

ESKİŞEHİR'DE KENTİN VE TÜKETİM MEKÂNLARININ DÖNÜŞÜMÜ*

Yrd. Doç. Dr. Erhan Akarçay
Anadolu Üniversitesi
Edebiyat Fakültesi

Prof. Dr. Nadir Suğur
Anadolu Üniversitesi
Edebiyat Fakültesi



Öz

Eskişehir on yılı aşkın bir süredir kentteki mekânların dönüşümü açısından hızlı bir değişim yaşamaktadır. Neoliberal politikaların izlekleri devlet ve sermaye grupları tarafından benimsenmekte, bu izlekler Eskişehir kentinde de mekânsal dönüşüme neden olmaktadır. Kentsel alanın, Eskişehir özelinde Harvey'in "kent girişimciliği" stratejisi çerçevesinde yerel yönetim(ler)ce özellikle de kent merkezinin metâlaştırılması ve kentin kamusal mekânsal varlığının bu anlamda aşındırılması süreci birebir gözlemlenmektedir. Eskişehir'de tüketim mekânları ve eğlence merkezleri inşa etme stratejisi benimsenmiştir. Eskişehir "marka"laştırılabilir bir metâyâ dönüştürülürken "imaj" ve "marka" aranmıştır; bu çerçevede "şehrin kültürü ve eşsizliği" kentin görüntüsünde önemli, çarpıcı değişikliklerin gerçekleştirilmesine neden olmuştur. Eskişehir son on yılda orta sınıfın tüketim olanaklarını artıran mekânların sayısının hızla çoğaldığı, tüketimin buna paralel olarak arttığı bir kent olmaya başlamıştır. Arka arkaya alışveriş merkezlerinin, rezidansların eski üretim alanlarında inşa edildiği bir süreç yaşanmaktadır. Eskişehir kent merkezinde de sanayisizleşmenin ve buna bağlı olarak nezhleştirimin etkisini görmek mümkündür. Sonuç itibarıyla Eskişehir *beslence* ve eğlencenin şehrin yaşantısında merkezi bir konuma sahip olduğu bir kent haline dönüşmüştür.

Anahtar Sözcükler: Nezhleştirme, Sanayisizleşme, Mekân, Tüketim Mekânı, Beslence

Transformation of Urban and Consumption Spaces in Eskişehir

Abstract

Eskişehir has undergone a rapid change in urban spaces during the last decade. Paths of neoliberal policies are adopted by the state and investment groups. These paths have also paved the way for transformation of urban spaces in Eskişehir. It has been observed in Eskişehir in regard to Harvey's "urban entrepreneurialism" strategy by local governments, particularly in commodification of the city centre. Hence, erosion process of urban public space has been also underway in the last decade. Consumption spaces and entertainment centres are being constructed in this respect. "Image" and "brand" have been reproduced as the city is being transformed into a brand-city label. In this frame, constructed "city's culture" and "uniqueness" caused striking and substantial change in the urban space of the city. In the last decade, the number of middle class oriented consumption spaces proliferated and correspondingly consumption amount has been increased in Eskişehir. Successively, shopping malls, cafés, residences are being constructed in the former production spaces. Effects of deindustrialization accordingly gentrification processes have been visible more across spaces of Eskişehir. Consequently, Eskişehir has transformed into a city of *foodatainment* and entertainment centre for middle and upper classes that puts its mark on the recent transformation of the urban space in Eskişehir.

Keywords: Gentrification, Deindustrialization, Space, Consumption Space, Foodatainment

* Makale geliş tarihi: 14.07.2015
Makale kabul tarihi: 29.05.2016

Eskişehir’de Kentin ve Tüketim Mekânlarının Dönüşümü¹

Giriş

Son yıllarda Türkiye’de kentlerde çok hızlı bir değişim yaşanmaktadır. Bu değişim kentlerin fiziksel yapısı ile sınırlı değildir. Özellikle büyük ölçekli kentlerde yaşam, eğlence, beslenme ve tüketim mekânları geçmişe kıyasla sınıfsal olarak ayrışmakta ve kentlerin cazibe alanlarının üst sınıfların beğenilerine göre şekillendiği görülmektedir. Bu değişimin en belirgin olduğu yerlerin başında tüketim mekânları gelmektedir. Türkiye’de “markalı” olan yerli, yabancı ya da çok ortaklı sermaye yapısına sahip tüketim mekânlarının büyük kentlerin dışında kalan kentlere hızlı bir şekilde yayıldığı görülmektedir. Özellikle son on yılda çok sayıda alışveriş merkezi, eğlence kompleksi, bar, kafe ve restoran gibi tüketim mekânları açılmış ve kentlerin cazibe merkezleri tüketim toplumunun kullanımına uygun hale getirilmiştir. Böylesi bir kentsel dönüşüm küçük, orta ve büyük kentlerde geri dönüşü olmayan kent tasarımlarına ve kentsel mekânların sosyal, kültürel ve ekonomik olarak daha da ayrışmasına neden olmaktadır.

Türkiye’de kentler hiçbir dönemde olmadığı kadar tüketim eksenli yerler haline gelmektedir. Türkiye’de birçok kentte olduğu gibi Eskişehir’de de tüketim odaklı, tüketim merkezli bir değişim yaşanmaktadır. Son yıllarda Eskişehir’in yakın coğrafyasındaki pek çok kentten farklı bir değişim/dönüşüm içerisinde olduğu görülmektedir. Bu makale Eskişehir’de, yeni orta sınıfın yeme-içme örüntülerine odaklanan bir araştırmanın, Eskişehir’deki kentsel değişimi nezihleştirme süreçleri ile somutlaştırmaya çalışan bölümünü yansıtmaktadır. Eskişehir’de, özellikle tüketim mekânlarının yeniden üretimi açısından gözlenen değişimler çerçevesinde, Eskişehir kent mekânını, kentteki mekânsal dönüşümü, kent merkezinde gerçekleştirilen nezihleştirme süreçlerini anlamak bu makalenin konusunu ve amacını oluşturmaktadır. Öz itibarıyla bu makalenin amacı nezihleştirmenin, sanayisizleşmenin ve kentsel dönüşümün

1 Bu makale Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji anabilim dalı doktora programında Mayıs 2014’te savunulan doktora tezinin bir bölümünden derlenmiştir. Söz konusu tez çalışması Anadolu Üniversitesi BAP Komisyonu’na kabul edilen 1205E084 nolu proje kapsamında desteklenmiştir. Ayrıca bu metnin farklı versiyonları 2015 yılında sırasıyla Uluslararası Kent Araştırmaları Kongresi’nde (Anadolu Üniversitesi) ve Medya, Kültür ve Kent Çalışmaları Sempozyumu’nda (Mersin Üniversitesi) bildiri olarak sunulmuştur.

Eskişehir’deki özgünlükleri üzerinden, genellemeler yapmadan birtakım analizler sunmaktır. Eskişehir’in fiziksel/işlevsel dönüşümünün, nezhleştirme/nezhleşme merkezinde gerçekleştiğini kanıtlamak bu makalenin analitik odağında yer almaktadır. Bu süreçleri anlamak için, kentin son on beş yılda geçirdiği kentsel değişimi/dönüşümü, sanayisizleşme ve nezhleştirme tartışmaları ekseninde yeniden değerlendirmek gerekmektedir. Kent ve kentleşmeye ilişkin kuramsal yaklaşımlar ışığında mekânsal üretim, sanayisizleşme, nezhleştirme tartışmaları ele alınacak, Eskişehir özelinde bu süreçlerin nasıl deneyimlendiği tüketim ve yeme-içme mekânları üzerinden tartışılacaktır. Eskişehir’de kentin ve tüketim mekânlarının dönüşümünü teorik düzeyde analiz etmeye çalışan bu makale, küreselleşen, kentsel alanda dönüştürülen, nezhleşen orta sınıfın yeme-içme pratiklerini, dışarıda yeme-içme alışkanlıklarını, yeme-içme mekânları ile kurdukları ilişkileri anlama çabası içinde olan araştırmanın bir bölümünü oluşturmaktadır.

1. Kent Olgusuna ve Kentleşmeye İlişkin Teorik Yaklaşımlar

Kentleşme olgusunun Antik Yunan’a kadar götürülebilecek geçmişe sahip olmasına karşın, günümüzdeki varoluşu itibarıyla modern kentin ortaya çıkışı sanayileşme ile eşzamanlıdır. Kapitalizmin ve sanayileşmenin doğal bir sonucu olarak kentler sosyal ve ekonomik açıdan üretim ve tüketim merkezleri haline gelmişlerdir. Neil Smith’e (2002: 16) göre “kentler tarihsel olarak, oluşum ve dönüşümlerinin tarihi ve coğrafyasına bağlı olarak, askeri ve dinsel siyasi, ticari, sembolik ve kültürel uzanan bir dizi işlevden birkaçını birden yerine getirmişlerdir”. Kentsel ölçeğin belirlenmesinde üretim ve yeniden üretim arasındaki toplumsal işbölümü bir mekânsal bölüşüm haline gelmekte; böylece işgücünün toplumsal yeniden üretiminin toplumsal ve mekânsal örgütlenmesi bakımından kilit rol oynamaktadır (Smith, 2002: 16). Dolayısıyla tüm bu ilişkiler ağı çağdaş kent dokusunun ortaya çıkışının sanayi örgütlenmesinin bir sonucu olduğunu göstermektedir. Ancak çağdaş kent sanayi örgütlenmesi, tarihsel olarak kapitalizmin dönüşümüyle, fordist ve post-fordist üretim biçimlerinin kentsel mekândaki dönüşümleri ile başkalaşmıştır. Lefebvre, Harvey ve Castells gibi neo-Marksist kuramcılarının ortaya koydukları kavramsal birikimle çağdaş kent için daha kapsayıcı bir tanımlama yapılabilir: “Çağdaş kentler, özelinde sermaye birikimi ve sınıf mücadelesinin olduğu kapitalist üretim tarzıyla ilintili ana sosyal süreçlerin mekânsal maddeleşmesi olarak görülmektedir” (Brenner ve Keil, 2013). “Neoliberalizmin son otuz yıldaki “yeniden üretiminde, dönüşümünde ve süregiden yeniden yapılandırılmasında” (Theodore vd., 2012: 33) kentler artan bir biçimde merkezi bir rol oynamışlardır.

1.1. Tüketim Mekânı Olarak Kent(ler)

Harvey'e göre (2012: 413) kentleşme mekânsal olarak temellenen bir toplumsal süreç olarak düşünülmelidir. Bu doğrultuda kent ve mekân ilişkisi kentlerin tarihsel olarak varoluşu ile eşzamanlıdır. John Urry mekânlara ilişkin olarak dört temel noktayı vurgulamaktadır:

“...yerler [*places*] artan bir biçimde, malların ve hizmetlerin karşılaştırıldığı, değerlendirildiği, satın alındığı ve kullanıldığı tüketim merkezleri olarak yeniden yapılandırılmaktadır. İkincisi, yerlerin kendileri... görsel açıdan tüketilmektedir... Üçüncüsü, yerler kelimenin gerçek anlamında tüketilebilmektedir; insanların bir yere ilişkin anlamlı buldukları şey (endüstri, tarih, binalar, yazın, çevre), zaman içinde kullanılarak azaltılmakta, bitirilmekte veya tüketilmektedir. Dördüncüsü, yerelliklerin bazı kimlikleri tüketmesi de olasıdır; sonuçta böylesi yerler, gerçekten de neredeyse *her şeyin tüketildiği* yerlere dönüşürler (Urry, 1999: 11).

Urry'nin vurguladığı kriterler itibariyle kentte var olan mekânlar öncelikle malların ve hizmetlerin mübadele edildiği bir tüketim merkezi olarak yapılanmıştır. Bu açıdan bakıldığında günümüzdeki kentlerin çok büyük bir bölümü üretim merkezlerinden ziyade tüketim merkezlerine dönüşmüşlerdir. Diğer bir noktadan bakıldığında kentlerin görsel olarak tüketildiği bir çağda yaşandığı düşünülebilir. Bir başka açıdan ise dünyadaki ve Türkiye'deki bazı kentlerin gerçek anlamı itibariyle tüketildiği, varlığını yitirmeye başladığı söylenebilir. Özellikle Türkiye'de gelişmekte olan pek çok kentte tarihi dokunun ortadan kaldırıldığı, eskiye dair tüm yapıların yenileri ile yer değiştirdiği bir dönüşümün yaşandığı söylenebilir. Bu anlamda kentlerin kelimenin gerçek anlamıyla tüketildiği sonucu çıkartılabilir. Kentlerin yerel dokuları, unsurları pek çok kentte, kentlerin özgün dokusunu yok etmektedir. Dolayısıyla kentler, yerelliklerin yerine başka herhangi bir şey koymadan, yerlerine yeni kimlik(ler) inşa etmeden *her şeyin tüketildiği* yerlere dönüşmektedir.

1.2. Ortak Tüketim Mekânı Olarak Kent

Manuel Castells (1977) kent olgusuna Marksist perspektiften bakarak kentlerin kolektif tüketim mekânları olarak farklı sınıftan yerleşimcilerin bir arada olduğu ve bunların yeniden üretimlerini sağlayan bir mekân olarak değerlendirilmesi gerektiğini vurgular. Kent sistemi, mekânsal yapının öğeleri arasındaki ilişkilerin birliği tarafından organize edilmektedir: Bu ilişkiler, ekonomik sistemin temel unsurları ve bu unsurlar arasındaki ilişkilerden ortaya çıkan “özgül üretim biçimi”, “özgül emek gücü”dür (Castells, 1977: 237). Bunun dışında ekonomik sistemin yeniden üretimi için emek-dışı öğeler gereklidir; emek-dışı öğeler ise üretim biçiminin ve emek gücünün yeniden

üretimini, emek-dışı ürünün edinilmesini, toplumsal düzenleme seviyesinde toplumsal tabakalaşmayı, kurumların işleyişini kapsamaktadır (Castells, 1979: 237). Ortak tüketim mekânları olarak kentler işgücünün yeniden üretiminde birincil unsurlar olan barınma, altyapı (kanalizasyon, aydınlatma, yol vb.) gibi hizmetlerin, ikincil öğeler olarak yeşil alanların düzenlenmesi, kirliliğin kontrolü gibi çevresel hizmetlerin, eğitim ve son aşamada da sosyo-kültürel imkânların sağlanması (Castells, 1977: 238-239) hususunda önemli rol oynamaktadır. Daha genel bir ifadeyle, kent ve kent sorunu bütün toplumsal grupların günlük yaşamının temelinde konut, eğitim, sağlık, kültür, ticaret, ulaşım vb. yer alan ortak tüketim araçlarının örgütlenmesi ile ilişkilidir (Castells, 1997: 14). Giderek artan bir biçimde toplumsallaşan tüketim, tüketim araçlarının üretimi ve dağıtımındaki kapitalist anlayış bir tür sınıfsal çelişki ortaya çıkarır. Maddi yaşam koşullarının iyileştirilmesi için artan protestolar kent mekânında krize neden olur. Devlet artan bir biçimde kente müdahale eder, ancak devletin bu müdahaleleri toplumsal sınıflar ve güç ilişkileri çerçevesinde egemen sınıfların lehine gerçekleşmektedir (Castells, 1997: 14). Bu anlamda kent mekânı, ortak tüketim mekânı olarak kentte yaşayan tüm toplumsal tabakalardan insanların yeniden üretimini sağlayan bir yaşam birimi olarak düşünülmelidir.

1.3. “Mekânın Üretimi”nden Mekânın Tüketimine

Lefebvre (2014), mekânın kapitalizm koşullarındaki üretimi ile ilgilenmektedir. Buna ilişkin olarak da mekânı analiz ederken, mekânın içindeki toplumsal ilişkileri çözümlenmek gerektiğini vurgular (Lefebvre, 2014: 114). Toplumsal mekân “şeyler arasında bir şey, ürünler arasında herhangi bir ürün değildir; onların ortak-varlıkları ve eşzamanlılıkları içindeki ilişkilerini, yani (nispî) düzeni ve/veya (nispî) düzensizliği kapsar” (Lefebvre, 2014: 99). Kent, tarihsel olarak üretim ve tüketimin bir arada olduğu karmaşık bir dizi ilişkiyi barındırmaktadır. Bu ilişkilere göre kent tüketim mekânı olarak çok sayıda pazarın (tarım ürünleri pazarı, sanayi ürünleri pazarı, sermaye pazarı, emek pazarı, mesken ve inşaat arazisi pazarı, sanat ve fikir eserleri, işaret ve semboller pazarı) bir arada olduğu bir merkezdir (Lefebvre, 2013: 48-49). Ancak kent yalnızca tüketim eksenli, değişim değeri olan bir merkez değildir; üretim ve üretim ilişkileri de kent merkezinin önemli bir unsurudur (Lefebvre, 2013: 49).

Lefebvre’e göre (2014: 112) mekân üretilir; ancak “bir kilo şeker ya da bir kumaş gibi” de üretilmez (Lefebvre, 2014: 110). Lefebvre açısından mekânsal üretimde daha önemli olan unsur, mekânın üstyapının bir koşulu ve sonucu olarak üretimidir:

Devlet ve onu oluşturan kurumların her biri, bir mekân varsayar ve bunu kendi ihtiyaçlarına göre düzenler... mekân, kurumların ve bu kurumların tepesinde bulunan devletin önsel ‘koşulu’ndan başka bir şey değildir... [mekân] *mülkiyet ilişkilerine* (özellikle toprağın, yerin mülkiyeti) içkin ve diğer yandan, (bu toprağı, bu yeri şekillendiren) *üretici güçlere* bağlı olan toplumsal mekân hem biçimsel hem maddi çok-değerliliğini, ‘gerçekliğini’ ortaya koyar. Kullanılan, tüketilen *ürün* olan mekân, aynı zamanda, *üretim aracıdır*; mübadele ağları, hammadde ve enerji akışı, hem mekânı şekillendirir hem de mekân tarafından belirlenirler. Bu şekilde üretilmiş olan bu üretim aracı, ne üretici güçlerden, teknik ve bilgiden ayrılabilir, ne onu şekillendiren toplumsal işbölümünden, ne de doğadan, devletten ve üstyapılardan (Lefebvre, 2014: 110-111).

Gerçekten de kapitalist toplum örgütlenmesi ve aktörleri olarak sermayenin bizatihi kendisi, tıpkı emek, üretim ilişkileri ve araçları, işin örgütlenmesi ve pazarlama alanları gibi mekânı da kârlılık açısından maksimize edecek araç olarak görmektedir (Yırtıcı, 2009: 11). Araçsallaşan mekân da bu anlamda ekonomik rasyonalite çerçevesinde altyapıya indirgenerek nesnelleşir. Nesnelleşen mekân anlayışı da kapitalizmin “büyüklük”, “hız”, “verimlilik”, “miktar” gibi ölçülebilir, hesaplanabilir niceliksel değerler üzerinden ifade edilir. Bu anlamda kapitalist ekonomi anlayışına göre mekân, değişen ihtiyaçlara ve koşullara göre her kriz döneminde yeniden tanımlanan, örgütlenen, hatta yıkılan ve yeniden inşa edilen bir alandır. Mekân, mimari olduğu kadar toplumsal olarak inşa edilen bir dizi süreci içerir ve bir yaşam alanıdır. İnsanların tüketim ekseninde bir araya geldikleri mekân ise farklı anlamlara sahiptir. Tüketime odaklanan alışveriş mekânları da 1960’lardan sonra nitelik değiştirmiştir. Alışveriş mekânları “kültürel, ikonografik, toplumsal anlamının yanında, kapitalizmin tüketimi artırmak amacıyla örgütlediği mekân-zaman düzenlemeleri” (Yırtıcı, 2009: 103) olarak organize edilmiştir.

Alışveriş mekânlarının yeniden düzenlenmesi sonucu artık tüketim spesifik bir ihtiyacı gidermekten ziyade boş zaman değerlendirme aracına da dönüşmüştür. Urry’ye göre mekân tüketimi ile mal ve hizmet tüketimi birbiriyle ilişkilidir; bu nedenle de “tütilen mallar, hizmetler ve yerler arasında karmaşık bağımlılıklar vardır ve belirli yerlerde örgütlenmiş toplumsal yaşam örüntüleri onları birbirine bağlar. Bu tür örüntüler anlamlı biçimde metâlaştırılır, ancak genellikle hem metâlaşmanın hem de kolektif coşkunun karmaşık bir birleşimi vardır” (Urry, 1999: 47-48). Tüketim mekânları günümüz kapitalist ilişkileri içerisinde bakıldığında metalar üzerinden değerlendirilmektedir. Tüketim mekânlarının bu anlamda bir değişim değeri bulunmaktadır. Tüketicilerin dünyasında, tüketim gerçekleştiği ölçüde böylesi mekânların varlığı sürdürülebilir görünmektedir. Verimliliği olmayan tüketim

mekânlarının bir süre sonra işlevselliğini yitirdiği düşünülür; mekân Urry’nin belirttiği gibi kelimenin gerçek anlamında tüketilir ve tüketilen mekân yerini başka bir mekâna yeniden üretmek üzere bırakır.

2. Kentsel Mekânda Dönüşüm ve Nezihleştirme Süreçleri

Kentsel mekânda farklı toplumsal sınıflar arasında zaman içerisinde bir yer değiştirme görülür. Kısaca mutenalaştırma, soylulaştırma, seçkinleştirme, nezihleştirme süreçleri olarak tanımlanan yer değiştirme kent mekânındaki toplumsal değişmeyi görebilmek için önemli bir veri sağlar. Kurtuluş’a göre (2006: 9) 1980’li yıllardan itibaren dünyada ve Türkiye’de mekânsal dönüşüm iki temel üzerinde yükselmektedir:

1. Neoliberal politikalar ile birlikte devlet ile sermaye arasında yeniden biçimlenen ilişkiler ve kentsel alanlarda sınıfların hak sahipliğinin yükselen sınıflar lehine yeniden düzenlenme çabası.
2. Kentsel alanın bütünüyle metâlaştırılması yoluyla sermaye birikimi mantığının içine alınması ile kolektif eylemi de içinde barındıran kentin kamusal mekânsal varlığının aşındırılması (Kurtuluş, 2006: 9).

1980’ler ve 1990’lar boyunca Türkiye’de neoliberal politikalar neticesinde kentsel alanlarda yükselen sınıflar lehine düzenlemelerin gerçekleştiği, kentsel alanın gittikçe daha fazla metalaştığı ve böylelikle kentin kamusal mekânsal varlığının aşındığı gözlenmiştir. Ataç (2013: 39) da Türkiye’de 2000’li yıllarla birlikte kentleşme açısından “büyük dönüşüm” yaşandığını belirtmektedir. AKP tarafından 2000’li yıllarda biçimlenen yeni toplum yapısında hâkim siyasi görüş değişimi ile birlikte, yeni sınıflar yükselmiş, kentsel toplumsal desenler köklü değişime uğramıştır (Ataç, 2013: 39). Bu dönemde neredeyse her kentte, kentsel dönüşümle birlikte sınıfların yer değişimi gözlenmiş; Toplu Konut İdaresi Başkanlığı’nın (TOKİ) kentsel gelişimde en önemli ve belirleyici aktör olması, inşaat sektörünün Türkiye’nin kentleşme tarihinde görülmeyen hızdaki gelişimi, kentsel ölçekte yaşanan dönüşümü özetlemektedir (Ataç, 2013: 39). Türkiye’deki kentleri sosyo-ekonomik statüye bağlı olarak mekânsal ayrışma üzerinden anlamaya çalışan Ataç’a göre (2013: 43) bir yandan ülke geneline dair bir mekânsal ayrışma kalıbı varken, öte yandan mekânsal ayrışmaya neden olan sınıf yapılarının her kentte farklılık göstermesi ilginçtir.

Türkiye’de kentlerde dikkati çeken bir başka özellikle ise statünün mekândaki dağılımıdır. Bu bağlamda zenginler ile yoksulların karşılaşmasına izin vermeyen bir mekân dağılımı varken, aradaki geçişi sağlayan orta sınıf uğrakları vardır (Ataç, 2013: 46). Bu makalenin odağındaki Eskişehir’de bu

geçişkenlik, karşılaşma durumu halen mümkün görünmektedir. Kent merkezinde olmak bir statü göstergesi olarak görülmeye devam ederken, bunun en tipik örnekleri Ataç'ın aktarımıyla (2013: 48) Eskişehir ve Kayseri'dir. Dolayısıyla Eskişehir'de üst ve orta sınıflar için kent merkezine bağımlılık tek merkezli bir kent olarak devam etmektedir.

Harvey, kentlerin 1970'lerden sonra özellikle geç kapitalizm ya da neoliberalizmle birlikte kent işletmeciliğinden kent girişimciliğine doğru bir değişim geçirdiğini belirtmektedir. Harvey kent yönetimlerinin alternatif stratejilerini ortaya koyar. Buna göre "rekabetteki konumunu tüketimin mekânsal dağılımına müdahale ederek iyileştirmeye" çalışmak tüketimi öncelik olarak kabul eden bir stratejidir (Harvey, 2012: 419). Bu stratejiyi Harvey şöyle açıklamaktadır:

1950'lerden sonra, tüketime dayanan kentleşme tarzı, kitle tüketimine katılım için çok daha geniş bir temel oluşturmuştur. Ekonomik gerilemeyle birlikte, işsizlik ve yüksek kredi maliyetleri nüfusun önemli katmanları için bu olasılığı geriye çekse de, etrafta hala, çoğu kredilerle destekli, çok fazla tüketici gücü var. Bunun için rekabet çok daha şiddetli bir hal alıyor, hele de paraya sahip tüketicilerin çok daha fazla ayrımcı olma olanağı varken. Tüketicinin parasını çekmek için yapılan yatırımlar, genelleşen, ekonomik gerileme karşısında paradoksal bir şekilde süratle arttı. Mutenalaştırma [nezihleştirme²], kültürel yenilenme ve kentsel ortamın fiziksel yenilenmesi (post-modern mimari tarzlara ve kent tasarımına dönüşü de içerecek şekilde), tüketici çekim merkezleri (spor stadyumları, alışveriş merkezleri, marinalar, egzotik yemek merkezleri) ve eğlence (geçici ya da sürekli olarak kentsel eğlenceler düzenlemesi) kentsel yenilenmeye yönelik stratejilerin sık rastlanır yüzleri

2 *Gentrification* kavramının Türkçeleştirilmesinde zorluk yaşandığına ilişkin ilk tartışmayı açan kişi Nuran Yavuz'dur (2006). Yavuz (2006: 68) "mutenalaş(tır)ma, ehlileştirme, burjuvalaştırma, asilleştirme, soylulaştırma, kentsel yeniden kullanım" gibi pek çok önerinin var olduğunu ancak kavramın İngilizce'de ilk kullanımını yapan Ruth Glass'a nazire olarak alaycı bir tavırla "kibarlaştırma" önerisiyle katılabileceğini belirtmiştir. Ayrıca tüm bu adlandırmama ya da birden çok adlandırma sürecinin aslında benimsenmemesinden kaynaklandığını ifade etmektedir (Yavuz, 2006: 68). Bu makalede nezihleştirme kavramsallaştırmasının kullanımı tercih edilmiştir. "*Gentrification*" kavramının Türkçeleştirilmesinde "soylulaştırma", "nezihleştirme", "mutenalaştırma", "seçkinleştirme" gibi karşılıklar kullanılırken, ilk karşılık Türkiye'de Batı'dakine benzer bir biçimde "soylu" bir sınıfın hiçbir zaman olmadığı gerekçesiyle eleştirilirken, mutenalaştırma ve nezihleştirme kavramları Türkçe'de daha anlamlı görünmektedir. Ayrıca Türkçe'de daha yaygın bir biçimde kullanılan "nezih" bir semt, "nezih" bir mahalle gibi kullanımların da bu seçimde etkisi olmuştur.

oldular. Bütün bunların ötesinde, kent, yaşamak, ziyaret etmek, eğlenmek ve tüketmek için yenilikçi, heyecanlı, yaratıcı ve güvenli bir yer olarak görülmelidir... Festivaller ve kültürel etkinlikler de, benzer şekilde, yatırım etkinliklerinin ilgisini çekmeye başlar (Harvey, 2012: 419-420).

Türkiye’de özellikle büyük kentlerde ve diğer pek çok kentte Harvey’in nezhleştirme süreçleri ekseninde verdiği örneklerin izlerini sürmek mümkündür. Bu anlamda kentlerde kültürel yenilenme ve kentsel ortamın fiziksel yenilenmesi kapsamında post-modern mimari örnekleri fazlasıyla gözlemlenmektedir. Neredeyse tüm kentlerde, kimi zaman birbirine benzese de bir “kent tasarımı” görülebilmektedir. Türkiye’de büyük ölçüde tüm kentlerde tüketim başat bir pozisyona sahip olduğu için, “tüketici çekim merkezleri”nin ve “eğlence merkezleri”nin inşası söz konusudur. Alışveriş merkezleri pek çok kentte ihtiyaçtan fazla bir sayıya ulaşmıştır. Büyük ya da küçük pek çok kentin yerelliklerine vurgu yapan eğlencelikleri, “geleneksel” festivalleri organize edilmektedir. Dolayısıyla “kent girişimciliği” kavramı bu makalenin örneği olan Eskişehir de dahil olmak üzere Türkiye’deki pek çok kenti açıklamada önemli bir kavram olarak Harvey’den ödünç alınabilir.

2.1. Mutenalaşma/Soylulaştırma – Nezhleştirme Tartışmaları

Sanayi toplumundan sanayi-sonrası topluma geçişle birlikte uluslararası işbölümü çerçevesinde maddi üretimin gelişmekte olan ülkelere kaydığı bilinmektedir. Küreselleşme sürecinin ulus-devletleri zayıflatıp yerel birimleri de özerkleştirdiği bir ortamda, yerel birimler kendi kaderlerini kendileri tayin etmeye başlamış, kendi yerel potansiyellerini harekete geçirip, yeni mekânsal işbölümü içinde daha iyi bir yere gelme şansını elde edebilmek için çalışmışlardır (Ersoy, 2001: 41). Bu bağlamda kentler ve mekânlar küresel rekabetin mecraları haline gelmişlerdir. Brenner ve Keil (2013) bu süreci “küresel mekânın rekabet eden yeniden yapılandırılması” olarak nitelemektedir. Böylesi bir süreç nezhleştirmenin de gerçekleşmesine ön ayak olmuştur. Küresel anlamda mekânın ve kentlerin rekabet halinde olması, şehir merkezinde yoğun olarak ulusötesi şirket merkezlerinin, hizmet sektörüne bağlı firmaların önceki kullanım yapılarından kalma arazilere olması gerekenden fazla yük bindirerek, şehir merkezinde ve çevresinde spekülâtif gayrimenkul patlamaları olarak yeni ofis gökdelenleri, yüksek kalitede ikamet, altyapı, kültürel ve eğlence alanlarının kurulmasına neden olmuştur (Brenner ve Keil, 2013). Uluslararası işbölümü ekseninde yeniden düzenlenen üretim rolleri gelişmiş toplumların birçoğunun sanayisizleşme eğilimlerini artırmıştır. Buna paralel olarak gelişmekte olan ülkeler içinde de kentler arasındaki gelişmişlik düzeyi farklılığına bağlı olarak sanayisizleşme eğilimleri gözlenmeye

başlanmıştır. İstanbul, merkezi bir sanayi üretim alanı olarak Türkiye’de ekonomik üretimin ve kalkınmanın en önemli coğrafyası olarak kabul edilmektedir. Ancak küreselleşmeye bağlı olarak değişen sanayi politikaları, doğal limitlere ulaşılması gibi etkenlerle birlikte sanayi diğer Anadolu kentlerine doğru kaymıştır. Kentlerin yerel birimleri küresel düzeyde rekabet edebilmek için, yatırımcıları kendilerine çekebilmek için “gelişmiş fiziksel ve teknik altyapı, nitelikli ve düşük ücretli işgücünün varlığı, düşük vergi oranları” gibi (Ersoy, 2001: 41) birtakım çekici unsurlar yaratmak durumundadır. Böylesi koşullar sağlandığında yerel birimler, “üretim kenti, tüketim (turizm vb.) kenti, yeniden dağıtım merkezi, finans merkezi” her biri ayrı uzmanlık gerektiren alanlardan birini “uzmanlaşma alanı” (Ersoy, 2001: 41) olarak seçmek zorunda kalmaktadır. Bu değişim kentsel mekânın yeniden örgütlenmesine de neden olmuştur. Harvey mekânsal hareketin niceliksel değişimi ve kâr arayışını şu şekilde özetlemektedir:

[M]etâların maddi mübadelesi yer değişikliğini ve mekânsal hareketi içerir. Ne türden olursa olsun, her karmaşık üretim sistemi (yalnızca atölyede ya da büroda bile olsa) mekânın organizasyonunu gerektirir. Bu mekânsal engellerin aşılması zaman ve paraya malolur. Mekânsal organizasyonun ve hareketin etkinliği bu yüzden bütün kapitalistler için önemli bir sorundur. Üretim süresi ile mübadele dolaşım süresi birlikte alındığında “sermayenin devir süresi” kavramı ortaya çıkar. Bu da çok önemli bir niceliktir. Dolaşıma sokulan sermaye ne kadar hızlı geri kazanılabilirse, kâr o kadar yüksek olacaktır. “Etkin mekânsal organizasyon” ve “toplumsal olarak gerekli devir süresi” kavramlarının tanımları, kâr arayışının ölçülmesinde temel kıstaslardır. Üstelik her ikisi de değişime açıktır (Harvey, 2003: 258).

Kent coğrafyası içinde yapılan pek çok tartışma içinde konut alanlarının yeni toplumsal sınıflar tarafından ele geçirilmesi ya da eski sanayi üretim alanlarının konut alanına dönüşmesi süreçleri, kentsel dönüşümü inceleyen farklı yaklaşımlarla birlikte seçkinleştirme, koruma, yenileme, yeniden yapılandırma, yeniden canlandırma gibi süreçler olarak adlandırılmıştır (Uzun, 2006: 240-241).

Türkiye’de nezihleştirme süreçlerine ilişkin literatür giderek yoğunlaşmaktadır.³ Daha önce belirtildiği üzere, küreselleşmenin ülkelerin

3 Nezihleştirme süreçlerine ilişkin yoğunlaşan literatürü eleştirel bir şekilde değerlendiren ve yakın döneme kadar yapılmış çalışmaları özetleyen ayrıntılı bir çalışma için bkz. Funda Sönmez ve Şerife Geniş (2013), “Türkiye Soylulaştırma Yazınının Eleştirel Bir Değerlendirmesi”, *VII. Ulusal Sosyoloji Kongresi Bildiri Kitabı I*, Muammer Tuna (Ed.), (Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi).

ekonomik rollerinde uğrattığı değişim sonucunda çevre ülkeler ve kentlerine yayılan özellikler olmuştur. Bu çerçevede kentler kendilerine belirli roller atfetmişlerdir. Bir yandan finans merkezi, bir yandan turizm kenti, öte yandan da üretim kenti özelliklerini bir arada bulunduran İstanbul, nezhileştirmenin kentsel mekânda belirgin bir biçimde izlenebildiği ilk kent olma özelliğini taşımaktadır. Tüm bu özelliklerle ilişkili olarak küresel metropol özelliğine 1980’lerin başında kavuşan İstanbul’da başlayan nezhileştirme süreçleri üzerine pek çok araştırma bulunmaktadır. İslam’ın tespitine göre (2006a: 11) nezhileştirme süreçlerinde ilk dalga 1980’lerde Kuzguncuk, Arnavutköy, Ortaköy semtlerinde yaşanmış, 1990’lardaki dalgada Cihangir, Galata ve Asmalımescit yer almış, 2000’li yıllarda ise Haliç, Fener ve Balat semtleri süreçten etkilenmiştir. Daha yakın zamanda ise Tarlabaşı, Sulukule, Bomonti gibi semtler süreçten nasibini almaktadır.

İstanbul özelinde kent merkezindeki sanayi havzaları boşaltılarak, genel olarak hizmet sektörü ile birlikte, kültür endüstrisi, medya, iletişim, reklam ve halkla ilişkiler, tasarım, moda gibi yeni sayılabilecek iş türlerine mekân oluşturulmaya başlanmıştır (Şen, 2011: 2). Şen (2011: 2), kent merkezinde yaşanan sanayisizleşmenin sadece ekonomik bir sorun olarak sınırlı kalmadığını; sınıfsal gerilimlere sahne olan, nezhileştirmeyi (mutenalaştırmayı / soylulaştırmayı) da ortaya çıkaran bir ekonomi politika olduğunu ileri sürmektedir. Somersan vd. (2011: 19) göre nezhileştirmenin “sınıfsal” bir boyutu vardır; nezhileştirme süreci “yenileme, bina değerlerinin artması ile birlikte bu fiyatları ödeyemeyen mahallelinin buradan ayrılması” anlamını taşımaktadır. Buradan hareketle aslında nezhileştirme süreçlerinin sınıfsal boyutunu göz ardı etmemek gerekmektedir.

Nezhileştirme (soylulaştırma- mutenalaştırma) “eski kent merkezlerinin özellikle yeni orta sınıf tarafından yeniden keşfedilmesi ve kent merkezinde yaşayan işçi sınıfı ile diğer kent yoksullarının yerinden edilmesi” olarak tanımlanmaktadır (Şen, 2011: 3). Bir başka tanımla nezhileştirme “kent merkezlerinde çöküntü alanına dönüşmüş mahalle ve sokakların, içinde yaşayan yoksullardan arındırılarak, yeni yatırımlarla yeni bir kentli kimliğe sunulmasını ifade etmektedir” (Şimşek, 2005: 48). Smith (2002: 21) de nezhileştirmenin işçi sınıfının kent merkezinden uzaklaştırılmasına işaret ettiğini belirtmektedir. İslam (2006b: 44) klasik tanımlamada nezhileştirmenin “o ana kadar işçi sınıfları ve başka alt gelir gruplarının yaşadığı, şehir içindeki ve merkezindeki tarihi konutlara orta sınıfların yerleştiği ve bu konutları yenilediği bir konutsal rehabilitasyon süreci” olduğunu ifade etmektedir. Ancak daha geniş tanımlamalarda toplumsal sınıf, mahalle yapısındaki değişimler, hem kent içinde, hem de kırsal bölgelerdeki konutsal ve ticari birimlerin yenilenmesini ve yeniden inşa edilme süreçleri de dahil edilmektedir (İslam, 2006b: 44). Gerçekten de nezhileştirme ve sanayisizleşme arasındaki ilişki sınıfsal olarak

işçi sınıfının yerinden edilmesi ile gerçekleşmektedir. Ergur'a göre de (2012: 22) başta İstanbul olmak üzere pek çok kent, sayıları artan bir şekilde kentsel dönüşüm projeleri kapsamında "mevcut imar edilmiş, ancak zamanla düşük gelir gruplarının ikamet alanı haline dönüşmüş arazileri, hızla nezhleştirme (*gentrification*) operasyonlarına maruz kalmaktadır". İstanbul'daki nezhleştirme mimari tasarım ve gayri menkul piyasalarındaki spekülasyon hareketlere de eklenmiş; çöküntü binaları yeniden dizayn edilmiş, tarihsel motifler eklenmiş, mekânı üst sınıflar ve yeni orta sınıfa dönük, eğlence, cafe, bar, restaurant ya da kültürel seçkin mekânlar durumuna getirilmiştir (Şimşek, 2005: 47). Smith de bu süreci şu şekilde ifade etmektedir:

Orta sınıflar için kenti yeniden ele geçirmek soylulaştırılmış konut sunmaktan daha fazlasını gerektirir. Soylulaştırmanın üçüncü dalgası [siyasi muhalefetin değişen düzeyleri], bütüncül olarak sınıf-belirli bir kentsel yeniden yapıma yol açan tüm alanların yeni peyzaj yapılarına dönüşümünün bir aracına tekabül etmektedir. Bu yeni peyzaj yapıları şimdi konutu alışveriş, restoranlar, kültürel aktiviteler, açık alanlar, istihdam fırsatları ile birleştirmekte, mesken olduğu kadar tamamen yeni rekreasyon, tüketim, üretim ve eğlence yapıları oluşturmaktadır (Smith, 2002: 23).

Smith (2002: 21) herhangi bir kentteki nezhleştirmenin kendi kentsel mekânını yaratmada kendi özelliklerini yansıttığını ve 1990'larda dünyanın her yerindeki kentlerde özel sermaye ile uyumlu kent yönetimlerinin önemli bir kentsel strateji olarak nezhleştirmeyi benimsediğini vurgulamaktadır. Smith ayrıca nezhleştirmenin yaygınlaşmasında birbiriyle ilişkili beş özelliğin olduğunu söylemektedir (2002: 22):

1. Devletin dönüştürülmüş rolü
2. Küresel sermayenin nüfuzu
3. Siyasi muhalefetin değişen düzeyleri
4. Coğrafi yayılma, soylulaştırmanın kent merkezinden dışarı doğru yayılması
5. Soylulaştırmanın sektörel yayılması.

Devlet nezhleştirme sürecine kentsel yeniden yapılanma, kentsel dönüşüm adı altında bizatihi dahil olabilmektedir. Türkiye özelinde TOKİ yenilenen görev tanımıyla ve artırılan yetkileriyle (Güzey, 2012: 67) kentsel dönüşümün ve nezhleştirmenin başat aktörü haline gelmiştir. Yerel yönetimler, Özelleştirme İdaresi, yeni profesyoneller ve orta-üst sınıflar da diğer aktörler (Güzey, 2012: 67) olarak öne çıkmaktadır. Bazı durumlarda özellikle İstanbul gibi küresel bir metropolde küresel sermayenin nüfuzu da yerel yönetim ve TOKİ gibi kamu kuruluşlarının yer gösterme, arazi tahsisinde bulunma ve benzeri birçok konuda kolaylıklar sağlaması aracılığıyla küresel sermayenin kentsel alanda yatırım yapmasına neden olmakta ve nezhleştirmeye katkı

sağlamaktadır. Dolayısıyla böylesi bir nezihleştirme süreci İslam’ın (2006b: 44) şehir içindeki bir dizi gecekondü alanının ya da çöküntü alanının kamu ve özel sektör işbirliği ile yenileme projeleriyle yeniden inşa edilme süreci olarak nitelendirilebilir. Geniş (2011: 53) ise Sulukule’deki nezihleştirme sürecinin bizi devlet eliyle yapıldığını vurgular; çünkü bu semtin devlet eliyle sermaye için güvenli hale getirilmesi gerekmektedir ve yatırım yapılabilir bir alana dönüştürülmesine ihtiyaç vardır. Somersan vd. (2011: 14) ise Sulukule’deki nezihleştirme sürecini “zorunlu mutenalaştırma” olarak nitelendirmektedir. Nezihleştirmeye muhalefet ise aslında pek geçerli olamamaktadır. İstanbul Sulukule’de “kentsel dönüşüm” altında gerçekleştirilen nezihleştirme o bölgede yaşayan Romen halkının yaşam alanlarından koparılmasına neden olmuştur. Bir anlamda yerli sakinlerin, kent dışına atılması ile artık önemli bir merkeze dönüşen Sulukule’de artan arazi rantlarına orta ve üst sınıfların yeni yaşam alanları olarak yerel yönetimin o bölgenin asıl sahiplerini yerinden yurdundan etmesi ile sonuçlanmıştır. Hem yerli sakinlerin, hem de muhalefet gruplarının bu dönüşüme karşı çıkması bir sonuç vermemiş; yerel yönetim, devletin baskı aygıtları muhalefeti ve dönüşüme karşı çıkışları sert bir şekilde bastırılmıştır. Coğrafi yayılma ile birlikte nezihleştirme kent merkezinden çevreye doğru bir akış göstermektedir. Eski kent merkezlerindeki mülklerin, arazilerin ve konutların fiyatları arttıkça nezihleştirme yayılımını çevreye doğru gerçekleştirmektedir.

2.2. Eskişehir’de Nezihleş(tir)me Süreci

Eskişehir’de kent merkezinde kalan metruk fabrika alanları, kentte bulunan her iki üniversiteye yürüme mesafesindeki tüm eski yapılar, araziler ve konutlar, Tarihi Odunpazarı Evleri Koruma ve Yaşatma Projesi ile nezihleştirme sürecini yaşamaktadır. Zira nezihleştirmeye tâbi olan alanlarda arazi ve konut fiyatları geçmişe kıyasla çok artmıştır. Smith (2002: 24-25)’e göre “kentsel yenileme” olarak paketlenmiş bir nezihleştirme “olumlu ve gerekli bir çevresel strateji” olarak yeniden biçimlendirilmekte, dahası böylesi bir nezihleştirme “şeker”e bulandırılmaktadır.



Fotoğraf 1. İsmet İnönü Caddesi – Bir zamanlar Fabrikalar Caddesi olarak anılan caddede otellerin, “rezidans”ların ve café-barların hakimiyeti.

Eskişehir kent merkezinde de sanayisizleşmenin ve buna bağlı olarak nezhleştirilmenin etkisini görmek mümkündür. Eskişehir bir yandan yakın coğrafyasındaki Bursa, İzmit ve İstanbul gibi büyük endüstri kentleri ile endüstriyel çekim alanı olabilmek için rekabet ederken, öte yandan kentin “turizm güzergâhı” (Smith, 2002: 26) olarak pazarlanması için çaba gösterilmektedir. Eskişehir yerel yönetimlerin/yöneticilerin tamamı tarafından bu anlamda “turizm güzergâhı” olarak şimdilik küresel olmasa da yerel ölçekte pazarlanmaktadır. Bu bağlamda nezhleştirme Eskişehir için “kentsel ekonomik büyüme için itici güç, yeni kentsel ekonomiler için önemli bir sektör” (Smith, 2002: 26) olarak yorumlanabilir. Zira eski fabrikalar bölgesi yakın zamana kadar tipik bir üretim alanıyken, son on yıldaki yerel yönetimlerin imar planları doğrultusunda hızlı bir değişim geçirerek, tüketim odaklı, yeni orta sınıf ve üstü toplumsal sınıfların yaşadığı ve tükettiği bir mekânsal değişim geçirmektedir. Bu anlamda Eskişehir kent merkezi de nezhleştirme sürecine tanık olmaktadır.

Smith ve Williams (2010: 9) nezhleştirme kavramının işçi sınıfının ve metruk evlerinin (*derelict housing*) rehabilitasyonu sonucu bir bölgenin orta sınıf bir muhite dönüşümüne göndermede bulunduğunu düşünmektedir. Eskişehir’de kent merkezinde gözlemlenen nezhleştirme süreci hızlı tüketim mekânlarına ve AVM’lere yakınlık ile eşgüdümlü gelişmektedir. İstanbul ve başka büyük kentlerdekinden farklı olarak tüketim merkezlerine yakınlık kent dışından öğrencilerin ve ailelerinin yatırım amaçlı olarak stüdyo tipi dairelere gösterdikleri talep doğrultusunda gelişmektedir. Bağlar Caddesi üzerinde ve ardalanında, dar sokaklarda Eskişehir’in kerpiç müstakil evlerinin yaklaşık on yıllık bir zaman diliminde stüdyo, apart dairelere dönüşmesi bu anlamda bir rastlantı değildir. Eskişehir’de pek çok müteahhit bozkır iklimine uygun

mütevazı, müstakil evleri, üç-dört katlı stüdyo-apart dairelere dönüştürerek muazzam bir rant ekonomisinin oluşmasına katkıda bulunmuştur. Söz konusu bölgede yalnızca mahalle sakinlerinin yapısı değişmemekte; insan ilişkileri, gece sokaklardaki hareketlilik, eve yemek sipariş motorlarının trafiği, park sorunu gibi pek çok olgusal gerçeklik de gözlemlenmektedir. Keyman ve Lorasdağı’na (2010: 12) göre Anadolu kentleri giderek farklılaşıyor, dinamikleşiyor, dünyayla bütünleşiyor ve orta sınıflaşıyor. Eskişehir de yazarların belirttikleri bu değişimden nezhleştirme ve tüketim süreçleri ile payını almaktadır.

2.3. Eskişehir’de Orta Sınıfın Görünümü

Özellikle 20. yüzyıl boyunca genişleyen ara sınıfın, genel kabul gören kavramsallaştırmayla “orta sınıf”ın, iki sınıfsal yapının arasında, ortasında kalması, üst sınıftan doğal olarak daha fazla genişlediği, Daniel Bell (*The Coming of Post Industrial Society-1973*) ve Alain Touraine (*The Post Industrial Society-1971*) gibi sosyologların sanayi sonrası toplum kuramlarının ileri sürdüğü gibi diğer sınıfsal konulardan çok daha fazla genişlediği düşünülmektedir. Orta sınıf sanayi sonrası toplum kuramlarında profesyoneller, yöneticiler, büro çalışanları gibi hizmet sektöründe çalışanları kapsamaktadır. Dolayısıyla bu orta sınıf “hizmet sınıfı” olarak da tanımlanabilmektedir. Bu bakımdan orta sınıfı kavrayabilme meselesi “çağdaş sosyolojideki en zorlu konulardan biri” (Abercrombie ve Urry 1983: 1’den akt. Edgell, 1998: 72) olarak kabul edilir. Ara sınıfın nasıl tanımlanacağı, hangi pozisyona yerleştirileceği sosyoloji içerisinde bir muammadır.

Orta sınıflar “küçük burjuvazi”, “beyaz yakalı”, “kafa işçisi” sınıflar olarak bilinmektedir (Edgell, 1998: 72).⁴ Beyaz yakalı yeni orta sınıf, toplumsal tabakada genellikle mesleki konumlarına göre yer alır; yeni orta sınıf içindeki mesleklerde gerekli olan vasıflar/beceriler endüstriyel işbölümünde belirli fonksiyonları yerine getirir. Gelir kaynakları açısından yeni orta sınıf meslekleri sınıf konumu, prestij, statü konumu ve güç/iktidar ile ilişkilidir (Mills, 1995: 197). Kimi zaman da “sınıflı toplumlarda orta sınıfların kapladığı alan, iki asıl

4 Tekil, homojen, zamansal olarak özellikleri sabit kalabilen bir orta sınıf tanımlanamadığı, çoğu zaman ve pek çok kuramcı tarafından da orta sınıf(lar) olarak farklı tanımlamalar yapıldığı için orta sınıf kullanımı bazen sorunlu olabilmektedir. Hatta farklı yaklaşımlar orta sınıf(lar)ı kendi içinde gelir ve eğitim seviyesine göre alt-orta, orta ve üst-orta sınıf(lar) şeklinde üçe ayırmaktadır. Bu nedenle bu çalışma çerçevesinde kimi bölümlerde orta sınıf tek, homojen, sınırları belli net bir sınıfa tekabül eden bir kavram olarak, kimi bölümlerde ise çoğul kullanımı tercih edilecektir.

sınıfın arasındaki dolgu malzemesi olarak düşünülür. İyice zenginleşerek burjuvazi tarafına düşecek orta sınıf katmanları gibi, üretim süreçlerindeki rolleri ve statülerindeki kayıplarla proletaryanın safında kalacak orta sınıf katmanları mevcut kabul edilir” (Ünüvar, 2010: 14). Arslan (2012: 57) orta sınıf(lar)ın kendi içinde farklı katmanlara sahip olduğunu vurgulamıştır. Yazara göre orta sınıf kendi içinde farklı düzeylerde katmanlaşmakta, katmanlar da birbirinden ayrılmaktadır (Arslan, 2012: 57). Yeni orta sınıf modern toplumda yeniden biçimlenen işbölümü çerçevesinde eğitim, beceri, bilgi gerektiren işleri yaptıkları için sahip oldukları vasıflar itibarıyla vazgeçilemez konumdadır; işveren olmasalar da zihinsel emekleri karşılığında ödüllendirilerek daha fazla sorumluluk alarak, karar verici pozisyonlarda yer almaktadır (Keyder, 2013b: 1). Yeni orta sınıf, eski orta sınıfın salt hizmet sektörü içerisinde yer alan bürokratik, sıradan işleri yapan bir sınırlandırmadan çıkarak, iyi okullarda (ortaöğretim ve yükseköğretim dahil olmak üzere) eğitim görmüş, profesyonel, yönetici ve girişimci özellikleri ile öne çıkan bir profil sergilemektedir. Yeni orta sınıf tüketim ile kendini tanımlamaktadır. Eski orta sınıfa benzer bir şekilde yine kafa emeği ile çalışan ancak teknoloji, teknik kullanımının çok daha öne çıktığı bir kafa emeği ile özellikle büyük kentlerde “akıllı binalar” olarak tanımlanan gösterişli “plaza”larda çalışan, profesyonel meslek alanlarını kapsamaktadır. Öte yandan Türkiye’de orta sınıfın bir başka özelliği Karademir Hazır tarafından (2013; 2014: 236) ortaya konmuştur: “*aynı dili konuşuyor olmak*”. “Aynı dili konuşuyor olmak”, aslında tam da orta sınıfın kendi habitusu içerisinde kapanma halini göstermektedir. Karademir Hazır (2014: 236)’a göre, “*aynı dili konuşuyor olmak*”, seçkin bir eğitim geçmişine, benzer beğenilere ve Avrupai yaşam tarzına sahip olmak gibi birtakım kriterleri imlemektedir. İşte Eskişehir’deki orta sınıf benzer yeme içme mekânlarında “aynı yemeği yiyor” oluşu ile kendi habitusu içerisine kapanan bir özellik göstermektedir.

Eskişehir kentsel dönüşüm dinamikleri açısından yukarıdaki kavramsallaştırmaların elverdiği tartışmalar doğrultusunda Türkiye’deki örneklerinden değişik bir biçimde kendisine farklı bir kulvarda koşma imkânı yaratmıştır. Bir yandan kentin tarihi dokusu restorasyon aracılığı ile estetize edilirken, modernist ve belki de postmodernist bir “yapay” kent estetiği inşa edilerek (kentin merkezindeki heykeller örneğinde olduğu gibi) nezhleştirme süreci yaşatılırken, öte yandan “tüketim tapınakları” aracılığı ile Bell (2007: 44)’in de belirttiği “gösteri ve tüketim mekânı” haline gelen çağdaş bir kent olarak değişim göstermiştir. Yine Bell (2007: 44), mekân tanıtımı, kent pazarlaması ve imaj mühendisliği gibi yeni endüstrilerin kentlere biçim verdiğini ve bu anlamda yemeğin de en önemli tanıtım araçlarından biri haline geldiğini düşünmektedir. Bell’in temel argümanı çağdaş kentsel peyzajları Bourdieu’cü anlamda ayırıştırma haritaları olarak görmek gerektiğidir (Bell, 2007: 44). Bu anlamda Eskişehir’de özellikle kent merkezinde böylesi bir

kentsel peyzaj(lar) aracılığı ile bir yandan nezihleştirme dokunuşları, diğer taraftan kentteki sınıfsal dokuları birbirinden ayırma süreçleri de işlemektedir. Zira böylesi bir kentsel mekânda kültürel sermaye birikimi tarafından sürdürülen metâların dolaşımı ile birlikte sonu gelmeyen bir statü işaretleme oyunu oynanmaktadır (Bell, 2007: 44). Tıpkı Bourdieu’den hareketle yüksek statüye sahip olabilmek için, sınırlı bir alanda oynanan oyun misali “eğitim – kültürel sermaye- ve sınıfsal terbiye – habitus- aracılığıyla beğenilerin ve insanlar arasındaki etkileşimin tekelleştirilmesi gibidir (Arun, 2013: 52). Eskişehir’de orta sınıf böylesi bir oyunun en önemli aktörü durumundadır. Tüketim potansiyeli açısından ve statü belirleme, işaretleme oyunu açısından bakıldığında Eskişehir’deki kentsel değişim, nezihleştirme süreçleri doğrultusunda yeme-içme mekânlarının trendlerini belirleyen, kaderlerini belirleyenlerin dışında yemek yiyen en yoğun sınıf olarak orta sınıfın bu anlamda taşıyıcı olduğunu söylemek mümkündür.

3. Kent Girişimciliği Ekseninde Markalaşan Kent: Eskişehir

Eskişehir 1990’ların sonu ve 2000’lerde çeşitli dezavantajlarından dolayı -merkezi hükümetle ters düşen yerel yönetimler, sanayi ve ticari yatırımların periferisinde yer alması gibi- üretim açısından yeterli desteği bulamadığı için tüketime odaklanan “kent girişimciliği” stratejisi benimsemiştir. Harvey’in izleğinden gidildiği takdirde yatırımcının parasını çekmek yerine “tüketicinin parasını çekmek” adına kent merkezinde “nezihleştirme”, “kültürel yenilenme”, “kentsel ortamın fiziksel yenilenmesi”, “tüketici çekim merkezleri” olarak alışveriş merkezleri, temalı parklar, “egzotik yemek” mekânları ve eğlence merkezleri inşa etme stratejisinin Eskişehir için de geçerli olduğu söylenebilir. Kentin bizatihi kendisinin “marka”laştırılabilir bir metâyâ dönüştürülmesi sürecinde “imaj” ve “marka” aranmıştır; bu çerçevede Thorns (2004: 125)’un tüketim ve kent kültürü açısından imaj ve marka arayışında tarihi miraslara verilen önem canlandırıldığı iddiasına benzer biçimde, “şehrin kültürü ve eşsizliği” kentin görüntüsünde önemli, çarpıcı değişikliklerin gerçekleştirilmesine neden olmuştur.

Aksoylu (2013: 157), Eskişehir özelinde yaşanan değişimi farklı bir kavramsal çerçeve ile açıklama girişiminde bulunmaktadır. Aksoylu’ya göre Eskişehir bir kent olarak “pazarlanabilir” ve “markalaşabilir” bir metâ gibi ele alınmaktadır. Harvey’in “kent girişimciliği”ni tersinden yorumladığı söylenebilir. Eskişehir’de “imaj yaratma” ve “kentsel dönüşüm” uygulamaları ile “kentsel pazarlama” ve “marka yaratma” çabalarının önem kazandığını vurgulamaktadır (Aksoylu, 2013: 157). Bu çabaların bir sonucu olarak kente gelen turist sayısının artışı, yatırımcıların sayısındaki artış ve insan kaynağı,

yaşam kalitesi açısından Türkiye'nin 3. kenti⁵ olduğu belirtilmiştir. Tüm bu nitelikler Eskişehir'in bir "marka kent" haline gelmesinde rol oynamıştır. Dahası Eskişehir bir iç turizm destinasyonu konumuna gelmiştir.

Eskişehir daha önce de belirtildiği gibi on yılı aşkın bir süredir kentsel mekânda ve buna bağlı olarak kentteki mekânların dönüşümü açısından hızlı bir değişime uğramaktadır. Neoliberal politikaların izlekleri devlet ve sermaye grupları tarafından benimsenmekte, neoliberal politikalar Eskişehir kentinde de mekânsal dönüşüme neden olmaktadır. Kentsel alanın, Eskişehir özelinde Harvey'in "kent girişimciliği" stratejisi çerçevesinde yerel yönetim(ler)ce özellikle de kent merkezinin metâlaştırılması ve kentin kamusal mekânsal varlığının bu anlamda aşındırılması süreci birebir gözlemlenmektedir. Bu doğrultuda Eskişehir'de kent merkezinde yaşanan değişimlere değinmek gerekmektedir.

Tüketim süreçleri sonucu ortaya çıkan değişimlerin kent mekânı açısından önemli sonuçları bulunmaktadır. Şengül (2001: 41)'e göre bu tüketim süreçlerinin sonuçlarının en iyi gözlemlenebildiği yerler ise kent merkezleridir. Bu bağlamda Şengül tüketim süreçlerinin kent merkezlerinde neden olduğu değişimi şu şekilde çözümlenmiştir:

[D]aha önceki dönemlerde kentler genellikle belli bir alanda, ki çoğunlukla kentin geometrik merkezidir, yoğunlaşmış bir merkezle temsil edilirken, son yirmi yıl içinde kent merkezleri farklı bir biçim almaya başlamıştır. Tekli merkezi kentlerin yerini çoklu merkezler almakta, geleneksel merkezlerin bir anlamda içi boşalmaktadır. Bu boşalma sürecinde en öne çıkan unsurlardan birisi, alışveriş merkezleridir... alışveriş merkezleri kendilerini geleneksel merkezlere bağımlı hissetmemekte, bazen kentin içinde, bazı durumlarda ise, kentin dışına çıkarak kendi çekim alanlarını yaratmaktadır... (Şengül, 2001: 41).

Çok merkezlilik ilk bakışta olumlu olabilecek bir nitelik gibi görünse de aslında "sınıflar arası sosyal tabakalaşmaya [ayrışmalara] neden olabilmekte, geleneksel kent yapısı ekonomik gereklilikler temelinde parçalanabilmektedir" (Üstün ve Tural, 2008: 279). Eskişehir'de tek merkezlilik halen egemen gibi görünse de alışveriş merkezlerinin artışıyla gözlenen çok merkezlilik özellikle Üstün ve Tural'ın belirttiği gibi toplumsal sınıflar

5 2012 Ağustos ayına kadar yayın yapan iş ve ekonomi dergisi CNBC-e Business tarafından yaptırılan araştırmaya göre Türkiye'deki iller ekonomi, eğitim, kültür ve sanat etkinlikleri, suç istatistikleri gibi birtakım kriterlere göre puanlandırılarak yaşam kalitesi açısından bir değerlendirmeye tabi tutulmaktadır. Bu araştırmalara göre Eskişehir hep ilk beş il arasında yer almış; dergi yayın yaşamına son vermeden önce yapılan son iki araştırmaya göre ise 2. sırada yer almıştır.

arasındaki ayrımlaşmaları derinleştiren bir etkiye sahiptir. Zira kentin korunaklı, güvenli kapatılma alanları olan kapalı sitelerdeki yaşam tarzını tercih edenlerin aslında “steril bir temas” (Ergur, 2012: 24) kurma arzusuyla alışveriş merkezlerine geldikleri söylenebilir. Dolayısıyla Eskişehir’de kent merkezi ve kent merkezinde bulunan alışveriş merkezleri “steril temas”ın arzulandığı, sınıfsal kesişmelerden ziyade sınıfsal ayrımlaşmaların gözlendiği bir kentsel mekâna dönüştürülmüştür.

Alışveriş merkezleri Eskişehir’de orta ve üstü sınıflar için kent merkezinde otopark sorunu nedeniyle verimlilik anlayışı çerçevesinde geniş otopark alanlarına sahip olması, tek seferde birden fazla tüketim seçeneği sunması gibi nedenlerle daha çok tercih edilmektedir. Tüketim bir yaşam tarzı ve boş zaman eğlencesi olarak, alışveriş merkezlerinin sunduğu yalnızca ürünler ve hizmetler değildir. Bu tür mekânlar orta sınıfın korunaklı, kapalı sitelerdeki yaşam tarzına paralel olarak “sinema, yemek, çeşitli oyunlar” (Yırtıcı, 2009: 107) gibi eğlenceliklerin de tüketilme alanları haline geldiği için aynı korunaklı, güvenli yaşam tarzının bir uzantısı olarak tercih edilmektedir. Orta sınıf için yaşam hızlı bağlantı/çevre yolları, otoyollar ile “kapalı” siteler, “kapalı” işyerleri ve “kapalı” alışveriş merkezleri (Ergur, 2012) arasında geçmektedir. Bu tür bir kentsel yapı, orta sınıfların yaşam ve tüketim alanlarını daha steril hale getirmekte ve mekânsal farklılaşma sınıfsal ayrışmayla iç içe geçebilmektedir.

3.1. Eskişehir’de Kent Merkezinin Estetikleştirilmesi

İstanbul, İzmir, Kocaeli, Bursa gibi tipik sanayi kentlerine karşı rekabet içerisinden Eskişehir kendi gelişim dinamiklerini coğrafi avantajlarına ve dezavantajlarına -liman kenti olmaması ve bu anlamda hinterlanda sahip olmaması- rağmen sanayi ve “bacasız sanayi” olarak yüksek öğretim alanındaki yatırımları ile yer bulmuştur. Bu gelişmeler Eskişehir’in hem kentin ölçeğinde hem de merkezde yer alan fonksiyonlarında (Üstün ve Tural, 2008: 271) önemli değişikliklere neden olmuştur.

Kentte giderek genişleyen yeni toplumsal kesime yönelik farklılaşmış hizmet sunan lokantalar, barlar, kafeler, bankalar, döviz büroları, oteller açılmış ve yeni eğlence mekânları oluşmuştur. Merkezin gelişimini, kentin büyüme yönü yanında ulaşım yapısı ve gelir gruplarının mekânda dağılımı şekillendirmiştir... 1990’lı yıllarda Çetintaş, Yimpaş, Yenikaramürsel, Hama, İsmar (daha önce Buggy) Migros, Gima, Ender gibi süper ve hipermarketler açılmış, İsmar dışındaki tüm alışveriş merkezleri kent merkezinde yer almıştır. Yer seçiminde kent merkezinin altyapısı ve büyük sermaye için en çekici yatırım alanı olması önemli bir tercih nedeni olurken, kent merkezinin kolay

ulaşılabilir ve tek merkez oluşu bu tercihin belirleyicileri arasında yer almıştır... (Üstün ve Tural, 2008: 271).

Üstün ve Tural (2008: 271) kent merkezinde artan rant miktarına koşut olarak bir diğer çözümün pasajlar şeklinde ortaya çıktığını söylemektedir. Taşbaşı Çarşısı bu pasajların en büyüğü olarak Eskişehir’de halen önemli bir yer tutmaktadır. Bu pasajın dışında kentin işlek alışveriş merkezi olan İki Eylül Caddesi ve Doktorlar Caddesi üzerinde irili ufaklı pasajlar bulunmaktadır. Pasajlar (2002) Benjamin için çok önemlidir. Ona göre 19. yüzyılda Paris’te ve diğer büyük kentlerde açılan yeni büyük mağazalar ve pasajlar fiilen birer “rüya alemi”ydi (Featherstone, 2005: 52). Dahası “...bu estetikleştirilmiş metâ dünyasında büyük mağazalar, pasajlar, tramvaylar, trenler, caddeler, binaların bünyesi ve sergilenmekte olan malların yanı sıra, bu uzamlarda gezinen insanlarda yarı yarıya unutulmuş rüyalara güç kazandırır. Büyük kentlerin gündelik hayatı estetikleştirilir” (Featherstone, 2005: 53). Eskişehir’de de özellikle büyük mağazaların ve pasajların bulunduğu caddeler yalnızca yayaların kullanımı ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca bu mekânların bulunduğu güzergâhtaki yollar döşeme taş ile kaplıdır, tramvay güzergâhı üzerindedir, sokak aydınlatmaları büyükşehir belediyesinin atölyelerinde üretilmiş dökümden, eski görünümlüdür; aynı şekilde taksi durakları da bu estetik kaygıya uygun bir biçimde tek tipleştirilmiştir. Bu anlamda Eskişehir’de kent merkezinde ve çarşıda gündelik hayat estetikleştirilmiştir.

Esnaf Sarayı da 1980’li yılların gelişen tüketim kültürü ile beliren ilk çok katlı, yürüyen merdivenli, her katın fonksiyonlarının geleneksel çarşılardaki gibi ayrıldığı, “geleneksel kapalı çarşının düşeyde gelişmiş bir örneği” (Üstün ve Tural, 2008: 275) olarak kentin merkezinde halen faaliyet göstermektedir. 1990’lı yıllarda ekonomik açıdan Eskişehir tek merkezli olma özelliğini sürdürmüştür. Bu dönemde gelir dağılımındaki artışa paralel olarak kent merkezinde, orta ve üst orta sınıfın ikamet ettiği önemli caddelerde –İsmet İnönü Caddesi, Savaş Caddesi [Öğretmenler Caddesi] ve Atatürk Bulvarı’nda çok katlı yapılar artmış, işhanları inşa edilmiştir. Bu caddelerde “ithal ve hazır giyim mağazaları, sigorta ve turizm şirketleri, oto galerileri, bilgisayar, hazır mutfak ve banyo satan mağazalar, pastane, bar ve lokantaların sayısında bir patlama görülmüştür. Porsuk Bulvarı ve yaya yoğunluğunun fazla olduğu ara sokaklarda ise birahane, kafe, döner ve sandviç satan köşe başı büfelerinin, sokak arası lokanta ve kahvelerin sayılarında da bir artış olmuştur” (Üstün ve Tural, 2008: 271-272). 1990’lı yıllarda düşük yoğunluklu başlayan kent merkezindeki tüketim odaklı değişim, 2000’li yıllarda tüketimin kent merkezinde egemen hale gelmesini sağlamış ve kent merkezinin estetikleştirilmesinde kendini iyice hissettirmiştir.

3.2. Eskişehir’de Tüketim Mekânlarının Artışı

Eskişehir son on yılda yalnızca yaşadığı kentsel dönüşümle birlikte orta sınıfın tüketim olanaklarını artıran mekânların da sayısının hızla çoğaldığı, buna paralel biçimde tüketimin de arttığı bir kent olmaya başlamıştır. Kent merkezinin estetikleştirilmesi projesinin en önemli aşamalarından biri Porsuk Çayı’nın ıslâhı⁶ ve temizlenmesi çalışmasıdır. Öte yandan bu proje Ulu ve Karakoç (2004: 62-63) tarafından eleştirilmektedir. Bu anlamda en önemli eleştiri olarak çayın “modernleşme adına ıslah edildiği”, “modernleşme adına yeşilden ve doğal yapısından arındırılarak, motorize bir yapıya” dönüştürüldüğünü ifade etmişlerdir (Ulu ve Karakoç, 2004: 62). Yine geleneksel bir değer olarak Porsuk Çayı’nın ekonomik bir değere tahvili söz konusu olup, “turizm girdisi”ne dönüştürülmüştür (Ulu ve Karakoç, 2004: 63). Söz konusu ıslah projesinin sonunda Porsuk Çayı’nda Batı Avrupa’dakine benzer bir şekilde turizm amaçlı ve ücretli gondollarla ulaşım sağlanmaya başlanmış; temalı parklardan birinde girişi ücretli olan “plaj” oluşturulmuştur. Böylelikle Porsuk Çayı eskiden kentin merkezinden geçen bir su iken, estetikleştirme çalışmaları sonucunda “tüketilen bir mekân”a dönüştürülmüştür.

Bir önceki bölümde belirtilen tarihsel akış içerisinde arka arkaya alışveriş merkezlerinin, rezidansların, eski üretim alanlarında inşa edildiği bir süreç yaşanmaktadır. 2000’li yıllarda ise kentin merkezinde ve ana arterlerinde tramvay hattına bağlı olarak ulaşımın yeniden organize edilmesi, tramvay hattının kentin 1990’lı yıllarda alışveriş odaklı kent merkezini kesmesi ve bu bölgenin (İki Eylül Caddesi ve Doktorlar Caddesi-İsmet İnönü Caddesi⁷) tamamen yaya trafiğine açılması ile kent merkezi önemli bir değişim geçirmiştir. 2007 yılında ilk alışveriş merkezi olan Kanatlı Alışveriş Merkezi açılmıştır.

6 Porsuk Çayı ıslah projesi Eskişehir Büyükşehir Belediyesi’nin Avrupa Yatırım Bankası’ndan 2001 yılında aldığı kredi ile gerçekleştirilmiştir.

7 İsmet İnönü Caddesi olarak resmi adı olan bu cadde Eskişehir’liler arasında çok katlı apartmanların ve işhanlarının doktorlar tarafından özel muayenehane olarak yoğun bir şekilde kullanılması nedeniyle Doktorlar Caddesi olarak bilinmekte ve Eskişehir’liler arasında bu adıyla kullanılmaktadır.



Fotoğraf 2. Kanatlı Alışveriş Merkezi

Aynı yıl içerisinde Neo Alışveriş Merkezi, yılın sonunda ise Espark Alışveriş Merkezi açılmıştır. 2011’de Özdilek Alışveriş Merkezi açılmıştır. Sözü edilen alışveriş merkezlerinin hepsi açıldıkları bölgeyi nezhleştirme özelliklerine sahiptir. Kanatlı Alışveriş Merkezi eski bir un fabrikasının yanması sonucunda kentin en işlek yaya merkezi haline dönüşen Doktorlar Caddesi ile Kızılıklı Mahmut Pehlivan Caddesi’ni kesen köşede çok önemli bir konuma sahiptir. Çevresindeki bölgeyi ve üzerindeki caddeyi önemli ölçüde rant açısından etkilemiştir. Bu alışveriş merkezinin paralelindeki sokak olan Vural Sokak yerel belediye tarafından “barlar sokağı” olarak belirlenmiş ve Eskişehir için çok önemli bir eğlence ve tüketim merkezi haline gelmiştir. Espark Alışveriş Merkezi de eski bir kiremit ve tuğla fabrikasının metruk alanı üzerine inşa edilmiştir. Fabrikalar bölgesi olarak bilinen İsmet İnönü Caddesi’nin devamı ile Bağlar Caddesi [Üniversite Caddesi] arasında konumlanan alışveriş merkezi her iki cadde üzerinde de önemli değişimlere sebep olmuştur. Espark’ın açılışı ile birlikte söz konusu iki caddedeki konut fiyatları, kira bedelleri eskiye oranla çok yüksek oranlarda artmış, hızlı tüketime yönelik yeme-içme mekânlarının sayısında belirgin bir artış olmuş, oteller inşa edilmiş, kahve zincirleri ve banka şubeleri açılmıştır.



Fotoğraf 3. Espark Alışveriş Merkezi

Dolayısıyla “*yeni bir tüketim aracı*” (Ritzer, 2011) Espark alışveriş merkezi bir tüketim katedrali (mabedi)⁸ olmasının çok ötesinde, çevresini hem mekânsal hem de tüketim açısından etkilemiştir. Ritzer’in zaman zaman birbirinin yerine kullanarak oluşturduğu kavramsallaştırmaları olan (2011: 25) “yeni tüketim araçları” ya da “tüketim tapınakları” çerçevesinde değerlendirilebilecek Espark’ın da “tüketirken daha çok zaman ve para harcatmak üzere tasarlanmış” olduğunu göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Burada dikkat çekici unsur alışveriş merkezinin yanı sıra yakın çevrenin ve caddelerin de bu sürece dahil olmasıdır. Kısacası, her iki cadde üzerinde özellikle yeme-içme odaklı tüketim ve eğlence mekânlarının sayısında çok hızlı bir artış olmuş, bölgenin imara açılması ile Eskişehir ölçeğinde *rezidansların* inşası başlamış ve emlak fiyatları katlanmıştır. Neo Alışveriş Merkezi de kent merkezinin nispeten daha uzağında, Baksan adıyla bilinen mobilya ve ahşap ağırlıklı üretim faaliyeti gösteren küçük sanayi sitesine yakın bir bölgede faaliyet göstermektedir. Hemen yanı başında beş yıldızlı bir otel ve

8 Katedral aslında tapınak-mabed olarak kabul edilebilse de Hristiyanlık ile özdeşleştirilebilir ve sınırlandırılabilir. Bu nedenle “tüketim katedrali” yerine “tüketim tapınağı” ya da “tüketim mabedi” tercih edilecektir. Dolayısıyla kavrama her tür dinsel gruba hitap edebilecek bir kutsallık atfedilebilir. Zira Türkiye’deki alışveriş merkezlerinin birçoğunda, özellikle son dönemde yapılanların mimari proje ve uygulamalarında mescidin bulundurulması, insanların “kutsal” bir tüketim mekânı olarak alışveriş merkezlerinde aynı zamanda ibadetlerini de yerine getirebilecekleri gerçek dinsel kutsallık ortamını da sağlamış oldukları önemli bir ayrıntıdır.

Eskişehir için önemli bir konut projesi olarak Natura Evleri yeni dönem mimari anlayışa sahip oluşu, yaşam tarzı sunması (özel güvenlik, yeşil alan, açık ve kapalı yüzme havuzu, özel kapalı otopark) nedeniyle ilkleri barındırmaktadır. Dolayısıyla bu alışveriş merkezi de inşa edildiği bölgeyi nezhleştirme özelliğine sahiptir.



Fotoğraf 4. Özdilek Alışveriş Merkezi, Loft Evleri ve Acıbadem Hastanesi.

Özdilek AVM de yakın çevresini nezhleştirme kudretine erişmiştir. Özdilek AVM yalnızca bir alışveriş merkezi olmakla kalmamış, yanı başında Eskişehir Loft Evleri de alışveriş merkezinin mimarisi ile bütünlüklü bir şekilde inşa edilmiştir. Aslında Özdilek AVM'den önce oldukça yakın bir mesafede Acıbadem Eskişehir Hastanesi kurularak bölgedeki değişimi hızlandırmıştır. Rezidans tarzı evleri, alışveriş merkezi ile Türkiye'de son on yıldaki tüketime dair her şeyi içinde barındıran, spor kompleksi, *spa* merkezi, alışveriş merkezi vb. komplekslerden biri olarak "ayrıcalıklı" bir yere sahiptir. Bu kompleksin yanı başına iki adet otel inşa edilmesi, başka "yaşam alanları"nın projelendirilmesi de bölgenin çok kısa bir zaman içerisinde nezhleştirilmesi sürecini yansıtmaktadır. Ayrıca bir diğer yanında *Fotoğraf 1*'de görülebileceği gibi inşası süren "*şehrin kalbinde yeni bir yaşam tarzı*" ifadesi ile tanıtımı yapılan "İki Kule" rezidansı da yükselmektedir.

4. Mekân Tüketimi Açısından Eskişehir’in Ayırt Edici Özellikleri

Eskişehir kent merkezinde orta sınıfın tüketim pratikleri belirleyicidir. Dahası orta sınıfın yaşam tarzı kentteki tüketim mabetleri göz önüne alındığında hegemoniktir. Eskişehir tarihsel olarak modern bir kenttir. Yakın coğrafyasındaki Kütahya, Afyon ve Bilecik gibi kentlerden toplumsal yapısı açısından belirgin farklılıklara sahiptir. Eskişehir’de mekân siyasal ve toplumsal olarak yeniden tasarlanmaktadır. Eskişehir son onbeş yıl içerisinde yerel yönetimlerin çalışmaları aracılığıyla üretim odaklı bir kent olmaktan hizmet üreten, bunu daha çok temalı parklarla, kent merkezinin nezhleştirilmesi projeleriyle, yeme-içme mekânlarındaki alternatiflerin hızlı artışıyla, eğlence endüstrisinin ivme kazanmasıyla tüketim odaklı bir kente dönüşmüştür.

Eskişehir bir tüketim merkezi olmak için kent merkezinde “nezhleştirme”, “kültürel yenilenme” içerisine girerek, tüketim çekim merkezleri olarak da kent merkezinde alışveriş merkezleri inşası gerçekleştirilmiştir. Tüketim merkezi olma vasfı bir ölçüde ölçsüzleşmiştir. Zira Eskişehir Türkiye’de kişi başına alışveriş merkezi metrekaresi en fazla düşen kentler arasında yerini almıştır. Eskişehir tüketim potansiyeli açısından “*gösteri ve tüketim*” mekânı haline gelmiştir. Bu süreçte yerel dinamikler de dışsal dinamikler de etkili olmuştur. Eskişehir tarihsel olarak geçiş noktası özelliği sergilemektedir. Böylelikle İstanbul, Ankara ve İzmir üçgeninde arada kalmışlığını, üniversite kenti statüsüyle pekiştirmiş, daha sonrasında da hizmet üretimine odaklanmış, *beslence*⁹ ve *eğlencenin* kentin yaşantısında merkezi bir konuma sahip olduğu bir kent haline dönüşmüştür.

Eskişehir tüm bu özelliklerini yerel turizm hareketliliğinin ivme kazandırılmasıyla sürdürülebilir hale getirmiştir. İl Kültür Turizm Müdürlüğü verilerine göre, 2012 yıl sonu itibarıyla 200.000 üzerinde yerli turist Eskişehir’e gelmiştir. 2013 Türk Dünyası Kültür Başkenti olması nedeniyle bu sayının çok daha fazla olduğu tahmin edilmektedir. Yerli turist akışının sayısal olarak artmasındaki en önemli nedenlerden biri yüksek hızlı tren hattının Ankara’dan

9 Beslence kavramı *foodatainment* kavramının Türkçeleştirilmiş biçimidir. Beslence Finkelstein (1999) tarafından İngilizce yemek (*food*) ve eğlence (*entertainment*) sözcüklerinden türetilmiş bir kavramsallaştırmadır. Beslence kavramı ile yemek olgusunun sıradanlığını yitirisi ifade edilmektedir. Finkelstein’a göre (1999: 131) yemek artık belli toplumsal statüdeki insanlar için, sembolik ve kültürel değerlerini yansıtan, moda uygunluk ile ilişkilendirilen bir eğlenceye dönüşmüştür. Bu bağlamda yeme-içme mekânlarını tüketenlerin de kitle eğlencesine benzer bir biçimde davrandıkları gözlemlenmektedir.

başlamış olmasıdır. 2014 yılı ikinci yarısında İstanbul hattının da tamamlanmış olmasıyla Eskişehir'in yerli turizm merkezi olma özelliğini perçinleyeceği öngörülmektedir. Ayrıca son yıllarda kongre turizmi için de elverişli bir kent haline gelmiştir. Eskişehir'de Anemon Oteli kentin ilk beş yıldızlı oteli olmakla birlikte, yakın zamanda Anemon, Rixos, Divan, Merlot ve İbis gibi otel zincirlerinin Eskişehir'de faaliyete geçmiş olması kongre turizmi için de elverişli hale gelmesine neden olacağı öngörülebilmektedir.

Sonuç

Bu makalede Eskişehir'in son 15 yılda geçirdiği değişim/dönüşüm, özellikle kentin genel olarak tüketime odaklanan yapısı ele alınmıştır. Böylesi bir değişim/dönüşüm ve yapı ekseninde, Eskişehir'deki tüketim mekânlarının sayısındaki hızlı artışla birlikte, kentin topyekûn tüketilen bir mekâna dönüşümü irdelenmiştir. Türkiye'de son 20 yıldaki kentleşme dinamikleri ekseninde, Eskişehir yerel yönetimlerin inisiyatifi ve rolü ile "kent girişimciliği"nin en belirgin örneklerinden birini teşkil etmektedir.

Kentteki değişimler/dönüşümler değerlendirildiğinde, piyasada değişim değeri olan, herhangi bir "meta" gibi tüketilen bir kentin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Eskişehir'deki nezihleştirme süreçleri Türkiye'de diğer kentlerde yaşanagelen nezihleştirme süreçlerinden farklı işlemektedir. Tüketim odaklı, tüketim mekânlarının oluşumuna olanak sağlayan bir değişime neden olduğu gözlenmektedir. Odunpazarı Evleri projesi ile tarihi dokunun değişim değerine dönüştürüldüğü bir tüketim mekânı oluşturulmuştur. Eskişehir'de açılan müzelerin pek çoğu da bu anlamda estetikleştirme projesinin bir uzantısı olarak düşünülmelidir. Balmumu Müzesi, Cam Sanatları Müzesi ve Kent Belleği Müzesi, Eskişehir tarihinin ancak bir bölümünü, değişim değerine dönüşebilecek bir bölümünü yansıtmaktadır. Eskişehir, "kent girişimciliği" ekseninde estetik kaygılarla tüketilebilen, markalaştırılabilen bir kent olgusunun kent tasarımına evrilmiş bir biçimini yansıtmaktadır. Castells'in kentleri "yeniden üretim mekânı" olarak tasavvur ettiği durum, Eskişehir özeli için çoğunlukla tek yönlü bir yeniden üretim şeklinde gerçekleşmektedir. Yeniden üretim olarak kodlanan şey çok büyük oranda tüketim alanlarının döngüsel olarak yeniden üretildiği bir sürece hizmet etmektedir. Eskişehir'de kent adeta bir "tasarım ürünü" olarak tüketim amaçlı bir sunuma hizmet eder görünmektedir. Tıpkı bir moda tasarımı, endüstriyel tasarım ürünü gibi kentin temalı parklarla, estetikleştirme, nezihleştirme projeleri ile yeniden ve yeniden tasarlandığı bir mekâna dönüşmektedir. Bu anlamda nezihleştirme projeleri tüketim odaklı bir kentin ortaya çıkışına hizmet etmektedir. Özellikle yeme-içme mekânları, alışveriş merkezleri gibi tüketim odaklı mekânların sayısındaki hızlı artış Eskişehir'in *beslencenin* ve *eğlencenin* kentin gündelik yaşamında

egemen olduğu bir kente dönüşmesinde etkili olmaktadır. Bu süreçlerin hepsi kentin farklı kompozisyona sahip toplumsal sınıfları için karşılaşma ve ayrımlaşma alanlarını da çerçevlendirmektedir. Bu anlamda sınıflar arası ayrımlaşma ve bütünleşme imkânlarının sınırları değişmektedir. Sonuç itibarıyla Eskişehir özelinde tüketim mekânları, bu mekânları gerçek anlamda tüketen orta ve orta-üst sınıflar ile tüketemeyen alt sınıflar için bir kesişme, kırılma ve ayrışma alanı haline gelmiştir.

Kaynakça

- Aksoylu, Sevin (2013), “Kentın Pazarlama ve Markalaşmasına Yönelik Eylemlerin Turizme Etkilerinin Eskişehir Örneğinde İncelenmesi”, *İdealkent*, (8): 150-169.
- Arun, Özgür (2013), “Rafine Beğeniler ya da Sıradan Hazlar? Türkiye’de Beğeninın, Ortamın ve Tüketime İlişkin Bir Model”, *Kültür ve İletişim*, 16 (2): 45-72.
- Arslan, Zerrin (2012), “Geçmişten Bugüne Eleştirel Bir Orta Sınıf Değerlendirmesi”, *Toplum ve Demokrasi*, 13-14: 55-92.
- Ataç, Ela (2013), “‘Büyük Dönüşüm’ Öncesi Türkiye Kentlerini Okumak, Anlamak: Sosyo-ekonomik Statüye Bağlı Mekânsal Ayrışma Üzerinden Bir Değerlendirme”, *Toplum ve Bilim*, 126: 35-63.
- Bell, David (2007), “Taste and Space: Eating Out in the City Today”, Lashley, Conrad, Paul Lynch ve Allison Morrison (Der.), *Hospitality: A Social Lens* (Amsterdam: Elsevier): 43-57.
- Benjamin, Walter (2002), *Pasajlar* (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları) (Çev. Ahmet Cemal).
- Brenner, Neil ve Roger Keil (2013), “Küresel Kentlerden Kentselliğin Küreselleşmesine”, <http://www.birikimdergisi.com/guncel/kuresel-kentlerden-kentselligin-kuresellesmesine> (09.07.2015).
- Castells, Manuel (1977), *The Urban Question: A Marxist Approach* (Londra: Edward Arnold Press).
- Castells, Manuel (1997), *Kent, Sınıf, İktidar* (Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları) (Çev. Asuman Erendil).
- Edgell, Stephen (1998), *Sınıf* (Ankara: Dost Kitabevi Yayınları) (Çev. Didem Özyiğit).
- Ergur, Ali (2012), “Hermetik Yaşam Döngüsünün Kuruluşu: Sanayi-Sonrası Yaşam Biçimleri, Tüketim Örüntüleri ve Kentle Steril Temas Yordamları”, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, Özel Sayı 2 (Aynalı Labirent Küreselleşen Kentte Tüketim): 11-67.
- Ersoy, Melih (2001), “Sanayisizleşme Süreci ve Kentler”, *Praksis*, (2): 32-52.
- Featherstone, Mike (2005), *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü* (İstanbul: Ayrıntı Yayınları) (Çev. Mehmet Küçük).
- Finkelstein, Joanne (1999), “Foodtainment (On Cooking)”, *Performance Research*, 4 (1): 130-136.
- Geniş, Şerife (2011), “Küreselleşme, Kent ve Kültür”, *İdealkent*, (3): 48-61.

- Güzey, Özlem (2012), "Türkiye'de Kentsel Dönüşüm Uygulamaları: Neo-liberal Kent Politikaları, Yeni Kentsel Aktörler ve Gecekondu Alanları", *İdealkent*, (7): 64-83.
- Harvey, David (2003), *Postmodernliğin Durumu*, (İstanbul: Metis Yayınları) (Çev. Sungur Savran).
- Harvey, David (2012), "İşletmecilikten Girişimciliğe: Geç Kapitalizmde Kent Yönetiminin Dönüşümü", *Sermaye Mekânları: Eleştirel Bir Coğrafyaya Doğru* (İstanbul: Sel Yayıncılık) (Çev. Başak Kıcırd vd.).
- İslam, Tolga (2006a), "Birinci Bölüme Giriş", Behar, David ve Tolga İslam (Der.), *İstanbul'da "Soylulaştırma": Eski Kentin Yeni Sahipleri* (İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları).
- İslam, Tolga (2006b), "Merkezin Dışında: İstanbul'da Soylulaştırma", Behar, David ve Tolga İslam (Der.), *İstanbul'da "Soylulaştırma": Eski Kentin Yeni Sahipleri* (İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları).
- Karademir Hazır, İrmak (2013), "Boundaries of Middle-Class Identities in Turkey", *Sociological Review*, 62 (1): 1-23.
- Karademir Hazır, İrmak (2014), "Bourdieu Sonrası Yeni Eşitsizlik Gündemleri: Kültürel Sınıf Analizi, Beğeni ve Kimlik", *Cogito*, (76): 230-261.
- Keyder, Çağlar (2013), "Yeni Orta Sınıf", <http://bilimakademisi.org/wp-content/uploads/2013/09/Yeni-Orta-S%C4%B1n%C4%B1f.pdf>
- Keyman, E. Fuat ve Berrin Koyuncu Lorasdağı (2010), *Kentler: Anadolu'nun Dönüşümü, Türkiye'nin Geleceği* (İstanbul: Doğan Kitap).
- Kurtuluş, Hatice (2006), "Kentsel Dönüşüme Modern Kent Mitinin Çöküşü Çerçevesinden Bakmak", *Planlama*, (2): 7-11.
- Lefebvre, Henri (2013), *Kentsel Devrim* (İstanbul: Sel Yayıncılık) (Çev. Selim Sezer).
- Lefebvre, Henri (2014), *Mekânın Üretimi* (İstanbul: Sel Yayıncılık) (Çev. Işık Ergüden).
- Mills, C. Wright (1995 [1951]), "The New Middle Class I.", Vidich, Arthur J. (Ed.), *The New Middle Classes: Life-Styles, Status Claims and Political Orientations* (London: Macmillan).
- Ritzer, George (2011), *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek: Tüketim Araçlarının Devrimcileştirilmesi* (İstanbul: Ayrıntı Yayınları) (Çev. Şen Süer Kaya).
- Smith, Neil (2006), "Yeni Küresellik, Yeni Şehircilik: Küresel Kentsel Strateji Olarak Soylulaştırma", (Çev. İknur Urkun-Bowe ve İbrahim Gündoğdu), *Planlama*, (2): 13-27.
- Smith, Neil ve Peter Williams (2010), "Alternatives to Orthodoxy: Invitation to a Debate", Lees, Lorette, Tom Slater ve Elvin Wylly (Ed.), *The Gentrification Reader* (Oxon: Routledge).
- Somersan, Semra, Süheyla Kırcı Schroeder ve Sevgi Uçan Çubukçu (2011), "Sulukule'nin Mütereddit Direnişçileri Mutenalaştırmaya Karşı", *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (1): 13-37.
- Sönmez, Funda ve Şerife Geniş (2013), "Türkiye Soylulaştırma Yazınının Eleştirel Bir Değerlendirmesi", *VII. Ulusal Sosyoloji Kongresi Bildiri Kitabı I*, Tuna, Muammer (Ed.) (Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi).
- Şen, Besime (2011), "Kentsel Mekânda Üçlü İttifak: Sanayisizleşme, Soylulaştırma, Yeni Orta Sınıf", *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (44): 1-21.
- Şengül, Tarık (2001), "Tüketim Toplumu, Tüketim Kültürü ve Tüketim Merkezleri", *Ege Mimarlık Dergisi*: 40-41.
- Şimşek, Ali (2005), *Yeni Orta Sınıf* (İstanbul: L&M Yayınları).

- Theodore, Nick, Jamie Peck ve Neil Brenner (2012), “Neoliberal Kentçilik: Kentler ve Piyasaların Egemenliği”, *İdealkent*, (7): 21-37.
- Thorns, David C. (2004), *Kentlerin Dönüşümü: Kent Teorisi ve Kentsel Yaşam* (İstanbul: CSA Global Yayın) (Çev. Esra Nal ve Hasan Nal).
- Ulu, Ali ve Ilknur Karakoç (2004), “Kentsel Değişimin Kent Kimliğine Etkisi”, *Planlama*, (3): 59-66.
- Urry, John (1999), *Mekânları Tüketmek* (İstanbul: Ayrıntı Yayınları) (Çev. Rahmi G. Ögdül).
- Uzun, Nil C. (2006), “Kentsel Dönüşüme Yeni Bir Kavram: Seçkinleştirme”, Eraydın, Ayda (Der.), *Değişen Mekân Mekânsal Süreçlere İlişkin Tartışma ve Araştırmalara Toplu Bir Bakış: 1923-2003* (Ankara: Dost Kitabevi Yayınları).
- Ünüvar, Kerem (2010), “Siyasetin Üzerindeki Hayalet: Orta Sınıflar”, *Birikim*, (260): 14-24.
- Üstün, Berna ve Osman Tural (2008), “Tüketim Alışkanlıklarındaki Değişimler ve Bu Değişimlerin Alışveriş Mekânlarına Etkisinin Eskişehir Örneğinde İrdelenmesi”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (2): 259-282.
- Yavuz, Nuran (2006), Gentrification Kavramını Türkçeleştirmekte Neden Zorlanıyoruz?”, Behar, David ve Tolga İslam (Der.), *İstanbul’da “Soylulaştırma”: Eski Kentin Yeni Sahipleri* (İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları).
- Yırtıcı, Hakkı (2009), *Çağdaş Kapitalizmin Mekânsal Örgütlenmesi* (İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları).