentin farklı bölgelerine taşınmasıyla sonuçlanmıştır. Antalya'nın varlıklı ve yerlilerinin yaşadığı mahallenin demografik dönüşümü bu bağlamda kendisini göstermiştir. Merkezi konumuna nazaran kiraların oldukça düşük olduğu mahallenin demografik açıdan dönüşümünün önü açılmış ve düşük ekonomi düzeyindeki kesimler mahalleye yerleşmiştir. Mahallenin kentle değişen ilişkisi ve demografik dönüşümler suç ekonomisi yaratarak Balbey'i bir çöküntü mahallesine dönüştüren sürecin önünü açmıştır.

10.3.Balbey'in Yeniden Değerlenme Süreci

Balbey Mahallesi'nin restorasyonu 2000li yıllardan sonra hız kazandığı görülmektedir. Görüşmecilerin aktardıkları, belediye raporları ve diğer kaynaklardan hareketle dönüşümün gerekçelerini mahallenin tarihi yapısının bozulmaya yüz tutmuş olması, kentle bütünlüğünün kopması ve Antalya'nın markalaşma yolundaki stratejik yeri olarak sınıflandırmak mümkündür.

Mahallenin Kaleiçi bölgesine olan yakınlığı ve yapılaşmanın yoğun olduğu bir bölgenin içerisinde olması nedeniyle kültür varlıklarının korunmasının ve düzenlenmesinin zorunlu olduğu ifade edilmektedir (ABB, 2014a: 5). Yenileme Projesi'nin gerekçelerine bakıldığında Balbey Mahallesi'nin Antalya'nın hızlı kentleşmesine ayak uyduramadığı anlaşılmaktadır. Mahallenin çöküntü alanına dönüşmesinin önünü açan mülk sahiplerinin bölgeyi terk edişi ve sit alanı olduğu için konutlarda tadilatın zor olması bölgenin giderek âtıl bir hal almasına neden olmuştur. Bu noktada dönüşümün gerekçeleri şu şekilde sıralanmaktadır:

1) Mahallenin çeperlerinde yer alan yüksek katlı yapılaşma sebebi ile alanın algılanamıyor oluşu
2) Kent merkezine yakın konumu sebebiyle yapılaşma baskısı altında olması
3) Tescilli yapıların bakımsızlıktan harabeye dönüşme tehlikesinin bulunması
4) Alanda otopark kullanımının yaygın olması ve alanın karakteristik dokusunun okunamıyor olması
5) Mahallede yer alan bahçelerin korunamaması (ABB, 2014a: 23).

Mahalle ile ilgili ilk koruma amaçlı ilk imar planı 1994'te hazırlanmıştır. 2004 yılında Antalya kent merkezinin "Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi" olarak ilan edilmesi nedeniyle 2008 yılında Balbey'in de içerisinde olduğu "Merkez ve

Dönüşüm Alanı" olarak planlanmıştır. 2013'te Kültür ve Turizm Bakanlığı imar planını onaylamıştır (ABB, 2016b: 15-18). Türkiye'de kent mekanlarının dönüşümüne damgasını vuran iki kanundan biri olan 5366 sayılı Yıpranan Tarihi ve Kültürel Taşınmaz Varlıkların Yenilerek Korunması ve Yaşatılarak Kullanılması Hakkındaki kanun çerçevesinde yenileme alanı ilan edilmiştir.

Rapora göre mahalle kentin gelişme sürecine uyumu gösterememiş, "turizm ve ticaret koridoru olan kent merkezine yakınlığı avantaj olarak kullanılmamış ve çöküntü alanı haline gelmiştir" (ABB, 2016b: 71). Mahallenin "kendi kendine yenilenme kapasitesinin düşük olması" (ABB, 2014a: 23) gerekçesiyle dönüşümün kamu ve özel sermaye eliyle yapılması zorunluluk olarak sunulmaktadır. Koruma gerekçelerinin yanı sıra Küresel bir marka yolundaki Antalya'da projelerin coğrafyasının (Bölüm 9.2) tam merkezinde kalan Balbey Mahallesi'nin dönüşümü bu bağlamıyla da zorunlu hale gelmiştir.

> "Balbey Yenileme Alanı yakın çevresinde …yer alan ve gelişimini önemli ölçüde ekleyecek fonksiyonlar şunlardır: Doğu Garajı ve Nekropol Alanı Projesi, …Akdeniz Üniversitesi, …Boğaçay Projesi, …Konyaaltı Sahili, …Kruvaziyer Yat Limanı Projesi, …Bölge Hastaneleri, …Serbest Bölge ve Liman. …kent merkezi ve çeperinde direk ve/veya dolaylı olarak proje alanında geliştirilecek proje konseptini etkileyecek, hedef kitleyi belirlemeye yardımcı olacak fonksiyonlar ve projeler değerlendirilmiştir" (ABB, 2018b: 3-4).
>
> "Balbey Yenileme Projesi kapsamında alanın tarihsel ve kültürel kimliği doğrultusunda bölgeye çeşitli fonksiyonların kazandırılması, alanın Haşim İşcan ve Kaleiçi ile bağlantısının sağlanarak turizm odaklı bir cazibe merkezi oluşturulması hedeflenmektedir" (ABB, 2019b: 119).
>
> …Balbey Projesi'nde de orası eski gecekondu. Sonradan tapuları alınmış ama projelendirilmemiş birçok yapıları var. Oradaki tarihi, güzel dokuyu koruyarak ama orada birçok saçma sapan, âtıl binalar var. Kaçak yerleri yıkıp, bütün olarak kent dokusuyla birlikte bir proje oluşturup, orayı şehre dahil etmek. Şu an şehre dahil değil Balbey, şehre yabancı kalıyor (K8-ABB).

"Proje alanı kentin merkezi noktasında yer almasından dolayı, çeşitli prestij noktaları yaratılarak proje alanının kent içerisindeki öneminin arttırılması" (ABB, 2018b: 22) ve burayı bir cazibe merkezine dönüştürülmesi gerekliliği vurgulanmaktadır. Dönüşümün tamamlanmasıyla mahallenin tekrar kente dahil edileceği, Haşimişçan ve Kaleiçi ile bütünleşerek kent merkezindeki tarihi koridorun oluşacağı ve Konyaaltı Kundu arasındaki cazibe merkezindeki yerini alacağı beklenmektedir.

Antalya'yı markalaştırma ülküsü gözlerin mahalleye dönmesinde önemli etken olmuş, markanın bir parçası olarak kabul edilmiştir. Zira Balbey Mahallesi Kentsel Yenileme Projesi de diğer prestij projelerle birlikte (Boğaçayı, Kruvaziyer Yat Limanı, Konyaaltı Sahili Projesi vd.) Cannes'taki küresel kent fuarı MIPIM'de (Le Marché International des Professionnels de l'Immobilier) tanıtımı yapılmıştır (ABB, 2016a: 83). Kentin küçük bir mahallesindeki dönüşüm öyküsünün küresel bir fuarın parçası haline getirilmesi, dönüşümden beklentinin neler olduğuna, Balbey'in diğer projelerle birlikte anılması da aslında projelerin coğrafyasının bir parçası kabul edildiğine işaret etmektedir.

> …Lara'yı bir kol görürsen, Konyaaltı'nı bir kol burası merkez konumunda. Balbey bu vücudun birleştiği gövde konumunda. Kaleiçi'ne de yakın. Bu bağlamda böyle bir merkezin canlı olması, güzel olması önemli. Modern mimari ile kültürel mimarinin birleşmiş hali. Projede iki tane ev var, arasta derler, öyle espiriler de var. Kent dokusu, sokak anlamında da eskiden esinlenme var (K8-ABB)

Balbey Mahallesi'nin de kentin showroomu olarak planlanan coğrafyanın tam ortasında kalması, turizm potansiyeli ve çöküntü alanı olmasının engellenememesi gibi nedenlerle dönüşümü yoğun bir biçimde gündeme gelmiştir. Bu noktada Balbey'in dönüşümünün sadece mahallenin tarihi öneminden kaynaklı olmadığı, Antalya'nın uluslararası arenadaki rekabet içerisinde kendisini konumlandırmak istediği yere dair tahayyüllerin bir parçası olarak dönüştürülmek istendiği anlaşılmaktadır. 'Varlıklı turisti kent merkezine çekme' çabaları ile vizyon projelerin etkinliği ilişkisi içerisinde Balbey sürecin önünü tıkayan bir mesele olarak durmaktadır. Mahallenin dönüştürülememesi vizyon projelerinin coğrafi bütünlüğünü bozmakta ve beklenen işlevi yerine getirmesini engellemektedir.

Buna karşın bölgenin kentsel dönüşüme sokulması yıllardır süren önemli tartışmaları beraberinde getirmektedir. Öyle ki mahallenin kentsel dönüşüme tabi tutulması merkezi hükümetin gündemine kadar gelmiş, büyükşehir belediyesi, meslek odaları, bilim insanları arasında tartışmalara neden olmuş ve proje mahkemeye iptal talebiyle mahkemeye taşınmıştır. Bunun yanında proje, mahalle sakinleri ile kent aktörleri arasında ihtilaflara neden olmaktadır. Bu tartışmalar içerisinde dönüşümün detayları, aktörler arasındaki ilişkilerin biçimleri sürecin göründüğünden daha çetrefilli olduğunu göstermektedir.

10.4.Emrivaki, Güvensiz ve Müphem: Balbey'deki Dönüşümün Çatışma Alanları

Buraya kadar olan süreç kentleşme ve planlama pratiklerinin küresel ve yerel anlamına dair pek çok şey söylemektedir. İlk olarak Antalya'daki eşitsiz gelişimin tarihselliği uzun erimli bir planlamanın ürünü olması gereken kentin bu ilkeden bağımsız bir biçimde serpildiğini göstermektedir. STK'ların da ısrarla vurguladığı üzere plansız büyüyen Antalya (Bölüm 9.3) turizmin marka kenti olma yolunda bütün enerjisini kentin doğu-batı akslarına ve ilçelerine harcamış, Balbey'in de dahil olduğu bölge kendi haline bırakılmıştır. Bir sanayi kenti olmamakla birlikte Antalya'da tıpkı sanayisizleşmeyle kent merkezleri köhneleşmiş kentlerle benzer kaderi yaşamıştır. İkinci olarak küresel gelişmelerin yarattığı ortam içerisinde Antalya turizm pazarına yönelik kentleşme sürecine girerken, kenti bir yaşam ortamı olarak deneyimleyen kentliler de bu rüzgârın getirdiği koşullarla yaşamak durumunda kalmaktadır (Göka, 2001: 204). Küreselleşmenin yarattığı pastadan pay alma fırsatı (Paddison, 1993: 339), çeşitlenen küresel tüketim taleplerinin kentlerin kendine özgü alanlarda uzmanlaşarak sermaye birikimini mümkün kılması (Ancien, 2011: 2479; Kurtuluş, 2013: 191-192) ve bu yolda kentlerin öncü aktörlerinin markalaşma stratejileri asli işleri sayan iklimin oluşması (Spirou, 2008: 21; Töre, 2014: 161-162; Öktem, 2016: 26; Çalışkan, 2016: 307) Antalya'da da gözlerin bu mahallelere dönmesinin nedenidir. Balbey'in dönüşümü böyle bir zeminde elzem hale gelirken, iktisadi gerekçeleri merkeze alan kentleşme pratiğinin beraberinde getirdiği çatışma alanları da zorunlu olarak belirmektedir.

Esasen bu çatışma alanlarının zemininde değişim hızı artan iktisadi yapılanmalar karşısında doğası gereği bu hıza ayak uyduramayan kentsel alanların yarattığı sancılar vardır. Uzun erimli planlamanın yerine ekonomi-politiği merkeze alan kentleşme dinamiği tarihsel olarak Balbey'i önce çöküntü alanı bugünse markanın bir parçası haline getirirken, 'arayı kapatma', 'küresel kentlere yetişme' arzusu dönüşümün niteliğine rengini vermektedir. Müzakere süreçlerini büyük oranda dışarıda bırakan bu dinamikler Antalya'daki kent mekanlarının dönüştürülmesi noktasında güvensiz, müphem ve emrivaki bir kentleşme biçimine işaret etmektedir. Kamu otoritesi ve mahalleli arasındaki müzakere süreçlerini dışlayan bu tutum dönüşümü adeta bir kangrene çeviren, aktörlerin birbirlerine güvensizliğini, değişime dair umutsuzluklarını ve korkularını büyüten bir durum ortaya çıkartmaktadır. Böylece Balbey Mahallesi'nin dönüşüm hikâyesinde

mahalleli ve kent aktörleri arasındaki temasların detayları yeni kentleşme pratikleri, yönetişim ve kentin sosyolojisi arasındaki ilişki bakımından belli dinamikleri ortaya koymaktadır.

10.4.1. Emrivaki

Balbey'deki dönüşüm sürecinin karakteristiğinde emrivaki bir ilişki biçimi ön plana çıkmaktadır. Türkiye deneyiminde örneklerine rastlanan, karar vericiler açısından '*pratik'* fakat '*müzakere süreçlerini dışlayan'* bir '*ivedi'* kentleşme modeli Balbey'deki hikâyenin de merkezine yerleşmiş görünmektedir. Bu bakışla oluşturulmuş planlama ve yürütme süreçleri Balbey'deki mevcut çözümsüzlüğün temel nedenlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Mülkiyet problemleri ve çok fazla hak sahibinin olması kamu açısından kamulaştırma gibi yolların meşru zeminidir. Öte yandan Balbeyliler ekonomik kaygılarla ve dışlandıkları düşüncesiyle emrivaki buldukları dönüşüme karşı çıkmakta, ömürlerini geçirdikleri Balbey'in geleceğinde de söz sahibi olmak istemektedirler.

> …2005 yılında çıkmış olan koruma bölgeleri için bir kanun var. Bana göre en tehlikeli kanunlardan biridir bu. Bu kanuna göre bir bölgeyi kentsel yenileme alanı ilan edebiliyorsun, bunu Bakanlar Kurulu kararıyla yapabiliyorsun, oradaki her şeyin üzerinde sen söz hakkına sahip oluyorsun. Buranın kolay ve pratik tarafı şu, diyor ki devlet çözmüyorsunuz siz yok tescilli yapıydı, yok bilmem neydi, bana iki kat verecektin, koruyacaktım, ben de burada mirastan şu kadar var (K1-Kent Konseyi).

Balbey Yenileme Projesi 2005 yılında yürürlüğe giren, 2018 yılındaki düzeltmeyle Bakanlar Kurulu'nun yetkilerinin de Cumhurbaşkanlığı'na devredildiği 5366 numaralı, "Yıpranan Tarihi ve Kültürel Taşınmaz Varlıkların Yenilenerek Korunması ve Yaşatılarak Kullanılması Hakkındaki Kanun" (http-82) kapsamında yürürlüğe girmiştir. Kanun kapsamında tarihi ve kültürel yapıların yetkili kurumların ön gördüğü koşulları sağlamak şartıyla mülk sahiplerince yapılabileceği (Madde 3), anlaşma yolunun esas olduğu fakat mümkün olmadığı hallerde kamulaştırmaya gidileceği (Madde 4) öngörülmektedir. Yine ilgili kanuna atıfla çıkartılan yönetmelikte (http-83) ise idarenin 'ihtiyaç duyması halinde' STK'larla, kamu kurumlarıyla, üniversitelerle, muhtarla danışma toplantıları yapabileceği ve basına bilgi verebilecekleri ifade edilmektedir (Madde 7).

İlgili kanun bir tür olağanüstü durum yaratarak kamu otoritesinin mekân üzerindeki tasarruf yetkisini mutlaklaştırmaktadır. Diğer bir boyutu ise yetkinin

Cumhurbaşkanlığı'nda olmasıdır. İlgili kanun merkeze kentler üzerinde doğrudan müdahale yetkisi vermektedir. Yerel yönetimlerin güçlendirilmesi söyleminin aksine merkezin kentlerin planlanması sürecini belediyelere bırakma konusundaki gönülsüzlüğüne işaret etmektedir. Böylece Türkiye'nin merkez-yerel ilişkilerinin niteliği (Bölüm 6.2.1) ve Antalya özelindeki karşılığı (Bölüm 9.3.1) Balbey özelinde izlemek mümkündür.

Kurumlar arası yetki tartışmalarının yanı sıra bu durumun kentliler açısından sonuçları söz konusudur. Sanayisizleşme sonrası çöküntü alanlarının oluşumu (Türkün ve Kurtuluş, 2016: 13; Şen, 2012: 320; Wacquant, 2008:41) ve yeni kent ekonomilerinde kent merkezlerinin değişen anlamı (Kurtuluş, 2013: 191; Geniş ve Çelik, 2012: 5-6; Keyder ve Öncü, 1994: 390) ile birlikte düşünüldüğünde kentliler açısından açmazlar söz konusudur. Terk edilen kent merkezlerine geri dönüş furyasıyla birlikte karşılaşılan tablo büyük oranda düşük gelir gruplarının yaşadığı mahallerin dönüştürülmesi zorunluluğudur (Rousseau, 2009: 770; Erman, 2020: 27; Ergur, 2019: 119). Balbey de çöküntü alanı haline gelmesinden yeniden değerlenmesi böyle bir duruma denk düşmektedir. Tarihi bir mahallenin küresel bir marka kent olma ülküsü içerisindeki kente uygun bir biçimde dönüştürülmesinin maliyeti, buralardaki mülk sahiplerinin kaldırabileceği bir yük değildir. Haliyle kanunun öngördüğü kamunun belirlediği şartların öncelikle mülk sahiplerinin gerçekleştirmesi şartı sosyo-ekonomik açıdan mümkün değildir. Bu sıkışıklığa hapsolmuş bir süreçte kamulaştırmanın şartları da kamu nezdinde meşruiyeti de oluşmaktadır. Böylece kamulaştırma uzun ve çözümsüz görünen müzakereden daha 'pratik' bir yol olarak kullanılmaktadır. Pratik olan koruma bölgelerindeki hak sahiplerinin itirazlarını, bazı yasal engelleri ve mülk sahiplerinin mülkleri üzerindeki tasarruf haklarını aşındırarak dönüşüm sürecini hızlandırmasıdır.

> … Kabul ediyorsan gel bu işe sözleşme yap benimle etmiyorsan ben sana şu andaki değeri ne kadar şu kadar al paranı çek git buradan. Kamulaştırma …Hepsi benim. Ben sana burayı yeniden yapacağım sana da şunu vereceğim ben de buraya yapacağım bunu. Değerini de arttıracağım bak seninkinin de değeri artacak bunun karşılığında seninkinin şimdiki değerinin yüzde ellisini veririm diye bir mantık … bütün mahalleyi alıyor, tek bir parsel gibi düşün, bu parseli tek parsel haline getiriyorum, yeniden planlıyorum. Bunun sana %50'sini %40'ını vereceğim. Senin evin şu kadar, arsan şu kadar sana da şu kadar yer vereceğim (K1-Kent Konseyi).

Bütün mahalleyi tek parsel olarak tanımlamakla pek çok kişiyle müzakere zorluğunu ortadan kaldırıp pratik bir çözüm yolu olarak kullanılmaktadır. Pratik olan mülkiyet hakkı, miras, kent tarihi gibi alanlardaki taleplerin önünü geçerek hak sahiplerini belli opsiyonlar arasında tercihe zorlamaktır. Mülkün yeri ve ekonomik değeri üzerinde kısıtlı seçenekler arasında seçime zorlanmak, mülk sahiplerinin serbest piyasa koşulları içerisinde mülkleri üzerindeki tasarruf haklarını ortadan kaldırmaktadır. Bu anlamda koruma alanında yaşıyor olmak bir dezavantaja dönüşüyor görünmekte ve Balbey'in kendine özgü mülkiyet sorunları emrivaki dönüşümün gerekçesine dönüşmektedir.

> …Balbey'de çevre tarafını müteahhitlere verip orta kısmında da iyileştirme yapmak istediler. Fakat buradaki mülkiyet problemlerini halledemiyorlar (K5-Mimarlar Odası).
>
> …Aşağıda otopark var, 21 kişinin 55 m2 toprakta hissesi var. Kimin nerede olduğu bulunamıyor. Hepsinin imzası lazım, ikna edilmesi lazım (B14).
>
> …399 parsel sahibi var. Bunların da kanuni 1700-2000 mirasçısı var. Bir evin 20, 30, 80 sahibi var. Anası babası ölmüş. Çocuklar, çocukların çocukları, torunları derken her gün mirasçı sayısı artıyor (B1-Muhtar).
>
> …Burası 4 ana hisseli (yanan yer) ama işte çocukları torunları toplasan 40 kişi olur. Zaten yan yana gelmesi imkânsız. Sahipleri çok yaşlı insanlar (B5).

Mülkiyetin çok sayıda mirasçıya bölünmüş olması hem mülk sahipleri hem de belediye açısından önemli bir problemdir. Çok küçük boyuttaki arsalar üzerinde çok fazla hak sahibinin olması ve hepsinin olurunun yasal olarak zorunlu olması müzakere yolunu daha meşakkatli hale getirmektedir. Dahası bazı mülk sahiplerine hiç ulaşılamıyor oluşu belediye açısından muhatap bulamamayı beraberinde getirmektedir. Bu ortam içerisinde anlaşma yoluna gitme giderek daha çetrefilli bir hale gelmektedir.

> … Aslında bir kişi gelse çözülecek ama yirmi kişi geliyor. …kişiler hak iddia ediyor. Onun da çocukları var. Bunları bizim çözmemizi istiyorlar. Aileler genişliyor, kavgalılar var, kaos var. Bu kişiler saf dışı bırakılırsa vs. aile trajedileriyle geçti süreç (K4-ABB).

Burada önemli bir problem kendisini göstermektedir. Kamu otoritesi kamulaştırma kararını bu gibi gerekçelere dayandırırken, bahsi geçen problemlerin ortaya çıkmasındaki rolü görmezden gelinmektedir. Balbey Mahallesi'nin hikâyesi 40 yılı aşkın süredir devam etmektedir. Gerek yapılan görüşmeler gerek ise sosyal medyadaki tartışmalar mahallelinin babalarından devraldıkları bu sorunu neredeyse torunlarına devretmek üzere olduklarını göstermektedir. Geçen onlarca yıl içerisinde dönüşüm gerçekleşmedikçe hak sahipleri sayısı giderek artmakta, arsalar daha küçük parsellere bölünmekte ve dahası

kuşaklar göç ettikçe buralarda hakkı dahi olduğunu bilmeyen insanlar ortaya çıkmaktadır. Sonraki bölümlerde detaylandırılacağı üzere mahalle ile bireysel bağı olmayan hak sahiplerinin Balbey'in problemlerine ilgisini ortadan kalmakta, halihazırda orada ikamet edeneler ile aralarında gerilime neden olmaktadır. Bu bakımdan kamu gerekli adımları atmakta geciktikçe bu problem kartopu misali büyüyerek ilerlemektedir.

> …O zaman çözümlenemez hale geliyor iş. 2019 yerel seçim zamanındaydı. Şubat ayında Menderes Başkan herhâlde hükümetle görüştü buraya acil kamulaştırma kararı alındı (B1-Muhtar).
>
> …Bu 10 m, 2 m ölmüş gitmişler. 25 cm'lik yeri olan adam yapılmasın diyor. Bu nedenle kamulaştırmayı çıkarttılar. Karar tekrar geri gitti, geldi (B3).
>
> …Biz de kabul etmedik, imza atmadık. Öyle olunca bir gece kamulaştırma kararı alındı ve herkesin tapusu iptal oldu. Bu sefer sesimizi Cumhurbaşkanı'na duyurunca, sağ olsun, tapularımızı bize geri iade ettiler (B12).
>
> …Herkesle aynı anda anlaşılması çok zor. Her birinin 1 m2 alanı var, anlaşmak zorunda kalıyorsun. Bazen para veriyorsun, bazen de para alıp mülk satıyorsun. Mecbur kalıyorsun bazı şeylere. Varisleri çok fazla. Ya da 10 m2 yeri yapıyorsun burası hepinizin siz anlaşın diyorsunuz. …Tabi bu projeleri uygulamak kolay değil. Kentsel yenileme kanunuyla çıkıyor bunlar. Her bir mülk sahibinin rızası olması gerekiyor veya ulaşılamayan insanlara da kamulaştırma yapılıyor. …Razı olanla anlaşmak zorundasın, gönülsüz iş olmaz. Mahkeme süreçleri oluyor kamulaştırmalarda, o sürece girmek her zaman ikinci alternatif (K8-ABB).
>
> …Burada bunu kabul etmezlerse acil kamulaştırma diye bir şey ile el koyuyor. Burayı bir bölümünde böyle bir karar aldılar. Çünkü burada siyasi, politik bir yaklaşım var. Neoliberal politikaların tam köküne kadar bir örneği. Her şey para üzerine dayalı, benim için oradaki mülk sahibinden önemli olan oranın, o varlığın parasal bir değere dönüşmesi ve kime gidecekse gideceği mantığıyla ki devam eden sorunu da şu açıdan çözüyor. Orada senin yerin vardı, tapuda şu gözüküyordu, burada o vardı (K1-Kent Konseyi).

Müzakere süreci yeni kentleşme pratiklerinin hayata geçirilmesi açısından bir engel gibi görülürken, kamu otoritesinin kararlılığını da ortaya koymaktadır. Pratik kentleşme olarak adlandırılabilecek bu yol kentleşmenin kent aktörleri arasındaki müzakerenin özü itibariyle tek taraflı bir süreç olduğunu da göstermektedir. Zira müzakere sonu başından belli olmayan, farklı fikirlerin eşit bir zeminde tartışıldığı bir duruma işaret etmektedir. Öte yandan Türkiye deneyiminde müzakere kentlilerin kentleşmenin hâkim aktörlerinin kararlarına ikna edilmesi olarak görülmektedir. Bu bakımdan müzakere kent mekanlarının nasıl şekillenmesine dair bir temastan ziyade belli aktörlerin kente biçtiği değer ve biçimin kabulüne ilişkin *rıza turları*dır. Bu noktada farklı mülkleri tek bir parsele

indirmek, oluşturulan plan dahilinde kararlara uymaya zorlamak ve farklı seçeneklerin önünü kapatmak kentlilerin mülkleri üzerindeki tasarruf haklarını kamu faydası gerekçesiyle ortadan kaldırmak anlamına gelmektedir. Balbey Mahallesi'ni de emrivaki bir tavır kendisini göstermektedir.

> …Bu kadar uzlaşma ile iş yapmaya çalışan bir belediye yok. Kanun kamulaştırma ile çöz diyor. Vatandaş haklıdır. Güven sıkıntısı olduğu için kamuya güven problemi yaşıyor (K4-ABB)

"*Acil*", "*acele*", "*ivedi*", "*zorunlu*" Türkiye'de olduğu gibi Antalya'da yeni kentleşme pratiklerinin emrivaki boyutunun anahtar kelimeleridir. Emrivaki kentleşme Türkiye deneyiminde o denli güçlüdür ki bu rıza turlarının sürdürülmesi bile bir istisna olarak görülmektedir. Bu sürecin de işlememesi durumunda acele kamulaştırma devreye girmekte, ikna turları da bypass edilmektedir. 6 Şubat 2019 tarihli 712 karar sayısıyla çıkan Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi'yle kamulaştırma kararı çıkmıştır. Kamulaştırma Kanunu'nun 27. Maddesi gereğince çıkan kararda ilgili parsellerin ABB tarafından ivedikle kamulaştırılması kararlaştırılmıştır. Acele kamulaştırma kararı mahallede büyük tepkilere neden olmuştur. Kararın belli metrekarenin altında kalan parseller için çıkarılacağı ifade edilirken bütün mahalle için çıkartılmış olması mülk sahiplerini tedirgin etmiştir.

> …Tamamı böyle, herkesin bir araya gelip birlikte yapması olanak yok. Bunun en kolay yolu Türel döneminde yapılan, hepsini toplarım arkadaş ne tapu var ne bir şey, artık yeni tapu çünkü yasa buna müsait. …Ciddi bir kaos yarattı orada. Ya sen benim yerimi alıyorsun ama sen kimsin, şey yaparsın diye acil kamulaştırma kararına çok büyük bir tepki geldi. Ve tabi ki bunu da alırken sadece uygulama yapılacak yerde yapmadı bunu. Ya ileride de bize bu lazım olur diye, Cumhurbaşkanı'nı da nasıl kandırdılarsa kandırmışlar, tüm Balbey için karar alınınca bu sefer daha orada uygulama yapılmayan veya yapılmayacak yerlerde de ya bizim yerimiz kamulaştırılıyor diye itiraz etti. …Biz burada 30, 35 senedir bekliyoruz. Yerimizin %40'ını alıyorsunuz, ayrıca aldığınız yerde de mesela adamın iki katlı evi var bunu bekliyor altına dükkân açacak vs. Böyle bir şey yok biz burasını ofis yaptık, senin de 40m2 ofisin sağ köşesinde bir yer. Yani beklediği değerin çok altında bir değer (K1-Kent Konseyi).
>
> …Bizde bir de kök tapu var. Tamamı kamulaştırıldı. Biz dernek kurduk. Baktık mahalle elden gidiyor, Araplara satılmış ona buna satılmış deniyor. Biz ne kadar derinlikte çalıştıklarını bilmiyoruz ki, biz de dernek kurduk. Başta tamamı için çıktı. Temizleyip kendilerine geçireceklerdi (B10).
>
> …İki parselin içerisinde çözdüydü. Hatta Cumhurbaşkanı'na kadar kamulaştırma kararı geldi. Ama yanlış geldi. Bütün mahalleyi kamulaştırmışlar. Sonra geriye gönderdi Menderes

> Türel, karar o iki parsel adına geldi. Onun içerisinde de 2m 3m düşük arsaları kamulaştırdılar (B3).
>
> …Senin orada 100 metre yerin yok ki 3 m yerin var. O öyle arıza çıkartıyor. Bunları engellemek için çıktı karar sanıyorum. Ama kamulaştırmayı incelediğin zaman camisi, hanı, sokağı, duvarı her tarafı kamulaştırdı. İstese hükümet burayı alır yıkar geçer bizi de istediği yere atar. Verir kamulaştırma bedelini istersen ağla, istersen zırla. Ondan sonra yoğun çalışmalar vardı dernek bir taraftan biz bir taraftan Cimer'e yazdık, Cumhurbaşkanı'na yazdık, milletvekilleriyle konuştuk bir ay sonra iptal edildi. Sadece düşük m2 yerlerin kamulaştırılacağı söylenildi. Öyle kaldı (B1-Muhtar).

Balbey'deki sit alanının korunması söylemiyle başlayan hikâye sit alanına dahil olmayan (etkilenme alanı) parsellerin de kamulaştırılma kararına dahil edilmesi mahalleli açısından sürecin bir oldu bittiye getirilmesine dair kaygılarını derinleştirmiştir. Bu durum mülk sahiplerinin, STK'ların mücadelesi bir yandan da seçimlerin yaklaşması nedeniyle kamulaştırma kararı geri çekilmiştir. 7 Mart 2019 tarihli 808 karar numaralı Cumhurbaşkanlığı Karar'ı ile sadece düşük metrekareli alanların kamulaştırılması yönünde revizyon yapılmıştır. Öte yandan 2019 Yerel Seçimler'i dönemine denk gelmesi, mahallelinin yoğun itirazı ve seçimlerde belediyenin el değiştirmesiyle kamulaştırma tartışması rafa kalmıştır. Yine de yarattığı tedirginlik ortamının izlerinin sürdüğünü mahallelinin itirazlarından gözlemlemek mümkündür.

Bütün bu ortam içerisinde Balbeylilerin kaygıları belli konular etrafında toparlanmaktadır. İlgili kanunlar, uygulamalar ve deneyimleri onlar açısından mülklerinden olma, ekonomik haklarını alamamak, mahalleyle bağlarının kopması, dikkate alınmamak gibi riskler doğurmaktadır.

> …Belediye toplu yaptıracak. Adamlar ev ev hak sahipleriyle görüştüler. …yapılacaktı ama mülk sahipleri istemedi. Buradaki şey 100 m2 arsan varsa inşaat alanı 41 m2. Soruyorlar sana dükkân mı istiyorsun ev mi istiyorsun. 41m2 yi istemiyor. Yer küçüleceği için kimse kabul etmedi. …Bu arsanın içerisine yer yapmışsın. 4 tane ev var içerisinde. Yenileme olduğunda adama bir veya iki daire verdiler. Ya da 1 katının ruhsatı var üç katının yok. O 3 kata da. Şimdi ben burayı yıktıracağım da 1 tane mi daire alacağım diyor, haklı adam. Bir de adamları bulamadılar (B3).
>
> … Bakın dedim boş bir arsadan bahseder gibi konuşuyorsunuz, ben ne yapayım 40m2 yeri dedim (B10).

Mekânın artan değerinden oluşacak farkın dağıtımı konusu bir çatışma alanı doğurmaktadır. Planlama gereğince Balbey'deki hak sahiplerinin alacağı pay dönüşüm sonrası artacak rant değeri nedeniyle şimdiki arsalarının %40'ı kadar olacağı

kararlaştırılmıştır. Yani 100 m2 arsası olan bir hak sahibinin arsasının 40 m2 düşecek olması mekânın rant değerindeki artışla telafi edilmesiyle çözüme kavuşmuş olmaktadır. Mülk sahipleri açısından mülkün değerinin artıyor olması, sahip oldukları arsaların küçülmesine razı olmalarına yetmemektedir. Böylece kent mekanlarını değişim değeri üzerinden ele alan aktörler ile mahallelinin gelecek beklentileri arasında bir ayrışma doğmaktadır. Öte yandan mülk sahiplerinin talepleri sadece maddi beklentilerle şekillenmemektedir.

> …Geçen dönem Menderes başkanın zamanında ön tarafta iki ada üzerinde çalışma yapıldı. Belediye o zaman kafasına göre plan yaptı, benim yerim buradayken beni attı arkaya. …Ortaya bir meydan yaptı falan, mülk sahipleri mahkemeye verdi. Biz anamızdan babamızdan kalan yeri istiyoruz. Yerimizden ayrılmayız…(Böcek) ben yaptım, yıktım demeyeceğim herkesin gönlünü alacağım dedi. Dediği gibi ortadaki boşluğu kapattı, oradaki mülk sahiplerinin yerini verdi (B1-Muhtar).
>
> …Bir de şu var. Köşede kumaş pazarı var. Adamın arsası varmış belediye yol payını almış öyle ruhsat vermiş. Ama bir daha yenileme olursa benim yerim azalacak diyor. Verir mi vermez. Bir de herkes kendi olduğu yeri istiyor. Benim arsamın içerisinde olsun diyor (B3).
>
> …İmarda tapular tutmuyor. Tapular ve yerler farklı. Kiminin yeri farklı (K4-ABB).

İkinci itiraz konusu tartışmayı ekonomi politik perspektifinden uzaklaştırması nedeniyle değişim değerine odaklanan ikna sürecini daha da zora sokmaktadır. Balbeyliler açısından mahalleriyle kurdukları bağın tehlikeye girme ihtimali itirazlarının önemli bir boyutudur. Oysa burada mekânın değişim değerini merkeze alan, kentlilerin kullanım değerini önemsiz sayan kentleşme pratiği kendisini göstermektedir. Kamu yöneticileri açısından mekânın değişim değerine ilişkin taleplerin karşılanıyor oluşu mekâna dair tasarruflarındaki karar alma süreçlerini güçlendirmekte, pratik kentleşme modelinin meşruiyet kaynaklarından sayılmaktadır.

Buradan hareketle mekânın kullanım değerine ilişkin talepler haksız, durumu yokuşa süren, fırsatçı bir bakış olarak görülmektedir. Bu anlamda mekanla kurulan öznel ilişkiler piyasa ilişkileri tarafından yutulmaktadır. Arsa büyüklüğü veya ekonomik değer temelli bakışın ötesinde mahallelilerin mekâna ilişkin aidiyet duygularının, aileleri ile mekân üzerinden kurdukları bağın ve hatıralarına ilişkin duygularının da ciddiye alınmasını bekledikleri anlaşılmaktadır. Mülk sahiplerinin bir bölümü çocukluklarının geçtiği mahalledeki hatıralarının korunmasını, buralardan kopmamayı ve atalarından kalan yerlerle kurdukları manevi ilişkilere saygı duyulmasını istemektedir. Kentin önde gelen aktörlerinin mimarlar, mühendisler, siyasetçiler ve ekonomistlerin tartışmalarıyla

dönüyor olması, Balbeyliler açısından bazı taleplerinin anlaşılamaması aynı zamanda bu aktörlerin de mahalleliye ulaşamaması anlamına gelmektedir. Teknik meselelere (kanuni açmazlar, imar tartışmaları, mimari problemler) ve ekonomi konularına boğulmuş müzakere süreçleri içerisinde mahalleli taleplerinin anlaşıldığından şüphelidir.

Mekâna değişim değeri ve teknik üzerinden yoğunlaşan bakışın kaçırdığı nokta tam da budur. Mekânın rant değerinin artması veya insanların daha lüks evlerde oturacak olması kent ve kentliler arasındaki ilişkinin yegâne boyutu olmadığı anlaşılmaktadır. Bürokratlar, sermaye ve teknisyenler neyin 'daha iyi' olduğuna neyin 'genel fayda' olarak kabul edileceğine dair kendi perspektifleri üzerinden tasavvurları mevcut çatışma alanlarını derinleştirmektedir. Balbey'deki sürecin gösterdiği, Tekeli'nin (2016b, s. 327) de vurguladığı üzere Türkiye'de kent planlama anlayışının hâlâ pozitivist ve tepeden bir anlayışla devam ettiğini göstermektedir. Bu nedenle hâkim söylem kentlilerin beklentilerinin de lüks ve rant artışları ile sınırlı kalmasını beklemekte, ekonomi politiği kente dair diğer tasavvurların üzerine koymaktadır. Bu gerçekleşmediği durumlarda ise katılımcılık anlatıları yerini zora dayalı eylemler almaktadır.

> …Her siyasetçi kendi ekibiyle geliyor, önceki ekibin tamamen hatalı olduğunu söylüyor. Devamlılık yok. Sıfırdan yapılıyormuş gibi devam ediyorlar. Planlama çok uzun bir süreç. Balbey gibi özel yerlerde halkla da toplantı yapmak lazım. Bunu yapmayınca sıkıntılara giriyorsunuz haliyle (K7-Şehir Plancıları Odası).
>
> …Şimdi bir toplantı oluyor, oradan biri çıkıyor. Kimmiş o tüketici koruma başkanı ya ben birinci etabı gördüm ne Osmanlı mimarisi ne Selçuklu mimarisi değişik bir şey beğenmedim. Ya arkadaş olsun dedim nasıl olacaksa olsun da sıra bize de gelsin. Mahalle güzelleşsin diyor. O diyor hem haklısın hem şey. O zaman uygun bir proje yapsınlar. Bir hafta topluyorlar mimarları, Balbey hakkında konuşuyorlar ama konuştukları birinci etap. Ondan sonra harita mühendisleri, sonra inşaat mühendisleri falan. STK'ları topluyorlar, havanda su dövüyorlar bana göre hiçbir netice çıkmıyor (B1-Muhtar).

Müzakerelerin detaylarına bakıldığında ise aktörler arasında çelişkili pozisyonlar belirmektedir. Bir aktör öncelik verdiği konuda muhatap alınmamaktan şikayetçi iken farklı bir aktörün talebini tartışma konusu etme noktasında gönülsüzlük gösterebilmektedir. Projenin neticeye varamaması, mahallelinin beklentilerinin karşılanamaması ve gündelik yaşamdaki mahalleye dair problemlerinin getirdiği birikim, STK'ların projeye ilişkin itirazlarını ve önceliklerini süreci yavaşlatan bir durum olarak görmelerini beraberinde getirmektedir. Bu noktada STK'ların önceledikleri problemleri kendi 'gerçek' problemleriyle ilgisi olmayan entelektüel bohemlik gibi görülmektedir.

Koruma mantığına aykırılık gerekçesiyle itiraz eden STK'lar mülk sahipleri tarafından hoş karşılanmamaktadır. Mevcut tartışmalar kent aktörlerinin kentin dönüşümüne ilişkin müzakereci bir tutumdan uzak oldukları anlaşılmaktadır. Kimlerin konuşmaya hakkı olduğuna dair bakış açısı karşısındaki muhataba göre değişkenlik göstermektedir. Kamu otoritesi ile kentlilerin karşılaşmasında kamu tarafı toplumsal fayda söylemi üzerinden mülk sahiplerinin taleplerini yok sayma eğilimindedir. Diğer taraftan mülk sahipleri ekonomik haklarına, mekanla kurdukları duygusal bağlara, hatıralarını referans alarak söz sahibi olduklarını düşünürken, kentin tarihine, hafızasına, doğasına yönelik itirazlar yükselten STK'ların tartışmaya katılmalarına olumsuz bakmaktadır. İleride tartışılacağı üzere söz konusu kiracılar, farklı etnik gruplar, göçmenler olduğunda kamu otoritesi, mülk sahipleri, STK'lar müzakerecilik meselesinde ortak tutum aldıkları görülmektedir. Bu bakımdan Türkiye'deki kentleşmenin müzakereci olmayan yapısı sadece kamunun tutumuyla açıklanması mümkün olmayan yerleşik bir kültür olduğu anlaşılmaktadır. Öyle görünmektedir ki sadece kentin yöneticilerinin değil Antalya'daki STK'ların toplumla kurdukları ilişkideki kopukluklar (Bölüm 9.3.3.3) Balbey özelinde de kendisini göstermektedir.

> …AKM'de bir toplantı yaptı ne oldu bitti, çözüldü. Dernek olarak randevu talep ettik. 4 yıldır randevu verecek Muhittin Böcek. Ama seçimden önce ooo ben mahalleliyim, canımsınız, ciğerimsiniz. Biz senden iş talebinde bulunmuyoruz. Çocuğumuzu işe kat demiyoruz. Biz toplumsal sorunu çözmek istiyoruz. …Projede yani her yer mermer yapılmış. Antalya sıcak yer, kışın da yağmurlu. Mermer olursa su nereye gidecek. Yazında güneş mermerden yansıyacak. Uygun değil. Yağmurda kayma riski var, aşırı sıcak. Onun yerine yeşillik alan yapın dedik. Baştan savma projeler (B2-BALDER).
>
> …Benim çocukluğum burada geçti. Buraları biz gibi adamlara soracaklar nasıl iyi olur, nasıl güzel olur (B4).
>
> … Antalya'yı düşün. Şimdiye kadar gelen hükümetlerin hepsi uçaktan resmini çekiyorlar proje çiziyorlar (B16).
>
> … Şimdiki belediye tamam siz ne istiyorsanız biz onu yaparız dedi. Ama ne çağıran oldu ne de görüşen oldu. Komple durdu şu an (B12).

Dikkate alınmamak, mahallenin geleceğine dair söz sahibi olmak isteyen Balbeylilerin emrivaki dönüşüme doğrudan itirazıdır. Mahallenin temsilcisi olan muhtarın toplantıya çağırılmaya unutulması, BALDER'in randevu taleplerinin karşılık bulamaması, mülk sahiplerinin taleplerinin dikkate alınmadığını ifade etmesi kentlilerin müzakerelerden dışlandığı bir dönüşüm hikâyesini göstermektedir. Oysa mahalleli sadece

Balbey'in geçmişiyle değil geleceğinde de aktif söz sahibi olmayı talep etmektedir. Uzun yıllar mahallede yaşıyor olmaları, Balbey'in problemlerini doğrudan deneyimlemeleri ve buradaki sosyal yaşamın detaylarına vakıf olmaları onları bu noktada en önemli bilgi kaynağı yapmaktadır. Öte yandan karşılaştıkları ortamda kendilerinin yeterince muhatap alınmamaları, bilgilendirilmemeleri ve karar mekanizmalarının paydaşı olamamaları onlar için kaygı vericidir. Bu noktada kendilerini belirsiz bir ortam içerisinde bulmaları tartışmaları Balbey'deki dönüşümün ikinci niteliğine -müphemliğine- götürmektedir.

10.4.2.Müphem

Balbey'in durumunda çok boyutlu belirsizlikler söz konusudur. Bu belirsizlikler tapu problemleri gibi teknik ve yasal konulardaki sorunlar, dönüşüm sürecinde bilgilendirme problemleri ve mahallenin geleceğine dair ön görünmezlikler etrafında toparlanmaktadır. Müphem süreçler sadece mahalleliler açısından değil bütün aktörler için sorunlu alanlar yaratmaktadır.

> …Orada da eski kadastro dediğimiz ta Osmanlı'dan gelen eski parseller artık yeni imar parsellerine dönüşür. Tam bunlar da bitmiş, yeni tapular düzenlenmiş. O anda da orası kentsel sit alanı ilan edilmiş ve koruma altına alınmış. Sorun ondan sonra başlıyor. Sorun ne. İki tane farklı tapu var birisi iptal edilmiş imar tapusu var. İmar tapusuna göre buradan yol geçiyor. Ama koruma altına aldıkları yerde de 47 tane ev var. Bu evler tarihi demişler. Burası yol, eski arsası ama imar açıldığı için adamın arsasını almışlar şuraya koymuşlar. Ama adamın evi burada kalmış. …Gittiğiniz zaman tapu diyor ki ben bu işi çözmem …haklı olarak diyor ki bu özel mülkiyet buraya taşınmış. Bu özel mülkiyeti buradan buraya almam için ya iki tarafın evet demesi ya da mahkeme kararı olması lazım (K1-Kent Konseyi).
>
> …Plansız programsız ot gibi yeşerdi Antalya bir anda (B13).

Öncelikle Balbey'in tapudaki karmaşık durumu Türkiye'de kentleşme tarihinin bir yansıması gibidir. Mahalle gerek Antalya tarihindeki yeri gerekse coğrafi konumu itibariyle sıradan bir lokasyon değildir. Sit alanı olan, kentin büyüme hikâyesinde, kent merkezindeki sosyal hayatın oluşumunda hayati bir yeri vardır. Öte yandan daha yolun nereden geçtiği, evlerin nerede olduğu resmi tapularda belirsiz olması plansız kentleşmenin çarpıcı bir örneğidir.

İlk olarak bu denli önemli ve merkezi bir mahalledeki tapu probleminin Osmanlı'dan bugüne çözülememiş problemler bir ihmali göstermektedir. Daha doğrusu bu mahalleleri önemli hale getiren koşullar oluşmadan bir mesele haline gelmemesi

Türkiye'de ve Antalya'da kent planlamasının ekonomi politik gelişmeleri merkeze alıyor olmasıyla ilgilidir. Kentin işlevi değiştikçe kent planlarının da değişmesi, planların uzun erimli ve tutarlı projeksiyona dayanmaması ve günlük sorunlarını çözme perspektifiyle hazırlanması kentlerde açmazlara neden olmaktadır. Bu perspektiften -Balbey özelinde de- kentin tarihi ekonomik bir çıktıya dönüşme kapasitesi belirdiğinde dikkate alınmaktadır. Uzun yıllardır kent merkezindeki tarihi bir mahallenin gerek âtıl hale gelişi gerekse imar problemlerinin görmezden gelinmesi bu durumu doğrulamaktadır. Halının altına süpürülmüş sorunlar yıllar sonra Balbey'de belirsizlikler olarak kendisini göstermiştir.

> …Belediye yık diyoruz benim yetkim yok diyor, Büyükşehir'e gidiyoruz Anıtlar Kurulu diyor. Eskiden bu kadar değildi, benim oğlan var genç senin gibi çok uğraştı tarih gidiyor ya yıkın ya koruyun diye. Yakıyorlar zaten (B6).
>
> …Yoğunlaştılar şimdi birinci etap. Hadi orası olduktan sonra bizim durum ne olacak. İçi nasıl olacak, dışı nasıl olacak. …Birinci etapta tıkandı kaldı. Turizm bakanlığından cevap bekleniyor, izin gelirse orası yapılacak. …Zaman zaman kent estetiği daire başkanıyla görüşüyorum. Sizin plan bitti muhtarım turizm bakanlığında dedi. Ondan sonra onay bekliyoruz, oradan başlayacağız dedi (B1-Muhtar).
>
> … Bekir Kumrul kaldırımları yaparken koştum arkasından buraya koştum sordum. Hiçbir şey yapamam dedi burası Anıtlar Kurulu'nun elinde (B16).
>
> …Teknik çalıştırmaları sürdürüyorlar gibi geliyor. Bunu hem tapu dairesiyle hem koruma kuruluyla hem de şu an orayı değişim alanı ilan ettikleri için çevre ve şehircilik bakanlığı ile birlikte yapmak zorundalar. Şu an yetkinin yarısı bakanlıkta (K1-Kent Konseyi).

Türkiye'de merkez ve yerel yönetimler arasındaki ikircikli yapı (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2017: 28;125) Balbey'deki müphemliğin önemli bir boyutudur. Bakanlıklar, Anıtlar Kurulu, Büyükşehir Belediyesi, ilçe belediyesi vd. arasında dağılmış yetkiler mahalleli açısından kafa karışıklığı yaratmaktadır. Halihazırda teknik tartışmalar içerisine boğulmuş süreçte birden fazla yetkili aktörün varlığı mahallelinin kimlerden ne beklemesi, kimlere derdini anlatması gerektiği gibi konularda karmaşa yaratmaktadır. Çoğu zaman muhatapları Büyükşehir Belediyesi olsa da sadece onlarla bu meselenin çözülebileceğine dair inançları zayıftır.

> …Bu belediye buna devam ederken burayı yapma gücü yok. Bir önceki belediye burayı devletin de yardımıyla yapardı. Şimdi katkı olmadığı için oyalar durumda. Ya da burayı bir müteahhit bulup kat karşılığında vermesi lazım. Bu ekonomik sıkıntı içerisinde bunu yapacak adam yok. Onun için şu an orada bir bekleme şeyi var (K1-Kent Konseyi).

> …Yerin şurada olacak sana şunu veriyorum demiyor ki. Önce birinci etap. İkinci etap ne zaman yapılacak. E yine hükümet değişirse ne olacak. Adam verdi evini çıktı. Sonra diyecekler ki sen imzanı atmışsın kardeşim. Hiçbir yere gidip şikâyetçi olamazlar ki. Devleti devlete mi şikâyet edeceksin. O daha önceki belediyeydi diyecekler bunu yollayacaklar. Biz imza vermedik (B7).

Bu noktada sürecin müphemliğini derinleştiren daha karmaşık problemler belirmektedir. Öncelikle yetki problemlerinin ötesinde kentliler belediyelerin kendi kaynaklarıyla bu projeleri gerçekleştiremeyeceklerinin farkındadırlar. Kent Konseyi'nin de aktardığı biçimde ülkedeki ekonomik sıkıntılar, kamu desteği olmaksızın projeleri üstlenecek özel sermayenin yokluğu ve/veya gönülsüzlüğü ve yerel yönetimlerin merkeze olan bağımlılığı mahalleyi geleceğini belirsizliğe sürüklemektedir. Daha da sıkıntılı bir tablo olarak siyaset kıskacına girmiş kentleşme devlet-vatandaş ilişkilerini zedeleyecek noktaya varmıştır. Balbey'de 'devlette devamlılık esastır' şiarının karşılık bulmadığına, anlaşmaya yanaşsalar bile belediyedeki parti değişiminin süreci baltalayabileceğine ve güvencesiz bir ortamda kalabileceklerine dair inanç söz konusudur. "*…Devleti devlete mi şikâyet edeceksin*" ifadesi devleti yanlarında değil karşılarında gördüklerini ortaya koymaktadır. Öyle görünmektedir ki merkez-yerel arasındaki siyasete endeksli yapı kentlilerin yaşamını zora sokan, devletle kurdukları bağı zayıflatan ve kendilerini güvende hissetmedikleri bir sosyoloji doğurmaktadır. Bu ortam içerisinde, Balbey'deki dönüşümün emrivaki boyutu müphemliği de beslemektedir.

> …İkinci döneminde Menderes baya bir değişmişti. Balbey'de projeler gösterilmedi, herkes tek tek çağrıldı. Çünkü bir toplantı yaptı orada yuhalandı. …Adam diyor ki bana nereden ne vereceksiniz, öyle bir plan yok. Ya dur bakalım sen bizimle anlaş biz öyle yapacağız. Planlar yapılıp, bir yere asılıp, işte plan bu, burada siz ne istiyorsunuz, buradan bir şey mi alalım, senin yerin şurası olacak diye bir şey yoktu. Önce bir ön sözleşme yapıyor, o ön sözleşmeden sonra projeler çizilecek sonra biz sana yerinizi vereceğiz… Zaten bu ikinci kısımdaki anlaşmazlığın en önemli nedeni, dava açanların nedeni buydu (K1-Kent Konseyi).
>
> …Bizi çağırdılar buraya imzaya. Neye imza atacağım? Proje yapılacak. Yapılacak da ne yapılacak? İmzayı atacaksınız, sonra biz oturacağız kararlaştıracağız, ilk proje çıkacak. Ama sen imzayı başta alıyorsun. İmza atmam dedim niye atayım ki? Bu Menderes Türel zamanında başladı bir proje ile gelmediler. Ne yapacaksınız işte ticari yerler olacak. Sen benden niye imza alıyorsun ki şimdi? (B4)
>
> … Uzmanlar geldi size onu vereceğiz, bunu vereceğiz imzalayın. Projeler kasada kilitli. Türel'den sonra bu geldi de hiçbir şey yapmıyor. Bizi kabul etmiyor bile. Aslında dernekte toplantı yaptığımızda ne istiyorsanız onu yapacağım dedi. Bizi çağır burası sizin burası

> bizim, elimizden geleceğini yapacağız ama şuna bir bakın de. Ananem rahmetlik biz göremeyiz ama siz görürsünüz dedi. Ama biz de göremeyecek gibiyiz (B10).
>
> … Gittik diyorlar ki imza at. Neye imza atacağız peki? Mesela diyor ki ben buraya 40katta çıkarım 30 katta çıkarım ama sana bir tane daire veririm. Neye karşılık bir daire veriyorsun dediğimizde cevap yok (B12).
>
> …Kademe kademe mahallenin içi olacak ama dediğin gibi millete doyurucu bir bilgi ver. Balbey dedin mi içi böyle olacak dışı böyle olacak şu kadar kat verilecek (B1-Muhtar).

Burada belirsizlikler ile makul yollar birbirine karışmış durumdadır. Tapu problemini çözmek için ortaya koyulan pratik çözüm kamu otoritesinin planları açık bir biçimde ortaya koymaması nedeniyle mahallede direnç oluşmasına neden olmuştur. Mahalleli belediyenin planı tamamen göstermeden anlaşma imzalatmayı direttiğini, bunun altında etkilenme alanının oldu bittiye getirilerek hak kaybına uğrayacaklarına dair endişeleri söz konusudur. Planlardaki belirsizlik mahalledeki endişeyi arttıran önemli bir problem olarak belirginleşmektedir. Planların kademeli olarak açıklanacak olması, şu an da sadece sit alanına ilişkin netlik kazanmış olması ve etkilenme alanının durumuna dair belirsizlik mahallelinin ve sivil toplumun sürece kuşkuyla bakmasına neden olmaktadır. Sit alanına ilişkin problemin çözülmesinin ardından etkilenme alanının geleceğinin belirsizliği bu kesimlerin dönüşüme dair direnişlerini güçlendirmektedir. Belediye sözleşme aşamasında mülk sahiplerine mahallenin nasıl dönüşeceği, dönüşüm sonunda kendilerine ne verileceği ve nerelerin uygun görüleceği ile ilgili bilgi vermemektedir. Projede net olan sadece şimdiki mülklerine karşılık hangi oranda yer alabileceklerine ilişkindir. Halihazırda tartışmalı olan bu duruma ek olarak verilecek yerlerin işlevinin ne olacağı, nerede olacağı gibi belirsizlikler sürecin önünü tıkamaktadır.

> …Yanlış imar tapusunun ceremesi yaşanıyor. Kişi kök tapuya dönmek istese çözülecek. Teknik bilgiye vakıf değiller. …Bu dönemde vatandaşlarla çalışma yapıldı. Ev ev gidilerek anlatıldı. Mülkiyet problemleri var. Osmanlı tapusu var torunlarına kadar gelmiş. İntikal yapılmadığı için vefat eden kişilerin adı var. Tapu güncellemesi yapıldı. Alanla ilgili mutabık olalım dedik ama tapunun hak sahipleri bilinemiyor (K4-ABB).
>
> …Bir de bunun iki kısmı var. Koruma alanı dışında etkilenme alanı var. Zaten kavga oradan çıktı. Etkilenme alanında yani belediye biz bu sınırı çözemiyoruz, bunu da böyle çözeceğiz ama size de bir örnek gösterelim diye bunun hemen arkasında bir alanda uygulama yapacaktı. Böylece bakın ne güzel oldu rant arttı diye gösterecek biçimde bir proje yaptı. Şimdi bu belediye buna devam ediyor (K1-Kent Konseyi).
>
> …Bütün insanlara doğru bilgiyi aktarmak çok zor. Ama belli bir kesime hitap edebilmek gereksinim. Ama bütün insanlara doğruyu gösteremezsin. Senin elle tutulur somut bir şeye

> ihtiyacın var. Bu nedir projedir, maliyetidir, oluşma sürecidir. Bunu insanlara aktarırsın, insanlar bunları görür ve kabul eder. Proje gelişmemişken kimseyi ikna edemezsin. Balbey projesi yeni yeni oluşmuş bir proje, önceki dönemde ikna edilememiş insanlar. Çünkü projenin belki dışı güzel ama teknik kısımları çok eksikleri vardı. En baştan değiştirdik dönüştürdük. Yeni projenin artısıyla inşaata başladık. …Problemler önceki inşaların kabul etmemesi nedeni adamın dükkânı var sana ofis verelim. Adam ön cephede dükkânı var arkadan verelim. Veya metrekareyi az vermiş. …Bu eşitsizlik anlamına geliyor. İnsanların midesini bulandırıyor, bu nedenle itiraz geliyor. Yeni projede insanları ikna eden şey projeleri açık açık herkese gösteriyoruz. Netlik ve şeffaflık var, bunun yanında da adetli bir durum var. Eski yerinden verdik (K8-ABB).

Belediye yetkilileri yaptıkları yeni projeyle geçmişteki problemleri ve belirsizlikleri çözdüklerini belirtmektedirler. Öncelikle eski projenin birinci etaba odaklanıp geriye kalan bölümlerdeki belirsizliklerin çözüldüğü ifade edilmektedir. Böylece projenin mahallenin tamamını kapsayacak şekilde projelendirildiği belirtilmektedir. İkinci önemli problem olan projeden kim nereden ne kadar pay alacağına dair belirsizliklerin de giderilmesi söz konusudur.

> …Balbey için ilk başta bir itiraz vardı ama sunumdan sonra bir itiraz olmadı. …Balbey bağlamında şikâyet edeceği hiçbir şey yok. Çünkü her anlamda kente katma değer katan bir şey. Kolay kolay da bir şikâyet olmadı. Bir mimarlar odası biraz şey yapar gibi oldu. Onda da bir şey olmadı (K8-ABB).
>
> …Biz o şeffaf projeden haberdar değiliz. Kamuoyuyla da paylaşmıyorlar. Demek ki çok şeffaf bir paylaşım (K5-Mimarlar Odası).
>
> …Yeni plana olur verdik artık. Bir an önce iş başlasın diye. Hem kamuoyu hem mülk sahipleri bir belirsizlik var, bir önünü görememek var. Dedik ki bir yerden başlansın. Birçoğu da memnun oldu. Ama daha da başlamadılar. (*Dönüşüm başladığında izlenecek yol hakkında*) Daha ona sıra gelmedi. Mesela kentsel dönüşüm olan yerlerde kira yardımı, oda günün şartlarında 10 binlik kiraya tekâmül ediyor. Biz o aşamaya gelmedik çünkü birinci etap denilen yerde oturan pek mülk sahibi yok. Boştu, kiracılar vardı onların tebligatları yapılmış boşaltılmış. O aşamaya gelmedik ama görüşeceğiz. Kentsel yenilemeye giriyor kira yardımı olur tabi (B2-BALDER).
>
> …Hadi orası başladı burası da başladı. Biz nereye gideceğiz. Bizim kiramızı ödeyecekler mi? Dönüşümde ödüyorlar ama burası restorasyon olacağı için ödemiyorlar (B1-Muhtar).

Aslında BALDER'in ifadeleri mahalleli açısından her şeyin güllük gülistan olmasından değil, yıllarca süren belirsizliğin bıkkınlığıyla kabul ettiklerini göstermektedir. Projedeki düzeltmelere rağmen dönüşümün en önemli ayaklarından biri olan inşaat sürecinin nasıl yürütüleceği hâlâ belirsizdir. İnşaat başladığında buradaki

insanlar nereye gidecek, kira yardımı neye göre belirlenecek gibi hayati soruların cevabı yoktur. Bilhassa 2023 yılında ülkeyi saran konut sorunu, kira krizi henüz açılmamış bu konuları daha kritik hale getirmektedir. Bütün bu müphem atmosfer sadece bugüne değil mahallenin geleceğine dair endişeli bir bekleme süreci yaratmaktadır. Dahası bu belirsizlikler mahalledeki yapıların giderek daha fazla yıpranmasına, tarihi binaların yok olma riskine ve değer kaybetmesine yol açmaktadır.

> …Tabi ki bir süre sonra olacak. 30 seneye yakın süredir yapılmamış bir yere daha ne kadar dayanabilirsin. Bu politik ekonomik yapılar bunu artık şey yapmıyor (K1-Kent Konseyi).
>
> …35 yıldır buradayım. Babasına hayrı olmamış, kendine hayrı olmamış taa torunlara kalmış. Kamulaştırıp bina yapsa yüksek. Kim yapacak. Kimse burada mal sahiplerinden yapan olmaz. Mirasçısı yok yapamaz. Müttehitte kat karşılığı verse olur ama burada imar yok (B6).
>
> …Adam evine gün ısı taktıracak taktıramıyor. Masraf edecek az çok. Yarın bir gün yıkılırsa ne olacak. Öteki diyor banyoyu değiştireceğim tadilat edeceğim param boşa mı gider (B1-Muhtar).
>
> …Kalanlar da birebir aynısını istedikleri için. Bir sürü yerden izin alması lazım. Yüksek maliyetler o yüzden kimse girmiyor (B5).

Burada müphemliğin bir diğer boyutu dışa vurmaktadır. Belirsiz gelecek mahallelinin mülkleri üzerindeki tasarruflarını planlamalarında zorluklar yaratmaktadır. Dönüşüm başlayacak mı? Tadilat için izin alabilecekler mi? Mülklerine yaptıkları yatırım boşa gidecek mi? Bu gibi belirsizlikler mülklerinde gerçekleştirecekleri basit tadilatlar için bile tereddütte neden olmaktadır. Dahası bu durum mahallenin çöküntü alanı haline gelmesinin önünü açan (Bölüm 9.2) önemli bir meseledir. On yıllar süren çözümsüzlük, geleceğin müphemliği ve yapıların sit alanı kapsamında oluşu buralara yatırım yapmayı mahalleli açısından rasyonel bulunmamakta, bunun sonucunda mülkleri değer kaybetmekte, kira değerleri düşmekte ve mahallenin demografisini değiştirecek sürecin de önünü açmaktadır.

10.4.3. Güvensiz

Balbey'deki en önemli sorunların biri de sürecin güvensizliktir. Kamunun mahallenin dönüşümüne dair bütüncül bir plan ortaya koymaması sürece ilişkin şaibeleri de arttırmaktadır. Bütün bu ortamın doğrudan sonuç kentleşmenin aktörlerine karşı kentlilerin duyduğu "güvensizlik" duygusudur. Sahadan gelen veriler sürecin kamuya,

rantın dağıtımına ve projenin sonuçlarına ilişkin güvensizlikler etrafında şekillendiğini ve Balbey'deki dönüşüm hikâyesi daha çetrefilli hale geldiğini göstermektedir.

Fakat daha öncesinde güvensiz ilişkilerin oluşmasında Türkiye'deki kentleşme deneyiminin toplumsal hafızada bıraktığı izlerin etkisini görmek mümkündür. Deneyimin yarattığı Balbey'deki kentleşmenin müphem niteliği de bu güvensizlik duygusunu derinleştirmektedir. Ülkedeki kentleşme deneyimlerinin kötü şöhreti Balbey'deki belirsizliği dönüşümün öncü aktörlerine duyulan güvensizlikle hemhal etmektedir.

> …Bu uygulamalar nerede yapıldı. Kimine göre başarılı kimine göre başarısız, bana göre kötü. Tarlabaşı'nda, Sulukule'de yapılanlar böyle. Koruma diyoruz biz Balbey'de koruma, Kaleiçi'nde koruma. …Buralara Kuveyt şeyhi kimleri getirip gösterdiler bizde böyle yerler var diye, bugün bir dünyada kaos ortamı var o değiştiği zaman birileri gelir el koyabilir, acil kamulaştırma kararı ile iki üç rezidans yapılır gider (K1-Kent Konseyi).
>
> …(Planların belirsizliği) Tabi ki etkiliyor, etkiledi de zaten. Türel dedi ki bu iki şeyi yapacağım kararları da çıkarttı. Millet de dedi ki bizim elimizden arsalarımız gidiyor, Menderes yiyor vs. Gidecek elimizden bütün şeyler (B3).
>
> …Balbey'de herkesin sorduğu biri var o ne derse ona inanıyor o kişi. Bilmem kim bunu diyor. Ama diyoruz ki böyle değil, fakat inandıramıyoruz (K7-Şehir Plancıları Odası).
>
> …belirsizlikle devam ederse tüm mülk sahibi komşularımız bürokrasiye peşkeş çekilmiş olacak …Hakkımızı gasp etmesinler 3 kuruş Ziraat Bankası'na para yatırıp kamulaştırdık demesinler diye Böcek'e oy topladık boşa mı gidecek çalışmamız şimdi (Sosyal Medya).

Kent Konseyi'nin görüşü emrivaki kentleşmeye dair duyulan endişeyi doğrudan özetlemektedir. Balbey'e dair beklentilerin bir ucunda Odunpazarı, Safranbolu evleri dururken (*…Orası bir koruma altına alınmış, tarihi eser niteliğinde. Tekrar yaşar hale getirilmesi, yani diğer sit alanlarındaki gibi Kaleiçi'ndeki veya Eskişehir'deki Odunpazarı Evleri'ndeki gibi tekrar bir yaşam alanına dönüşmesi için yapılan çalışmalar- K1-Kent Konsey) …Eskişehir Odunpazarı örneği var, Safranbolu örneği var. Ankara Hamamönü, Beypazarı örnekleri var- B1-Muhtar)* diğer ucunda Sulukule, Tarlabaşı deneyimlerinin korkusu söz konusudur. Bu denli belirsizlik, planların açık olmaması ve müzakere süreçlerinin kısıtlılığı Balbey'de bir soylulaştırma dalgasının yaşanacağı, mahallenin sosyo-ekonomik durumunu değiştireceği endişesi mahallelide olduğu kadar sivil toplumda da kendisini göstermektedir. Türkiye'nin güncel kentleşme deneyimine ilişkin hafıza bu müphemliğin kuşkuya ve güvensizliğe dönüşmesine neden olmaktadır. Mahalleli için sit alanındaki problemlerin çözülmesinin etkilenme alanındaki haklarını kaybetmenin önünü açacak olması mülk sahipleri için en önemli kaygılardan

biri olarak öne çıkmaktadır. Buna karşın farklı Kaleiçi örneği ve Balbey'in birinci etabının mahallelinin güvenini yeniden tesis edeceği varsayılmaktadır.

> …Yeni bir yaşam alanı oluşturmak. Bunu yaparken de Kaleiçi'ni örnek veriyorum. …. Oluşabilecek yeni proje Kaleiçi mantığında şöyle ki zemin katında kafelerin, restorantının olduğu üst katlarında ofislerin olduğu, belli bir bölgesinde otelin olduğu bir yapı oluşturmak. Ve bu sokakları da yaşatmak. Kafelerle, park alanlarıyla. …Birinci etap biterse diğerlerine örnek olacak. Çünkü insanlarda şöyle bir algı var. Olmuyor, dönüşemiyor, belediye yapamaz, yapmaz. Çünkü her bir kişiyi ikna etmek, sözleşme imzalamak, hepsinin ikna olacağı projeler oluşturmak zor süreçler. …Birinci etabın yarısında hak sahiplerinin rızaları tamamlandı. Diğer yarısında da görüşmeler yapılıyor. İlk yarısında ruhsatı alındı, şantiyelenme başladı. Kazı çalışmaları başlayacak yakında. Süreci yürütmek çok zor oluyor (K8-ABB).
>
> …Kaleiçi'de eskiden böyleydi. Kimse giremiyordu oralara. Orayı örnek gösterdiler aynı orası gibi olacak falan (B5).
>
> …Kaleiçi'nde 94lerde insanlar zengin insanlar oturuyordu. Sonra ara dönem oluştu -bugün buranın hali gibi, burada bir ara dönem var şu an- o zamanlar pezevenkler, sokak köpekleri, uyuşturucu satıcıları bir de saçı uzun rockçılar vardı. Başka kimse yoktu. Şimdi mekân olan yerlere giremezdiniz. Sonra ne oldu mekanlar açıldı. Burası da böyle olacak ama şu an bir ara dönem yaşıyor burası (B4).

Özellikle Konyaaltı Sahili ve Lara'nın kıyı bölgelerindeki lüks konutların örnek alınması (Antalya Kent Konseyi, 2020: 84) mahallenin dönüşümünün kentin bütününe dair anlamını göstermektedir. Bu bakımdan Balbey Mahallesi'nin dönüşümü kent merkezinin cazibe merkezi haline getirilmesi kapsamında üretilen projelerin bir parçası olarak önem kazanmaktadır. Balbey Mahallesi'nin dönüşümün tamamlanmasıyla mahallenin "Antalya'nın ikinci Kaleiçi" olacağı ve turistlerin ziyaret etmeden ayrılmayacağı bir destinasyon haline geleceği vurgulanmaktadır (Portakal Gazetesi, 2015a: 14). Öte yandan Balbey'i bir marka haline getirme söylemleri STK'larda ve mahallelide tam anlamıyla karşılık bulamamakta, ranta dair kaygılar baskın gelmektedir.

> …Çok büyük bir rant alanı burası. Onu paylaşamıyorlar (B5).
>
> …Herhalde burayı bekleyen biri var, benim tahmini görüşüm yurtdışından (B12).
>
> …Proje Türel bir şeyler yapıyor gibi göründü. Dışarıdan başlayacak diye. Daha başlamadan imza istediler. Biz dışarıyı yapalım. İçerleri bize bırakın. Ben niye yerimi sana vereyim? Çıkar hesapları dönüyor daha işin başında. Bu mide bulandırıcı şeyleri insanlar kabul etmiyor. Açık ve net ol. Burayı dümdüz yapın ben varım. Hissem nispetinde verin (B11).
>
> …Şimdi ki belediye başkanı da nasıl yapsın adam? Parası yetişmez ki adam nasıl yapacak? Mahalleli özellikle kendisi yapmak istiyor. Müteahhitte verip kendim yaptıracağım, belediyeyle ilişkisi olmasın diyor (B3).

> …Taşeronlar yaparsa kat karşılığı verecek veya belediye onlara kâr payı verecek. Maddi ve manevi yükü mülk sahiplerine kalacak. Dedik ki siz projeyi parsel bazında hazırlayın. İmkânı olanlar projeye uygun biçimde kendi yapsın. Süre de verin. Yapmazsa belediye olarak biz yapalım deyin. Hâlâ çalışıyorlar, hâlâ çalışıyorlar (*gülüyor*) (B2-BALDER).

Rantın dağıtımı Balbey'deki en çetrefilli konulardan biridir. Kamu ve özel sektör arasındaki iş birliğiyle daha verimli ve mutlu kent yaşamı söylemi (Harvey, 2019: 173) mahallelide karşılık bulmamakla birlikte bir itiraz alanıdır. Bir yanıyla da yatırım çekmek adına girişimci gibi davranan belediyelere (Paddison, 1993: 339), kâr merkezli yönetişim biçimine (Ünsal, 2014: 109) dair güvensizliğin dışavurumudur. Kamu hizmetlerinin özelleştirilmesinin tüketici açısından fayda yaratacağı fikrinden hareketle (UN Habitat, 2003: 44) Türel'in de vurguladığı genel fayda söyleminin yerelde karşılık bulmadığı anlaşılmaktadır. Mahalleli dönüşümle ortaya çıkacak rantın belli firma ve isimlere dağıtılacağı ve haklarını tam olarak alamayacakları konusunda endişelidirler.

> …Bunun çözümü yeni yasa ve yönetmeliklerle çözmek lazım. Büyük çıkarlardan çok vatandaşların ne istediğini anlayarak plan yapmamız lazım (K7-Şehir Plancıları Odası).
>
> …Kanunlar iyi olduğu için değil kanun olduğu için yürürlükte ve belli bir sınıfın çıkarını korumak için var. Bunu Monteigne zamanında söylemiş (B14).
>
> …Şurada *** var. Orası yıkılacaktı, bastı parayı yıkmadılar viraj yaptılar. Dümdüz yoldu viraj oldu. Okulu yıktılar. İnönü kız meslek, doğumevi. İnönü'nün durdurma kararı vardı perdeler üzerindeyken yıktılar orayı 5'ten sonra (B4).

Sadece Türkiye deneyimi değil Antalya'daki bazı örneklerde mahallelinin güvenini sarsan deneyimler yaratmaktadır. Burada esasen ekonomik gücü olanın kendini koruyabildiğine ve kamunun da yeri geldiğinde yasaları tanımadan eyleme geçebildiğine dair inanç söz konusudur. Şehir Plancıları Odası her ne kadar yeni yasal düzenlemelerle sorunun çözülebileceğini ifade etse de mahalli arasında buna mesafeli bir bakışın da yer aldığı görülmektedir. Esasen bu durum vatandaş-devlet arasındaki güven probleminin bir başka tezahürüdür. Belirsizliklerin yanı sıra halihazırdaki uygulamalar ve örnekler güvensizliği perçinlemekte, Balbeylilerin kararlarını etkilemektedir. Bilhassa konu siyasi partilerin temsil ettiği kamu kurumları olduğunda gerek sivil toplumdaki gerekse mahallelideki güvensizlik artmaktadır.

> …Ama uzun süredir neredeyse 30 seneyi aşkın bir süredir bu sorunu da içtenlikle çözmeyen bir siyasi yapı var. Siyasi yapı derken neredeyse bütün siyasi partilerin -Doğru Yol Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi, Demokratik Sol Parti, Anavatan Partisi ve Ak Parti'nin de içerisinde olduğu- bir dönemi geçirdik (K1-Kent Konseyi).

> …4 yıldır da bir ilerleme kaydedemediklerini düşünüyoruz ama onlarda Balbey'i bitirdiklerini ve seçim öncesi açıklayacaklarını söylüyorlar. Balbey'i biraz seçim malzemesi yapıyorlar. Bunun hangi parti olduğunun, kimin olduğunun önemi yok. Bir önceki parti bir görüştü şimdiki parti bir görüş ama ikisinin de beceremediği bir Balbey var. …Çünkü belediyeleri büyük gösterip halkın oyunu devşirmeye çalışıyorlar. Başka bir şey yok (K5-Mimarlar Odası).
>
> …Emniyeti de Kaymakamı da seçim arası oldu mu aday adayları, milletvekilleri hepsi dolanıyor. Şöyle yapacağız, böyle yapacağız ama seçim bittikten sonra bir şey yok. Kaç tane belediye başkanı geldi geçti kimse yapmadı (B6).
>
> … (2023) Nisan ayında belediye birinci etaba başlayacaklarını söyledi ama şu an için bir gelişme yok. Biz dedik ki nisan ayında bir şey olmazsa mayıs ayında mülk sahiplerini belediyenin önüne toplarız, basın açıklamamızı yaparız, kamuoyunu bilgilendiririz dedik. Sadece proje var. Menderesin iki dönem projesi vardı, bunlar üzerinden rötuş yaptılar. Bunların da bir şey yapacaklarına inancımız yok. Niye yok. Şurada bir yıl kaldı seçimlere 4 yıldır bir şey yapmadı (B2-BALDER).

Hem sivil toplum hem mahallelinin ortak kanısı rant meselesinin yanı sıra siyasi çekişmelerin de Balbey'deki çözümsüzlüğü derinleştirdiğidir. Kent Konseyi'nin aktardığı üzere siyasi yelpazenin farklı kanatlarından pek çok partinin içerisinde olduğu, yıllar süren çözümsüzlük dönemi söz konusudur. Bu noktada diğer görüşmeciler de Balbey'in seçim malzemesi yapıldığını, bu noktada parti farkı olmadığını ve hiçbirine güvenmediklerini vurgulamaktadırlar. Esasen gerek muhtarın gerekse pek çok görüşmecinin konunun bir parti meselesi olmadığını sıkça ifade etmesi ve çözümü partiler etrafında aramamaları -dönemin konjonktürü açısından riskli bulma ihtimallerini de akılda tutmak kaydıyla- herhangi bir partinin konuyu çözeceğine güvenmemeleriyle ilişkilidir.

Balbey'deki güvensizlik ortamının bir diğer boyutu ise projenin sonucunda nasıl bir mahallenin ortaya çıkacağına ilişkindir. Balbeyliler mahallenin geçmişteki halinin örnek alındığı, ruhunun yaşatıldığı ve geçmişteki sosyal yaşantısının diriltildiği bir gelecek talep ederken, bunun gerçekleşme ihtimaline kuşkuyla yaklaşmaktadırlar.

> …Olaya tek taraflı bakmıyoruz. Hem mahallenin yaşanabilir bir mahalle olması, bizden önceki süreçte buranın sadece belediye ile olan restorasyon boyutu yani emlak boyutuna bakmış arkadaşlar. Emlak değerini nasıl koruruz, haklarımızı nasıl alırız …Bizim felsefemiz buranın tarihi ve fiziki yapısının korunması. Yoksa sadece tarihi evleri korudun, gerisini yıktın kocaman yollar yaptın. Şehrin ruhu kalmaz. Sit alanı olmayan yerler de olduğu gibi korunsun. Mevcut yapı neyse o olsun. … Şehri boz yık. Ben buraya geldiğimde 50 yıl geriye

> gidemem çünkü bir şey kalmamış. Rezidans almışsın benim hatıralarımdan hiçbir şey yok. Bak şu ağaç mesela çocukken girip meyve çalardık. Hep hatıraları var (B2-BALDER).
>
> … Olduğu gibi korusunlar. Burası nasıl Kaleiçi yapıldıysa burası da böyle olsun. Açsın bize desin ki bahçenizi kafe yapın. Buraya dışarıdan ne kadar çok insan gelirse o kadar medenileşir, güzelleşir (B10).

Mumford'un vurguladığı biçimde kent binalarla, kurumlarla, edebiyat ve sanatın simgesel biçimleriyle dünü, bugünü ve yarını bir arada tutar (2000: 124). Kentin sürekliliğinin kentlilerin bireysel yaşamlarında da bir karşılığı vardır. Balbeylilerin itirazlarının bir boyutu bu noktadan yükselmektedir. Kendi anne, babalarıyla, çocukluklarıyla ve sonraki nesle aktarmak istedikleriyle ilgili anılar ve beklentiler mekân bağlamında somutlaşmaktadır. Bu bağlamda mekân onlar için değişim değerinin ötesinde bir anlam ifade etmekte ve kendi evleri üzerine tasavvurları bu yönde şekillenmektedir.

Böylece mahallelinin dönüşüm sürecinden taleplerinin sadece ekonomiyle ilişkili olmadığı, kent yaşamına dair farklı taleplerinin de olduğu bir kez daha dışa vurmaktadır. Öyle ki BALDER'in yöneticisi sadece belediye yetkililerine değil derneğin eski yöneticilerinin de tartışmaları emlak değeri etrafında sürdürmesini eleştirmektedir. Sadece emlak değerinin veya sit alanı kapsamındaki yapıların değil mahallenin tamamının bir bütün olarak korunmasını talep etmektedirler. Büyük rezidanslar, yollar arasında kalmış birkaç tarihi evin mahalleyi yansıtamayacağı, böyle bir dönüşümün buradaki sosyal yaşamı ve kimliği yok edeceğinden endişelidirler.

> …Sloganınız ne kimlikli kent. E kimlikli kentse eğer işte yaşayan değerlerini gün yüzüne çıkartmak. Yoksa rezidans, şehrin geçmişinde rezidans mı vardı. Onu yeni yerleşim yerlerine yap. Hasan Subaşına kızdığım şeylerden biri nostalji treni. Bizim Antalya'nın geçmişinde tramvay yoktu ki nostaljisi olsun. Nostalji nedir o yörede yaşanmış 100-200 yıl sonra gün yüzüne çıkartılmış. Antalya'da ne var fayton var, fırfır var. Onları getir. Faytonu daha modern hale getir. İstanbul'da İstiklalde var tren. Benim kültürümde yok ki bana yutturuyorsun (B2-BALDER).
>
> …. Ama hadi Balbey'de 5 tane binayı alalım, oraya boşa yatırdıkları milyonlarla. Bu beş tane binada Antalya gastronomisinde öne çıkan Balbey'de yaşatacağına inandığımız-örneğin Börekçi Tevfik, Piyazcı Sami- bir gastronomi meydanı oluşturun. Çok zor bir şey değil yani (K5-Mimarlar Odası).
>
> …Antalya çok hızlı büyüyor bir tek burası büyümüyor. O da sit alanı olduğu için. Bir sokak Antalya lezzetleri olsun köfte piyaz, kabak tatlısı olsun. Bir sokak el sanatları olsun cam üfleme, keçe sanatı, halı kilim bilmem ne. Turist buraya geldi mi açık hava müzesi gibi oturur kahvesini içer, yemeğini yer, hem burayı gezer. Buradan Kaleiçi'ne iner, Seleklere gider.

> Doğu Garajı'nda yapımı bugünlerde biten yere gider. Böyle olur diye hayal ediyoruz ama hâlâ hayal ediyoruz (B1-Muhtar).

Kimlik tartışmaları doğrudan adı konmasa da kentleri tek tipleştiren (Harvey, 2017: 359), Disneylandvari bir biçim veren (Bryman, 2004) ve kentlerin özgünlüğünü ortadan kaldıran (Şentürk, 2016: 105; Oktay, 2011: 9; Birol Özberk ve Akgün Yüksekli, 2011: 83) küresel marka kent stratejilerine ve bu yolda çabalayan kent aktörlerine yerelden gelen bir tepkidir. Bu anlamda küresel ile yerelin karşılaşmasının yarattığı çatışmadır. Rezidanslar, faytonlar, mega projeler gibi küresel trendlerin kent kimliğini güçlendirme iddiasıyla örtüşmediği, yerelde doğrudan bir karşılığı olmadığı görülmektedir. Zira kent kimliği, kent hafızası tarihsel deneyimlerle şekillenen uzun erimli olgulardır. Antalya örneğinde olduğu gibi kenti baştan aşağı devasa, şaşalı yapılarla, baş döndürücü bir hızda yeniden inşa etmek kentin kimliğini kentlilerin ise hafızalarını, anılarını, aidiyetlerini zedelemektedir. Kenti hafızasıyla birlikte modernize etmek ve/veya markalaştırmak daha yavaş, uzun vadeye yayılmış ve yerelin bilgisine yaslanan müzakereci bir strateji gerekmektedir. Oysa Türel'in aktardığı biçimde kenti çokça yol alması gereken, aradaki farkı kapatmak için hızla hareket etmesi gereken bir yarışın öznesi olarak görüldüğünde (Bölüm 9.1) kimliği feda etmemek mümkün görünmemektedir. Balbeyliler gerek Türkiye örneklerinden, gereksek Antalya'da deneyimlerinden mahallelerinin de böylesi bir noktaya savrulacağına inanmakta ve projenin amaçlarında öne sürülen vaatlerin gerçekleşeceğine güvenmemektedir.

10.5. Suçluyu Aramak: Gidenler, Gelenler ve Kurumlar

Balbey'deki dönüşüm sürecinin birbirini besleyen üç niteliği (emrivaki, müphem ve güvensiz) büyük oranda kamu ile mahalleli arasındaki ilişkilere ışık tutmaktadır. Bu üç niteliğin tarihsel deneyimlerden, politik kültürden ve devlet-toplum ilişkilerinden beslenen, küresel rekabeti merkeze alan ve ekonomik rasyonaliteyi önceleyen ivedi bir kentleşme stratejisinin sonucu olarak okumak mümkündür. Bütün bu hengâme içerisinde mahalledeki çözümsüzlük ve ümitsizlik hali devam etmektedir. Mahalleli Balbey'deki dönüşümün bu niteliğine tepkisi de sürerken, bu durumun müsebbibi olarak gördükleri farklı gruplar da vardır. Bu noktada Balbey'in bugünkü halinde kamunun ihmalini ve kararlarını sorumlu tuttukları kadar mahalleyi terk eden eski komşularını ve mahalleye yerleşen grupları (Romanlar, yoksullar ve göçmenler) da sorumlu tutmaktadırlar. Böylece

bütün bu problemler mahallede yeni çatışmalı alanların oluştuğu bir sosyoloji doğurmaktadır.

10.5.1. Mahalleyi Yüz Üstü Bırakanlar ve "Kendinden Olana" Dönen Hınç

Balbey'deki çarpıcı konulardan bir tanesi mahallenin zaman içerisinde dönüşen demografisi ve gidenler ile kalanlar arasındaki gerilimdir. Balbey'deki göç sirkülasyonunda mahallenin eski sakinlerinin kentin farklı bölümlerine dağılmaları kalanlar açısından birtakım problemlerin nedeni, çözümsüzlüğün bir parçası ve mahalleye ihanet olarak algılanmaktadır. Bu bakımdan kalanların gidenlere yönelik bir öfke ve hınç beslemektedir. Mahalleli ile yapılan görüşmelerden hareketle Balbey'in eski sakinleri arasında Antalya'nın ünlü ve zengin ailelerinin olduğu anlaşılmaktadır.

> …Zenginler burada yaşıyordu önceden. …döviz büroları var, otelleri var. Benzinlikleri var. Deri mağazası var (B13).
>
> …Galeri ***'in dünya oteli var. İstese burayı yapamaz mı? *** komple onun, Aksekililer hep. 20-30 evi var belki orada. Çoğunluk bu mahalle Aksekili. Buradan taşınık birçoğu (B6).
>
> …Porsche'yi satan herifin. Kuyumcu ***. Şu an zenginler o zamanlar zengin değillerdi, mütevazi ailelerdi. Şimdi çok zenginler (B7).
>
> …Burası aslında çok kaliteli ve Antalya'nın saygın isimlerinin çıktığı bir mahalle. Antalya'da Antalyalı kalmadı hele burada hiç kalmadı. Şu köşedeki evin sahibinin Çin'de fabrikası bile var (B10).

Balbey'in eski sakinlerinin bir bölümü bugün Antalya'nın en varlıklı ailelerindendir. Öyle ki lüks araba galerileri, otelleri, benzinlikleri, döviz büroları olan bu ailelerin zamanında Balbey'de yaşayan mütevazi insanlar olduğu ifade edilmektedir. Öte yandan kentteki birtakım gelişmeler, aralarında bu isimlerin olduğu Antalya'nın yeni zenginlerini yaratmıştır.

> …Aksu para etmiyordu büyük para etti, Lara para etmiyordu büyük para etti, Limanın orası 5 para etmiyordu büyük para etti. Buralarda ekilen tarlaları vardı. Tarlalara binalar yapıldı. Zengin oldular.. …Voswagen'in satıcısı buradan, *** buradan, *** Kuyumculuk buradan, x Döviz, *** kafeterya, han var (B4).
>
> …Antalya'nın ikinci yerleşimi olduğu için burası Antalya'nın esnafı. Çoğunluğu Aksekili. Sanayi tarafı sonradan gelişme. Şimdi (Konyaaltı, Lara) oralardan toprak almış, arsa almış. Oralar inşaata verilince ya da kendine müstakil ev yaptırmış (B6).
>
> …Güzel Marmara Oteli'nin karşısında Küçük Tilki ile iş aldık yapıyoruz. Bir bayan geldi 40 yaşlarında. Son model Mercedes jeep ile geldi. 50 lahmacun 50 ayran doldurmuş arabaya. Muhabbet ettik. Mühendis mi mimarı mı hatırlamıyorum biri vardı ona sorduk kadın buranın

> sahibiymiş. Kızıltoprağa giderken Isısan'ın karşısında kadının dedesinden yer kalmış. Orada büyük bloklar yapıldı sonra. 50'şer daireli falan filan bir sürü yeri vermişler buna. Almış buda Kundu tarafında yine çıkmış. 238 tane dairesi var. Parasının hesabını bilmiyor. Avukat tutmuş o topluyor parayı (B13).
>
> …Konyaaltı, Arapsuyu'nda dayımın gelini var. Yukarıdan inmişler deniz kenarlarını çevirmişler. O zaman toprakları erkeklere veriyorlar, deniz kenarını kızlara. Orası bir işe yaramayacak diye. Kadınların hakkı hep çalınmış da sonradan iş değişti (B10).

Görüşmecilerin ifadelerinden hareketle bahsi geçen ailelerin önceleri bu denli zengin olmadıkları, mütevazi bir hayatları olduğu anlaşılmaktadır. Bu insanların kentin büyüme dinamikleri neticesinde Antalya'nın en varlıklı kesimleri haline geldikleri ifade edilmektedir. Öyle görünmektedir ki Balbey'i çöküntü mahallesi haline getiren kentleşme dinamikleri (Bölüm 10.2.1.) aynı zamanda bazı kesimlerin sınıf atlaması için şansa dönüşmüştür. Kent doğu ve batı akslarına doğru büyürken buralardaki tarım arazisinin rant değeri artmış ve buralarda arsası olanlar açısından zenginleşme olanağı sağlamıştır. Bir zamanların verimsizliği nedeniyle erkeklerin tenezzül etmediği araziler, Antalya'nın tarım kentinden turizmin başkentine giden hikâyesinde yeni zenginleri yaratan rant alanları haline gelmiştir. Böylece Antalya'nın kentleşme hikâyesi mahalledeki gidenler ve kalanlar arasındaki sınıfsal ayrışmanın temelini atmıştır.

> …Mahallenin yerlileri oturuyordu. Kiraya verdiler gittiler. …Yerlisi hiç kalmadı sayılır(B3)
>
> …Burası normalde Antalya'nın varlıklı insanlarının evleri hep. Ama hepsi bir yerlere gitti. Hep dededen evler. Herkesin en az 100 yıllık evleri. Mahalle yavaş yavaş şey yapınca, ya da daha iyi yerler oldukça. Yani çocuğunuzun daha iyi bir yerde yetişmesini istemez misiniz? Zenginlerin hepsi ya Lara tarafına ya Konyaaltı tarafına (B6).
>
> …Ev sahipleri de burada oturmadığından saysan 10-15 bilemedin 20 aile mülk sahibi. … İmkânı olan başka yerlerden ev aldı. Lara'dan Konyaaltı'ndan ne bileyim Kır Cami tarafından. Şehrin güzel yerlerine dağıldılar (B1-Muhtar).
>
> … İmara açılan yerlerden dolayı adam burada otururken oradaki tarlasına lüks bir ev yapıldı. Çocuklar vs. ısrar etti baba oraya göçelim. Benim babam şuna daha iyi bakar ben o kadar iyi bakamam. Binalar da öyle yaşlılar ölünce, çocuklar da gidince buralar âtıl kaldı (B4).

Antalya'nın kentleşme süreci Balbey Mahallesi'ndeki insanlar açısından yarattığı imkân, buraları terk etmeleri ile sonuçlanmıştır. Yeni gözde mahalleler (Kır Camii mevkii, Lara vb.) bu kesimleri kendisine çekmiş ve mahalleyi terk etme kararına neden olmuştur. Kentte Konyaaltı, Lara gibi yeni gözde muhitler oluşması, Balbey'in giderek eskime sürecine girmesi (Bölüm 10.2.3) imkânı olanların mahalleden göç etmesiyle sonuçlanmıştır. Fakat bu göç mahallede "imkânı olan" ve burayı terk eden kesimler ile

burada kalmak durumunda kalan veya tercih eden kesimler arasında gerilimin de başlangıcı olmuştur. Gerek görüşmelerdeki gerekse mahallelinin sosyal medyadaki ifadelerinden Balbey'i terk edenlere bir öfke oluştuğu anlaşılmaktadır.

> …Birinci hata mülk sahiplerinin. Gitmişler mülklerine sahip çıkmamışlar. Sonra gelmiş oturmuşlar. Sen sahip çıkarsan, belirli aralıklarla gelirsen. Kiraya veriyor Onu öyle kamufle ediyor yani ayıbını Öyle işte benden habersiz oturmuş diyor. Gidersin ASAT'a CLK'ye elektriğini suyunu kestirirsin. …Terk etmek çözüm değil, yerinde kalıp mücadele etmek önemli. Mahallenin bu hale gelmesi mülk sahiplerinin burayı terk etmesi, terk ettikten sonra da sahip çıkmaması. Bak biz oturuyoruz burada (B2-BALDER).
>
> … Atadan dededen miras kalan yerlere sahip çıkmak yerine zaten gözden çıkardıkları bu mülklerin karşılığı küçük menfaatlere tamah ediyorlar. …Bu kadar şey olurken uzaktan seyretmek ve suçu dışarıda aramak biraz garip. …Yerli ve yaşlı insanlar çocukları dışarlara dağılmışlar rica ediyoruz ilgililer görsünler de hayatlarının sonunda mahalle sahipleri eski yurtları olan bir yığın hatıraları olan insanlar gelip bir kahve bir cay içsinler ana baba ocaklarında …Mahallede yaşamayan ve mülküne sahip çıkmayanlar bu sıkıntıları bilemez. …Miras yoluyla kalanlar umursamadan kiraya verdiler. En son ne zaman çocuklarını alıp ben burada doğdum bu bizim evimizdi diye yeni nesle bunları gösterdiler. Bizim ata yadigarı yere sahip çıkmamakta hiç mi suçumuz yok. …O hurdacılara, ne olduğu belli olmayan tiplere, romanlara kiraya verirken ANTALYALIYIM veya BALBEYLİYİM diyerek burada yaşayan mülk sahipleri komşularımızla sorulmadı (Sosyal Medya).

Balbeyliler eski komşularını mahalleyi öylece bıraktıkları nedeniyle eleştirmekte, bugünkü karşılaştıkları sorunların müsebbiplerinden kabul etmektedir. Mahalledeki sorunlara kayıtsız kalmaları, ailelerin Balbey'le bağ kurmamaları ve daha önemlisi kiracılar konusunda seçici olmamaları gibi konular mahallelinin eski komşularına kızgınlık nedenleri arasındadır. Özellikle Romanların mahalleye yerleşmesinin Antalyalılığa, Balbeyliliğe ve ata kültüne bir tür ihanet olarak kabul edildiği görülmektedir. Zenginleşen komşularının mahalleyi kendi kaderine terk ederek burada kalanlara -esasen eski komşularına ihanet ettikleri duygusu yaratmaktadır. Mekânı ve mekânın hafızasına, ani "ata toprağına" sahip çıkmayan mahalleliler beraberinde geride kalanların hatıralarını ve dostluğunu da görmezden gelmektedir. Zenginleşerek gidenler sınıfsal bir ayrışmayı gösterirken öfke mahalleye ihanet, ata toprağına sahip çıkmamak gibi görünümler kazanarak dışa vurulmaktadır.

> …Burada 8, 9 tane hurda deposu var. Özellikle sahiplerinden kiralıyorlar. Sahipleri kim anaları babaları duysa bunları mezarlarında ters döner, ölmüş gitmiş rahmetli olmuş. Bunların kanuni mirasçıları, bomboş duracağına evim vereyim kiraya 2 bin 5 kira neyse (B1-Muhtar).

> …Burada neden otursun? Gitti ve buraları unuttular. Çünkü buralara ihtiyacı yok, sadece anıları var burada başka bir şey yok (B4)

Bütün bu tartışmaların içerisinde sınıfsal ayrışmaya dair bir ifade olmaması görmezden gelindiğine işaret etmektedir. B4'ün ifadeleri ayrışmanın sınıfsal karakterini net bir biçimde dışa vurmaktadır. Artık Balbey'e ihtiyaçlarının olmamaları, geriye sadece -ki yeni nesil için geçerli olmayan- hatıralardan başka bir şey kalmaması mahalle için çabalamalarının iktisadi rasyonalitesinin olmadığını da göstermektedir. Halihazırda kalanların ata yurdu söylemine odaklanmalarının nedeni de bu durumdur. Öte yandan gidenlere öfkenin nedenleri ve görünümleri arasında tutarsızlıklar kendisini göstermektedir. Her ne kadar öfke ata toprağı, Balbeyli olmak gibi kavramlar etrafında dönse de bazı katılımcıların mahallenin dönüşümünden beklentileri de eski komşularının bir zamanlar elde ettiği kazanımlara benzer taleplerdir.

> …Burada en güzel şey ne olur biliyor musun, Markantalya gibi buraya bir bina dikersin. Doğu garajı köşesine dikersin, mezarlığın oraya da dikersin. Mahalleliyi taşırsın oraya bir tanesine iş hanı yaparsın. Ev isteyen buradan iş isteyen buradan. Ama kimse kabul etmiyor. Herkes kendi yerini istiyor. Yeni yerlere büyük binayı yapacaksın, (B3).
>
> …Biz çok mücadele ettik. Geldik, toplantılarda Başkanla görüştük. Hepsine gittik. Bir sürü şey dinledik. Bir sonuç yok. Rezidans veriyordu güya bize (Menderes), rezidansta oturacaktık. Menderes toplantılarda öyle dedi. Ben de söz istedim. Bizimle resmen alay etti o zamanlar, resmen dalga geçti. Biz burada bir kişi değiliz hisseliyiz ne yapacağız bir tane rezidansı dedim. 1 ay, 1,5 ay sonra alo 2 tane vereceğiz dediler. Öyle bir ekip getirmiştelerdi ki onlar insanları pembe hayallerle, sonra benim öyle çalışanım yok dedi. Başkanım yapmayın dedim bizi davet eden onlar, sürekli telefon açıyorlar dedim (B9).
>
> …Bazıları imza atmayanlarla görüştük. Onlar da rezidans verecekler hesabı, yani 5m yerine 100m yeri var gibi hisse istiyor. …Kim veriyor rezidansı, hayal, hikâye (G12-BALDER).
>
> …Önceki projeleri görmedik. Mezarlık çevresinde büyük binalar var ya buraya 10-15 katlı binalar. Altını otopark yapacaklar. Size 40 m2 rezidans vereceğiz havuzlu mu olsun otoparklı mı olsun. Ben güldüm (B10).

Markalaşma stratejisi olarak kent mekanlarının orta ve üst sınıflarını cezbedecek şekilde yeniden inşasıyla (Rousseau, 2009, s. 785), "steril" hale getirilmiş (Cantek, 2013, s. 124) "mutenalaştırılmış kültürel ortam"da (Suner, 2018, s. 56) yaşama imkânı Balbeylileri ikna etmek adına başvurulan yollardandır. Katılımcıların aktarımlarından Balbey'deki dönüşüme rıza göstermeleri için büyük vaatlerde bulunulduğu, lüks rezidans ve iş yerleri sözleri verildiği ve projenin hayatların iyiye gideceğine inandırılmak istendikleri anlaşılmaktadır. Ne geçmişlerinde ne de Balbey'in tarihi karakterinde

rezidansların, güvenlikli sitelerin, havuzlu apartmanların yeri olmadığı açıktır. Aynı şekilde sit alanı içerisindeki yapıların olduğu gibi korunup çevresinin yüksek katlı yapılarla dönüştürülmesi de esasen mahallenin özgünlüğünü kaybetmesi anlamına gelmektedir. Bu noktada bahsi geçen vaatlerin yerine gelmesi, büyük yapılar arasında kalmış, restore edilmiş birkaç evden ibaret bir mahalle yaratması muhtemeldir. -Buna da razı olmayan ve mahallede yerinde dönüşümün gerçekleşerek sosyal kimliğinin de korunması gerektiğini ifade eden kesimlerin olduğunu akılda tutmak kaydıyla- bu beklentiler Balbeyli olmak, ata mirasına sahip çıkmak gibi söylemlerle uyuşmadığı gibi aslında eski komşularına dair öfkelerinin sınıfsal karakterinin göründüğünden güçlü olduğunu ortaya koymaktadır.

10.5.2. Markalaştırılamayanlar: Fakirler, çingeneler, göçmenler

Mahallelilerin öfkelerinin döndüğü bir diğer kesim kiracılar, özelliklede Romanlar ve göçmenlerdir. Bölüm 10.2.2'de ele alınan gündelik deneyimleri ve suç olgusunun yanı sıra kentin merkezinde, cazibe alanlarında yaşamalarının uygun bulunmadığı, dönüşüme engel oldukları düşünülmektedir. Bu noktada markanın dışlayıcı niteliğinin yerelden de karşılık bulabildiği, özellikle küresel ve yerel düzeylerde damgalamanın muhatabı olan Roman kimliğine karşı bu tutumun güçlendiği gözlemlenmektedir. Diğer taraftan markalaşmayı hedefleyen kentsel dönüşüm hamlelerinin gerek barınma konusunda gerekse iş gücü piyasasında kızıştırdığı rekabet ortamı bu kesimlerin kente tutunabilme şanslarını giderek zorlaştırmaktadır.

Bu dışlamanın çok katmanlı nedenleri söz konusudur. Birincisi küresel düzeyde bir kaygının dışavurumudur ve kentin önde gelen aktörlerinin kente biçtikleri marka stratejisi ile doğrudan ilintilidir. Çingeneler ahlak, çalışkanlık, sosyal normlara uymak vb. değerlere sahip olmayan, göçmenlikle, toplumsal normlara aykırılıkla damgalanmış kesimlerdir (Barth, 2001: 34). Bu bakımdan çingeneler "sosyal bir olgu olarak değil coğrafi bir vaka olarak algılanır" (Park, 2016: 75). Çingeneler tarih boyunca Napoli örneğindeki gibi yerleşim yerlerine saldırılardan (Bora, 2014: 55) Hitlerin öjeni politikalarına maruz kalmaya kadar (Giddens, 2012a: 305) her türlü saldırı ve damgalamaya açık bir halk olmuşlardır. Marka kent stratejisinin bağlamında zengin turistlere hitap etmeyecek mekanlar, kimlikler, kültürler problem olarak görülmektedir.

İkinci düzelmede ulus devletin makbul vatandaş tanımı ile markaya yakışır vatandaş bakışı üst üste binmektedir. 1530'da Rumeli'deki çingenelere ilişkin kanunnamede eğlence işi yapan gruplardan sadece çingenelere para cezası verilmesi kararlaştırılmıştır (Imber, 2004: 54). 2009 yılında başlatılan çingenelerin maruz kaldığı sosyal dışlanma, eşitsizlik ve ayrımcılığın önüne geçmek için başlatılan Roman Açılımı politikası (Oran, 2018: 228) aradan geçen yüzyıllar boyunca devam eden bir damgalamayı göstermektedir. Damgalı ve makbul bulunmayan kimlik ve kültürlerin tanımlanması, kent markasının kültürel boyutlarının belirlenmesi ve kent mekanlarının bu bağlamdaki dizaynı ulus devletin tarihinden beslenmektedir.

Üçüncü olarak ise Antalya'nın kentleşme tarihine ilişkin boyutu ile ilişkilidir. Antalya'nın kentleşme serüveni, kentlilerin mekânsal konumlanmaları ve bunları tetikleyen yapısal dönüşümler nerenin marka olacağı ve kimin markanın parçası olacağını etkilemektedir. Balbey'in eski sakinlerinden "imkânı olanların" "şehrin güzel yerlerine" dağılmış olması, Balbey'in "bu tip" insanlara kalması ve gelinen süreçte Balbey'in tekrar gözde bir mekân haline gelmesiyle demografisinin değiştirilmesi gerekliliği Antalya'nın kentleşme tarihinden ayrı düşünülemez. Antalya'da kent merkezinin cazibe alanı haline getirme çabalarıyla paralel olarak geçmişte yoksullara, farklı etnik gruplara terk edilmiş olan Şarampol, Balbey, Kaleiçi gibi bölgelerin yeniden değerlenince bu kesimler kente yakışmayan, kentin merkezine el koymuş işgalciler olarak görülmeye başlanmıştır. Daha da ötesi bu insanlar markanın önündeki beşerî engel olarak tanımlanmaktadırlar.

10.5.2.1. *Makbul vatandaştan makbul imaja*

> …Burada radikal bir değişim olsa güzelleşse onlar da kendilerine uygun başka yerlere giderler. Buraları da Antalya'ya yakışır bir cazibe merkezi olur." (B1-Muhtar).

B1 ile yapılan görüşmede en çarpıcı ifade belki de buydu. Çarpıcı olan sayfalarca anlatılan teorik tartışmaları yalın bir biçimde iki cümleye sığdırabilmesiydi. Zukin (1995)'in yeni kentleşmenin kimin kültürünü içerdiği, Smith (2006)'in soylulaştırmanın küresel kentleşmenin merkezinde olduğuna dair savları, Laurmann (2018a; 2018b)'ın cazibe merkezleri ile mega projeler arasındaki ilişkiye dair gözlemleri ve egemen kesimlerin toplumsal rızayı üretme kapasiteleri ile ilgili pek çok tartışmayı bir cümle de ifade edebilmiştir.

Öyle görünmektedir ki küreselleşen kentleri birbirine benzeten mekânsal ve sosyo-kültürel akışların (UN Habitat, 2004: 13) yarattığı "melez yaşam biçimleri" (Öncü ve Weyland, 2013: 27) kent mekanlarında kimlik ve sınıf merkezli çatışmaları körüklemekte (Brenner, 1998: 2) ve dışlayıcı karakterini Balbey'de de dışa vurmaktadır. Dahası içerme ve dışlama süreçlerinin toplumsal desteği olguyu sadece sermaye merkezli bir analizle incelemenin yetersizliği göstermektedir. Elbette Antalya'nın markalaşma stratejilerinin ekonomik büyümeye odaklayan, lüks bir kent yaratma yolunda sınıfsal ve kültürel tercihlerini ortaya koyan aktörlerin kararları (Bölüm 9) bu zemini yaratsa da toplumdan aldığı destek ve aşağıda cereyan eden çatışmadaki tarafların tutumundan bağımsız anlaşılamaz.

Mülk sahiplerinin diğer kesimleri kültürel ve sınıfsal olarak kendilerinden ayrı tutma eğilimleri söz konusudur. Farklılık ve ötekilik -damgalarıyla birlikte- benzerliklerden kaçınıldığı bir inşa süreciyle birlikte inşa edilmektedir. Bu noktada kapitalizmin kendini yeniden üretme yolundaki incelikli stratejilerinin Balbey'de nasıl işlediği, karar verici aktörlerin bu kesimleri karşı karşıya getiren eylemlerinin önemini ve markaya giden yolda toplumsal rızayı inşa etmedeki işlevi dışa vurmaktadır. Bilhassa mahalledeki bu ayrışmanın ve mahallelinin karşı karşıya kaldığı açmazların dönüşümün emrivaki, müphem ve güvensiz niteliğine razı gelmelerindeki ne kadar etkili olduğunu göstermesi açısından önemlidir. Mahalleliler ve 'yabancılar' arasındaki çatışmalı alanların gündelik hayattaki yoruculuğu mülk sahiplerini "*çözülsün de nasıl çözülürse çözülsün*" (B1-Muhtar) noktasına getirmiştir. Derinleşen çatışma alanları bu kesimler arasındaki benzerlikleri silikleştirip, ayrımı derinleştirecek damgalama sürecini işler hale getirirken markalaşma stratejilerinin de önünü açmaktadır.

10.5.2.1.1. ***Küresel soylulaştırmaya yerelin icazeti: "…Burada radikal bir değişim olsa güzelleşse"***

Smith'in deyimiyle "yeni şehirciliğin merkezi bir özelliği" (2006: 15) olarak soylulaştırma, seçkin ve ayrıcalıklı bir yaşam alanı vaat eden (Binay Kurultay ve Peksevgen, 2012: 196) marka kent stratejilerinin ayrılmaz bir parçasıdır. Zira terk edilmiş kent merkezlerinin marka yolunda rehabilitasyonu gerek fiziksel gerekse kültürel anlamda soylulaştırma dalgasına bağımlıdır. Öte yandan soylulaştırma tartışmaları büyük oranda sermayenin ve/veya devletin soylulaştırma eylemleri ile bu eylemlere maruz kalan

kesimler arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır. Oysa Balbey'deki durum esasen soylulaştırma taleplerinin tabandan geldiği bir örnek olarak küreselin çağrısının yerelde nasıl karşılık bulabildiğini göstermektedir.

İlk olarak radikal bir değişimle mahallenin güzelleşmesi arasında kurulan bağ Balbey'in bugünkü durumundan Romanların ve göçmenlerin sorumlu tutulduğunu göstermektedir. Haliyle mahallenin gerçek sahipleri olarak 'biz' ve mahalleyi yaşanamaz hale getiren 'onlar' ayrışması soylulaştırma talebini bir kimlik zeminine yerleştirmektedir. Bu insanlar ezkaza buraya gelmiş aynı hızda da gitmesi mümkün hatta gitmesi gerekenlerdir. Onlar mahallenin güzel günlerinin bir parçası değildir. Aksine güzel günleri bozanlardır. Balbey'in sırtındaki kamburdur. Zira yabancı "her hâlükârda geçmişin bu tarz deneyimlerinden dışlanmış olarak kalır. Yaklaştığı grubun bakış açısına göre yabancı tarihi olmayan biridir" (Schütz, 2016: 42). Her şeyden önce kiracılar -kentin yüzergezerleri olarak- Balbey'in bir parçası değildir, kaç yıl geçtiği fark etmeksizin asla olamayacaklardır. Geçmişin deneyimlerinde ortaklaşamama mekân üzerindeki hak iddiasının kültürel zemini olarak işlev görmektedir.

> …Romeni de var, Suriyelisi de var, Afganı da var. Şimdi depremzede de var. Düzgün kiracı da var ama düzgün insan yaşayamıyor. Ciddi bir sıkıntı var yani (B6)
>
> …Esas azgınlığı 7, 6 sene oldu. Yaktılar mesela tinerciler falan. Affedersin çingeneler olduğu halde o seneye kadar çok güzel yaşadık biz onlarla (B9).
>
> …7 göbektir Balbey'deyiz. Benim torun 7. Göbek. Ben Balbey'de doğdum. 74 yaşındayım. Balbey'de ölürüm diye düşünüyorum. Mahallenin tadı yok maalesef. Şu an da her türlü şey. Kürdü var, Suriyelisi var (B11).

"Yabancılar birey olarak algılanmazlar pek, belirli bir tipte yabancılar olarak algılanırlar" (Simmel, 2016: 33). Bir topluluğun 'huzur kaçıran', 'anti yasal' olarak nitelendirilmesi, üyelerinin 'insanlıkla alakası olmayan kişiler' olarak betimlenmesi ilk bakışta deneyimden kaynaklı damgalamalar gibi görünmekle birlikte topluma sirayet etmiş düşüncelerden de beslenmektedir. Burada deneyim ve gelenek seçici ve birbirini besleyecek şekilde iç içe geçmektedir. Romanlara yönelik geleneksel damgalamalar ile mahallelilerin deneyimleri iç içe geçerek topluluğu suç ile özdeşleştirilmektedir. Modern toplumda bireysel bir sapma olarak görülen suç bir etnisitenin niteliği olarak görülmekte, topluluk içerisindeki farklılıklar ve mağduriyetler *(Burada oturanlar işgalci hepsi, uyuşturucu içiyorlar, karılarını dilendiriyorlar-B4*) yok sayılmaktadır. Burada benzerlikler görmezden gelinerek, saf bir cevher olarak gördükleri Balbeyli olmak

kendini kurmaktadır. Bunun karşısında ise Balbey'in kimliğine zarar veren yabancılar ve kendi kimliğini unutan, asimile olan, yozlaşan eski komşularını koyulmaktadır. Bu durumda Balbey'in gerçek sakinleri kurban konumunda görüyor. Böylece kimliği sürdürme duygudaşlığıyla (Balbeylinin Balbeyliden Başka Dostu Yoktur) kendileri dışındaki kesimlerden ayrışma sağlanmaktadır.

Peki değişimin "radikal" olması ne anlama gelir? Burada hızlı, sorgusuz sualsiz bir soylulaştırma talebi söz konusudur. Halihazırda Balbey'in parçası olmayan bu kesimlerin zor yoluyla buralardan tahliye edilmesi, mahallenin boşaltılması ve dönüşümün önünün açılması beklenmektedir. Oysa paradoksal biçimde bu insanları Balbey'e getiren de diğer mahallelerde uygulanan 'radikal değişim' hamleleridir.

> … Markantalya yapılınca, oralar inşaatlaştıkça kaydılar buraya. …Tahılpazarı inşaat olunca, Yüksekalan'dan kaçanlar bunlar. Mezarlığın etrafı hep binaya döndü, buraya geldiler (B6)
>
> …Yüksekalan'da oturdum ben. Şarampolde oturdum. Meydan'da oturdum. Meydan'dan sonra Balbey'e geldik. Şarampol yıkıldı. Parktı yıkıldı. Meydan'da oturdum Meydan yıkıldı. ... (*Balbey'de yıkılırsa*) b**u yeriz. Ben nasıl vereyim 10 lira, 12 lira (bin). Bir kira 10 lira. Ben de giderim memleketime. Kütahya'ya. 10 lirayı nasıl vereyim. Karnımı zor doyuruyorum (B15).

Markalaşan Antalya bu kesimleri adeta oradan oraya sürüklemektedir. Şarampol, Meydankavağı ve Yüksekalan mahallerindeki dönüştükçe buradaki alt gelir grupları yer değiştire değiştire Balbey'e gelmişlerdir. Bu noktada dönüşümle birlikte yaşamın artan maliyeti bu hareketin temel mekanizmasıdır. Süreç ilk bakışta doğal bir serbest piyasa refleksi gibi görünse de showroomu üreten aktörlerin kararlarından bağımsız değildir. Keza Türel'in marka kentin göstergesi saydığı arazi fiyatları, markalaşmanın temel ülküsünün gayrimenkul fiyatlarındaki artış olması bilinçli bir stratejiye işaret etmektedir. Alt gelir gruplarının oradan oraya savurulması sonu başından belli bir kararın neticesidir.

Yoksulların kentteki hareketi gölün üzerinde yüzen yapraklara benzer. Kentte esen rüzgâr bu kesimleri oradan oraya sürükler. Bu sürüklenme karşısında çaresizdirler. Bilhassa kiracılar için bu savurulma çok hızlı seyredebilir. Kentsel dönüşüme dair idari kararlar onların kiracılıktan doğan yasal haklarını anında ortadan kaldırır. Yakın zamanda başlayan Balbey'in birinci etaptaki dönüşümünde olduğu gibi buradaki kiracılar bir tebligatla buraları boşaltmak zorunda kalmışlardır. İdarenin kararı, mülk sahibinin rızası bu süreci başlatmaya yeterlidir. Bu bakımdan kiracıların geleceğe dair uzun vadeli planlar kurması imkansızdır. Çünkü anlık bir kararla kentin uzak bir noktasına ve farklı bir kente

göçmek durumunda kalabilirler. Zaten Balbey'e gelişleri de böyle bir savurulma dizisinin sonucudur.

Dolayısıyla mekanla kurdukları ilişkide aidiyet hisleri, mekâna duygusal olarak kök salmaları oldukça zordur. Her yer gelip geçicidir ve deneyimleri farklıdır. Bu durum mekâna dair yaklaşımlarını da etkiler. Onların belirsizliği yaşamda kalma çabası olarak deneyimlerler. Bu bakımdan sit alanlarının otopark veya hurdacı olmasına dair bir hassasiyetlerinin oluşmasını beklemek -en azından ekonomik olarak- rasyonel değildir. Hayatta kalma çabası bunların hepsinin önüne geçer.

Bu noktada Balbey'in cazibe merkezi olamamasının nedenleri ve sonuçlarına dair açıklamalar bulanıklaşmaktadır. Mahallenin çöküntü alanına dönüşümüne dair anlatılarda Balbey'in bir parçası olmayan insanların hoyratlığı sıkça dile getirilmekteydi. Çözüme ilişkin bakışın detaylarına bakıldığında ise bu durumun aslında sonuç olduğu görülür. B1 söyleminden anlaşıldığı üzere önce mahallenin dönüşümü, kira gelirlerinin artması ve zorunlu olarak alt gelir grubundakilerin kentin yoksul bölgelerine sürüklenmesi -yani soylulaştırma süreci- beklenmektedir. Bu bakımdan mahallenin durumunun nedeni bu kesimlerden varlığı değil aksine yoksul kesimlerin buradaki varlığı mahallenin durumuyla ilgilidir. Bu çelişkili fikirler yumağı elbette gündelik yaşamdaki deneyimlerden (Bölüm 10.2.2), kurumların -bilhassa kamu otoritesinin- ilgisizliğinden (Bölüm 10.5.3.1) ve mülk sahiplerinin gelecek beklentilerine dair kaygılarından beslenmektedir. Doğal olarak tahlilleri de bu mikro çerçevelerle sınırlı kalmaktadır. Bu haliyle mahallenin yoksullarının belirsiz bir geleceğe savrulmaları üzerine düşünülmesi gereken bir durum olmaktan çıkar.

> …Mazı dağının kenarına, 15 km uzağa gideceğiz (B13).
>
> …Biz kiracıydık zaten bir yer göstermediler (B14).
>
> … Valla kiracılar nerede ucuza yer bulursa oraya gidecek. Buranın kiracı portföyü belli. O da sosyal belediyenin, sosyal devletin sorunu bizim değil. Çünkü buradaki insanlar genelde günlük kazanan insanlar. Ne bileyim bazıları merdiven yıkamaya gidiyor, bazıları ayakkabı boyacılığı yaptırıyor, bazıları kader çektiriyor kuşa (B2-BALDER).

Mülk sahipleriyle kiracılar arasındaki çarpıcı benzerliklerin başında içerisinde bulundukları belirsizlik halidir. Çarpıcı olmasının nedeni ekonomik pozisyonları ve yasal güvenceleri oldukça farklı olmasına karşın iki grupta geleceğe dair belirsizlik hissinden kurtulamamaktadır. Mahalleli açısından içeriği farklı fakat sonuçları itibariyle benzer bir durum söz konusudur. Öncelikli olarak mahalle ile kurulan bağlar daha derindir ve kent

hafızası noktasında mahallenin farklı anlamı vardır. İçerisinde bulundukları süreç daha can acıtıcıdır. Fakat kentin dönüşüm sürecinden etkilenmediklerini söylemek mümkün değildir. Dönüşüm sürecindeki belirsizlikler (müphem) kiracılara oranla belki daha güvenceli ama kentlilik bağlamında konumları açısından belirsizliktir

Mahalledeki mülk sahipleri ise gölün kenarındaki ağaçlar gibidir. Rüzgarla savurulmazlar fakat hareket kabiliyetleri de sınırlıdır. Mahallenin çöküntü haline getiren süreç düşünüldüğünde kentte esen rüzgâr onları da etkilemektedir. Onlar gölün üzerinde yüzen yapraklar değil, gölün kenarında kök salmış ağaçlar gibidir. Rüzgâr ne getirir ve ne götürürse onlarla birlikte yaşamak zorundadırlar. Haliyle yaşam alanlarındaki ilişkilerin niteliği kendi kontrollerinde değildir. Birçoğu mahalleyi terk eden eski komşuları gibi kentin varsıl bölgelerine gidebilecek gücü yoktur. Haliyle kentteki gelişmeler onların yaşayacakları yeri doğrudan değiştiremese de kimlerle nasıl yaşayacaklarını etkiler. Romanlarla, göçmenlerle ve yoksullarla beraber yaşamak zorunda kalmalarının nedeni de temelde budur. Fakat onlara göre bu durum ne onların ne Balbey'in ne de Antalya'nın hak etmediği bir durumdur.

> …Kiracıya kim soracak kimse sormuyor (B13)
>
> …Mülk sahiplerinin durumu belli değil ki onların olsun (B11)
>
> …Bizim söz hakkımız yok ama buranın yerli halkı rahatını bozmak istemiyor (G9)
>
> …Kiracılara sorarsan değişimi istemeyeceklerdir. Bu kadar ucuz, merkezi bir yer yok (B4-ABB)
>
> … Benim Terracity civarında evim var. Kiraya ver diyorlar. Vermiyorum, burasının ne olacağı belli değil. Bir şey olursa oraya giderim diye bekletiyorum (B10).

Aslen Balbey'deki dönüşümün üç niteliği (emrivaki, müphem ve güvensiz) mahalledeki bu iki gruba benzer deneyimler yaratmaktadır. Ne mülkleri ne de kendi gelecekleri üzerinde doğrudan tasarruf hakkına sahip olmamalarının yanı sıra halihazırda yaşantıları üzerinde de hakları sınırlıdır. Bu bakımdan iki grup arasında biçimsel olarak farklı fakat benzer bağlamda ortaklık söz konusudur. İki grupta kentleşme sürecinden, kurumsal aktörlerin stratejilerinden ve ekonomi politik gelişmeler karşısında güçsüzlükleri dışa vurmaktadır. İmzayı attıktan sonra mahallenin geleceği üzerine hiçbir söz haklarının kalmayacağının farkındadırlar. Her an kamu karşısında 'hiç kimse' olma riski zihinlerde canlı bir biçimde durmaktadırMülk sahibi olarak muhatap alınmakla yoksul olarak yok sayılmak arasındaki çizgi oldukça incedir.

“İnsanda, kendi varoluşunun, kendi algılayış ve ihtiyaçlarının baskı altına alınmasına tepki olarak müthiş bir nefret potansiyeli gelişir” (Gruen, 2010: 79). “Alt sınıfların toplumsal hiyerarşide kendileriyle aynı veya daha aşağı konumda olanları ‘hedef almasının’, yani ‘insan yerine koyulmamaya’ duyulan hıncın başka ‘insan yerine koyulmayanlara’ koyulmayanlara yansıtılması” (Erdoğan, 2023: 71) söz konusudur. Balbey’deki hınç mülk sahiplerinin kendilerini ne kadar ayrıştırabildiğiyle ilgilidir. Mesafeyi açmak ne kadar mümkünse öfkenin öteki olana yönelme kapasitesi de o denli mümkün olabilmektedir. Belirsizlikle bağlantılı hınç burada kendini gösterir. Eski komşularıyla sınıfsal kopuşları ve kiracılarla aralarındaki ekonomik ve kültürel fark çelişkili söylemlere kaynaklık etmektedir. Eski komşuları Balbeyliliğe ihanet ederken, diğerleri ise mahalleye saygı duymayarak aslında kentliliğe ihanet etmektedirler.

> …Dışarıdan gelip yerleşen huzur kaçıran topluluklar…Çöken duvarlar, yanan evler, içeriye yerleşmiş anti yasal topluluklar…Her yer roman doldu eskiden de kale içi çok kötüydü çok güzel temizlediler inşallah buraya da gelirler…Mahalle insanlıkla alakası olmayan kişilerin istilası altında…İstilacıların kaybedecek hiçbir şeyleri kalmamış (Sosyal Medya)
>
> … Romenler işimiz yok diye belediyeden yardım alıyorlar. Belediyenin sırtında kambur bunlar (B10).

Haliyle radikal değişim, soylulaştırma talepleri onlar açısından haklı bir zemine yerleşir. Öfkenin yanı sıra mağduriyet ve haksızlığa uğramışlık hisleri, içerisinde bulundukları belirsizlik halini dışa vurmaktadır. Derli toplu bir düşüncenin ortaya çıkmamasını buraya bağlamak mümkündür. Bir taraftan radikal bir dönüşüm beklentileri söz konusuyken, radikal bir müdahale olarak acele kamulaştırma kararına karşı güçlü dirençleri belirsizlikten kaynaklı korkunun bir sonucudur. Radikal dönüşümün onların geleceğini ne yönde etkiyeceğini bilememeleri imza haklarına sıkıca bağlanmalarını açıklar. Bu bakımdan radikallikten kasıtları kiracılara yönelik seçici bir radikallikti. Bu beklenti Türkiye’deki kentleşme geleneğinin toplumdaki yansıması olarak da okumak mümkündür. Emrivaki kentleşme mantığının -B1 diğer ifadelerinde defalarca yakınmasına rağmen- pratik sonuçlar doğurma kapasitesi sadece karar vericileri değil toplumun farklı kesimlerini de cezbetmektedir.

10.5.2.1.2. *Showroomun dışında bir yer bulmak: "…onlar da kendilerine uygun bir yerlere giderler"*

Soylulaştırma talebinin bir diğer boyutu ise belli kesimlerin hem ekonomik hem de kültürel olarak oraya ait olmadıklarına dairdir. Yani bazı mekanlar doğal olarak bazıları için uygun bazıları için değildir. Bu durum mekânın ve toplumsal kesimlerin nitelikleriyle ilişkilendirilmektedir. Yine bu niteliklere ilişkin bakış sınıfsal pozisyonlarla (daha doğrusu gelir düzeyi) ile kimlikle (ve dolayısıyla damgaların) iç içe geçerek temellenmektedir.

İlk soru Balbey'in hangi nitelikleri mahallenin kiracılara uygun bir yer olmadığı görüşüne zemin hazırladığıdır. Birincisi kent merkezinde yer alıyor olmasıdır:

> …Safi çingeneler oturur. Karşısı 500 liraya oturuyor. Burası şehrin göbeği (B3).
>
> …Normal oturulabilecek ev 1000 lira 1200 lira. Ama müstakil evler, yıkık dökük evler olursa 300'e, 500'e veriyorlar. …Kiracıların durumu memnun yani çarşının ortasında uygun fiyata duruyorlar (B1-Muhtar).
>
> …Dolayısıyla buradaki evler çok ucuz bir şekilde, gelişigüzel fiyata kiraya verildi (K2-Kent Konseyi).

Mahallelinin sosyal medyada gruplarındaki konuşmalarında da sıkça dile getirilen bir durum olarak kentin merkezindeki bir mahallede düşük gelir gruplarının bu kadar ucuz kiralarla oturabiliyor olması mülk sahiplerinde hem kızgınlık hem de şaşkınlık yaratmaktadır. Kent merkezinde ortalama kiraların 15 bin seviyelerine ulaşırken Balbey'de 2 bin TL seviyelerinde kalması şaşkınlık ve kızgınlığı körüklemektedir. Bu haliyle Balbey'i birilerine layık görmemenin nedeni mahallenin kendinde değil kentin değişen niteliği ile ilgilidir. Antalya kent merkezinin oluşum uğrakları (Bölüm 7.1.) buna bağlı olarak mahallenin çöküntü alanı haline gelişi (Bölüm 9.2) ve kent merkezinin dönüşümüne eşlik eden yeniden değerlenme süreci (Bölüm 9.3) hikâyenin temelinde yatmaktadır. Antalya'nın doğu-batı aksına doğru yeni cazibe merkezlerinin oluşumu ve kent merkezinin değersizleşmesiyle merkeze layık olan bu kesimler, kent merkezini markanın coğrafyası haline dönüşmesiyle hak etmedikleri yerlerde sefa süren problem haline gelmişlerdir. Kimin nereye layık olduğu bu bakımdan sınıfsaldır. Aynı zamanda oy deposundan "kentin urları"na evirilen Türkiye'nin gecekondu hikâyesinin bir parçası olarak da politiktir. Balbey'in kentin tam ortasında olması, etrafının hızla gelişmesi ve sit alanı gibi niteliklerinden dolayı daha üst gelir gruplarının yaşaması gerektiği düşünülmektedir. Fakat kent merkezinin dönüşüm hızı ile mahallenin dönüşememesinin

yarattığı fark mekânın konumu ve sınıfsal kümelenme arasındaki çelişkili durumun devamlılığına izin vermektedir.

Bu anlamıyla mahallenin mevcut görüntüsü gönderilmek istenen kesimler için – Balbeylilerin imaları kabul edilirse- uygun bir yer imajı çizmektedir. Peyzajı, güvenlik, altyapı hizmetleri, temel belediyecilik hizmetlerine kadar mahrumiyet hali bu kesimlerin gönderilmek istediği bir dünyanın aslında Balbey'de var olduğunu göstermektedir.

> "Kentsel Sit Alanlarında en önemli sorunlar bu alanlarda bulunan terk edilmiş harap binaların çevreye zarar verme potansiyelinin bulunması, işlevsiz alanların farklı insanların yaşam haline gelmesiyle güvenlik sorunu yaratması, aydınlatmanın yetersiz oluşu, fonksiyonların tam olarak belirlenememesinden kaynaklanan kimlik sorunları, otopark ve ulaşım, halkın bilinçsizliği gibi sorunlar bulunmakta, bu alanlar kent kimliğine ve turizme yeterli katkıyı sağlayamamaktadır" (Antalya Kent Konseyi, 2015, s. 113).
>
> …Şimdi buradaki sorun dönüştürülmek değil. Sorun koruma alanının restorasyon ve yenileme ile yaşama katılması. İnsanlar orayı terk ediyorlar, zaten orada sosyal yapı ortadan kalktı. Orası bir koruma altına alınmış, tarihi eser niteliğinde (K1-Kent Konseyi).
>
> …Buralara Suriyelilere sözleşme imzalamayacaksın. Biri imzalasa basacaksın cezayı. Olmaz böyle bir yerde, sit alanı, koruma altında olan bir yeri dışardan gelen adama kiralayamazsın. Mesela havalimanının orada Altınbaş Mahallesi açıldı. Herkes ev alabilir orada ama yabancılar alamıyor. Neden havalimanına yakın, stratejik bir yer. Burada stratejik. Şehrin göbeği. Valilik, kaymakamlık, askeriye burada. Ve korunma altında diyorsun (B7).

Balbey'in Antalya'nın kent kimliğinin tarihsel parçası olması burada kimlerin yaşaması gerektiğinin bir diğer belirleyicisi olarak kabul edilmektedir. Balbey Antalya'nın tarihine aitse burada yaşayanlar da Antalyalı olmalıdır. Bu bakımdan mahallenin tarihsel sürekliliği oradakilerin kimlikleriyle birlikte var olabilir. Mekanın statüsü etnik ve sınıfsal ayrışmanın meşruiyet nedenlerinden sayılmaktadır. Mevcut demografi ve gündelik yaşam Balbey'in hem kent kimliğinden hem de turizmle kurabileceği bağdan koparmaktadır. Bu bakımdan koruma alanlarının sadece mekânsal olarak değil belli kesimlerden de korunması gerektiği düşünülmektedir. Zira Romanlar herhangi bir yabancı değildir. Onlar damgalarıyla gezmek durumundaki yabancılardır. Dahası nüfuslarının fazla oluşu mahalleli açısından mahalleyi kendilerine uyum sağlamaya zorlamaktadır. Bu noktada mahalleli kendisini yabancı olarak hissettiğini, alışık oldukları ilişki ağlarının bozulduğunu ve azınlık haline geldiklerini ifade etmektedir: *Önceden mahallede biri höt dese herkes çıkardı. Şimdi azınlık bunlar (mülk sahipleri). Antalya'nın yerlisi ama azınlık (B7).*

Böylece mekâna uygun olmamanın diğer boyutuna gelindiğinde kimlikler karşımıza çıkmaktadır. Soylulaştırma tartışmalarında sıkça ele alınan yoksullukla kesişen etnik damgalamalar, mahallelerin itibarına gölge düşürdüğü varsayılan azınlıklar (Shmaryahu-Yeshurun ve Ben-Porat, 2020: 2518) mahalleyi bozan unsurlar olarak görülmektedir. Bu noktada mülk sahiplerinin tutumu giderek radikalleşmektedir. Romanlar, yoksullar ve göçmenler sınıfsal pozisyonlarına kültürel damgaların eşlik ettiği bir durum belirmekte, Balbey'e yakışmama halinde kültür öne çıkmaktadır.

> … buradaki yerlerini de bu tip insanlara kiraya verince sonuç böyle oluyor. Yani böyle bir sıkıntıdayız. Gerisi hep Konya, Akşehir, meydan mahallesi gelen böyle eğlenmeyi seven hareketli insanlar. Onları da hoş görüyoruz. Onların da kültürleri öyle … Vatandaşlar, hareketli vatandaşlar (B1-Muhtar).
>
> …Çok vasıfsız, çok niteliksiz, çok kötü amaçlarla kullanan insanların mekânı haline geldi (K2-Kent Konseyi).

Kurumsal dildeki naiflik çabası, nasıl ifade edeceklerini bilememek ve esas niyetlerini dışa vurmama gayreti olarak kendisini göstermektedir. '*Farklı insanlar*', '*bu tip insanlar*', '*eğlenmeyi seven insanlar*', '*hareketli vatandaşlar*', '*çok vasıfsız*', '*çok niteliksiz*' insanlar gibi etiketler bir tarafıyla oldukça muğlak ve hedefi belirsiz diğer tarafıyla belli bir kesime işaret etmektedir. Hareketli, eğlenmeyi seven gibi tanımlamalar doğrudan Romen kültürüne bir gönderme iken vasıfsız, niteliksiz gibi etiketler daha çok sınıfdışını, toplumsal normlarla uyumsuzluğa gönderme yapmaktadır.

Mekânsal damgalamaya ilişkin tartışmalar büyük oranda içeridekiler ve dışarıdakiler ilişkisi üzerinden ele alınmaktadır. Diğer taraftan belli bir mekânı paylaşan insanlar arasında da damgalama pratiği işlemektedir. Verdouw ve Flanagan "mikro-bölgesel damgalama" olarak adlandırdığı bu süreç mekâna dair anlam ve sembollere odaklanan, içerdeki damgalama pratiklerine dikkat çekmektedir (2019: 3359). Balbey'de de benzer bir damgalama süreci kendisini göstermektedir. 'Dışarıdan gelen', 'huzur kaçıran topluluk', 'anti yasal topluluk', 'insanlıkla alakası olmayan kişiler'…mahalleli açısından aslında içeride oluşmuş bir içeri ve dışarı gerilimi kendisini göstermektedir.

10.5.2.1.3. *Kıssadan hisse: "…Buraları da Antalya'ya yakışır bir cazibe merkezi olur"*

"*…Buraları da Antalya'ya yakışır bir cazibe merkezi olur*" bu iki meselenin cazibe merkezleri oluşturmak ile bağlantısını dışa vurur. Showroom projelerle -yani

mekânsal dönüşüm- ve kültürel bağlamlarıyla -yoksulların dışarıyla sürüklenmesiyle- var olabilecek bir yaşam alanı olarak tasarlanmaktadır. Burada kentleşme ve kültür politikaları kesişmekte, dışlayıcı bir marka anlayışı aktörler arasında yerleşik hale gelmektedir. Paralel olarak çözüm yollarına dair görüşler Antalya'nın küresel kent olma yolunda kimlerin yerinin olmadığını mikro ölçekte izlemeyi mümkün kılmaktadır.

> …Kendisi oturmuyor normal bir insan da oturtamıyorsun. Sonra ne oluyor çöp. Ben buraya Antalya'nın çöp dönüşüm merkezi diyorum (B11).
>
> …Bizde bekliyoruz olsun diye, bıktık artık kalite düşüyor. Binalar virane olunca giren çıkan ona göre adam oluyor (B1-Muhtar).
>
> …O dokuyu, kente bir cazibe merkezi haline getirmeyi başaramadık. Safranbolu'na bakıldığında hem Balbey hem Haşimişcan'ın kat kat özelliği var. Biz bunu anlayıp öne çıkartıp kentte bir cazibe merkezi haline getiremedik (K2-Kent Konseyi).
>
> …şu an orada yaşayan insanlar mülk sahibi insanlar değil, kiracılar. Hırsızı var, alkolik olanı var. Yani biraz kötü. Oranın halk yapısı kötü yani. Orayı düzenlemek ve şehre dahil etmek için bir proje geliştirildi (K8

"…Binalar virane olunca giren çıkan ona göre adam oluyor", *"…kendilerine uygun başka bir yer"* ve Balbey'in *"Antalya'ya yakışır bir cazibe merkezi"* olması arasında kurulan ilişki farklı matrislerde kesişen birçok duruma gönderme yapmaktadır. Başka bir ifadeyle Romanlar ve göçmenler '*orada olmaması gerekenlerdir*'. Markaya yakışan ve yakışmayan kültürlerin seçimini doğuran matris mahallelilerde olduğu kadar sivil toplumda da kendisini göstermektedir. Her ne kadar doğrudan bir gönderme yapılmasa da Kent Konseyi'nin Şarampol Caddesi'ndeki Giritli kültürüne dair gösterdiği hassasiyetin Balbey'deki Romanlara gösterilmediği anlaşılmaktadır. Bilhassa mahallenin belli bir konjonktür dahilde yaşadığı demografik değişim Romanların oranın sakini değil işgalcisi olduğu yönündeki bakışa meşruiyet olarak görülmektedir.

Damgalı mekanlara dair sınıfsal hınç (Atılgan, 2019: 78) mahalle içerisindeki farklı grupların bir arada yaşadığı bu kompozisyonda içeriden bir hınca dönüşmüş gibidir. Mahallelinin söylemleri bir yönüyle Şikago Okulu'nun kentin doğal ekolojisine göre ayrışması yaklaşımıyla paralellik göstermektedir. Kentin ekolojisinin belli bir bölgeye uyum sağlayabilenleri içerip diğerlerini dışarı attığı analizi (McKenzie, 2016 :120-121) mahalleli için bir temenniye dönüşmüştür. Daha doğrusu kentin ekolojisiyle uyuşmayan bir duruma işaret etmektedirler. Diğer taraftan ekolojik yerleşim modelinden bakıldığında göçmen grupların mahallenin baskın unsuru haline gelebilmesi, sürecin doğal kaybedenlerinin mahallenin yerlilerinin olduğunu göstermektedir. Çünkü halihazırda

varlıklı kesimler kentin yeni lüks alanlarına dağılırken kalanlar bu hareketliliğe ayak uyduramayanlar olmuştur. Artık bu kesimler göçmenlerle aynı mekânı paylaşmak durumunda kalan, yakın ekonomik-sosyal tabakanın içerisinde kalmıştır.

> ... (*Hurdacıların kaldırılması ile ilgili konuyla ilgili olarak*) Muhtar bana göndermiş, ya abla lütfen bak elini ayağını öpeyim. Lütfen dedim ya benden biten iş değil dedim. Bu bizim mahallede güvenli ve sağlıklı yaşamamız için gittik. He siz para mı kazanmak istiyorsunuz. Kazanın fakat hırsızlık malı almayın. Gidin belediye ile uzlaşın. İş yeri açsınlar, vergi mükellefi olsunlar…Adam bir odasını dükkân yapsın. Arkada da kartonunu hurdasını toplasın. Hurdacıların çekçeklerinin üstüne resimler yapalım dedim. Üzerine Balbey'in, BALDER'in amblemini yapıştıralım. Sen vergini ver. O vergisini versin (B10).

B10'un görüşleri kente, kentleşmeye ve markaya ilişkin alternatif bir bakış açısı sunması açısından önemliydi. Öncelikle vergi mükellefi yapmak demek sistemin dışındaki insanları sisteme yani geniş anlamda topluma dahil etmek anlamına gelmektedir. Dahası hırsızlıktan yani suçtan arındırılmış bir çalışma düzeninin yaratılması talebi bu kesimlerin toplumsal damgandan arındırılmış, hukuk düzeninin de emrettiği gibi suçun şahsi kabul edildiği bir düzlemdeki ilişkiye işaret etmektedir. B10 bu bakışı bir adım daha ileriye götürerek çekçeklere mahallenin amblemlerinin yapıştırılarak mahalleyle gerçek bağların kurulmasını, mekânsal düzenlemelerle birlikte kent turizminin bir parçası olarak yaşamlarını sürdürebilmelerinin mümkün olduğunu söylemektedir.

Öte yandan Antalya'nın markalaşma süreci, küresel kent stratejilerinin geçmişte kalmış hikâyesini üzerine inşa edilmektedir. Büyük projeler, lüks mekanlar, küresel organizasyonlara ev sahipliği yapmak gibi Barcelona Modeli'ni örnek alan yaklaşım içerisinde B10'un beklediği niş görüntünün turizme entegrasyonu beklentisi uyuşmamaktadır. Kentin marka hedefleri arasında bu insanların yeri yoktur. Yoksullar, Romanlar, göçmenler bir sorun olarak oradadırlar. Topluma dahil edilmeye değer değildirler. Zira gerek toplumun dinamiklerinde gerekse markanın nihai hedefleri açısından böyle bir çabanın rasyonalitesi de yoktur. Bunun aksi yöndeki talepler bir etik yaklaşım veya romantizm olarak kalır.

Hele ki konu Romanlar olduğunda toplumsal rızayı üretmek oldukça kolay hale gelir. Kentin kozmopolitiği kimisi için renk iken kimisi için de tehlike, problem ve kaosun kaynağıdır (Türeli, 2021: 27). Yoksulluğa duyulan öfke, doğrudan olmaktan ziyade Romanların kültürüne yönelmektedir (Buğra, 2015: 11). Gerek kamu otoritesinin

eylemlerinde gerekse mahallelinin söylemlerinde bu konuda bir konsensüs göze çarpmaktadır.

10.5.3. Yalnızlık hali: Kurumların ve sivil toplumun yokluğunda Balbey

Mahallelinin yalnızlık halleri içlerindeki öfkenin doğduğu yuvadır. Gerek görüşmeler sırasında gerek sosyal medyada kendi aralarındaki tartışmalarında muhatap bulamamanın, ciddiye alınmamanın ve yok sayılmanın öfkesi kendisini göstermektedir. Aynı zamanda yalnızlık halleri kent aktörlerinin mikro düzeydeki ilişkilerini de açığa çıkartmaktadır. Kamu otoritesince vatandaş sayılmadıkları, siyasal partilerin onları oy deposu olarak gördüğü, STK'ların kentlilerden yana söylemlerinin göstermelik, tutumlarını lümpen buldukları ve eski komşularının Balbey kimliğini unutmuş yabancılar haline geldiklerini düşündükleri bir dünyada yaşamaktadırlar. İfadeyi yerelleştirirsek her koyunun kendi bacağından asılmasını idealleştiren neoliberal ethosu deneyimleyen mülk sahipleri, yalnızlıktan doğan öfkelerini bütün bu aktörlerden mahalledeki yoksullara kadar geniş bir kesime yönelmektedir.

10.5.3.1. Kamu kurumlarıyla temas

Mülk sahiplerinin kamu ile kurdukları emrivaki, müphem ve güvensiz temas sadece dönüşüm süreciyle sınırlı değildir. Kent hizmetlerinden yoksunluk, güvenliklerinin sağlanamaması, hukuksal sorunlar gibi meseleler Balbeylilerin devlet kurumlarına güvenlerini zedelemektedir. Dahası Türkiye'deki bazı kentsel dönüşüm deneyiminde yer yer ortaya atılan devletin bu eylemlerinin mahalleliyi dönüşüme zorlamak için uyguladığı bilinçli bir politika olduğu iddiası[13] Balbeyliler arasında da yaygındır. Mahalleli devlet tarafından yalnız bırakılmalarını dönüşüme rıza göstermeleri için bir baskı politikası olarak görmektedirler. Onların açısından devlet kasıtlı bir biçimde mahalleyi kendi haline bırakıp, gündelik yaşamı zorlaştırarak iki seçenek arasında tercihe zorlamaktadır.

[13]Örneğin uzun yıllardır boyunca dönüşümü tamamlanamayan İstanbul Gülsuyu Mahallesi'nde uyuşturucu ve çete olaylarının mülk sahiplerini bölgeden uzaklaştırmaya yönelik strateji olduğuna dair kanaatler söz konusuydu. Gülsuyu Güzelleştirme Derneği Başkanı Ali Şengül'ün 2013 yılında verdiği beyanatta durumu şöyle anlatmıştır: "Ama temelinde rant kavgası var. Çünkü bölge kentsel dönüşüm projesi kapsamında. Ve birileri daha ucuza arsa kapatmak için bölge halkının buradan korkup gitmesini istiyor. Bunun için de çeteler kullanılıyor" (http-84)

> …Mahallemiz çok güzeldi ama. Şimdi belediyenin buraları yapacağız diye girmesi, evlerin âtıl kalması, insanların bıkması. Bıktırma politikası. Evimizi mahallemizi seviyoruz ama etraftan kaçtık. (B9-Mülk Sahibi).
>
> … Bizden sonra gelenler hissedar çoğalacak hadi satalım. Belediye al çık diyecek. Bıktırma politikası ama biz bıkmıyoruz (B10).
>
> …İşlerine gelmiyor, Uğraşmak istemiyorlar (B2-BALDER)
>
> …Ama bilerek burayı böyle bırakıyorlar. Zaman zaman olay olduğunda polis bile gelmiyor. (B10)
>
> … İsteseler olmayacak şey yok. Benim bildiğimi polis bilmiyor mu? Temizlenmek istese neden temizlenmesin (B11)
>
> …Polis geliyor ama bir şey yapamıyor. Madde bağımlısı, içici olunca. Satıcı olursa yakalıyormuş. Akşama kadar 10 defa polis geliyor. Ama bir caydırıcılığı yok. Dağıtıyor, 10 dk. Sonra yine geliyorlar. Bizden önce geliyorlar abi diyor, polisler. … İsteseler bir saatte kökünü kuruturlar. Büyük ağababaların rantı var. Burası Zeytinköy'den beter oldu (B6).
>
> …Buranın böyle olması hükümetin politikaları sonucu. Burada bir tarih yatıyor. Şurada bir ev vardı muhtemelen Rum mimarisi. Yaktılar evi. Uyuşturucu satıyorlardı içinde. Son 20 senede böyle oldu (B4).
>
> …Güvenliği çözemeyecek olsa Zeytinköy'ü çözemezdi. Orayı çözen burayı hayli hayli çözer (B16).

Mahallelinin gündelik yaşamdaki güvenlik problemlerinin (işgal, uyuşturucu, asayiş) önlenmiyor oluşu ve kamu otoritesinin suçu engelleme noktasındaki tutumu bu iddiaların merkezindedir. Balbey Mahallesi 0,187 km2'lik küçük bir mahalledir. Aynı zamanda çevresi ile mekânsal entegrasyonu oldukça zayıftır. Dolayısıyla doğal sayılabilecek bir hinterlandı da bulunmamaktadır. Bu noktada suçun önüne geçilemiyor oluşu soru işaretidir. Bu durumda tartışmayı spekülatif bir noktaya taşımaktadır. Mahalleli açısından bu durumun bilinçli bir devlet politikası olduğuna dair kanaat söz konusudur. Onlara göre bu durum onları imza vermelerine zorlamaya yönelik bir hamledir.

Belediye hizmetlerinin yanı sıra güvenlik sorunlarının çözümünde de kurumların yetersiz kalışı, işgalcilere müdahale edilememesi Balbeylilerin temel hizmetlerden ne denli yoksun bırakıldığını göstermektedir. Temel vatandaşlık haklarından yararlanamadıklarını vurgulayan B2,

> …Diğer mahallelerdeki oy oranı yüksek iyi hizmet, Balbey'e az hizmet …burada yaşayan insanların daha düzgün, insanca yaşayabilmesi için belediyecilik hizmeti, işte emniyetten güvenlik hizmeti alarak. Emniyetle görüştük, Muratpaşa Kaymakamlığıyla görüştük. Buranın güvenlik sorunlarını anlattık … Yani bu konularda bir çalışma yok. Ya işte efendim

> burada yeni bir çalışma…bizde dedik ki madem bir çalışma yapacaksınız ama bunlar ayrı konu. Şimdi buradaki güvenlikle imarın, restorasyonun ne alakası var? (B2-BALDER).

Polanyi (2010: 110) ekonominin toplumun bir parçası iken piyasa ekonomilerinde toplumun ekonominin içine gömülü (*embedded*) hale geldiğini ifade eder. Bu süreçte ekonominin varoluş kuralları toplumun varoluş kurallarının önüne geçmektedir. Kent, kent yaşamı ve kentleşme ekonominin bir parçası haline geldiğinde, ekonominin kuralları baskın hale gelir. Ekonomi aktörleri arasında müzakere değil pazarlık vardır. Burada da vatandaşlık / kent hakkının yerini pazarlık hakkı alır. Bu insanlar kamu aktörleri gözünde kent sakini değil meta sahibidir. B2'nin aktardığından hareketle vatandaşlıktan doğan hakların, hizmet taleplerinin koşula bağlandığını söylemek mümkündür. Mülkiyet güvenliği, can güvenliği, kent hakları vb. pek çok sorunun çözümü Balbey'in dönüşümüyle ilişkilendirilmiş durumdadır. Kentsel hizmetlerin eşitsiz dağılımı ve bu eşitsizliğin ele alınış biçimi mahallelinin bir bütün olarak eşit vatandaşlar, kentliler olarak temel hizmetlerden dışlandıklarını göstermektedir. Böylece doğrudan hak anlayışı yerini şarta koşulmuş, hak etmek zorunda oldukları haklara bırakmaktadır.

> …Kaymakam, Emniyetten bir müdür kahvede toplantı yapıyor. İşte şikayetler. Ya arkadaş kaymakam bizi konuşturmuyor. Ben yaptıracaklarımı anlatayım size diyor. Bizi bir dinle diyoruz (B11)

> … belediyeyle hurdacı sorunlarını anlattık…Biz biraz dik duruş ortaya koyunca onlar da ilgilenmek zorunda kaldı. Birkaç operasyon yaptılar. Belediye hurdacıları mühürledi. Emniyet yaptı güvenlikle ilgili rutin çalışmalar devam ediyor. …Biz geçen sene toplantıda böyle olmaz dedim. Eylem yapacağız, yerel değil ulusal basına duyurmamız lazım. Büyükşehir toplantısı varmış. Biraz sert konuştum. 2 yıl randevu vermeyen Menderes derneği aradı randevu için. Neden kamuoyuna yansıdı, haberlere düştü (B2-BALDER).

Pazarlığa müzakere tonları eklemek piyasa ilişkilerine gömülenmiş kentleşme mantığıyla bakıldığında oldukça tutarlıdır. Buraya kent haklarını doğrudan dahil etmek, karar alma süreçlerinde kapsayıcı müzakereler gerçekleştirmek sonuca giden yola başka setler çekmek anlamına gelmektedir. Tıpkı dönüşüm sürecinin emrivaki niteliğinde olduğu gibi mahalleli gündelik hizmetleri alma noktasında da aynı tavra maruz kalmaktadır. Balbey'de belediyecilik hizmetinden güvenlik sorunlarına kadar bir mücadele konusu haline gelmektedir.

> …E otoparkçıların ruhsatı yok ama açık, neden zabıta gelmiyor. Neden maliye gelmiyor (B4).

> …Onlarda bakıyor çöpüm toplanmış diyor ki iyi belediyecilik hizmeti alıyorum. Fotoğrafın bütününe bakmak lazım. Muratpaşa veya Büyükşehir herkese eşit hizmet veriyor mu? Veriyorsa başarılıdır vermiyorsa başarısızdır. Burası temiz burası kirli o zaman masa kirlidir bana göre. …Bak kenara otlar yığıldı, kurudu. Ne olacak o otlar? Biri sigarayı attığı zaman çıra gibi yanacak. Hani senin belediyeciliğin? Hangi belediyecilik? (B2-BALDER)
>
> …Geri dönüşüm tamam güzel belediyenin el atıp, daha düzenli, daha sağlıklı bir şekilde yapması gerekmiyor mu? Burada bir sürü insan yaşıyor. O zaman daha hijyenik daha sağlıklı bir ortam sağlayacak (B9).

Lauermann (2016: 316), mega projelerle ilgili itirazlarla ilgili kaynakların eşitsiz dağılımı eleştiri konusuydu. Fakat görülmektedir ki showroomun dizaynı sürecinde bu dağılım sadece makro düzenlemeler ile ilgili değil mikro düzeydeki hizmetlerde de kendisini göstermektedir. Showroomun dışında kalmak toplumun dışında kalmak anlamına gelmektedir. Öte yandan mahallenin dışında bu hizmetler olağan bir biçimde gerçekleşmektedir. Öyle ki Kaleiçi gibi kentin eğlence merkezinin her gün ürettiği çöpün -gece 3,4 gibi sokakta gezdiğinizde gündüzün temizliğinden eser kalmadığı açıkça görülebilir- düzenli bir biçimde, gerekçeye ihtiyaç duyulmaksızın temizlendiği görülmektedir. Bir tarafta estetik kaygılar kendi başına yeterli iken hemen yan tarafta güvenlik kaygılarıyla dahi eşit hizmet almak mümkün olmamaktadır. Bu örnekler esasında showroomun parçası olmayan kesimlerin kamu tarafından nasıl ele aldıklarına işaret etmektedir. Balbey bağlamında biraz mahallenin içerisinde biraz da dışında turlamak durumu görmek için yeterlidir. Mahallenin çevresindeki gözde alanlarda gezdiğinizde özenle dikilmiş dekoratif sayılabilecek kaktüsler, belediyeciliğin gözde hizmeti çiçekler, belli bir nizamda sıralanmış palmiye ağaçları kent meydanlarını süslemektedir. Öte yanda 100-150 metre mahalleye doğru ilerlediğinizde bütün bu peyzajın yerini sağda solda bitmiş yabani otlar almaktadır. Düzenli bir peyzajın yerini kendi haline bırakılmış bir doğa almaktadır.

Sonuç olarak mahallelinin devleti yanlarında hissetmediği anlaşılmaktadır. Önceki bölümlerde tartışıldığı üzere acele kamulaştırma kararına karşı oluşan güvensizlik ve yüksek reaksiyon, kamu hizmetlerinden mahrum bırakılmaları ve tedirgin halleri gibi örnekler parti ve hükümetlerden bağımsız olarak gördükleri devlet aygıtının da kendilerini yalnız bıraktırdıkları duygusuna sahip olduklarını göstermektedir.

10.5.3.2. STK'larla ilişkiler

Mahalleli ile sivil toplumun aktörleri arasındaki çatışmalar da ayrıca göze çarpmaktadır. Mahalleli ve sivil toplum örgütlenmesi olarak BALDER, kent konseyinin ve meslek odalarının ilgisizliğinden, işlevsizliklerinden ve kendileriyle temastan kaçındıklarından şikayetçidir.

> …Mesela Kent Konseyi geliyor. Mahallede oturanların bilgisi yok, mülk sahiplerinin bilgisi yok. Kent Konseyi, mimar falan kafasına göre okey. Ya kardeşim önce burada yaşayan, havayı teneffüs eden, mülk sahiplerinin bilgisine başvur. Sen oradan masa başından ahkam kesmekle olmaz ki bu iş. Biz onu dedik. Ama bir mahalle hakkında 2 kişi 3 kişi bir araya gelip Kent Konseyi veya Mimarlar Odası karar veremez. Orada yaşayanların, mülk sahiplerinin de görüşünü alacaksın. Ortak bir müşterek proje geliştireceksin (B2-BALDER).

Kent Konseyi ve meslek odalarının bu tutumu, belediyenin Balbey biriminin tutumuyla paralellik göstermektedir. Kent Konseyi Balbey'deki problemi siyasi yapının çözümsüzlüğe sürüklediği bir teknik problem olarak ele almaktadır. Koruma kavramının kent planlamasında çok yer bulamadığı bir dönemde hızlı kentleşme sürecine giren Antalya'nın planlamaya dair problemlerin bir yansıması olarak Balbey'in çözümsüzlüğe sürüklendiği ifade edilmektedir. Belediyenin de süreci sosyologların, psikologların ve iletişimcilerin içerisinde olduğu bir ekiple değil sadece mühendislerle yürütüyor olması, meseleyi iktisadi ve teknik bir problem olarak ele almaları ve sürece içeriden bir bakış geliştirmeme eğilimleri diğer aktörlerde görülmektedir. Kent Konseyi ile yapılan görüşmede de bu tutum ön plana çıkmaktadır.

> …Aslındaki Balbey'deki sorun ciddi bir teknik sorun. Ancak kent planlamasından kaynaklı bir sorundan kaynaklanıyor oradaki dönüşümün sağlanamaması. …70lerden gelen bir sorun var. 1970 öncesi herhangi bir koruma kavramının çok olmadığı bir ülkede kent planları yapılırken burası da imar planı olarak, normal bir kent olarak planlanmış. Planlama sırasında da oradaki tarihi doku göz önüne alınmamış. Aynı durum Kaleiçi'nde de vardı ama Kaleiçi'nde iki bölge vardır. İstersen bunları haritaları üzerinde de gösterebilirim. Oranın sit alanı ilanı, koruma altına alınması ile bitti ancak Balbey'de böyle bir şey yokken orada bir imar planı yapılmış (K1-Kent Konseyi).

Elbette problemin ortaya çıkışı ve çözülemeyişinin ardında teknik ve yasal nedenler söz konusudur. Fakat kent yaşayan, devingen ve farklı imkân, beklenti ve kapasitelere sahip kesimlerin yaşadığı mekandır. Burası bir yanıyla bu kesimlerin rekabetiyle şekillenmiş bir habitat iken (Park, 2016: 39; McKenzie, 2016 :115) aynı zamanda üst sınıfların ve karar vericilerin merkezinde olduğu bir planlama süreciyle

üretilen mekanlardır (Lefebvre, 2015: 55). Rekabete dayalı bu devingenliğe uyum sağlama kapasite güçlü olmayan kesimlerin giderek daha dezavantajlı bir noktaya sürüklenmesi muhtemel bu süreçte sivil toplum bir bariyer görevi görmesi beklenir. STK'lar modern toplumda bu kesimlerin sadece ekonomik bir sınıflandırmanın nesnesi olmadığı, onların kentin eşit bileşenleri olarak mekâna dair beklentilerinin, anılarının, talep ve itirazlarının dikkate alınarak müzakere süreçlerinde sesi olabilecek meşru aktörlerdir.

> …(STK'lardan) bize bir talep gelmedi. Biz bir Mimarlar Odası'nın yeni yönetimine hem hayırlı olsun ziyareti yapalım dedik. Randevu vermediler. Biz burada iki kişi Mimarlar Odası'na da yetiyoruz, Kent Konseyine de yetiyoruz. … En son meclis toplantısında konu kapandı dediler. Hayır dedik konu kapanmadı. Balbey Mahallesi halkı olmadan burada hiçbir konuyu kapatamazsınız dedik. Biz varız burada, sen bizim hakkımızda nasıl hüküm verebilirsin? Suçlu hakkında hâkim hüküm verebilir, savcı iddianameyi hazırlar. Suçlu da kendini savunur. … Kent Konseyi daha kimse ne derneği aradılar ne irtibata geçtiler. Görüşme bir şey olmadı. Belediyeden aldıkları bilgilerle rapor yayınlıyorlar (B2-BALDER). … Onları hiç görmedim ben burada. Kendi kendilerine konuşuyorlar. Gelip de şöyle bir araştırıp, dernek kurulmuş diyen yok. Mimarlık Odası'ndan randevu istiyoruz vermiyor (B10).

Fakat Balbey'deki görüntü bu beklentileri karşılamaktan oldukça uzak görünmektedir. Mahalleye içeriden bakışla onların yaşamlarını, beklentilerini ve itirazlarını içselleştirme noktasında gönülsüzlük söz konusudur. Dahası sivil toplumun Balbey'deki gruplarla temas etmediği, uzmanlaştıkları alanlarla ilgili masa başı bilgi üretmekten ileriye gitmedikleri ve çoğunlukla göstermelik kurumlar oldukları ifade edilmektedir. Bilhassa yaptıklarının muhtarın deyimiyle havanda su dövmek olduğunu, üstten bakışları ve lümpen tutumlarına eşlik eden anlamsız eylemlerde bulundukları düşünülmektedir.

> …Onlar şimdi magazinsel tarafında. Kent Konseyi yıllardır var ne yapıyorlar Antalya adına. İşte belli zamanlarda belediyeye gidip araba istiyorlar gezi için. Kent adına ne yapıyorlar? Bir iki göstermelik şey yapıyorlar. Şimdi senin bir yetkin varsa kullanacaksın. Kamuoyu oluşturacaksın. Ama Kent Konseyi orada çay, kahve, börek yiyip basına görüntü vereyim. Şunu konuştuk. Bu masayı temizleyeceğiz, temizlenmesi lazım. 6 ay sonra yine pis o zaman kamuoyunu bilgilendireceksin. Biz Kent Konseyi olarak şu somut önerilerde bulunduk ama belediye bunları yapmadı. Var mı böyle bir şey? Yok. …Sorun ne uzaktan bakmak. 2 kişi orada bir rapor hazırlıyor, 3 kişi rapor hazırlıyor. Oradaki insanları dinledin mi dinlemedin. O zaman neye göre proje yapıyorsunuz. Öyle olunca havada kalıyor (B2-BALDER).

> …Kent Konseyi'nin toplantılarına katılıyordum ben. Biz dedim hâlâ soba yakıyoruz. Gerçekten mi dediler. Onlar da laylaylom Kaleiçi'ni gezme turu yapalım. Hadi ya oradan. Ben zaten çocukluğumuz Mermerlide geçti, iskelede geçti. Buradan yürüyerek giderdik. Parmaklarını kıpırdatmıyorlar buralar için. Belki başka birileri gelir de yapar (B10).

Bu görüntü Türkiye'nin kentleşme hikâyesindeki aktörler arasındaki gerilimle paralellik göstermektedir. Siyasi aktörlerin arasındaki rantçı kentleşme-hizmete karşı olma, STK'lar bağlamında bilimin dikkate alınmaması- ideolojik tutum gösterme ve en nihayetinde kentleşmeye dair itirazlar geliştirirken halka dokunamama, halktan kopuk olma tartışmalarının yereldeki bir tezahürü gibidir. Bu atmosfer içerisinde herkes kendi yankı odasındaki gerçeklere odaklandığında müzakereye dayalı ortak iyiye ulaşmayı imkânsız hale getirmektedir.

> …Oda başkanları oraları basamak olarak kullanıyorlar. 30 yaşında 35 yaşında elektrikli Porsche'ye biniyorsa, nereden geliyor bu para? Muratpaşa'da meclis üyesi. ….Gerçek anlamda odalar, konseyler görevini yapsa…Orayı siyasi ve rant için basamak için kullanırsa sıkıntı. Özünü, gerçek anlamdaki şeyi için çalışma yapmıyorlar (B2-BALDER)

Balbey'de benzerliği takip etmek mümkündür. Elbette kentin tarihine ve hafızasına sahip çıkmanın gerekliliği açıkken burada yaşayan insanların beklentilerini görmezden gelmek sürecin maliyetini bu insanların çekmesi gerektiğini söylemek anlamına gelmektedir. Hal böyle olunca mahalleli de bütün bu talepleri kendilerinin yaşamlarını zorlaştıran "entel, dantel" söylemler olarak görmekte ve aktörleri ciddiye almak istememektedir. Neoliberalizmle birlikte STK'ların da zayıflamasını, Türkiye'de yasal haklarını hızla kaybetmelerini (G21-Jeoloji Mühendisleri Odası) de akılda tutmak kaydıyla, bu oluşumların halktan uzak tutumları onların işlevsiz ve yozlaşmış kurumlar haline geldiği izlenimini doğurmaktadır.

> … Kimi bunu istiyor, diğeri onu. Uğraşacak şeyim kalmadı. Bizim tarafımız yok. Ne AKP ne CHP ne MHP. Kim buraya hainlik yaparsa karşısına dikileceğiz dedik. Buraya particiliği sokmaya kalktılar (B12).

Sivil toplumla ilişkiler noktasında siyasi partilere de bir parantez açmak gerekir. Zira liberal dünyada siyasi partiler toplumsal kesimlerin meşru hak arama yollarının başında gelmektedir. Fakat Balbey'deki görüntü gerek ülkenin siyasi konjonktüründen gerekse siyasete olan inancın zayıflamasından kaynaklı olarak uzak durulan bir alan durumundadır. Öncelikle bir gözlem olarak muhtarlık binasına ilk dikkat çeken duvardaki Muhittin Böcek, Menderes Türel ve Mustafa Akaydın ile çekilmiş fotoğrafların asılı olmasıydı. Fotoğraflar muhtarın kendisini ve 'Balbey davasını' partiler üstü bir mesele

olarak ele aldığının sembolik görünümüydü ki görüşmeler sırasında bunu defalarca tekrar etmiştir. Parti ayırmaksızın eleştirilerini sıralayan BALDER yöneticisi B2, meseleyi çözme konusunda partilerin tutumunda bir farklılık olmadığını düşünmektedir. Özellikle mahallenin nüfusundan kaynaklı oy potansiyelinin düşüklüğü ve mahallede kentte sözü geçen zenginlerin olmaması partilerin de onları yalnız bırakma nedenleri arasında sayılmaktadır.

> …Başlamıyorlar niye çünkü burada oy yok. Şimdi Işıklar Gençlik Mahallesi'nde 15bin seçmen varsa burada 1500 seçmen var. Burada da belediyecilik anlamında biz Muratpaşa'dan hizmet alıyor muyuz, almıyoruz. Burada bir nüfus çoğunluğu yok. Hatırı sayılır ikamet eden üst düzey yönetici, iş adamı yok. Biz ne yapıyoruz. Biraz sert çıkmamızla, iyi kötü mevzuatları bilmemizden dolayı bir şekilde şey yaptırıyoruz. Ana nedeni insan yoğunluğunun az olması özeti bu yani. (B2-BALDER)

Bu durum Antalya'nın yerel siyaseti ile ilgilidir. Belediye AKP-CHP arasında sürekli el değiştirmesine rağmen sonucun değişmemesi Balbey'i politik bir angajmanla kimliklendirmeyi anlamsız hale getirmektedir. Mahallelinin 20 yıllık deneyimi ile politikayı siyasi parti olarak görme eğilimleriyle birleştiğinde taraf olmayı pragmatik bir hataya dönüştürmektedir. Partilerin küresel / marka kent konusundaki konsensüsü ve mahallelinin pratik bilgileri bir arada ele alındığında partileri üstü tutum makul hale gelmektedir. Balbeyliler siyasi partilerin tutumunu çözümsüzlük üzerinden algılayarak, siyasetin anlamsızlığı sonucuna varmışlardır. Bunun en büyük nedeni Türkiye deneyiminde siyasetin partilerle özdeşleşmesiyle ilgilidir. Antalya bağlamında markalaşma arzusu AKP ve CHP açısından farklılığın yerel bağlamından ibaret olmasından dolayı fark hissedilmemektedir. Partiler arasında genel siyasetin gölgesindeki kentleşmenin ihaleler, projelerin ekonomi politiği ile ilgili çekişmelerle sınırlıdır. Bu fark neoliberal kentleşme bağlamındaki benzerliği görünmez hale getirmektedir. Burada "başka bir yol yok" şiarı kabul edilir, fark yolun nasıl yürüneceği ile ilgili etik söylemlerde belirir. Bu söylem farkının fiiliyattaki sonuç yaratmadığı mahalleli açısından deneyimlenmekte fakat meseleyi politika üstü bir mesele gibi okumalarına neden olmaktadır.

Öte yandan ilgili durumun politik konjonktürle ilişkili olduğunu açıktır. Örneğin saha araştırması sürecinde sıkça karşılaşılan bir durum görüşmeler sırasında ses kaydı almakla ilgili hassasiyet oldukça yüksek olmasıydı. Anlaşılır bir biçimde kamu görevlilerinin hassasiyeti oldukça yoğunken mahalleli açısından benzer bir tutum söz

konusudur. Özellikle B8 ile yaptığım görüşme sırasında bu kaygı oldukça yüksekti. 90 yaşına yaklaşmış, mahallenin en zenginlerinden biri olan B8 mahallenin geçmişi ile ilgili sorular sorulmasına rağmen defalarca "hapse girmek istemiyorum" demesi içerisinde bulunduğu kaygılı ruh halini yansıtmaktaydı. Öyle görünmektedir ki günümüz politik yapısı içerisinde giderek zayıflayan eleştiri kültürü, siyasetin riskli hali mahallelinin siyasetle ve partilerle ilişkilerini etkilemektedir. Bilhassa kurumsal aktörlerin ve mahallelinin yazmamak kaydıyla aktardıkları, diğer aktörlerin kaygılı tutumları eleştirilen olsun olmasın kendilerini olası bir problemde yalnız hissettiklerini göstermektedir.

11. SONUÇ

Antalya'nın markalaşma serüveni, aktörlerin tutumları ve Balbey'de yarattığı gelişmeler kent araştırmalarında, kentleşme kültüründe ve kentlerin geleceğine ilişkin bazı risklere ve gerekliliklere işaret etmektedir.

İlk olarak kente, kentliliğe ve kentleşmeye bakış açısındaki problemler göze çarpmaktadır. Katılımcıların markalaşma ve Balbey üzerine pozisyonları bahsi geçen olguların çok boyutlu gerçekliklerle çevrili olduğunu göstermektedir. Bu bakımdan kente dair net sınırlar çizmek daima problemlidir. Öyle ki ilk bakışta herkesin üzerinde mutabık kalacağı tutumlar belli sosyolojik bağlamlarda başka problemlere neden olabilmektedir. Örneğin kent tarihi, hafızası ve mimari açıdan bakıldığında Balbey'in tarihi yapılarının, sosyal ve kültürel dokusunun korunması elzemdir. Küresel rekabetin faydacı bakışından ele alınırsa Balbey projesinin hayata geçmesi kentin selameti için olmazsa olmazdır. Kentlilerin mutluluğu merkeze alındığında ise mülk sahiplerinin taleplerinin karşılanması, gündelik yaşamlarını zora sokan kiracıların mahalleden gönderilmesi gerekir. Kent yoksulluğu bağlamından bakıldığında ise hızla büyüyen bir kentte oradan oraya savurulan dezavantajlı kesimleri korumak öncelikli olmalıdır. Bütün kesimlerin önceliklerini aynı anda gerçekleştirmek rekabete dayalı, sınıf ve statülere ayrılmış bir toplumsal yapı içerisinde mümkün olmasa da her kesimin masada olduğu bir planlama sürecinin daha sağlıklı sonuçlar doğuracağı açıktır.

Öte yandan siyah-beyaz ikiliğine sıkışmış kent siyaseti, aktörler arasında baştan kurulan ön yargılar, niyetlere dair kuşkular ve özellikle kent elitlerinin toplumla temasındaki eksiklikler kentlilerin kendi başına kaldığı bir ortam doğurmaktadır.

Mahallelilerin ne sivil topluma ne siyasete ne de kamuya dair umutları veya güvenleri olmaması onları piyasa karşısında bir kez daha savunmasız kılmaktadır. Oysa bütün unsurlarıyla sivil toplum piyasanın -sosyal ve politik boyutlarıyla birlikte- yıkıcılığına karşı emniyet kemeri görevi üstlenmelidir. Fakat öyle görünmektedir ki aktörler kendi yaşam dünyalarına çekilip, itirazlarını aşırı uzmanlaşmış bir tutuma indirgemiş olmaları hem kendi toplumsal desteklerini hem de kentlilerin yanlarında olduklarına dair hissiyatlarını zedelemektedir.

Bütün bu belirsizlik, yalnızlık ve mahalle yoksulları arasında aşırı rekabetin olduğu ortam içerisinde mahalleli ile kiracılar arasında bir dayanışma oluşmasını beklemek makul değildir. Zira kendilerinin de ekonomik ve yasal güçleri nispetinde dikkate alındıkları, kentlilik, vatandaşlık gibi haklardan kaynaklı bir müzakere sürecine dahil olamadıkları politik kültür içerisinde öteki için bir duyarlılık da oluşamamaktadır. Nasıl ki kendileri ekonomi politik rasyonalite bağlamıyla dikkate alınıyorlarsa onlar da diğerlerini aynı bağlamda dikkate almaktadırlar. Böylesi bir ortamda kozmopolit bir kent tahayyülü giderek zora girmektedir.

Bu noktada bir parantez de kent araştırmalarına özelliklede eleştirel kent kuramlarına açmak gerekir. Kentteki gelişmeleri sadece sınıf perspektifine indirmek, aktörlere dair çok net sınırlar çizmek bazı gelişmeleri gözden kaçırmaya neden olabilir. Gerek karma mahallelerdeki gelişmeleri ele alan literatürde gerekse Balbey özelindeki örnekte kapitalist kentleşmenin toplumsal ayrışmayı derinleştirmekteki mahareti kendisini göstermektedir. Mahalleyi kendi haline bırakmak, kamusal hizmetlerden mahrum etmek, suç ortamının derinleşmesine göz yummak ve / veya büyük vaatlerle sınıf atlama umutlarını canlı tutmak insanları bu kentleşme modeline razı edebilir, hatta destekçileri haline getirebilir. Ya da belli çıkarlar veya çatışmalı alanlar ortaya çıktığında tek bir sınıf içerisinde değerlendirilen kesimler arasında rekabeti ortaya çıkabilmektedir. Böylesi bir ortamda kentlileri tek bir zümre, sınıf olarak görmek ve eyleme geçeceklerini beklemek mümkün değildir. Haliyle eleştirel yaklaşımın geleneği üzerinden hareket etmek gerekirse toplumsal kesimlere ulaşamayan Marksist yaklaşım, praksisten mahrum, bilimsel bir anlatıya dönüşme riski ile karşı karşıyadır. İş bu nedenle kentlerde mikro gelişmeleri makro yapısal bağlamlarıyla ilişkilendirecek çalışmaların arttırılması, bu sayede kentleşme dinamiklerini mümkün kılan incelikli stratejilerin ortaya koyulması ve

kent hakkı, kentsel muhalefet, eşitsizlikler vb. tartışmalara yeni boyutlar açılması önem arz etmektedir.

Yeni kentleşme pratikleri yerel yönetimler açısından da öngörülemez neticeler doğurabilir. Yerel yönetimler ile merkez arasındaki ilişkiler markalaşma, projeler üretme, kentleri yeniden inşa etme noktasındaki bağımlılık ele alınmıştır. Fakat konunun bir diğer boyutu mevzubahistir. Mega projelerle markalaşma yoluna gitmek halihazırda öz kaynakları yetersiz olan kentlerin merkeze olan bağımlılığını arttırmaktadır. Dolayısıyla özerk kalabilmeyi fiilen imkânsız hale getirmektedir.

Bu durumun kent yaşamı için sonuçları oldukça kritiktir. Öyle ki seçim sonuçları nedeniyle il ve ilçelerin statüsünün değiştirilebildiği, merkezden gelen kaynakların ikili ilişkilere veya hangi partiden olduğuna göre belirlenebildiği, merkezin gündelik siyasi çekişmeler uğruna kent hizmetlerini aksatacak enstrümanları devreye sokmadığı bir politik kültürde kenti bu denli borçlu hale getirmek her daim risklidir. Artan bağımlılık bir süre sonra belediyelerin eylem kapasitesinin daralmasına ve kentlilerin temel hizmetlere ulaşımının kısıtlanmasına neden olabilir. Bu noktada borçlu olmanın büyümenin işareti sayılan neoliberal ekonomiyi şiar edinmek, kent kaynaklarını geleceği belirsiz projelere yatırmak -ki dünyanın giderek niş turizm alanlarına yöneldiği bir dönemde büyük projelere yapılan yatırımların rasyonelliği tartışmalıdır- merkezin kentler üzerindeki hakimiyetini arttırma ve ademi merkeziyetçiliği aşındırma ihtimali söz konusudur.

Markalaşma yolunda bu denli büyük ve hızlı adımlar atmanın kentliler açısından getirdiği riskler mevzubahistir. Bilhassa turizmin kırılgan yapısı ve riskler çağının getirdiği bilinmezliklerle birlikte ele alındığında kentte ekonomik olduğu kadar sosyolojik maliyetleri de her zaman ihtimal dahilindedir. Rant ve gayrimenkul değerlerinin yükselmesi başarının göstergesi sayılan markalaşma başarıya ulaştıkça dezavantajlı kesimlerin kentte tutunması zorlaşmaktadır. Dahası sürüklendikleri bölgelerde yaratacakları konut talebi buralardaki hayatın da maliyetini yükselterek problemleri coğrafyanın ötesine taşımaktadır. Son yıllardaki Türkiye'nin konut krizi de düşünüldüğünde kentin konut stokunun turizmin günübirlik tüketimine açılmasının, gayrimenkul rantının yükseltecek politikaların ne denli riskli olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca bu riskler sadece Antalya'nın kendi koşullarından değil hem ülkedeki hem de küresel düzeydeki kriz anları karşısında savunmasız bir kent konumuna düşürebilir.

Kent hayatı ekonomik ve sosyal krizlerle karşı karşıya olan günümüz Türkiye'sinde başta İstanbul olmak üzere metropollere dair çözüm arayışları sıkça gündeme gelmektedir. Konut krizi tartışmalarının merkezinde metropoller yer almakta ve tersine göçün teşvik edilmesi, göçün sınırlandırılması gibi çözümler dillendirilmektedir. Fakat bunların büyük oranda büyük kentlere odaklanıyor olması Anadolu kentlerine dair literatürün zayıflığı göründüğünde çok daha büyük resmin olduğunu gözden kaçırmaktadır. Bugün Antalya gibi pek çok Anadolu kenti markalaşma yolunda kentlerini dönüştürmekte ve hızla büyümektedirler. Bu çalışmada da bahsi geçen birçok problem göstermektedir ki Anadolu kentleri de giderek metropollere benzer sorunlarla yüz yüze gelmeye başlamıştır. Haliyle bu kentleri diğer bölgelerdeki sorunları çözmenin bir aracı olarak kullanmak, problemlerin transfer edilmesi anlamına gelmektedir. Bu ise ülkelerin halihazırda çözmekte zorlandıkları, UN Habitat'ın kentlerin geleceğine dair tehlike olarak gördüğü gelişmişlik farkını (*urban primacy*) derinleştirme riski taşımaktadır.

Böylesi bir kentleşme modelinin bir diğer önemli boyutu küresel krizler çağında meşhur olmanın maliyeti ve riskleri ile ilgilidir. Rusya- Ukrayna Savaşı Antalya özelinde krizler çağında marka olmanın risklerini göstermektedir. Savaş kentin bilhassa Rusya, Ukrayna bölgesinde biliniyor olması Antalya'yı bir göç merkezi haline getirebilmektedir. Bu göç dalgası ise çok boyutlu krizler yaratma ihtimali mümkündür. Halihazırda Antalya'nın yabancılara konut satışında üst sıralarda olması, konut stokundaki daralmalar ve artan maliyetler kentliler açısından tehlike arz edebilmektedir. Öyle ki araştırma süresi içerisinde Döşemealtı, Aksu ve Kepez'de Antalya dışından gelenlerin yoğunluğu çoğunlukla Isparta, Burdur ve Doğu illerindeyken 2022 yılında yurtdışından gelenlerin Aksu hariç bütün merkez ilçelerde ilk sıradadır. Diğer taraftan savaşla artan göçün işgücü piyasasında da dalgalanmalar ve çatışma alanları yaratma ihtimalinin üzerine düşünmek gerekmektedir. Şimdiden emlakçılık, güvenlik, güzellik merkezi ve turizm alanlarındaki göçmenlerin artan ağırlığına dair meslek odalarının itirazları yükselmeye başlamıştır (http-85; http-86). Antalya'nın derinleşen problemlerine (artan konut fiyatları, trafik sorunu, işgücü piyasasındaki daralmalar vb.) dair tartışmalar giderek göçmen merkezli bir gündeme haline gelmesi markalaşmanın sosyolojik sonuçlarının daha fazla hesaplanması gerektiğini göstermektedir. Zira gayrimenkul rantının yükseltmek, turizm, rekabet ve para merkezli bir markalaşma rotasının zamanla Antalya'nın kaldıramayacağı bir kent yaşamı meydana getirdiğine, sürdürülebilirlik problemlerinin derinleştiğine ve

öncelikle kentin dezavantajlı kesimleri açısından geri döndürülemez sonuçlarına dair emareler kendisini çoktan göstermeye başlamıştır.

Balbey'deki bir Romen kiracının bu mahallenin de yıkılması halinde kenti tamamen terk etmek zorunda kalacağını ifade etmesi bütün bu gelişmelerle birlikte okunduğunda yapısal bir probleme işaret etmektedir. Diğer taraftan sorun sadece konutla sınırlı değildir. Kentin turizme ve ona bağlı iş kollarına ve niteliksiz iş gücüne yaslanan ekonomisi krizler ve göçler çağında kentlileri korumasız kılabilir. Halihazırda turizm işletmelerinde yabancı uyruklu istihdamının yoğunluğu göz önünde bulundurulduğunda temelli göçle birlikte işgücü piyasasında dalgalanmalar yaratma ihtimalleri yüksektir. Bütün bu işgücü piyasasında oluşacak rekabet, konut satışları gibi gelişmeler bir noktada sosyal çatışmalara evirilebileceği akılda tutulmalıdır. Dahası Covid-19 salgını gibi doğal risklerin ağırlığı bu çatışmaları derinleştirebilir.

Bütün bu bahsi geçen risk ve problemler dünyayı hızla küçülten küreselleşmenin bağımsız düşünmek mümkün değildir. Bugünün dünyasından pek çok kriz kelebek etkisiyle hızla farklı coğrafyalara yayılabilmektedir. Haliyle bu riskler karşısındaki önlemleri de sadece yerele ve yereldeki ilişkilere bakarak kurgulayarak başarıya ulaşmak oldukça zordur. Kente turist sayıları, gayrimenkul değerleri, döviz girdileriyle bakan ve bunları başarı sayan yerel yönetimlerle, kentlilerle bağı kopma noktasına gelmiş sivil toplumun eylemleriyle, metropollere yüzünü dönmüş medya dünyasıyla ve bilimsel araştırmalarla bu problemlere çözüm bulmak mümkün görünmemektedir.

Bu noktada projeciliği merkeze alan markalaşma modelinin başarı ihtimaline ve geri döndürülemez sonuçları üzerine daha fazla kafa yormak gerekir. Özellikle küresel turizmin değişen niteliklerine ve furyalarına bakıldığında, Antalya'nın küreseli ne kadar yakalayabildiği tartışmalıdır. Bugün otantik ve niş deneyimlerin giderek daha önemli hale geldiği bu arenada Barcelona'nın 90lardaki modelini merkeze alarak kenti devasa projelerle yeniden inşa etmenin beklentileri karşılama ihtimali düşüktür. Öyle ki markalaşmada sembolik/özgün değerlerin yeri giderek artarken, Antalya'nın, 1960lı yılların kalkınma teorilerine benzerlik gösteren, başarılı örneklerin yolunu daha hızlı kat ederek onların önüne geçme fikri kent aktörlerin küresel gelişmelerin ne kadar farkında olduğuna dair soru işaretleri doğurmaktadır. Boğaçayı Projesi'nin Konyaaltı Sahili'nden başlayan sorunları tetiklemesi, tarım alanlarına inşa edilen EXPO alanının giderek âtıl bir yer haline geliyor oluşu aktörlerin hatalı ve güncel gelişmelerden kopuk stratejileri

iktisadi başarısızlığın yanında çevresel ve sosyolojik problemleri de beraberinde getirmeye gebedir.

Öte yandan yeni teknolojilerle birlikte kentlerde derinlemesine araştırma yapmak, küçük verilere ulaşmak, işlemek ve makro-yapısal olgularla ilişkilendirmek giderek kolaylaşmaktadır. Halihazırda bu tartışmalara işaret eden akademik literatür ve sivil oluşumlar da mevcuttur. Ve fakat tekil girişimler meselenin büyüklüğü ve acileyeti karşısında yetersiz kalabilmektedir. Bu nedenle başta üniversitelerin kent enstitüleri arasında koordinasyonun sağlanması, TÜBİTAK gibi kurumların konuya ilişkin proje çağrısıyla teşvikin yükseltilmesi ve kent konseyleri gibi sivil toplumun önemli kurumlarıyla iş birliklerinin arttırılması öncelikli adımlar olabilir. Bilhassa krizler çağında büyük kentlerden göç bir çözüm olarak sunulduğu bu şartlarda Anadolu kentlerinin mevcut kentleşme dinamiklerini, sivil toplum, toplum ve kamu ilişkilerinin, yoksulluk araştırmalarının ve işgücü piyasasındaki imkân ve açmazlarının ele alındığı çalışmalar yapmak acildir. Bu araştırmaların da ışığında bugün küçük ilçelere dahi AVM'lerle, lüks konut projeleriyle, kahve zincirleriyle vb. sirayet etmiş yeni kentleşme pratiklerinin getirileri, götürüleri, açmazları, içerdikleri ve dışladıkları mikro ölçeklerde ele alınmalı ve karşılaştırmalı analizlerle modellemeler gerçekleştirilmelidir. Diğer taraftan problemlerin muhataplarıyla eşit bir düzlemde tartışıldığı, planlı ve belki de daha yavaş ve katılımcı bir kentleşme modeli problemlerin yegâne çözüm aracı iken mevcut görüntüde bir temenniden öteye gidememektedir.

Bütün bu karamsar tablonun yanı sıra Balbeylilerin mahallelerine, kente, anılarına ve mülklerine sahip çıkmak adına uzun yıllardır bıkmadan verdikleri mücadele ümit vericidir. Zira dernekleri ve bireysel mücadeleleri, "kent hakkı" bağlamındaki taleplerin toplumsal bir dinamizm oluşturma potansiyelinin iyi bir örneğidir. STK'lar başta olmak üzere sivil toplumun ve kent aktörlerinin toplumsal tabanla gerçekçi bir ilişki kurması durumunda ise tabandan yukarıya doğru daha katılımcı, müzakereci ve demokratik bir kentleşme talebinin oluşma ihtimali düşünmeye değerdir.

KAYNAKÇA

ABB (2006). *T.C. Antalya Büyükşehir Belediyesi 2007-2011 stratejik planı*. Antalya: ABB.

ABB. (2009). *T.C. Antalya Büyükşehir Belediyesi 2010-2014 stratejik planı*. Antalya: ABB.

ABB. (2014a). *Balbey Mahallesi sit alanı ve çevresi yenileme alanı ilanı gerekçe raporu.* Antalya: ABB.

ABB. (2014b). *T.C. Antalya Büyükşehir Belediyesi 2015-2019 stratejik planı*. Antalya: ABB.

ABB. (2016a). *2015 faaliyet raporu*. Antalya: ABB.

ABB. (2016b). *Balbey yenileme projesi imar planı revizyonu ve kentsel tasarım projesine yönelik analiz çalışması raporu*. Antalya: ABB.

ABB. (2018a). *2017 faaliyet raporu*. Antalya: ABB.

ABB. (2018b). *Balbey Yenileme Projesi 1. Etap Fizibilite Raporu*. Antalya: ABB.

ABB. (2019a). *2018 faaliyet raporu*. Antalya: ABB.

ABB. (2019b). 2020 Performans programı. Antalya: ABB

ABB. (2019b). *T.C. Antalya Büyükşehir Belediyesi 2020-2024 stratejik planı*. Antalya: ABB.

Abulafia, D. (2011). *The Great Sea: A Human History of the Mediterranean*. New York: Oxford University Press.

Ağaoğulları, M. A. (2013). *Kent Devletinden İmparatorluğa*. Ankara: İmge Kitabevi.

Ağaoğulları, M. A., Türk, D., Yalçınkaya, A., Yılmaz, Z., ve Zabcı, F. (2015). *Sokrates'ten Jakobenlere Batı'da siyasal düşünceler*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Ağaoğulları, M. A., ve Köker, L. (2011). *İmparatorluktan Tanrı Devletine*. Ankara: İmge Kitabevi.

Akçay, Ü., ve Türkay, M. (2006). Neoliberalizm'den kalkınmacı yaklaşıma; Devletin sermaye birikimi sürecindeki yeri üzerine. B. Ülman ve İ. Akça (Ed.), *İktisat, siyaset, devlet üzerine yazılar; Prof. Dr. Kemal Saybaşılı'ya armağan* içinde (s. 49 67). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Akengin, H. (2006). Antalya'da Turizmin Ortadan Kaldırdığı Mevsimlik Yerleşmeler: "Sahil Çardakları". N. Özgüç ve A. N. Timor (Ed.), *İnsan ve Mekân: Prof. Dr. Erol Tümertekin'e armağan* içinde (s. 187-203). İstanbul: Çantay Kitapevi.

Aksoylu, S. (2013). Kentin pazarlama ve markalaşmasına yönelik eylemlerin turizme etkilerinin Eskişehir örneğinde incelenmesi. *İdeal Kent,* (8), 150-169.

Akyüz, Y., Flassbeck, H., ve Kozul-Wright, R. (2007). "Globalization, inequality and ythe labour market". A. H. Köse, F. Şenses ve E. Yeldan (Ed.), *Neoliberal globalization as new imperialism: Case studies on reconstruction of the periphery* içinde (s. 153-171). New York: Nova Science Publishers.

Alkan, Ö. (2014). 1980 sonrası konut politikalarının mekânsal yansımaları: Ankara örneği. *İdeal Kent,* (12), 103-131.

Alkış, S. (2001). Antalya Kaleiçi Bölgesi'nin yangın tehlikeleri ve alınması gereken önlemler. *Antalya'da Kentleşme ve Yerel Yönetimler Sempozyumu*. Antalya: TMMOB, s. 35-39.

Alp, G. (2021). Medikal turistlerin tıbbi tedavi tercihleri: Antalya ili örneği. USBAD Uluslararsı Sosyal Bilimler Akademi Dergisi, (7), 2687-2641.

Altan Ege, E. (2005). Venedik: Akdeniz'de doğu ile batı'nın buluşma noktası. *Doğu Batı,* (34) 49-75.

Altuğ, U. (2005). Osmanlı İmparatorluğu'nun Akdeniz politikası ve Doğu Akdeniz'de hakimiyetin tesisi. *Doğu Batı,* (34), 267-289.

Amin, S. (2007). *Avrupamerkeziyetcilik - Bir ideolojinin eleştirisi.* (Çev: M. Sert). İstanbul: Chiviyazıları Yayınları.

Anakök, T. (1939). Antalya'nın nehirleri. *Türkakdeniz,* 3(13), 21-28.

Ancien, D. (2011). Global city theory and the new urban politics twenty years on: The case for a geohistorical materialist approach to the (new) urban politics of global cities. *Urban Studies,* 48(12), 2473–2493.

Andranovich, G., Burbank, M. J., ve Heying, C. H. (2001). Olympic cities: Lessons learned from mega-event politics. *Journal of Urban Affairs,* 23(2), 113-131.

Anonim. (1937). 20 İlkteşrin 1935 Genel Nüfus sayımına göre Antalya Şehri. *Türkakdeniz,* 1(2), 12-13.

Antalya İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü. (2012). *Antalya ili tarım stratejik planı (2012-2016)*. Antalya: T.C. Antalya Valiliği İl Tarım Müdürlüğü.

Antalya Kent Konseyi. (1999). *Sosyal yapılanma ön raporu*. Antalya: Antalya Kent Konseyi.

Antalya Kent Konseyi. (2001). *Antalya kenti öncelikleri ve kalkınma eylem planları*. Antalya: Antalya Kent Konseyi.

Antalya Kent Konseyi. (2006). *Antalya ili gelişim önerileri raporu*. Antalya: Antalya Kent Konseyi.

Antalya Kent Konseyi. (2015). *Antalya Kent Konseyi 2015 çalışma raporu*. Antalya: Antalya Kent Konseyi.

Antalya Kent Konseyi. (2016). *Antalya Kent Konseyi 2016 çalışma raporu*. Antalya: Antalya Kent Konseyi.

Antalya Kent Konseyi. (2019). *Antalya Kent Konseyi 2019 çalışma raporu*. Antalya: Antalya Kent Konseyi.

Antalya Kent Konseyi. (2020). *Antalya Kent Konseyi 2020 çalışma raporu*. Antalya: Antalya Kent Konseyi.

Antalya Kent Konseyi, ABB ve ATSO. (2006). *Antalya kent vizyonu*: İlk rapor. Antalya:

Apostolopoulos, Y., Loukissas, P. ve Leontidou, L. (2001). Tourism, development and change in the Mediterranean. Y. Apostolopoulos, P. Loukissas ve L. Leontidou (Ed.), *Mediterranean tourism: Facets of socioeconomic development and cultural change* içinde (s. 3-15). London: Routledge.

Arellano, A. (2004). Bodies, spirits, and Incas: Performing Machu Picchu. M. Sheller ve J. Urry (Ed.), *Tourism mobilities: Places to play, places in play* içinde (s. 67-78). London: Routledge.

Arslan, A. (2006). *İlkçağ felsefe tarihi 1: Sokrates öncesi Yunan Felsefesi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Arslan, A. (2008). *İlkçağ felsefe tarihi 4- Helenistik Dönem Felsefesi: Epikurosçular, Stoacılar, Septikler*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Ataberk, Ü. Ve Haşlakoğlu, O. (2008). *Antalya'nın kentleşmesi için toplumsallaşma ve kültürel iletişimin önemi*. Antalya: Antalya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları

Atılgan, E. Ü. (2019). "Çinçin'den subay, polis çıkmış mı ki ben olayım?" Damgalı mekanlar. F. Şenol Cantek (Ed.), *Kenarın Kitabı: "Ara"da Kalmak Çeperde Yaşamak* içinde (s. 61-89). İstanbul: İletişim Yayınları.

ATSO. (2005). *Vizyon*. Antalya: ATSO.

ATSO. (2010). *Vizyon*. Antalya: ATSO.

ATSO. (2013). Antalya *2023 karar konferansı*. Antalya: ATSO.

Avcıoğlu, S. (2016). Tarihi çevrelerde kentsel koruma ve kentsel yenileme eğilimleri: Yasal ve yönetsel çerçeve. *İdeal Kent, 7*(20), 689-719.

Ayata, S. (2004). Bir yerel sanayi odağı olarak Gaziantep'te girişimcilik, sanayi kültürü ve ekonomik dünya ile ilişkiler. S. İlkin, O. Silier, ve M. Güvenç (Ed.), *İlhan Tekeli için armağan yazılar* içinde (s. 559-590). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Aydın, E. Ö. (2010). Cumhuriyetin kentteki etkileri. A. K. Atılgan (Ed.), *Dünden bugüne Antalya (Cilt I)* içinde (s. 200-205). Antalya: Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

Aykan, S. (2014). İstanbul'da kentsel sürdürülebilirlik . A. Bartu Candan, ve C. Özbay (Ed.), *Yeni İstanbul çalışmaları: Sınırlar,mücadeleler,açılımlar* içinde (s. 241-262). İstanbul: Metis Yayınları.

Bærenholdt, J. O. ve Haldrup, M (2004). On the track of the Vikings. M. Sheller ve J. Urry (Ed.), *Tourism mobilities: Places to play, places in play* içinde (s. 78-89). London: Routledge.

Babbie, E. (2014). *The basic of social research*. Wadsworth: Cengage.

BAGEV. (2015). *Batı Akdeniz Bölgesi tarım sektöründe gelişmeler: sektörün iç ve dış pazar etkinliği, rekabet gücü ve sürdürülebilirliği*. Antalya: BAGEV.

BAGEV. (2020a). *TEPAV istihdam izleme bülteni (Antalya, Burdur, Isparta, Türkiye)*. Antalya: BAGEV.

BAGEV. (2020b). *Covid-19 etkisi değerlendirme anketi sonuç raporu (Antalya, Burdur, Isparta, Dinar)*. Antalya: BAGEV.

BAKA. (2012). *Antalya ili turizm endüstrisinin kümelenme, rekabetçilik ve strateji ön çalışması*. Antalya: BAKA.

BAKA. (2015). *Bölgesel kalkınma dinamikleri: Antalya modeli ve 2023 senaryoları projesi*. Antalya: BAKA.

BAKA. (2017). *Antalya yatırım destek ve tanıtım stratejisi* (2018-2019). Antalya: BAKA.

Bal, E. (2011). *Türkiye'de 2000 sonrası neoliberal politikalar çerçevesinde imar mevzuatındaki değişimler ve yeni kentleşme pratikleri: İstanbul örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Bal, H. (2006). *Kent sosyolojisi*. Isparta: Turhan Kitapevi.

Bal, H. (2019). Antalya'nın tarihsel-toplumsal kentsel analizi. *Journal of Social Research and Behavioral Sciences,* 5(8), 31-62.

Balaban, O. (2016). İnşaat sektörü neyin lokomotifi? T. Bora (Ed.), *İnşaat Ya Resulullah* içinde (s. 17-33). İstanbul: İletişim Yayınları.

Balkır, C., Toprak Karaman, Z. ve Kırkulak, B. (2008). *Yabancı emekli göçünün sosyal ve ekonomik etkileri: Antalya ve çevresi üzerine amprik bir çalışma*. Ankara: TÜBİTAK.

Barbaros Akay, E. (2020). *Antalya'da sanayileşme süreci ve mekânsal etkileri: Antalya Dokuma Fabrikası yerleşkesi örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Barth, F. (2001). Giriş. F. Barth (Ed.), *Etnik gruplar ve sınırları: Kültürel farklılığın toplumsal organizasyonu* (Çev: A. Kaya ve S. Gürkan) içinde (s. 11-41). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Baudrillard, J. (2009). *Gösterge ekonomi politiği hakkında bir eleştiri*. (Çev: O. Adanır ve A. Bilgin). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (Çev: O. Adanır). Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Bauman, Z. (1999). *Çalışma, tüketicilik ve yeni yoksullar*. (Çev: Ü. Öktem). İstanbul: Sarmal Yayınevi.

Bauman, Z. (2011). *Postmodern etik*. (Çev: A. Türker). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z. (2012). *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları*. (Çev: A. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z. (2013). *Modernite, kapitalizm, sosyalizm*. (Çev: F. D. Ergun). İstanbul: Say Yayınları.

Baykara, T. (2010). Türkiye Selçukluları döneminde Antalya. A. K. Atılgan (Ed.), *Dünden bugüne Antalya (Cilt I)* içinde (s. 105-113). Antalya: Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

Bayraktar, U. (2019). Türkiye'nin kent siyaseti'nin post-politik halleri: Hizmet referansının projeci habitusu için Adana'da bir durak. *Modus Operandi*, (4), 19-51.

Beaverstock, J. V. (2012). Highly skilled ınternational labour migration and world cities: Expatriates, executives and entrepreneurs. B. Derruder, M. Hoyler, P. Taylor ve F.

Witlox (Ed.), *International handbook on globalization and world cities* içinde (s. 240-251). Massachusetts: Edward Elgar.

Becker, H. S. (2015). *Mesleğin incelikleri: Sosyal bilimlerde araştırma nasıl yürütülür?* (Çev: L. Ünsaldı, B. Öztürk, H. E. Mescioğlu, Ş. Geniş ve G. Metin). Ankara: Heretik Yayıncılık.

Berg, B. L., (2011). *Qualitative research methods for the social sciences*, Needham: Allyn & Bacon.

Bilgin, N. (2011). Sosyal Düşüncede Kent Kimliği. *İdeal Kent*(3), 20-48.

Binay Kurultay, A., ve Peksevgen, B. (2012). Markalı güvenlikli site reklamlarında Türk orta sınıf hayali. *İdeal Kent,* (6), 190-208.

Birol Özerk, G., ve Akgül Yüksekli, B. (2011). Küresel kent, kentsel markalaşma ve yok-mekân ilişkileri. *İdeal Kent,* (3), 82-93.

Bora, T. (2001). Türkiye'de meslek kuruluşları: 'Kamu', 'sivil' ve 'milli'nin muğlak kesişim alanı. Kolektif (Ed.), *Türkiye'de sivil toplum ve milliyetçilik* içinde (s. 265-311). İstanbul: İletişim Yayınları.

Bora, T. (2014). *Türkiye'nin linç rejimi*. İstanbul: Birikim Yayınları.

Bora, T. (2017). *Cereyanlar: Türkiye'de siyasi ideolojiler*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Bora, T. (2018). Fatih'in İstanbul'u: Siyasal İslam'ın "alternatif küresel şehir" hayalleri. Ç. Keyder (Ed.), *İstanbul: Küresel ile yerel arasında* (Çev: S. Savran) içinde (s. 60-78). İstanbul: Metis Yayınları.

Braudel, F. (1989). *Akdeniz ve Akdeniz Dünyası (Birinci Cilt)*. (Çev: M. A. Kılıçbay). İstanbul: Eren Yayıncılık ve Kitapçılık.

Braudel, F. (1990). *Akdeniz ve Akdeniz Dünyası (İkinci Cilt)*. (Çev: M. A. Kılıçbay). İstanbul: Eren Yayıncılık ve Kitapçılık.

Braun, E. (2012). Putting city branding into practice. *Journal of Brand Management*, 19(4), 257–267.

Brenner, N. (1998). Global cities, glocal states: Global city formation and the state territorial restructuring in contemporary Europe. *Review of International Political Economy*, 5(1), 1-37.

Brudell, P., ve Attuyer, K. (2014). Neoliberal 'regeneration' and the myth of community participation. A. MacLaran, ve S. Kelly (Ed.), *Neoliberal urban policy and the*

transformation of the city: Reshaping Dublin içinde (s. 203-219). London: PALGRAVE MACMILLAN.

Bryman, A. (2004). *The Disneyization of society*. London: SAGE Publications.

Buğra, A. (2000). *Devlet-piyasa karşıtlığının ötesinde: İhtiyaçlar ve tüketim üzerine yazılar*. (Çev: B. S. Şener). İstanbul: İletişim Yayınları.

Buğra, A., ve Savaşkan, O. (2015). *Türkiye'de yeni kapitalizm: Siyaset, din ve iş dünyası*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Bulut, M. (2005). Merkez, Akdeniz'den Atlantik'e kayarken Avrupalılar ve Osmanlılar. *Doğu Batı*, (34), 223-231.

Burgess, E. W. (2016). Şehrin büyümesi: Araştırmaya giriş. R. E. Park ve E. W. Burgess (Ed.), *Şehir: Kent ortamındaki insan davranışlarının araştırılması üzerine öneriler* (Çev: P. Karababa Kayalıgil) içinde (s. 107-125). Ankara: Heretik Yayınları.

Cantek, F. Ş. (2013). Yoksuldan alıp zengine vermek: Ankara'da kentsel dönüşümün serencamı. T. Bora (Ed.), *Milyonluk manzara: Kentsel dönüşüm resimleri* içinde (s. 121-129). İstanbul: İletişim Yayınları.

Castells, M. (2008). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür- Cilt 1: Ağ toplumunun yükselişi*. (Çev: E. Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Castells, M. (2017). *Kent, sınıf, iktidar*. (Çev: A. Türkün). Ankara: Phoenix Yayınevi.

Catlos, B. A. (2017). Why the Mediterranean? B. A. Catlos, ve S. Kinoshita (Ed.*), Can we talk Mediterranean? Conversations on an emerging field in medieval and early modern studies* içinde (s. 1-19). Cham: Springer Nature.

Certel, Y. H. (2019). *Cumhuriyet'in ilanından günümüze Antalya'nın kentsel gelişiminin incelenmesi.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Charnock, G., March, H., & Ribera-Fumaz, R. (2021). From Smart to Rebel City? Worlding, Provincialising and the Barcelona Model. *Urban Studies, 58*(3), 581-600.

Chatterton, P., ve Hollands, R. (2002). Theorising urban playscapes: Producing, regulating and cınsuming youthful nightlife city spaces. *Urban Studies*, 39(1), 95-116.

Creswell, J. W. (2017). *Nitel araştırmacılar için 30 temel beceri*. (Çev: H. Özcan). Ankara: Anı Yayıncılık.

Crossa, V. (2009). Resisting the entrepreneurial city: Street Vendors' struggle in Mexico City's historic center. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(1), 43–63.

Çalışkan, İ. (2016). Uluslararası kentsel ağlar ve kentleşme: Türkiye Örneği. Ö. Sarı ve A. Esgin (Ed.), *Toplumsal analizler ekseninde kent fragmanları* içinde (s. 307-328). Ankara: Phoenix Yayınevi.

Çapraz, Y. C. (2019). Kahve değil zanaat: İstanbul'da üçüncü dalga kahveciler. N. Tutal (Ed.), *Kent kitabı: Mimariden müziğe, kahvecilerden mezar taşlarına* içinde (s. 39-49). İstanbul: Varlık Yayınları.

Çavdar, A. (2016). Görünür fanteziler: Büyüklük kimde kalsın? T. Bora (Ed.), *İnşaat Ya Resulullah* içinde (s. 113-131). İstanbul: İletişim Yayınları.

Çimrin, H. (1974). *Antalya: Tarihi ve turistik rehberi*. İstanbul: Tuğrul Matbaası.

Davidson, M., ve Lees, L. (2005). New-build 'gentrification' and London's riverside renaissance. *Environment an Planning*, 37, 1165-1190.

Davila, A. (2004). Empowered culture? New York City's empowerment zone and the selling of El Barrio. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, (594), 49-64.

Degen, M. (2004). Barcelona's games: The Olympics, urban design, and local tourism. M. Sheller ve J. Urry (Ed.), *Tourism mobilities: Places to play, places in play* içinde (s. 131-142). London: Routledge.

Delanty, G. (2013). *Avrupa'nın icadı*. (Çev: H. İnaç). Ankara: Adres Yayınları.

Demir, Ö. (2019). Cumhuriyet Döneminde Antalya ve çevresinde madencilik faaliyetleri. B. Koçakoğlu, B. Karslı ve D. Çakılcı (Ed.), *Antalya kitabı: Antalya'da Türk-İslam Medeniyetinin izleri (Cilt 2)* içinde (s. 269-280). Antalya: Antalya Büyükşehir Belediyesi.

Demiriş, B. (2005). İskenderiye: Antik Çağ Akdeniz'inde bir kültür kenti. *Doğu Batı*, (34), 75-89.

Demirtaş-Milz, N. (2015). Neoliberal kent Dubai: Uluslararası göç politikaları, kentsel kapanmalar ve genç Filipinli göçmenlerin durumu. *İdeal Kent*, (15), 40-65.

DİE. (1970). *Genel nüfus sayımı: Nüfusun sosyal ve ekonomik etkileri*. Ankara: DİE.

DİE. (1975). *Genel nüfus sayımı: Nüfusun sosyal ve ekonomik etkileri*. Ankara: DİE.

DİE. (1985). *Genel nüfus sayımı: Nüfusun sosyal ve ekonomik etkileri*. Ankara: DİE.

DİE. (2000). *2000 genel nüfus sayımı*. Ankara: DİE.

Dinç, G. (2007). Cumhuriyet'in ilk nüfus sayımına göre Antalya'nın demografik yapısı. *Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları*, 0(12), 65-87.

Dipova, N. (2019). Boğaçay (Antalya) rekreasyon alanı çalışmalarının Konyaaltı Sahili'ne Etkileri. *Uluslararası Mühendislik, Tasarım ve Teknoloji Dergisi*, 1(2), 71-76.

Doğan, S. (2019). Kentsel dönüşümün yerel aktörleri. N. Tutal (Ed.), *Kent kitabı: Mimariden müziğe, kahvecilerden mezar taşlarına* içinde (s. 27-39). İstanbul: Varlık Yayınları.

Doğanlı, B. (2006). *Turimzde destinasyon markalaşması ve Antalya örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Douglass, M. (2000). Mega-urban regions and world city formation: Globalisation, the economic crisis and urban policy ıssues in Pacific Asia. *Urban Studies*, 37(12), 2315–2335.

Dumenil, G., ve Levy, D. (2007). Neoliberal (karşı) devrim. A. Saad-Filho, ve D. Johnston (Ed.), *Neoliberalizm: Muhalif bir seçki* (Çev: Ş. Başlı, ve T. Öncel) içinde (s. 25-42). İstanbul: Yordam Yayınları.

Durak, Y. (2013). *Emeğin tevekkülü: Konya'da işçi-işveren ilişkileri ve dindarlık*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Ecevit, Y. (2013). *Kurmaca bir dünyadan*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Engels, F. (2013a). *İngiltere'de emekçi sınıfların durumu*. (Çev: O. Emre). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Engels, F. (2013b). *Konut sorunu*. (Çev: T. Genç). Ankara: Alter Yayıncılık.

Eraydın, Z. (2016). Kentsel markalaşma stratejilerinin kent belleği ve kent imgesi üzerine etkileri: Ankara örneği. *İdeal Kent*, 7(20), 830-855.

Eraydın, Z. (2016). Kentsel markalaşma stratejilerinin kent belleği ve kent imgesi üzerine etkileri: Ankara örneği. *İdeal Kent, 7*(20), 830-855.

Erder, S. (2015). *İstanbul Bir Kervansaray (Mı?) Göç Yazıları.* İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Erder, S., ve İncioğlu, N. (2004). Yerel politikanın yükselişi. S. İlkin, O. Silier, ve M. Güvenç (Ed.), *İlhan Tekeli için armağan yazılar* içinde (s. 539-559). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Erder, S., ve İncioğlu, N. (2013). *Türkiye'de yerel politikanın yükselişi: İstanbul Büyükşehir Belediyesi örneği.* İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Erdoğan, N. (2023). *Kayıp halk: Günümüzde yoksulluk halleri*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Ergur, A. (2019). Korkular, anılar, imgeler: Yitik bir sanayi İstanbul'u Çağrışımı. N. Tutal (Ed.), *Kent kitabı: mimariden müziğe, kahvecilerden mezar taşlarına* içinde (s. 99-123). İstanbul: Varlık Yayınları.

Erkilet, A. (2013). "Hakikat oyunları"nın parçası olarak kentsel çöküntü söylemi. T. Bora vd. (Ed.), *Milyonluk manzara: Kentsel dönüşümün resimleri* içinde (s. 77-93). İstanbul: İletişim Yayınları

Erman, T. (2010a). Kent çalışmalarının geçmişi ve bugünü: Hâkim paradigmalar ve yeni sorunsallar. *İdeal Kent,* (1), 32-43.

Erman, T. (2010b). Kent çeperindeki bir 'devrimci' mahalle: 1970'lerden 2000'lere mahallenin değişen anlamı. *İdeal Kent*, (2), 170-195.

Erman, T. (2013). Küresel ve yerel dinamikler altında 'Anadolu Kaplanı' kentleri. *İdeal Kent*, (6), 50-73.

Erman, T. (2020). *Mış gibi site: Ankara'da bir toki-gecekondu dönüşüm sitesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Esgin, A. (2016). Aşina olunanın bilinmezliği: Kentin ve kentsel gündelik hayatın sosyolojisi üzerine. Ö. Sarı ve A. Esgin (Ed.), *Toplumsal analizler ekseninde kent fragmanları* içinde (s. 17-61). Ankara: Phoenix Yayınevi.

Esser, J., ve Hirsch, J. (2003). The crisis of fordism and the dimensions of a 'post-fordist' regional and urban structure. A. Amin (Ed.), *Post-Fordism: A Reader* içinde (s. 71-99). Oxford: Blackwell Publisher.

Evans, G. (2017). Creative cities – An international perspective. J. Hannigan, ve G. Richards (Ed.), *The SAGE handbook of new urban studies* içinde (s. 311-329). London: SAGE Publications.

Fainstein, S. S. (2008). Mega-projects in New York, London and Amsterdam. *International Journal of Urban and Ragional Research*, 32(4), 768-785.

Fields, D. (2014). Contesting the financialization of urban space: Community organizations and the struggle to preserve affordable rental housing in New York City. *Journal of Urban Affairs*, 37(2), 144-165.

Flanagan, W. G. (2010). *Urban sociology: Images and structure*. Plymouth: Rowman ve Littlefield Publishers.

Frank, A. G., ve Gills, B. K. (2003). Eleştirilere yanıt ve sonuçlar. A. G. Frank ve B. K. Gills (Ed.), *Dünya sistemi: Beş yüzyıllık mı, beş binyıllık mı?* (Çev: E. Soğancılar) içinde (s. 535-555). Ankara: İmge Kitabevi.

Friedmann, J. (2005). The World City Hypothesis. J. Lin ve C. Mele (Ed.*), The urban sociology reader* içinde (s. 301-308). Oxon: Routledge.

Gans, H. J. (1996). From 'underclass' to 'undercaste': Some observations about the future of the post-industrial economy and its major victims. E. Mingione (Ed.), *Urban poverty and the underclass: A reader* içinde (s. 141-153). Oxford: Blackwell Publishers.

Geniş, Ş. (2011). Küreselleşme, kent ve kültür. *İdeal Kent,* (3), 48-62.

Geniş, Ş., ve Çelik, Z. (2012). Taktim. *İdeal Kent,* (7), 5-10.

Gezgin, E. (2016). *Damgalanan mekânda yaşam: Bir kentin ötekisi olmak*. Ankara: Phoenix.

Giddens, A. (2012a). *Sosyoloji*. (Çev: C. Güzel) İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Giddens, A. (2012b). *Sosyoloji Kısa Fakat Eleştirel Bir Giriş*. (Çev: Ü. Y. Battal) Ankara: Siyasal Kitabevi.

Gold, J. R., ve Gold, M. M. (2008). Olympic cities: Regeneration, city branding and changing urban agendas. *Geography Compass*, 2(1), 300-318.

Gold, J. R., ve Gold, M. M. (2017). Olympic futures and urban ımaginings: From Albertopolis to Olympicopolis. J. Hannigan, ve G. Richards (Ed.), *The SAGE handbook of new urban studies* içinde (s. 514-535). London: SAGE Publications.

Gordon, B. M. (2003). The Mediterranean as a tourist destination from classical antiquity to Club Med. *Mediterranean Studies*, (12), 203-226.

Gorz, A. (2011). *Maddesiz: Bilgi, değer ve sermaye*. (Çev: I. Ergüden) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Göka, Ş. (2001). *Bir bütünün iki farklı görüntüsü: Mekân ve insan*. İstanbul: Pınar Yayınları.

Gökalp, N. (2010). Bergama, Roma ve Bizans Dönemi Antalyası. A. K. Atılgan (Ed.), *Dünden bugüne Antalya (I. Cilt)* içinde (s. 87-95). Antalya: Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

Göktürk, D., Soysal, L. ve Türeli, İ. (2010). İstanbul nereye? Avrupa'nın kültür başkenti olmak. D. Göktürk, L. Soysal ve İ. Türeli (Ed.), *İstanbul nereye? Küresel kent, kültür, Avrupa* içinde (s. 15-49). İstanbul: Metis.

Gönüllü, A. R. (2010). *Cumhuriyet Döneminde Antalya (1923-1960)*. İstanbul: Tarihçi Kitabevi

Göral, Ö. S. (2013). Kenti üretmek, kimin hakkı? T. Bora (Ed.), *Milyonluk manzara: kentsel dönüşümün resimleri* içinde (s. 93-121). İstanbul: İletişim Yayınları.

Görer, N. T. (2014). 'Hayalet' göç: Yaşam kalitesi arayışında Türkiye kıyı yerleşmelerine yönelen Avrupalı emekliler. *İdeal Kent,* (14), 206-233.

Göymen, K. (2000). Bölgesel kalkınmada yerel idareciliğin rolü. A. H. Akder ve M. Güvenç (Ed.), *Yoksulluk, Bölgesel Gelişme ve Kırsal Yoksulluk, Kent Yoksulluğu* içinde (s. 53-71). İstanbul: TESEV.

Greene, M. (2014). The early Modern Mediterranean. P. Horden ve S. Kinoshita (Ed.*), A companion to Mediterranean history* içinde (s. 91-106). West Sussex: Wiley Blackwell.

Gruen, A. (2010). *Demokrasi mücadelesi: Radikalizm, şiddet ve terör.* (Çev: İ. İlgan). İstanbul: Çitlembik Yayınları.

Gutting, G. (2010). *Foucault*. (Çev: H. Gür) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Güçlü, M. (2004). Kuruluşundan günümüze Balıbey Mahallesi (Balıbey, Bali Bey, Balbey Mahallesi)-Antalya kentinde bir mahallenin tarihi gelişimi. *Kebikeç,* (18), 417-427.

Güçlü, S. (2002). *Kentlileşme ve göç sürecinde Antalya'da kent kültürü ve kentlilik bilinci*. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.

Güçlü, S. (2018). Göç, kent kültürü ve kentsel bellek: Antalya'da Girit kökenli aileler. B. Koçakoğlu, B. Karslı, D. Sustam, Z. Sula, H. İ. Yücel ve A. Demir (Ed.), *Antalya kitabı: Selçuklu'dan Cumhuriyet'e sosyal bilimlerde Antalya (Cilt 1)* içinde (s. 1043-1057). Antalya: Antalya Büyükşehir Belediyesi.

Güçlü, S. (2019). Cumhuriyet Döneminde Antalya'nın kentsel değişimi sürecinde bir mahallenin oluşumu: Meltem Mahallesi. B. Koçakoğlu, B. Karslı ve D. Çakılcı

(Ed.), *Antalya kitabı: Antalya'da Türk-İslam medeniyetinin izleri (Cilt 2)* içinde (s. 719-732). Antalya: Antalya Büyükşehir Belediyesi.

Gül, H. ve Özaslan, A. (2022). Tarihi kent merkezi ve gecekondu alanlarındaki kentsel dönüşüm: Antalya Kaleiçi Bölgesi, Balbey ve Güneş Mahallesi örneği. *Kamu Yönetimi ve Politikaları Dergisi*. 3 (11), 11: 11-42

Gül, M. Antalya kent merkezi kültür ve turizm gelişim bölgesinde yer alan sit alanları ve bu alanlarda Antalya Büyükşehir Belediyesince başlatılan çalışmalara ilişkin genel bir değerlendirme, *Planlama*, (38), 121-147.

Gülhan, S. T. (2016). Devlet müteahhitlerinden gayrimenkul geliştiricilerine, Türkiye'de kentsel rant ve bir meta olarak konut üreticiliği: Konuta hücum. T. Bora (Ed.), *İnşaat Ya Resulullah* içinde (s. 33-47). İstanbul: İletişim Yayınları.

Güneş, F. (2017). Kent kuramları. F. Güneş (Ed.), *Kent sosyolojisi* içinde (s. 29-55). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.

Güney, Ö. (2012). Türkiye'de kentsel dönüşüm uygulamaları: Neo-Liberal kent politikaları, yeni kentsel aktörler ve gecekondu alanları. *İdeal Kent,* (7), 64-84.

Gürhan, N. (2018). Simüle edilen toplumsal mekân/kentsel mekân: Çocuk şehri temalı eğlence merkezleri. *İdeal Kent*, 9(24), 701-733.

Güvenç, M. (2000). Kent yoksulluğu. A. H. Akder ve M. Güvenç (Ed.), *Yoksulluk, bölgesel gelişme ve kırsal yoksulluk, kent yoksulluğu* içinde (s. 91-95). İstanbul: TESEV.

Güzey, Ö. (2012). Türkiye'de kentsel dönüşüm uygulamaları: Neo-Liberal kent politikaları, yeni kentsel aktörler ve gecekondu alanları. *İdeal Kent,* (7), 64-84.

GYODER. (2017). *Antalya İli yatırım alanları vizyon raporu 2017*. İstanbul: GYODER.

İMO. (2013). *Belediye başkanlarının gözüyle Antalya'nın son 40 yılı (1973-2013)*. Antalya: TMMOB İnşaat Mühendisleri Odası Antalya Şubesi.

JMO. (2018). *Antalya Büyükşehir Belediyesi Boğaçay Projesi değerlendirme raporu*. Antalya: TMMOB Jeoloji Mühendisleri Odası.

Haenni, P. (2014). *Piyasa İslamı - İslam suretinde neoliberalizm*. (Çev: L. Ünsaldı). Ankara: Heretik Yayınları.

Haferburg, C., ve Steinbrink, M. (2017). Mega-events in emerging nations and the festivalization of the urban backstage: The cases of Brazil and South Africa. J.

Hannigan, ve G. Richards (Ed.), *The Sage handbook of new urban studies* içinde (s. 267-291). London: SAGE Publication.

Haldun, İ. (1997). *Mukaddime I*. (Çev: Z. K. Ugan). Ankara: Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları

Halgreen, T. (2004). Tourists in the concrete desert. M. Sheller ve J. Urry (Ed.), *Tourism Mobilities: Places to play, places in play* içinde (s. 143-154). London: Routledge.

Halpern, C., ve Pollard, J. (2017). Making up the neoliberal city: The role of urban market actor. P. Pinson, ve J. M. Journel (Ed.), *Debating the neoliberal city* içinde (s. 60-77). Oxon: Routledge.

Hamnett, C. (2020). The changing social structure of global cities: Professionalisation, proletarianisation or polarisation. *Urban Studies*, 58(5), 1-17.

Hardt, M., ve Negri, A. (2008). İmparatorluk olarak küreselleşme. D. Held, ve A. McGrew (Ed.), *Küresel dönüşümler, büyük küreselleşme tartışmaları* (Çev: C. Boyraz) içinde (s. 144-155). Ankara: Phoenix Yayınevi.

Harvey, D. (2010). *Postmodernliğin durumu*. (Çev: S. Savran). İstanbul: Metis Yayınları.

Harvey, D. (2011). *Umut mekanları*. (Çev: Z. Gambetti). İstanbul: Metis Yayıncılık.

Harvey, D. (2013a). *Asi şehirler: Şehir hakkından kentsel devrime doğru*. (Çev: Ö. Çelik). İstanbul: Metis Yayıncılık.

Harvey, D. (2013b). *Sosyal adalet ve şehir*. (Çev: M. Moralı). İstanbul: Metis Yayınları.

Harvey, D. (2015). *Neoliberalizmin kısa tarihi*. (Çev: A. Onocak). İstanbul: Sel Yayınları.

Harvey, D. (2017). *Kent deneyimi*. (Çev: E. Soğancılar). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Harvey, D. (2019). *Dünyanın halleri*. (Çev: Kollektif). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Hayes, M. ve Zaban, H. (2020). Transnational gentrification: The crossroads of transnational mobility and urban research. *Urban Studies, 57*(15), 3009-3024.

Hearne, R. (2014). Actually existing neoliberalism: Public–private partnerships in public service and ınfrastructure provision in Ireland. A. MacLaran, ve S. Kelly (Ed.), *Neoliberal urban policy and the transformation of the city* içinde (s. 157-174). Hampshire: Palgrave Macmillan.

Helstosky, C. (2009). *Food culture in the Mediterranean.* London: Greenwood Press.

Herzfeld, M. (2005). Practical Mediterraneanism: Excuses for everything, from epistemology to eating. W. V. Harris (Ed.), *Rethinking The Mediterranean* içinde (s. 45-64). Oxford: Oxford University Press.

http-1 - https://stats.unctad.org/handbook/Population/Total.html, erişim tarihi: 13.04.2020

http-2 - https://time.com/4143887/rio-de-janeiro-olympics-favelas-eviction/, erişim tarihi: 13.04.2020

http-3 - http://www.hlrn.org/news.php?id=p2loZQ==, erişim tarihi: 13.04.2020

http-4 - https://www.theguardian.com/sport/gallery/2014/aug/13/abandoned-athens-olympic-2004-venues-10-years-on-in-pictures, erişim tarihi: 13.04.2020

http-5 - https://www.theguardian.com/cities/2017/jul/27/london-olympic-park-success-five-years-depends, erişim tarihi: 13.04.2020

http-6 - https://www.cnnturk.com/kultur-sanat/sinema/avengers-endgame-dunyada-gise-acilis-rekoru-kirdi, erişim tarihi: 24.04.2020

http-7 - https://www.ensonhaber.com/galeri/dunyanin-en-guzel-10-sokagi#11, erişim tarihi: 01.06.2020

http-8 - https://kidzania.com/en, erişim tarihi: 01.05.2020

http-9 - http://www.casinoduliban.com.lb/tourism-details.php?id=38, erişim tarihi: 26.04.2020

http-10 - https://www.queenelizabetholympicpark.co.uk/, erişim tarihi: 11.04.2020

http-11 - https://www.rioonwatch.org/?p=55121, erişim tarihi: 12.04.2020

http-12 - https://www.theguardian.com/world/2010/jul/11/slum-school-india-commonwealth-games, erişim tarihi: 17.04.2021

http-13 - https://www.cnnturk.com/dunya/romada-ispanyol-merdivenlerine-oturma-yasagi, erişim tarihi: 01.06.2020

http-14 - https://www.jumeirah.com/en/article/stories/dubai/enjoy-a-taste-of-the-mediterranean-with-jumeirah, erişim tarihi: 10.12.2020

http-15 - http://www.imo.org.tr/resimler/ekutuphane/pdf/12266.pdf, erişim tarihi: 16.12.2020

http-16 - https://www.opendemocracy.net/en/libyas-complicated-relationship-with-alcohol/, erişim tarihi: 18.12.2020

http-17 - http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1047, erişim tarihi: 31.05.2020

http-18 - https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr, erişim tarihi: 31.05.2020

http-19 - https://www.haberturk.com/ekonomi/alisveris/haber/1116667-turkiyenin-ilk-avmsi-galleria-yikiliyor, erişim tarihi: 24.12.2020

http-20 - https://www.statista.com/statistics/541629/number-of-starbucks-stores-in-europe/, erişim tarihi: 24.12.2020

http-21 - http://www.turob.com/tr/bilgi-merkezi/basin-bultenleri/turobdan-zincir-otel-arastirmasi-57-zincirde-628-otel-var, erişim tarihi: 24.12.2020

http-22 - https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=135&locale=tr, erişim tarihi: 11.01.2021

http-23 - https://www.halkbankkobi.com.tr/NewsDetail/Turkiye-nin-mega-projeleri-130-ulkenin-gelirini-asti/486, erişim tarihi: 24.12.2020

http-24 - https://www.unesco.org.tr/Pages/88/129/UNESCO-Yarat%C4%B1c%C4%B1-S%CC%A7ehirler-Ag%CC%86%C4%B1, erişim tarihi: 12.01.2021

http-25 - https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/05/Kamu-Ozel_Isbirligi_Raporu-2018.pdf, erişim tarihi: 12.01.2021

http-26 - https://ppi.worldbank.org/en/snapshots/rankings, erişim tarihi: 12.01.2021

http-27 - https://tez.yok.gov.tr/, erişim tarihi: 29.11.2020

http-28 - https://biruni.tuik.gov.tr/ilgosterge/?locale=tr, erişim tarihi: 25.11.2020

http-29 - https://www.turkiye.gov.tr/antalya-belediyeleri, erişim tarihi: 18.05.2021

http-30 - https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1047, erişim tarihi: 16.11.2020

http-31 - https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1027, erişim tarihi: 14.11.2020

http-32 - https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr, erişim tarihi: 07.11.2020

http-33 - https://www.harita.gov.tr/images/urun/il_ilce_alanlari.pdf, erişim tarihi: 07.11.2020

http-34 - https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/dashboard/1178, erişim tarihi: 14.11.2020

http-35 - https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059, erişim tarihi: 07.11.2020

http-36 - https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=130&locale=tr, erişim tarihi: 24.04.2021

http-37 - https://www.siviltoplum.gov.tr/dernek-sayilari, erişim tarihi: 02.12.2020

http-38 - https://www.siviltoplum.gov.tr/illere-ve-faaliyet-alanlarina-gore-dernekler, erişim tarihi: 02.12.2020

http-39 - https://www.siviltoplum.gov.tr/sendikalara-iliskin-istatistikler, erişim tarihi: 02.12.2020

http-40 - https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59, erişim tarihi: 22.04.2021

http-41 - https://veri.sgk.gov.tr/, erişim tarihi: 25.11.2020

http-42 - https://www.iskur.gov.tr/kurumsal-bilgi/istatistikler/, erişim tarihi: 25.11.2020

http-43 - https://antalya.ktb.gov.tr/TR-230682/antalya-tanitim-filmi-baka.html, erişim tarihi: 03.11.2020

http-44 - https://antalya.ktb.gov.tr/TR-231088/antalya-tanitim-filmi---spor-turizmi.html, erişim tarihi: 03.11.2020

http-45 - https://www.turizmguncel.com/haber/'2016-krizi-turizmde-33-yildan-beri-telafisi-mumkun-olmayan-ilk-kriz-olacak'-h29884.html, erişim tarihi: 24.11.2020

http-46 - https://yigm.ktb.gov.tr/TR-249709/yillik-bultenler.html, erişim tarihi: 24.11.2020

http-47 - https://antalya.ktb.gov.tr/TR-175732/yerli-ve-yabanci-ziyaretci-sayilari-2005-2008-yillari-k-.html, erişim tarihi: 24.11.2020

http-48 - https://www.baka.gov.tr/antalya-yi-kesfet/turizm, erişim tarihi: 05.11.2020

http-49 - http://www.turob.com/tr/istatistikler?text=&Month=11&Year=2020, erişim tarihi: 24.11.2020

http-50 - https://www.tobb.org.tr/BilgiErisimMudurlugu/Sayfalar/KurulanKapananSirketistatistikleri.php, erişim tarihi: 07.11.2020

http-51 - https://tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari, erişim tarihi: 23.11.2020

http-52 - http://www.antalya.gov.tr/tarim, erişim tarihi: 05.11.2020

http-53 - https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=92&locale=tr, erişim tarihi: 21.11.2020

http-54 - https://antalya.tarimorman.gov.tr/Belgeler/10%20dilde%20brifing/2019%20-%20ANTALYA%20%C4%B0L%20TARIM%20VE%20ORMAN%20M%C3%9CD%C3%9CRL%C3%9C%C4%9E%C3%9C%20%C3%87ALI%C5%9EMALARI.pdf, erişim tarihi: 21.11.2020

http-55 - https://www.tobb.org.tr/BilgiErisimMudurlugu/Sayfalar/sanayi-kapasite-raporu-istatistikleri.php, erişim tarihi: 07.11.2020

http-56 - https://anset.com.tr/duden-selalesi/, erişim tarihi: 18.04.2022

http-57 - https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/antalya/gezilecekyer/manavgat-selalesi, erişim tarihi: 18.04.2022

http-58 - https://www.cumhuriyet.com.tr/ekonomi/rusya-ukrayna-savasindan-sonra-antalya-turizminde-gazze-tedirginligi-2132110, erişim tarihi: 26.11.2023

http-59 - https://www.baka.gov.tr/antalya-yi-kesfet/cografya, erişim tarihi: 05.11.2020

http-60 - https://www5.tbmm.gov.tr//develop/owa/tutanak_b_sd.birlesim_baslangic_yazici?P4=260&P5=B&page1=26&page2=26, erişim tarihi: 08.04.2022

http-61 - https://www.hurriyet.com.tr/gundem/aglaya-aglaya-kumara-veda-ettiler-39006129, erişim tarihi: 03.04.2022

http-62 https://antalya.bel.tr/Content/UserFiles/Files/meclis_toplantilar/2016/TEMMUZ_DEVAM/20160719_35.pdf , erişim tarihi: 02.03.2019

http-63 - https://perkinswill.com/news/perkinswill-master-plan-transform-antalya-turkey-sustainable-tourism-capital, erişim tarihi: 04.03.2019

http-64 - https://www.sabah.com.tr/akdeniz/2018/10/29/konyaalti-tac-takti, erişim tarihi: 15.03.2019

http-65 - https://www.menderesturel.com.tr/tunektepe-projesi-1, erişim tarihi: 18.03.2019

http-66 - https://antalya.bel.tr/haberler/turel-kruvaziyer-liman-projemizin-dunyada-ornegi-yok, erişim tarihi: 20.03.2019

http-67 - http://www.hurriyet.com.tr/laraya-kruvaziyer-limani-40580716, erişim tarihi: 20.03.2019

http-68 - https://www.antalya.bel.tr/haberler/ali-cetinkayada-buyuk-degisim-basliyor, erişim tarihi: 11.03.2019

http-69 - https://emlakkulisi.com/antalya-ali-cetinkaya-caddesi-projesi-nasil-olacak/424789, erişim tarihi: 11.03.2019

http-70 - https://antalya.bel.tr/haberler/dogu-garaji-kultur-ve-ticaret-merkezi-yukseliyor, erişim tarihi: 11.03.2019

http-71 - https://www.akdenizmanset.com.tr/efsanelerin-sonu/165517/, erişim tarihi: 03.04.2022

http-72 - https://www.turkiyeturizm.com/ofo-otel-vakifbank-tarafindan-pegas-touristice-satildi-67623h.htm, erişim tarihi: 03.04.2022

http-73 - https://ekap.kik.gov.tr/EKAP/Ortak/IhaleArama/index.html, erişim tarihi: 10.02.2022

http-74 - https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/08/20130802-1.htm, erişim tarihi: 12.09.2023

http-75- https://www.gezgintayfa.com/terkedilmis-olimpiyat-mekanlari/, erişim tarihi: 08.10.2023

http-76 - https://www.gazeteduvar.com.tr/milyonluk-expo-satisa-cikarildi-tepkiler-buyuyor-haber-1635814, erişim tarihi: 08.10.2023

http-77 - https://www.endeksa.com/tr/analiz/antalya/muratpasa/balbey/demografi, erişim tarihi: 11.3.2023

http- 78- https://www.birgun.net/haber/spotify-2022-de-en-fazla-dinlenen-muzisyenleri-ve-sarkilari-acikladi-412023, erişim tarihi: 06.05.2023

http-79 - https://www.yedam.org.tr/tehlikeli-kristal-metamfetamin-ve-etkileri, erişim tarihi: 24.04.2023

http-80 - https://www.hurriyet.com.tr/yerel-haberler/antalya/mahallede-rogar-nobeti-41930839, erişim tarihi: 07.05.2023

http-81 - https://www.gunhaber.com.tr/haber/Antalya-nin-ilk-Turk-mahallesinde-ev-yangini/520125, erişim tarihi: 13.11.2023

http-82 - https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5366.pdf, erişim tarihi: 27.10.2023

http-83 - https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/12/20051214-6.htm, erişim tarihi: 27.10.2023

http-84 - https://www.gazetevatan.com/gundem/uyusturucu-bahane-esas-neden-rant-560668, erişim tarihi: 01.06. 2023

http-85 - https://www.akdenizgercek.com.tr/antalyada-rus-ve-ukraynali-isgalinde-son-nokta-pes-dedirtti, erişim tarihi: 28.01.2024

http-86 - https://www.dha.com.tr/foto-galeri/antalyada-emlak-sektorune-rus-ve-ukraynali-etkisi-2194258/13, erişim tarihi: 28.01.2024

HÜNEE. (2006). *Türkiye'de göç ve yerinden olmuş nüfus araştırması.* Ankara: HÜNEE.

Imber, C. (2004). *Şeriattan kanuna: Ebussuud ve Osmanlı'da İslami hukuk*. (Çev: M. Bedir) İstanbul: Türk Tarih Vakfı Yurt Yayıncılık.

Işık, O., ve Pınarcıoğlu, M. M. (2011). *Nöbetleşe yoksulluk: Sultanbeyli örneği.* İstanbul: İletişim Yayınları.

İnalcık, H. (2013). *Rönesans Avrupası Türkiye'nin batı medeniyetiyle özdeşleşme süreci*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Jessop, B. (2005). The entrepreneurial city: Re-imaging localities, redesigning economic governance, or restructuring capital? N. Jewson, ve S. Macgregor (Ed.), *Transforming cities: Contested governance and new spatial divisions* içinde (s. 25-39). New York: Routledge.

Kaçar, T. (2005). Eskiçağ Akdeniz dünyasında siyasal birliğin sonu: Romalılar ve Kuzey komşuları. *Doğu Batı,* (34), 203-223.

Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü (2019a). *İlçelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması SEGE-2017*. Ankara: Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü.

Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü (2019b). *İllerin ve bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması SEGE-2017*. Ankara: Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü.

Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü (2019c). *Nüfus yoğunluğu ve kentsel işlevleri ile türkiye'de ilçelerin kentleşme düzeyinin ölçülmesi.* Ankara: Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü.

Kallin, H., & Slater, T. (2014). Activating territorial stigma: Gentrifying marginality on Edinburgh's periphery. *Environment and Planning A: Economy and Space, 46*(6), 1351-1368

Karaca, S., ve Beyhan, B. (2017). The ımpact of multi-sport events on the developmental dynamics of cities: The case of Erzurum, Trabzon and Mersin in Turkey. *Planlama,* 27(1), 38–56.

Karpat, H. K. (2003). *Türkiye'de toplumsal dönüşüm: Kırsal göç, gecekondu ve kentleşme.* (Çev: A. Sönmez). İstanbul: İmge Kitabevi.

Kassab, S. (2013). İki küreselleşme anlayışı üzerine: Beyrut'un yeniden inşası konusundaki tartışma. A. Öncü ve P. Weyland (Ed.), *Mekân, kültür, iktidar: Küreselleşen kentlerde yeni kimlikler* (Çev: L. Şimşek ve N. Uygun) içinde (s. 67-85). İstanbul: İletişim Yayınları.

Kaya, K. (1937). Elli yıl önce Antalya. *Türkakdeniz*, 1(1), 8-11.

Kayapınar, K. (2019). Medya'da ötekileştirilen Hacıhüsrev Mahallesi. N. Tutal (Ed.), *Kent kitabı: Mimariden müziğe, kahvecilerden mezar taşlarına* içinde (s. 187-203). İstanbul: Varlık Yayınları.

Kazancigil, Ali (2010). *Türkiye üzerine basmakalıp düşünceler*. İstanbul: Kitap Yayınevi.

Keil, R. (2009). The urban politics of roll-with-ıt neoliberalization. *City*, 13(2-3), 231-245.

Keleş, R. (2010). Türkiye'de kentleşme kime ne kazandırıyor? *İdeal Kent*, (1), 28-31

Kelly, S. (2014). Taking liberties: gentrification as neoliberal urban policy in Dublin. A. MacLaran ve S. Kelly (Ed.), *Neoliberal urban policy and the transformation of the city: Reshaping Dublin* içinde (s. 174-189). Hampshire: PALGRAVE MACMILLAN.

Kepenek, E., Gençel, Z. ve Güç, B. (2015). Antalya tarihi kent merkezi ve yakın çevresindeki mekansal değişimin günümüz kent formuna etkilerinin değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Mühendislik Bilimleri ve Tasarı Dergisi*, 3(2). s.77-84.

Keyder, Ç. (2005). Globalization and social exclusion in Istanbul. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29 (1), 124-134.

Keyder, Ç. (2010a). Port-cities in the Belle Epoque. B. Kolluoğlu, ve M. Toksöz (Ed.), *Cities of the Mediterranean: From the Ottomans to the present Day* içinde (s. 14-23). New York: I.B.Tauris and Co Ltd.

Keyder, Ç. (2010b). Yirmi birinci yüzyıla girerken İstanbul. D. Göktürk, L. Soysal ve İ. Türeli (Ed.), *İstanbul nereye? Küresel kent, kültür, avrupa* içinde (s. 49-62). İstanbul: Metis.

Keyder, Ç. (2018a). Arka plan. Ç. Keyder (Ed.), *İstanbul: Küresel ile yerel arasında* (Çev: S. Savran) içinde (s. 171-192). İstanbul: Metis Yayınları

Keyder, Ç. (2018b). Enformel konut piyasasından küresel konut piyasasına. Ç. Keyder (Editör), *İstanbul: Küresel ile yerel arasında* (Çev: S. Savran) içinde (s. 171-192). İstanbul: Metis Yayınları.

Keyder, Ç. (2018c). Sonuç. Ç. Keyder (Ed.), *İstanbul: Küresel ile Yerel Arasında* (Çev: S. Savran) içinde (s. 223-235). İstanbul: Metis Yayınları.

Keyder, Ç. ve Öncü, A. (1994). Globalization of a third-world metropolis: Istanbul in the 1980's. *Review (Fernand Braudel Center)*, 17(3), 383-421.

Keyman, E. F. ve Koyuncu-Lorasdağı, B. (2020). *Sekiz kentin hikâyesi: Türkiye'de yeni yerellik ve yeni orta sınıflar*. İstanbul: Metis Yayınları.

Keyman, F., Keyder, Ç., Genç, F., Köse Badur, A., ve Yenigün Dilek, P. (2017). Kent-bölge: Yerel kalkınmada yeni dinamikler Türkiye'nin kentlerinden kentlerin Türkiye'sine. İstanbul: TÜRKONFEDİTÖR

Kılıçbay, M. A. (2005). Bir Akdeniz ütopyası. *Doğu Batı*, (34), 231-239.

Kıray, M. B. (1998). *Kentleşme yazıları*. İstanbul: Bağlam Yayınları.

Kıvran, F. ve Uysal, M. (1992). *Antalya: Bir kentin portresi.* Antalya: Fırat Yayın Tanıtım.

Koch, N. (2018). Sports and the city. *Geography Compass*, 12(3), 1-14.

Koçal, A, V. (2015). Bir siyasal değişme etkeni olarak göç: Kürt kimliğinin siyasal evriminde göç dinamiği örneği- nedenler ve sonuçlar -. *İdeal Kent,* 15, 214-242.

Kolluoğlu, B. (2014). Sunuş: Şehre gören gözlerle bakmak. A. Bartu Candan ve C. Özbay (Ed.), *Yeni İstanbul çalışmaları: Sınırlar, mücadeleler, açılımlar* içinde (s. 19-27). İstanbul: Metis Yayınları.

Kolluoğlu, B., ve Toksöz, M. (2010). Mapping out the Eastern Mediterranean: Toward a cartography of cities of commerce. B. Kolluoğlu ve M. Toksöz (Ed.), *Cities of the Mediterranean: From the Ottomans to the present day* içinde (s. 1-14). New York: I.B.Tauris and Co Ltd.

Konak, N. (2017). Küresel kent kuramları. F. Güneş (Ed.), *Kent sosyolojisi* içinde (s. 55-81). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.

Kozanoğlu, C. (1996). 80'lerde gündelik hayat. M. Belge (Ed.), *Cumhuriyet Dönemi Türkiye ansiklopedisi (Cilt 13)* içinde (s. 596-600). İstanbul: İletişim Yayınları.

Kömürcüoğlu, M. (2014). Göç ve kentleşme: Gecekondudan kentsel dönüşüme. L. Sunar (Ed.), *Türkiye'de toplumsal değişim* içinde (s. 89-125). Ankara: Nobel.

Köseoğlu, Ö. (2019). *Metropoliten kentlerin geleceği: Yeni yaklaşım, model ve uygulamalar (SETA raporu).* İstanbul: SETA Yayınları.

Kuppinger, P. (2012). Dışlayıcı yeşillik: Kahire'de yeni güvenlikli siteler. *İdeal Kent,* (6), 10-39.

Kurar, İ. Ve Baltacı, F. (2021). Medikal turizm potansiyeli üzerine nitel bir araştırma: Antalya örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 176-199.

Kurt, E. V. Ve Şalvarcı Türeli, N. (2022). Antalya'da faaliyet gösteren hastanelerin web sitelerinin medikal turizm açısından değerlendirilmesi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 57 (3), 2164-2187.

Kurtuluş, H. (2013). Kent sosyolojisinde değişen kavrayışlar ve Türkiye'nin kentleşme deneyimi. Ö. Uğurlu, N. Pınarcıoğlu, A. Kanbak ve M. Şiriner (Ed.), *Türkiye perspektifinden kent sosyolojisi çalışmaları* içinde (s. 177-227). İstanbul: Örgün Yayınevi.

Kuyucu, T. (2018). The transformation of urban transformation in Turkey: An institutional analysis. *İdeal Kent, 9*(24), 364-386.

Kuyucu, T. ve Ünsal, Ö. (2010a). Neoliberal kent rejimiyle mücadele: Başıbüyük ve Tarlabaşı'nda kentsel dönüşüm ve direniş. D. Göktürk, L. Soysal ve İ. Türeli (Ed.), *İstanbul nereye? Küresel kent, kültür, Avrupa* içinde (s. 85-107). İstanbul: Metis.

Kuyucu, T. ve Ünsal, Ö. (2010b). Urban transformation as state-led property transfer: An analysis of two cases of urban renewal in Istanbul. *Urban Studies*, 20(10), 1-21.

Kümbetoğlu, B. (2020). *Niteliksel araştırmalarda analiz.* İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Lamont, M. ve White, P. (2005). *Workshop on interdisciplinary standarts for sytematic qualitative research: Cultural anthropology, law and social science political science, and sociology programs.* Virginia: National Science Foundation.

Lauermann, J. (2016). Boston's olympic bid and the evolving urban politics of event-led development. *Urban Geography,* 37(2), 313-321.

Lauermann, J. (2018a). Geographies of mega-urbanization. *Geography Compass*, 12(1), 1-12.

Lauermann, J. (2018b). Municipal statecraft: Revisiting the geographies of the entrepreneurial city. *Progress in Human Geography*, 42(2), 205-224.

Layder, D. (2015). *Sosyolojik araştırma pratiği: Teori ve sosyal araştırmanın ilişkilendirilmesi.* (Çev: S. Ünal). Ankara: Heretik Yayınları.

Lees, L. (2012). Gentrifying the world city. B. Derruder, M. Hoyler, P. Taylor ve F. Witlox (Ed.), *International handbook on globalization and world cities* içinde (s. 369-377). Massachusetts: Edward Elgar.

Lefebvre, H. (2014). *Mekânın üretimi*. (Çev: I. Ergüden). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Lefebvre, H. (2015). *Şehir hakkı*. (Çev: I. Ergüden). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Lefebvre, H. (2019). *Kentsel devrim*. (Çev: S. Sezer). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Lehrer, U. ve Laidley, J. (2008). Old mega-projects newly packaged? Waterfront redevelopment in Toronto. *International Journal of Urban and Regional Research,* 32(4), 786-803.

Leick, A. (2014). Large-scale urban projects in smaller metro areas: Towards a broader conceptual perspective. *Planning Practise and Research*, 1-15.

Leitner, H. (1990). Cities in pursuit oıf economic growth: The local state as entrepreneur. *Political Geography Quarterly*, 9(2), 146-170.

Lewis, B. (1996). *Çatışan kültürler: Keşifler çağında Hırsitiyanlar, Müslümanlar, Yahudiler*. (Çev: N. Elhüseyni). Ankara: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları.

Lorrain, D. (2017). Varieties of capitalism: What can we learn from the study of urban firms? G. Pinson ve C. M. Journel (Ed.), *Debating the neoliberal city* içinde (s. 39-60). Oxon: Roudledge.

Lutfi, M. (1937). Türkakdeniz niçin çıkıyor. *Türkakdeniz*, 1(1), 7-8.

Maheras, E. (2016). Akdeniz kent portleri üzerine bir bakış. *Yeniden Akdeniz,* (2), 2.

Manavoğlu, E. (2009). Antalya Kenti'nin geçmişten günümüze mekansal gelişimi ve planlama çalışmalarının değerlendirilmesi. *Planlama*, (46), 19-31.

Manavoğlu, E. ve Kutlu, Ö. (2010). Antalya Kenti'nin 1950'den günümüze kentleşme sürecinin değerlendirilmesi. A. K. Atılgan (Ed.), *Dünden bugüne Antalya (Cilt I)* içinde (s. 189-200). Antalya: Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

Mardin, Ş. (1991). *Türk Modernleşmesi (Makaleler IV)*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Marx, K. (2013). *Kapital (Cilt 1).* (Çev: M. Selik ve N. Stalıgan) İstanbul: Yordam Yayınları.

Marx, K., ve Engels, F. (2013). *Alman İdeolojisi*. (Çev: T. Ok ve O. Geridönmez) İstanbul: Evrensel Yayınları.

Matthews, J., T. (2008). İktidar kayması. D. Held ve A. McGrew (Ed.), *Küresel dönüşümler, büyük küreselleşme tartışmaları* (Çev: M. C. Çelebi) içinde (s. 247-256). Ankara: Phoenix Yayınevi.

Maxwell, J. A. ve Chmiel, M. (2014). Notes toward a theory of qualitative data analysis. U. Flick (Ed.), *The SAGE handbook of qualitative data analysis* içinde (s. 21-35). London: SAGE Publications.

McKenzie, R. D. (2016). İnsan topluluklarının çalışılmasında ekolojik yaklaşım. R. E. Park ve E. W. Burgess (Ed.), *Şehir: Kent ortamındaki insan davranışlarının araştırılması üzerine öneriler* (Çev: P. Karababa Kayalıgil) içinde (s. 107-125). Ankara: Heretik Yayınları.

Mcluhan, M. ve Powers, B. R. (2015). *Global köy*. (Çev: B. Ö. Düzgören). İstanbul: Scala Yayıncılık.

Mingione, E. (1996). Urban poverty in the advanced ındustrial world: Concepts, analysis and debates. E. Mingione (Ed.), *Urban poverty and the underclass: A Reader* içinde (s. 3-41). Oxford: Blackwell Publishers.

Mir, V. M. M. ve Baidal, J. A. I. (2001). Towards a sustained competitiveness of Spanish tourism. Y. Apostolopoulos, P. Loukissas ve L. Leontidou (Ed.), *Mediterranean tourism: Facets of socioeconomic development and cultural change* içinde (s. 17-39). London: Routledge.

Molotch, H. (1976). The city as a growth machine: Toward a political economy of place. *American Journal of Sociology*, 82(2), 309-332.

Mumford, L. (2000). *Tarih boyunca kent: Kökenleri, geçirdiği dönüşümler ve geleceği.* (Çev: G. Koca ve T. Tosun). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Murphy, L. (2008). Third-wave gentrification in New Zelland: The case of Auckland. *Urban Studies*, 45(12), 2521-2540.

Müller, M. (2015). The mega-event syndrome: Why so much goes wrong in mega-event planning and what to do about it. *Journal of the American Planning Association*, 81(1), 1-12.

Neuman, W. L. (2006). Toplumsal araştırma yöntemleri nitel ve nicel yaklaşımlar I, (Çev: S. Özge). Ankara: Yayınodası Yayıncılık.

Nightingale, D. S. ve Rossman, S. B. (2004). Collecting data in the field. J. S. Wholey, H. P. Hatry ve K. E. Newcomer (Ed.), *Handbook of practical program evaluation* içinde (s. 363-396). San Francisco: Jossey-Bass.

Oktay, D. (2011). Kent kimliğine bütüncül bir bakış. *İdeal Kent*, (3), 8-19.

Oral, M. (2009). *Akdeniz'in diliyle: Antalya tarihinden sayfalar*. İstanbul: Kavis Kitap.

Oran, B. (2013). *Türk Dış Politikası: Kurtuluş Savaşı'ndan bugüne olgular, belgeler, yorumlar (Cilt III).* İstanbul: İletişim Yayınları.

Oran, B. (2018). *Etnik ve dinsel azınlıklar: Tarih, teori, hukuk, türkiye*. İstanbul: Literatür Yayınları.

Öğünç, P. (2013). Taktir edersiniz ki bir milyon dolar veren kimse bu manzaraya bakmak istemez. T. Bora (Ed.), *Milyonluk manzara: Kentsel dönüşümün resimleri* içinde (s. 129-155). İstanbul: İletişim Yayınları.

Öktem, B. (2016). Küresel kent söyleminin kentsel mekânı dönüştürmedeki rolü: Büyükdere- Maslak aksı. H. Kurtuluş (Ed.), *İstanbul'da kentsel ayrışma* içinde (s. 25-77). Ankara: Bağlam Yayıncılık.

Önal, M. (2010). Afyon-Antalya Demiryolu Hattı Projesi. A. K. Atılgan (Ed.), *Dünden bugüne Antalya (Cilt I)* içinde (s. 213-219). Antalya: Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

Öncü, A. (2018). İstanbullular ve ötekiler: küreselcilik çağında orta sınıf olmanın kültürel kozmolojisi. Ç. Keyder (Ed.), *İstanbul: Küresel ile yerel arasında* (Çev: S. Savran) içinde (s. 117-145). İstanbul: Metis Yayınları.

Öncü, A., ve Weyland, P. (2013). Giriş: Küreselleşen kentlerde yaşam alanı ve toplumsal kimlik mücadeleleri. A. Öncü ve P. Weyland (Ed.), *Mekân, kültür, iktidar: Küreselleşen kentlerde yeni kimlikler* (Çev: L. Şimşek ve N. Uygun) içinde (s. 9-41). İstanbul: İletişim Yayınları.

Önkal, G. (2016). Kentlilik ve kentsizlik. Ö. Sarı ve A. Esgin (Ed.), *Toplumsal analizler ekseninde kent fragmanları* içinde (s. 61-77). Ankara: Phoenix Yayınevi.

Özbay, F. (2017). *Dünden bugüne aile, kent ve nüfus*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Özdemir, A. (2015). Antalya broşürü. Antalya: Antalya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

Özden, P. P. (2013). Kentsel yenilemenin unutulan öğesi: Toplumsal yenileme. Ö. Uğurlu, N. Pınarcıoğlu, A. Kanbak ve M. Şiriner (Ed.), *Türkiye perspektifinden kent sosyolojisi çalışmaları* içinde (s. 177-227). İstanbul: Örgün Yayınevi.

Özgül, C. G. (2020). *Yeni kent paradigması*. Ankara: İdeal Kent Yayınları.

Özmakas, U. (2015). İnsan sermayesinin kaynağı: Maddi olmayan emek. *Toplum ve Bilim,* (135), 8-27.

Özözen, K. S. (2008). Göç, gecekondulaşma ve entegrasyon: Antalya örneği. TÜCAUM.

Öztürk, Ö. (2023). Eşitsizlikler tüketilebilir mi? Yoksulluğun ticarileşmesi olarak getto turizmi. *İnsan ve Toplum*, 13 (2), 338-358.

Öztürk, Ö. (2022). Kentsel hizmetlere dair sosyolojik bakışın gerekliliği: Yeşil soylulaştırma olgusu üzerinden bir tartışma. E. Aktepe (Ed.), *Kentsel Kamusal Hizmetler* içinde (s. 337-349). İstanbul: Efeakademi Yayınları.

Paddison, R. (1993). City marketing, image reconstruction and urban regeneration. *Urban Studies*, 30(2), 339-350.

Palmberger, M. ve Gingrich, A. (2014). Qualitative comparative practices: Dimensions, cases and strategies. U. Flick (Ed.), *The SAGE handbook of qualitative data analysis* içinde (s. 94-109). London: SAGE Publications.

Park, R. E. (2016). Şehir: Kent ortamındaki insan davranışlarının araştırılması üzerine öneriler. R. E. Park ve E. W. Burgess (Ed.), *Şehir: Kent ortamındaki insan davranışlarının araştırılması üzerine öneriler* içinde (Çev: P. Karababa Kayalıgil, s. 107-125). Ankara: Heretik Yayınları.

Peck, J., Theodore, N. ve Brenner, N. (2013). Neoliberal urbanism redux? *International Journal of Urban and Regional Research*, 37(3), 1091-1099.

Penpecioğlu, M. (2016). Yapılı çevre üretimi, devlet ve büyük ölçekli kentsel projeler: Kapitalist kentleşme dinamiklerinin Türkiye'deki son 10 yılı. T. Bora (Ed.), *İnşaat Ya Resulullah* içinde (s. 163-181). İstanbul: İletişim Yayınları.

Penpecioğlu, M. ve Taşan-Kok, T. (2020). Yabancılaşma, hayal kırıklığı ve mücadelenin umudu: Otoriter kentleşme koşullarında plancının habitus'u nasıl değişiyor? Ş. Geniş (Ed.), *Otoriter neoliberalizmin gölgesinde: Kent, mekan, insan* içinde (s. 325-359). Ankara: Nika Yayınevi.

Perouse, J. F. (2019). Öteki İstanbul'un küçük simgelerinden birinin küçük bir anlatımı: Ayazma Mahallesi'nin acı var/yok olma süreci (1980-2018). N. Tutal (Ed.), *Kent Kitabı: Mimariden müziğe, kahvecilerden mezar taşlarına* içinde (s. 13-27). İstanbul: Varlık Yayınları.

Pinkster, F. M. (2014). ''I just live here'': Everyday practices of disaffiliation of middle-class households in disadvantaged neighbourhoods. *Urban Studies, 51*(4), 810-826.

Pinkster, F. M. ve Boterman, W. R. (2017). When the spell is broken: Gentrification, urban tourism and privileged discontent in the Amsterdam Canal District. *Cultural Geographies*, 24(3), 1-16.

Polanyi, K. (2010). *Büyük dönüşüm, çağımızın siyasal ve ekonomik kökenleri.* (Çev: A. Buğra) İstanbul: İletişim Yayınları.

Portakal Gazetesi (2015a), *"Antalya'nın yeni cazibe merkezi Balbey olacak"*, sayı:7, s.14.

Portakal Gazetesi (2015b), *"Nekropol alanı Antalya'ya kazandırıyor"*, sayı:7, s.20.

Portakal Gazetesi (2015c), *"Vizyon projelerle Antalya çağ atlayacak"*, sayı:8, s.7.

Portakal Gazetesi (2015d), *"Antalya Dünya süper liginde"*, sayı:11, s.32.

Portakal Gazetesi (2016) *"Konyaaltı halkındır"*, sayı: 20, s.32.

Portakal Gazetesi (2017a). *"Konyaaltı Sahili'ni büyükşehir yapacak"*, sayı: 22, s.10.

Portakal Gazetesi (2017b). *"Antalya denizle barışıyor"*, sayı: 22, s.13.

Portakal Gazetesi (2017c). *"Antalya otogarı yenilenmeli"*, sayı: 24, s.3.

Portakal Gazetesi (2017d). *"Şarampol ışıl ışıl"*, sayı: 24, s.8.

Portakal Gazetesi (2017e). *"Sıra vizyon projelerde"*, sayı: 24, s.17.

Portakal Gazetesi (2017f). *"Antalya film festivali dünyaya açılıyor"*, sayı: 25, s.2.

Portakal Gazetesi (2017g). *"3. Etap raylı sistem yılbaşında başlıyor"*, sayı: 27, s.5.

Portakal Gazetesi (2017i). *"Konyaaltı muhteşem olacak"*, sayı: 28, s.3.

Portakal Gazetesi (2017ı). *"Kruvaziyer liman projesinin dünyada örneği yok"*, sayı: 28, s.5.

Portakal Gazetesi (2017j). *"Tünektepe Projesi ihaleye çıkacak"*, sayı: 28, s.7.

Portakal Gazetesi (2017k). *"Antalya'nın zenginlikleri genç girişimcileri bekliyor"*, sayı: 28, s.7.

Portakal Gazetesi (2017l). *"2019'da gündem metro olacak"*, sayı: 28, s.9.

Portakal Gazetesi (2018a). *"Tünektepe Projesi ihale edildi"*, sayı 29, s.3

Portakal Gazetesi (2018b). *"3. etap raylı sistem inşaatı başladı"*, sayı 31, s.5.

Portakal Gazetesi (2018c). *"Ali Çetinkaya'da sona gelindi"*, sayı 32, s.10.

Portakal Gazetesi (2018d). *"Dev projenin temelleri atıldı"*, sayı 32, s.15.

Portakal Gazetesi (2018e). *"3. Etap raylı sistem rekor hızla sürüyor"*, sayı 34, s.5

Portakal Gazetesi (2018f). *"Kepez'e 2.2 milyar TL'lik yatırım"*, sayı 34, s.24.

Purcell, N. (2014). The Ancient Mediterranean. P. Horden, ve S. Kinoshita (Ed.), *A companion to Mediterranean History* içinde (s. 59-76). West Sussex: Wiley Blackwell.

Riessmann, C. (2011). Doing narrative analysis. P. Atkinson ve S. Delamont (Ed.), *Sage qualitative research* içinde (s. 201-213). London: SAGE Publication.

RICA. (2016). *Bölgesel yatırım ortamı değerlendirme raporu: TR61 İBBS II Bölgesi (Antalya, Isparta, Burdur)*. Ankara: Dünya Bankası.

Richards, G. (2017). Eventful cities: Strategies for event-based urban development. J. Hannigan ve G. Richards (Ed.), *The Sage handbook of new urban studies* içinde (s. 43-61). London: SAGE Publication.

Rittersberger Tılıç, H. (2012). *Herkes için insana yakışır iş: Ulusal gençlik istihdam programı ve Antalya pilot bölge uygulaması, göç ve istihdam: Antalya kent merkezi çalışma hayatı*. Ankara: Uluslarası Göç Örgütü.

Rittersberger Tılıç, H. (2017). Kavram olarak kent sosyolojisi. F. Güneş (Ed.), *Kent sosyolojisi* içinde (s. 3-29). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.

Ritzer, G. (2000). *Büyüsü bozulmuş dünyayı büyülemek*. (Çev: Ş. S. Kaya). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Robinson, J., Scott, A. J. ve Taylor, P. J. (2016). *Working, housing: urbanizing - The ınternational year of global understanding*. Cham: Springer.

Roulston, K. (2014). Analysing interviews. U. Flick (Ed.), *The SAGE handbook of qualitative data analysis* içinde (s. 297-313). London: SAGE Publications.

Rousseau, M. (2009). Re-imaging the city centre for the middle classes: Regeneration, gentrification and sembolic policies in 'loser cities'. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(3), 770-788.

Rubin, A. ve Babbie, E. (2016). *Essential research methods for social work.* Boston: Cengage Learning.

Russell, B. (1972). *Batı Felsefesi tarihi, Ortaçağ: İslam Felsefesi Hıristiyan Felsefesi*. (Çev: M. Sencer) Ankara: Bilgi Basımevi.

Sarı, E. (2019). Neoliberalizmin kültür politikası: Ankara'da kentsel turizm ve kenarda bıraktıkları. F. Cantek Şenol (Ed.), *Kenarın kitabı: 'Arada' kalmak çeperde yaşamak* içinde (s. 221-255). İstanbul: İletişim Yayınları.

Sarı, Ö. (2013). Kent markalamasında Konya ve Mevlâna Örneği. *İdeal Kent*, (8), 170-179.

Sassen, S. (1996). Service employment regimes and the new inequality. E. Mingione (Ed.), *Urban poverty and the underclass* içinde (s. 64-83). Oxford: Blackwell Publisher.

Sassen, S. (2005). “Whose city is it? Globalization and the formation of new claims”. J. Lin ve C. Mele (Ed.), *The Urban sociology reader* içinde (s. 308-316). Oxon: Routledge.

Saunders, P. (2013). *Sosyal teori, kentsel sosyoloji*. (Çev: S. D. Getir). İstanbul: İdeal Kültür ve Yayıncılık.

Schütz, A. (2016). Yabancı: Bir sosyal psikoloji makalesi. L. Ünsaldı (Ed.), *Yabancı: Bir ilişki biçimi olarak ötekilik* içinde (s. 35-53). Ankara: Heretik.

Selik, M. (1980). *100 soruda iktisadi doktrinler tarihi*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.

Semerci, F. ve Kalaycı Köken, Z. (2018). Tarihi dokuda mekânsal kalite analizine öneri bir yöntem: Antalya Balbey Bölgesi. Online Journal of Art and Design, 6 (1), 51-73.

Sennett, R. (2013). *Karakter aşınması: Yeni kapitalizmde işin kişilik üzerindeki etkileri*. (Çev: B. Yıldırım). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Serter, G. (2018). Muhafazakâr kentin inşası: Neoliberalizm ve muhafazakarlık ilişkisinde mekânın yeri. İstanbul: NotaBene Yayınları.

Sezik, M. (2013). Neo-liberal belediyecilik ve Malatya Belediyesi örneği. *İdeal Kent*, (8), 270-292.

Sharpley, R. (2004). Islands in the sun: Cyprus. M. Sheller ve J. Urry (Ed.), *Tourism mobilities: Places to play, places in play* içinde (s. 22-32). London: Routledge.

Sheller, M. (2004). Demobilizing and remobilizing Caribbean paradise. M. Sheller ve J. Urry (Ed.), *Tourism mobilities: Places to play, places in play* içinde (s. 13-22). London: Routledge.

Sheller, M. ve Urry, J. (2004). Places to play, places in play. M. Sheller ve J. Urry (Ed.), *Tourism mobilities: Places to play, places in play* içinde (s. 1-11). London: Routledge.

Shmaryahu-Yeshurun, Y. ve Ben-Porat, G. (2021). For the benefit of all? State-led gentrification in a contested city. *Urban Studies, 58*(13), 2605-2622.

Short, J. R., Benton, L. M. ve Walton, J. (1993). Reconstructing the image of an industrial city. *Annals of the Association of American Geographers*, 83(2), 207-224.

Simmel, G. (2016). Yabancı. L. Ünsaldı (Ed.), *Yabancı: Bir ilişki biçimi olarak ötekilik* içinde (s. 27-35). Ankara: Heretik.

Simmel, G. (2017). *Modern kültürde çatışma*. (Çev: T. Bora, N. Kalaycı ve E. Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.

Sipahi, E. B. (2012). "Yeni" liberalizmin "yeni" yaşam alanları olarak güvenlikli siteler: Konya örneği. *İdeal Kent,* (7), 110-135.

Smith, A. D. (2008). Küresel bir kültüre doğru mu? D. Held, ve A. McGrew (Ed.), *Küresel dönüşümler: Büyük küreselleşme tartışması* (Çev: A. R. Güngen, A. S.

Mercan, B. Özçelik, C. Boyraz, E. Sarıtekin, E. Sarıot ve M. Ç. Çelebi) içinde (s. 330-340). Phoenix Yayınevi.

Smith, N. (2006). Yeni küresellik, yeni şehircilik: Küresel kentsel strateji olarak soylulaştırma. (Çev: İ. Urkun-Bowe ve İ. Gündoğdu), *Planlama Dergisi,* (2), 13-27.

Soytemel, E. ve Şen, B. (2016). İstanbul'da soylulaştırma: Orta sınıfın sosyal ağları ve mekân yaratma stratejileri. D. Özhan Koçak ve O. K. Koçak (Ed.), *İstanbul kimin şehri? kültür, tasarım, seyirlik ve sermaye* içinde (s. 99-123). İstanbul: Metis.

Sönmez, M. (1999). *Türkiye'de gelir eşitsizliği*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Spirou, C. (2008). The evolution of the tourism precinct. B. Hayllar, T. Griffin ve D. Edwards (Ed.), *City spaces – tourist places: Urban tourism precincts* içinde (s. 19-39). Elsevier: Oxford.

Standing, G. (2015). *Prekarya: Yeni tehlikeli sınıf*. (Çev: E. Bulut). İstanbul: İletişim Yayınları.

Steger, M. B. (2013). *Küreselleşme*. (Çev: A. Ersoy). Ankara: Dost Yayınları.

Strange, S. (2008). Devletlerin azalan otoritesi. D. Held ve A. McGrew (Ed.), *Küresel dönüşümler, büyük küreselleşme tartışmaları* (Çev: A. R. Güngen, A. S. Mercan, B. Özçelik, C. Boyraz, E. Sarıtekin, E. Sarıot ve M. Ç. Çelebi) içinde (s. 155-164). Ankara: Phoenix Yayınevi.

Sullivan, K. (2004). Atomica World: The place of nuclear tourism. M. Sheller ve J. Urry (Ed.), *Tourism Mobilities: Places to play, places in play* içinde (s. 192-204). London: Routledge.

Sunar, L. ve Kaya Y. (2018). Türkiye'de değişen sosyo-ekonomik yapı içerisinde meslekler. L. Sunar (Ed.), *Türkiye'de toplumsal tabakalaşma ve eşitsizlik (2. cilt)* içinde (s. 3-53). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Suner, A. (2018). Hong Kong-İstanbul: Şehri şahsileştirmek. İstanbul: Metis.

Şahinkaya, S. (2002). KKTC finansal piyasalarındaki gelişmeler üzerine bazı gözlemler. O. Türel (Ed.), *Akdeniz'de Bir Ada: KKTC'nin Varoluş Öyküsü* içinde (s. 251-299). İstanbul: İmge Kitabevi.

Şen, B. (2012). Metropol kent merkezlerinde çöküntüleşme eğilimleri: İstanbul Eminönü-Süleymaniye bölgesi örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 17 (2), 293-323.

Şen, B. (2012). Metropol kent merkezlerinde çöküntüleşme eğilimleri: İstanbul Eminönü-Süleymaniye bölgesi örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İkdisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17* (2), 293-323.

Şenel, A. (2006). *Kemirgenlerden sömürgenlere insanlık tarihi*. Ankara: İmge Kitabevi.

Şenel, C. (2015). Yeni Eflatunculuk: III. yüzyılda ortaya çıkıp, Batı Ortaçağ ve İslam Düşüncesini etkileyen bir felsefe okulu. C. Türer ve H. Olgun (Ed.), *Doğu'dan Batı'ya düşüncenin serüveni: Antikçağ Yunan ve Ortaçağ düşüncesi* içinde (s. 445-457). İstanbul: İnsan yayınları.

Şengül, H. T. (2001). Sınıf mücadelesi ve kent mekânı. *Praksis Dergisi,* (2), 9-31.

Şentürk, Ü. (2016). Modern kent: Mekânın yapay metamorfozu. Ö. Sarı ve A. Esgin (Ed.), *Toplumsal analizler ekseninde kent fragmanları* içinde (s. 77-109). Ankara: Phoenix Yayınları.

Şentürk, Y. (2009). Küreselleşmeye İstanbul'dan bakmak: Küresel reçetelerin gölgesinde "Küçük Manhattan'ın" yükselişi. İ. E. Işık ve Y. Şentürk (Ed.), *Özneler, durumlar ve mekanlar, toplum ve mekân: Mekanları kurgulamak* içinde (s. 24-67). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Şenyapılı, T. (2000). Enformel sektör: Devingenlikten durağanlığa / gecekondulaşmadan apartmanlaşmaya. A. H. Akder ve M. Güvenç (Ed.), *Yoksulluk, bölgesel gelişme ve kırsal yoksulluk, kent yoksulluğu* içinde (s. 161-183). İstanbul: TESEV.

T.C. Antalya Valiliği, AKTOB, ICF Airport Antalya Havalimanı ve A.Ü. Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu. (2011). *Antalya Yöresi Turist Profili Araştırması*. Antalya: T.C. Antalya Valiliği.

T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı. (2014). *Türkiye Habitat III Ulusal Raporu.* Ankara: T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı.

T. C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı. (2017). *Şehircilik şurası komisyon raporları 2017.* Ankara: Çevre ve Şehircilik Bakanlığı.

T. C. İç İşleri Bakanlığı. (2022). *Türkiye uyuşturucu raporu: Eğilimler ve gelişmeler*. Ankara: EGM Yayın.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013.* Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

Takış, T. (2005). Akdeniz. *Doğu Batı*, (34), 9-10.

Tan, E. T. (2003). Fonetik alfabenin bulunuşundan matbaanın icadına kadar olan süreçte el yazısı (cursives) gelişimi ve çağdaş tipografiye katkısı. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 0(8), 305-313.

Taylor, S. J., Bodgan, R. ve DeVault, M. L. (2016). *Introduction to qualitative research methods: A guidebook and resource.* New Jersey: Wiley.

Tekeli, İ. (1991). *Kent planlaması konuşmaları*. Ankara: TMMOB Mimarlar Odası Yayınları.

Tekeli, İ. (2013). *İstanbul'un planlamasının ve gelişmesinin öyküsü*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Tekeli, İ. (2016a). Bir Akdeniz üst anlatısı içinde İzmir. A. Sabuktay (Ed.), *Meltem: İzmir Akdeniz Akademisi kitabı* içinde (s. 13-36). İzmir: İzmir Büyükşehir Belediyesi.

Tekeli, İ. (2016b). *Dünya'da ve Türkiye'de kent-kır karşıtlığı yok olurken yerleşmeler için temsil sorunları ve strateji önerileri.* Ankara: İdeal Kent.

Tekeli, İ. (2018). Akdeniz, Akdenizlilik ve mobilite. *Meltem: İzmir Akdeniz Akademisi Dergisi,* (3), 7-29.

Tekeli, İ. ve İlkin, S. (1983). Türkiye'de planlama: Ülkesel, bölgesel, kentsel. M. Belge (Ed.), *Cumhuriyet Dönemi Türkiye ansiklopedisi (Cilt 6)* içinde (s. 1602-1611). İstanbul: İletişim Yayınları.

Tekeoğlu, R. (2010). Prehistorya'dan tarihi dönemlere kadar antalya bölgesi. A. K. Atılgan (Ed.), *Dünden bugüne Antalya (I. cilt)* içinde (s. 78-87). Antalya: Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

TEPAV. (2015). *Anadolu kaplanlarının yükselişi, Türkiye şehirleşme incelemesi.* Washington: The World Bank.

TEPAV. (2020a). *81 ilde Türkiye'nin toplumsal cinsiyet eşitliği karnesi.* Ankara: TOBB.

TEPAV. (2020b). *İstihdam izleme bülteni*. Ankara: TEPAV.

Theodore, N., Peck, J. ve Brenner, N. (2012). Neoliberal kentçilik: Kentler ve piyasaların egemenliği. *İdeal Kent,* (7), 21-37.

Therborn, G. (2013). "Global cities", World power and the G20 capital cities. K. Fujita (Ed.), *Cities and crisis: New critical urban theory* içinde (s. 52-84). London: SAGE Publications.

Tilly, C. (2001). *Zor, sermaye ve Avrupa devletlerinin oluşumu*. (Çev: K. Emiroğlu). Ankara: İmge Kitabevi

Tilly, C. (2008). Toplumsal hareketler yirmi birinci yüzyıla giriyor. Y. D. Çetinkaya (Ed.), *Toplumsal Hareketler: Tarih, Teori ve Deneyim* (Çev: E. Ergüven) içinde (s. 143-189). İstanbul: İletişim Yayınları.

Tilly, C. (2015). *Avrupa'da devrimler 1492-1992*. (Çev: Ö. Arıkan). İstanbul: Alfa.

Toksöz, G. (2011). *Herkes için insana yakışır iş: Ulusal gençlik istihdam programı ve Antalya pilot bölge uygulaması, Antalya ili işgücü piyasası analizi*. Ankara: Uluslararası Çalışma Örgütü Türkiye Ofisi.

Tönnies, F. (2000). Gemeinschaft ve gesellschaft. A. Aydoğan (Ed.), *Şehir ve Cemiyet* (Çev: A. Aydoğan) içinde (s. 185-217). İstanbul: İz Yayıncılık.

Töre, E. (2014). Kültür endüstrileri kentsel politikalarda bir yer edinebilir mi? İstanbul Film

TURSAB. (2020). *Covid-19'un turizme etkileri ve Antalya turizminin geleceği.* İstanbul: TURSAB.

Türeli, İ. (2021). *İstanbul açık şehir: Kentsel modernitenin endişelerini sergilemek*. İstanbul: Metis Yayınları.

Türkkan, R. (2001). Kent planlaması ve ulaşım. *Antalya'da kentleşme ve yerel yönetimler sempozyumu*. Antalya: TMMOB, s.32-34.

Türkün, A. (2013). Kentsel ayrışmanın son aşaması olarak kentsel dönüşüm. A. Türkün (Ed.), *Mülk, mahal, insan: İstanbul'da kentsel dönüşüm* içinde (s. 3-17). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Türkün, A. ve Kurtuluş, H. (2016). Giriş. H. Kurtuluş (Ed.), *İstanbul'da yeni kentsel ayrışma* içinde (s. 9-25). Ankara: Bağlam Yayıncılık.

Tütengil, C. O. (1977). *100 soruda kırsal Türkiye'nin yapısı ve sorunları*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.

UN Habitat. (2003). *The challange of slums: Global report on human settlements 2003.* London: Earthscan.

UN Habitat. (2004). *State of the World's cities 2004/2005: Globalization and urban culture.* London: Earthscan.

UN Habitat. (2008a). *State of the World's cities 2008/2009: Harmonius cities.* London: Earthscan.

UN Habitat. (2012). UN Habitat. (2010). *State of the World's cities 2010/2011: Bridging the urban divide.* London: Earthscan.

UN Habitat. (2016). *Urbanization and development: Emerging futures (World cities report 2016).* Nairobi: United Nations Human Settlements Programme.

UN Habitat. (2017). *Yeni kentsel gündem.* (Çev: Goverment of Turkey). Quito: United Nations Human Settlements Programme.

UN Habitat. (2020). *World cities report 2020: The value of sustainable urbanization.* Nairobi: UN Habitat.

UN Habitat. (2021). *Our city plans: An incremental and participatory toolboxfor urban planning.* Nairobi: UN Habitat.

UNWTO. (2000). *Tourism highlights 2000*. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284403745, erişim tarihi: 09.05.2020.

UNWTO. (2019). International tourism highlights. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152, erişim tarihi: 09.05.2020.

Urgan, M. (2013). *Bir dinozorun gezileri: Yaşantı*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Urry, J. (1999). *Mekanları tüketmek*. (Çev: R. G. Öğdül) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Urry, J. (2003). The sociology of toursim. C. Cooper (Ed.), *Classic reviews in tourism* içinde (s. 9-22). Clevedon: Channel View Publications.

Urry, J. (2005). *The tourist gaze*. London: SAGE Publication.

Uysal, Ü. E. (2012). Sulukule: Kentsel dönüşüme etno-kültürel bir direniş. İdeal Kent, (7), 136-159.

Üçoğlu, M. (2015). Neoliberalizm kent alanlarında neden yoksulluğa ihtiyaç duymaktadır? *İdeal Kent,* (16), 34-49.

Ülkücü, K. (1943). Hayallerdeki, bugünkü ve yarınki Antalya. *Türkakdeniz*, 4(24), 8-9.

Ünsal, Ö. (2014). Neoliberal kent politikaları ve direniş siyaseti: İstanbul'da yeni kentsel muhalefet. A. Bartu Candan ve C. Özbay(Ed.), *Yeni İstanbul çalışmaları: Sınırlar, mücadeleler, açılımlar* içinde (s. 109-127). İstanbul: Metis Yayınları.

Valerian, D. (2014). The Medieval Mediterranean. P. Horden, ve S. Kinoshita (Ed.), *A companion to Mediterranean History* içinde (s. 77-90). West Sussex: Wiley Blackwell.

Vanolo, A. (2017). *City branding: The ghostly politics of representation in globalising cities*. Oxon: Routledge.

Var, T. (2001). The state, the private sector and tourism policies in Turkey. Y. Apostolopoulos, P. Loukissas ve L. Leontidou (Ed.), *Mediterranean tourism: Facets of socioeconomic development and cultural change* içinde (s. 91-112). London: Routledge.

Varkıvanç, B. (2010). Selçuklu Dönemi Antalya'sı ve Kaleiçi. A. K. Atılgan (Ed.), *Dünden bugüne Antalya (I. cilt)* içinde (s. 96-102). Antalya: Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

Varlı-Görk, R. (2010). 'Kültür kenti': Sahibinden satılık 'kent kültürü'. *Dosya 21*, 40-49.

Varlı-Görk, R. (2013). Branded or scarred: Antalya's representation in the global market. *İdeal Kent,* (8), 112-149.

Varol, Ç. Ve Eceral, T. (2013). Denizli tekstil sanayi: Yerel kalkınmada bir başarı hikâyesi mi? *İdeal Kent*, (8), 180-199.

Verdouw, J. ve Flanagan, K. (2019). 'I call ıt the dark side': Stigma, social capital and social networks in a disadvantaged neighbourhood. *Urban Studies, 56*(16), 3358–3374.

Wacquant, L. (2008). *Kent paryaları ileri marjinalliğin karşılaştırılmalı sosyolojisi*. (Çev: M. Doğan) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Wacquant, L. ve Wilson, W. J. (1993). The cost of racial and class exclusion in the inner city. W. J. Wilson (Ed.), *The ghetto underclass: Social science perpectives* içinde (s. 25-43). California: SAGE Publications.

Weber, M. (2012a). *Ekonomi ve toplum (cilt 1)*. (Çev: L. Boyacı). İstanbul: Yarın Yayıncılık.

Weber, M. (2012b). *Ekonomi ve toplum (Cilt 2)*. (Çev: L. Boyacı). İstanbul: Yarın Yayıncılık.

Weber, R. (2002). Extracting value from the city: Neoliberalism and urban redevelopment. *Antipode*, 34(3), 519-540

Weber, R. (2010). Selling city futures: The financialization of urban redevelopment policy. *Economic Geography*, 86(3), 251-274.

Willig, C. (2014). Interpretation and analysis. U. Flick (Ed.), *The SAGE handbook of qualitative data analysis* içinde (s. 136-151). London: SAGE Publications.

Wilson, W. J. (2011). From institutional to jobless ghettos. R. T. LeGates ve F. Stout (Ed.), *The city reader* içinde (s. 117-127). Oxon: Routledge.

Wirth, L. (2002). Bir Yaşam Biçimi Olarak Kentlileşme. A. Alkan ve B. Duru (Ed.), *20. yüzyıl kenti* (Çev: A. Alkan ve B. Duru) içinde (s. 77-106). Ankara: İmge Yayınevi.

Wu, C. T. (2005). *Kültürün özelleştirilmesi: 1980'ler sonrasında şirketlerin sanata müdahalesi*. (Çev: E. Soğancılar). İstanbul: İletişim Yayınları.

YADA. (2022). *Türkiye'de sivil toplum ve siyaset ilişkisi nasıl etkin olabilir? Sivil toplumun siyaset ve karar alma mekanizmalarıyla ilişkilerinin incelenmesi araştırması.* İstanbul: Yaşama Dair Vakfı (YADA Vakfı).

Yağcı, Ö. (2009). Antalya tarihi kent merkezi gelişim süreci. *Planlama*, (2), 31-51.

Yavuz, Ş. (2018). Göçün kadınsılaşması: Trabzon'da Rus gelin olmak. Ö. Şendeniz ve E. Yıldırım (Ed.), *Sırtında sepeti. Bafra'dan Hopa'ya Karadeniz'de kadınlık halleri* içinde (s. 35-81). Ankara: Phoenix Yayınevi.

Yavuzçehre, P. S. (2013). Küreselleşmenin artan etkisinde Denizli. *İdeal Kent,* (8), 200-227.

Yıldırım, C. (2018). Neolibereal dönemde Türkiye'de sosyal sınıflar ve değişen orta sınıf. L. Sunar (Ed.), *Türkiye'de toplumsal tabakalaşma ve eşitsizlik (1. cilt)* içinde (s. 101-129). Ankara: Nobel Yayınları.

Yıldız, Z. ve Durgun, A. (2010). 2008 küresel ekonomik krizi ve turizm sektörü üzerine etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(1), 1-15.

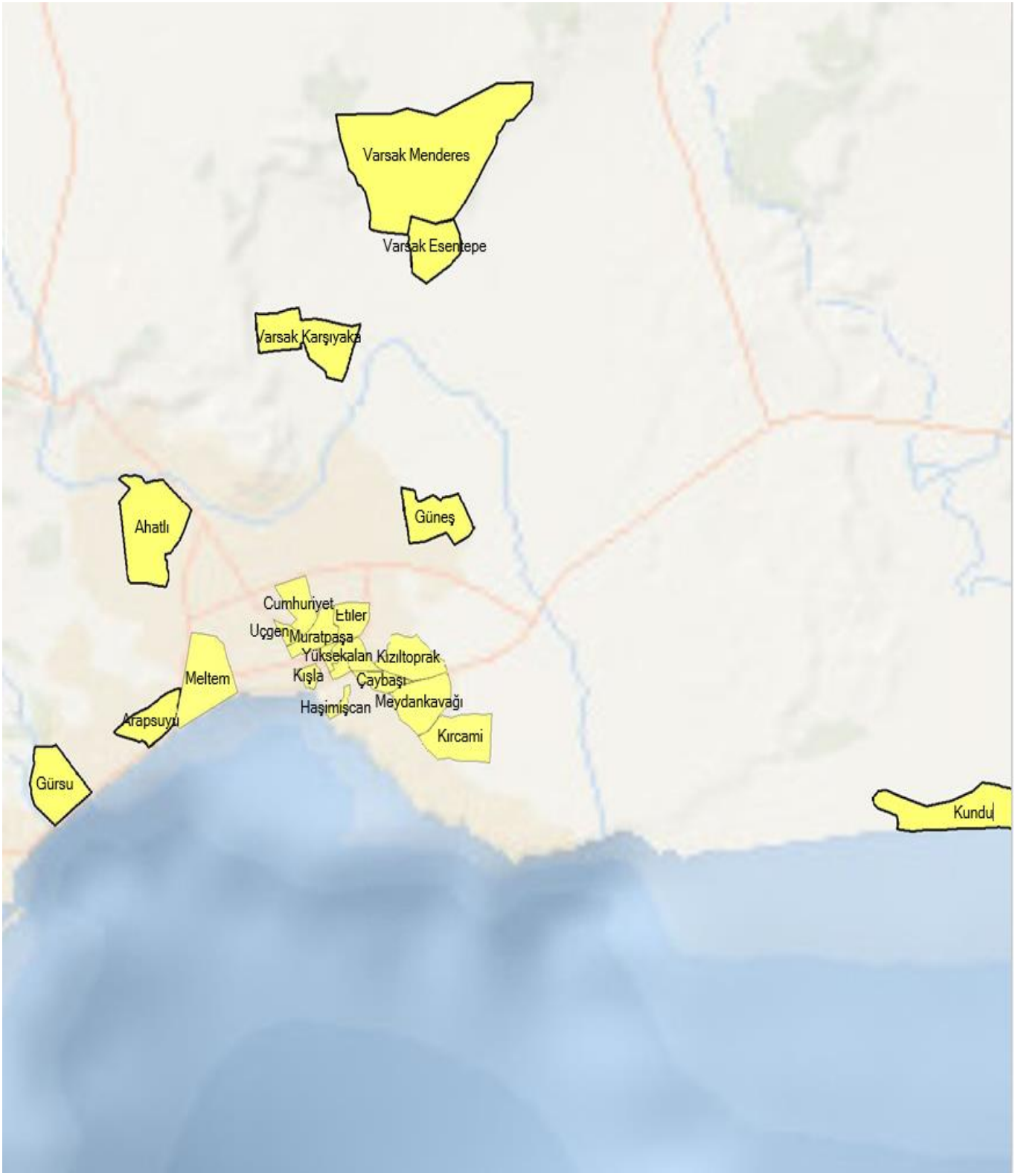
Yin, R. K. (2011). *Qualitative research from start to finish.* New York: The Guilford Press.

Zukin, S. (1995). *The cultures of cities*. Oxford: Blackwell Publishers.

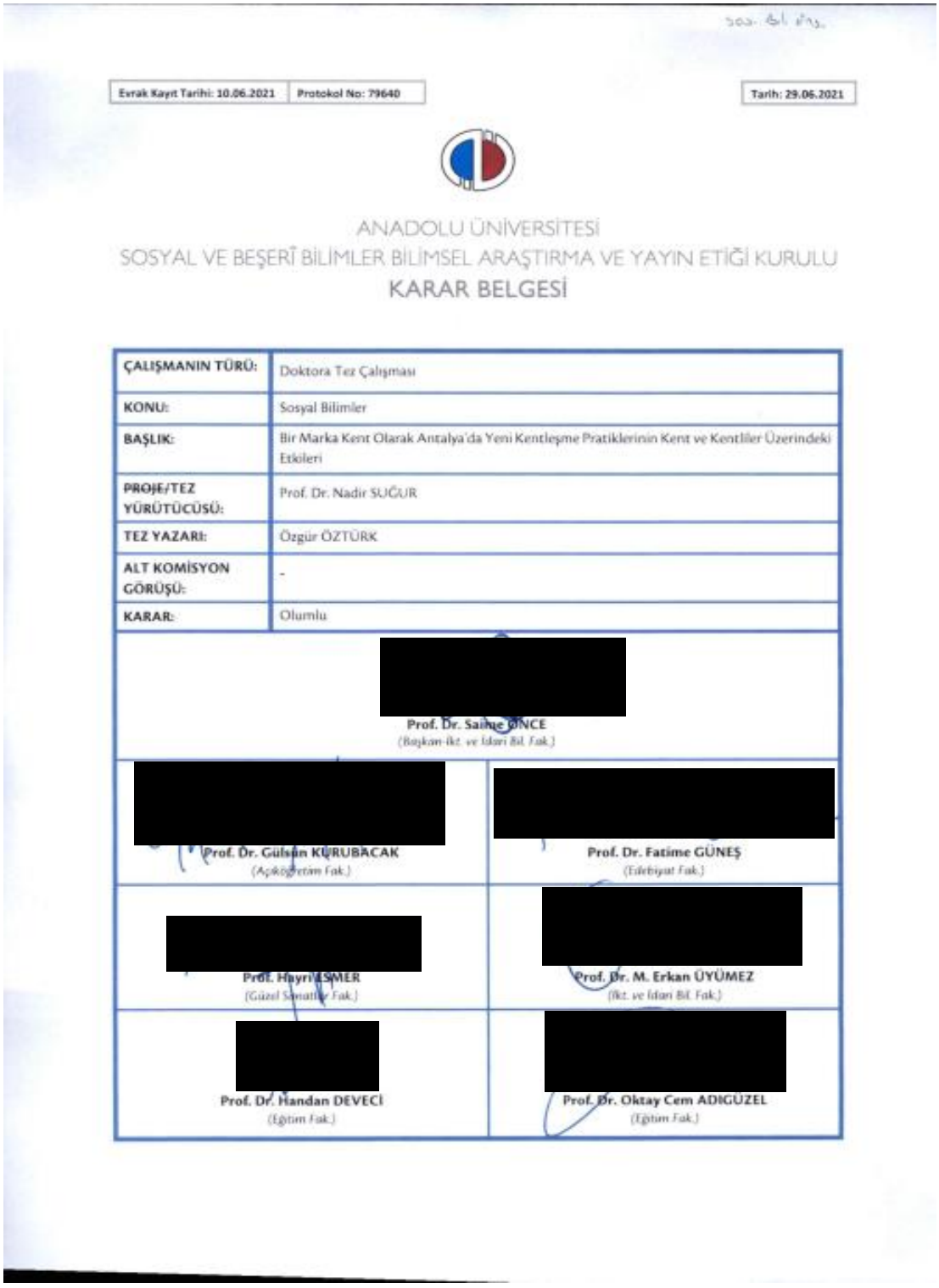
Zukin, S. (1998). Urban lifestyles: Diversity and standardisation in spaces of consumption. *Urban Studies*, 35(5-6), 825-839.

EKLER

EK-1: Tezde Adı Geçen Mahallelerin Haritadaki Konumları



EK-2: Anadolu Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Karar Belgesi



Evrak Kayıt Tarihi: 10.06.2021 | Protokol No: 79640 | Tarih: 29.06.2021

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERÎ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU
KARAR BELGESİ

ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	Doktora Tez Çalışması
KONU:	Sosyal Bilimler
BAŞLIK:	Bir Marka Kent Olarak Antalya'da Yeni Kentleşme Pratiklerinin Kent ve Kentliler Üzerindeki Etkileri
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Prof. Dr. Nadir SUĞUR
TEZ YAZARI:	Özgür ÖZTÜRK
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-
KARAR:	Olumlu

[redacted]
Prof. Dr. Saime ÖNCE
(Başkan-İkt. ve İdari Bil. Fak.)

[redacted]
Prof. Dr. Gülsün KURUBACAK
(Açıköğretim Fak.)

[redacted]
Prof. Dr. Fatime GÜNEŞ
(Edebiyat Fak.)

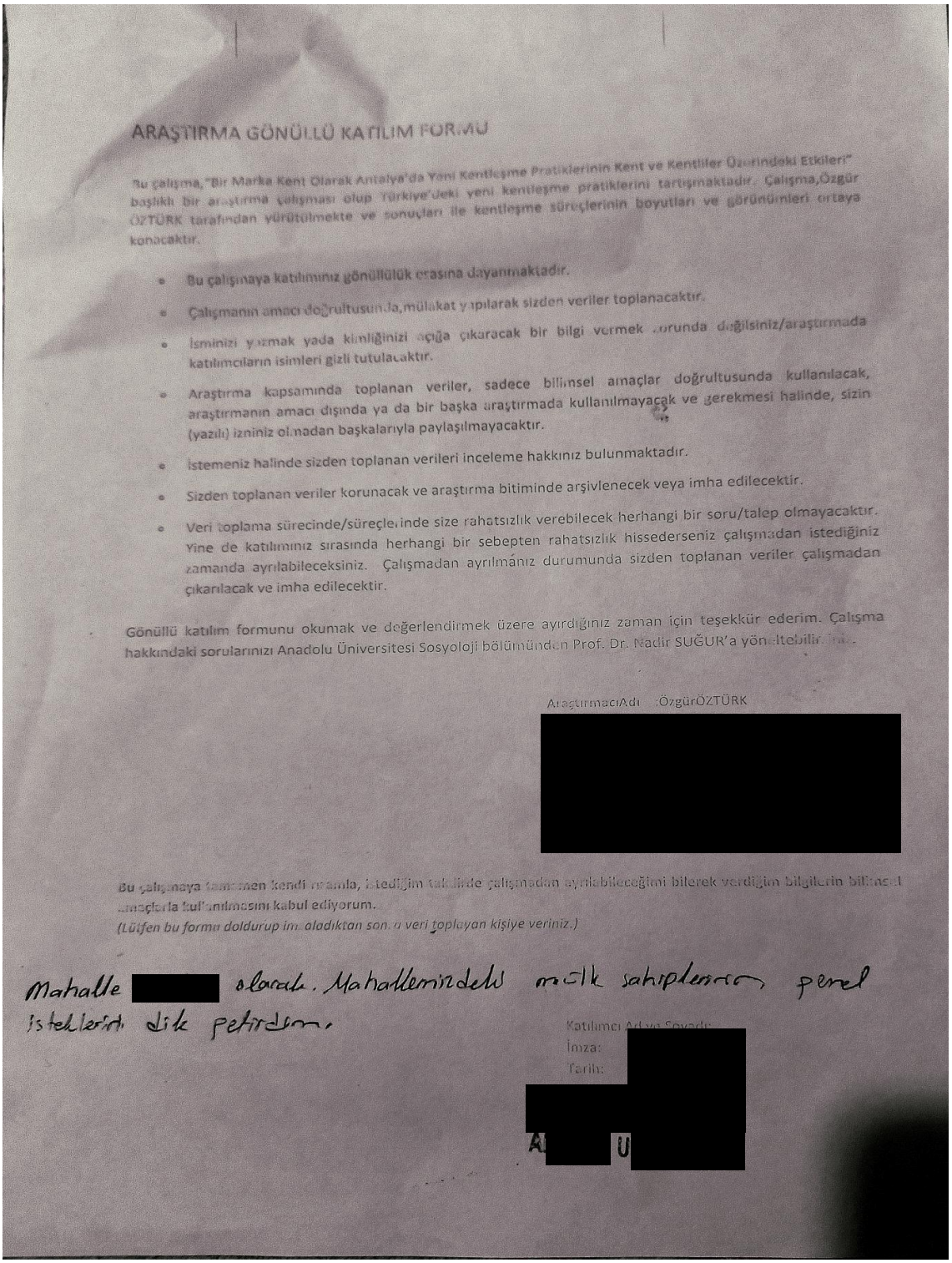
[redacted]
Prof. Hayri ESMER
(Güzel Sanatlar Fak.)

[redacted]
Prof. Dr. M. Erkan ÜYÜMEZ
(İkt. ve İdari Bil. Fak.)

[redacted]
Prof. Dr. Handan DEVECİ
(Eğitim Fak.)

[redacted]
Prof. Dr. Oktay Cem ADIGÜZEL
(Eğitim Fak.)

EK-3: Araştırma Gönüllü Katılım Formu Örneği



ARAŞTIRMA GÖNÜLLÜ KATILIM FORMU

Bu çalışma, "Bir Marka Kent Olarak Antalya'da Yeni Kentleşme Pratiklerinin Kent ve Kentliler Üzerindeki Etkileri" başlıklı bir araştırma çalışması olup Türkiye'deki yeni kentleşme pratiklerini tartışmaktadır. Çalışma,Özgür ÖZTÜRK tarafından yürütülmekte ve sonuçları ile kentleşme süreçlerinin boyutları ve görünürleri ortaya konacaktır.

- Bu çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır.
- Çalışmanın amacı doğrultusunda,mülakat yapılarak sizden veriler toplanacaktır.
- İsminizi yazmak yada kimliğinizi açığa çıkaracak bir bilgi vermek zorunda değilsiniz/araştırmada katılımcıların isimleri gizli tutulacaktır.
- Araştırma kapsamında toplanan veriler, sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak, araştırmanın amacı dışında ya da bir başka araştırmada kullanılmayacak ve gerekmesi halinde, sizin (yazılı) izniniz olmadan başkalarıyla paylaşılmayacaktır.
- İstemeniz halinde sizden toplanan verileri inceleme hakkınız bulunmaktadır.
- Sizden toplanan veriler korunacak ve araştırma bitiminde arşivlenecek veya imha edilecektir.
- Veri toplama sürecinde/süreçlerinde size rahatsızlık verebilecek herhangi bir soru/talep olmayacaktır. Yine de katılımınız sırasında herhangi bir sebepten rahatsızlık hissederseniz çalışmadan istediğiniz zamanda ayrılabileceksiniz. Çalışmadan ayrılmanız durumunda sizden toplanan veriler çalışmadan çıkarılacak ve imha edilecektir.

Gönüllü katılım formunu okumak ve değerlendirmek üzere ayırdığınız zaman için teşekkür ederim. Çalışma hakkındaki sorularınızı Anadolu Üniversitesi Sosyoloji bölümünden Prof. Dr. Nadir SUĞUR'a yöneltebilir[illegible]

Araştırmacı Adı :ÖzgürÖZTÜRK

[redacted]

Bu çalışmaya tamamen kendi iradem ile, istediğim takdirde çalışmadan ayrılabileceğimi bilerek verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını kabul ediyorum.
(Lütfen bu formu doldurup imzaladıktan sonra veri toplayan kişiye veriniz.)

Mahalle [redacted] olarak. Mahallemizdeki mülk sahiplerinin genel istekleri dile getirdim.

Katılımcı Adı ve Soyadı:
İmza:
Tarih:

[redacted]