

# MEKÂN ÜRETİM ENDÜSTRİSİNİN GÜVENLİĞİ PAZARLAYAN RANT STRATEJİLERİ

Aydın Aktay

## Öz

Bu çalışma, mekân üretimi ve onların pazarlanması sürecinde etkin olan kapitalist mekân üreticilerinin, mekânı bir meta olarak pazarlara sokarlar-ken kullandıkları dili ve stratejileri incelemeyi amaçlamaktadır. Bu noktada, kentsel mekân üreticilerinin, mekânlarını pazarlarken kullandıkları reklam stratejilerinin ne olduğu, şehir merkezlerinde yaşanan istikrarsızlıkları ve sorunları, şehir dışındaki güvenli siteleri pazarlamak için nasıl etkili bir fırsata ya da araca dönüştürdükleri gösterilmeye çalışılmaktadır. Bu süreçler sonunda, şehir merkezlerinin, eski çöküntü alanlarından kent yoksullarının çıkarılması ve yenilenen eski çöküntü alanlarına yapılan kentsel yenilenme sonunda kent seçkinlerinin dâhil edildiği gentrification (seçkinleştirme-soy-lulaştırma) süreçleri de gösterilmektedir. Bu çalışma, birbirleriyle ilişkili pek çok değişkeni ele alırken odak noktası olarak mekân rantiyecilerinin dil ve stratejilerine yoğunlaşmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kentsel Mekân ve Üretimi, Kent Yoksulluğu, Seçkinleştirme, Mekân Pazarlama Stratejileri, Kentsel Değişim

---

Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, aydinaktay@sakarya.edu.tr

DOI: 10.17550/akademikincelemeler.415016

Geliş T. / Received Date: 19.03.2018

Kabul T. / Accepted Date: 13.04.2018

## **Security-Marketing Strategies by the Industry of Urban Space Production**

### **Abstract**

The purpose of this study is to examine the languages and strategies that capitalist space makers active in the process of space production and marketing are using as a commodity as a commodity. At this point, urban space producers are trying to show what advertising strategies they use when marketing their premises, the instabilities and problems that lie in the city centers, and how they transform effective interiors or markets to market safety sites outside the city. At the end of these processes, there are also gentrification processes in which the city centers include urban elites after the urban poor have been removed from the old depression areas and urban renewal has been made to the renewed old depression areas. This study focuses on the language and strategies of the space rentals as a focal point when dealing with many variables related to each other.

**Keywords:** Urban Spaces and Production, Urban Poverty, Urbanization, Urban Change Strategies

## Giriş

“Kentsel Mekanın Paylaşılması Sorunu: Beyoğlu/ Tophane Örneği” başlıklı doktora Çalışmamızda Kentsel yenilenme süreçlerinin ortaya çıkardığı sorunları ele alırken, başlı başına müstakil olarak ele alınmayı hakeden bir sorunlar yumağı olan gentrification, yani seçkinleştirme sorununu da bir bölümde ele almıştık (Aktay, 2013, ss. 60-62).

Bu sorunlar yumağının ilişkili olduğu bir başka sorunlu alan da, kentsel mekan üretimi ve onu pazarlayan rant çevrelerinin kullandıkları pazarlama ve reklam stratejileriydi. Tüm bunlar, kentsel değişim kavramı ana başlıklığının aslında alt başlıklarını oluşturmaktadır. Biz, bu çalışmamızda, kent sosyolojisi literatürüne bir katkı anlamında sadece, kentsel mekânın üretiminin ve pazarlanmasının süreçlerini ve aktörlerini kullandıkları zemin, dil ve stratejiler üzerinden inceleyeceğiz.

Kentsel çöküntü bölgeleri olarak isimlendirilen şehir merkezlerinde yenilenme gerektiren mekânlar, bir süre kent yoksulları, yoksunları ya da madunları olarak isimlendirilen kesimlerin yerleşim mekânları haline gelmektedir. Bu durum, kent merkezlerinin içindeki bu çöküntü bölgelerini bir süre için bir suç yuvası ve “güvenliksiz mekânlar” haline getirmektedir.

Kent seçkinleri olarak bilinen varlıklılar için bu durum oldukça sıkıntılıdır. Bu kesimler, daha güvenli bölgelere doğru yerleşme eğilimi sergilerler. Bu durum, kentsel mekan üreticileri ve bunun rantından güç devşirenler açısından oldukça önemli bir kazanç, rant fırsatıdır. Bu çalışma, bu rant fırsatının, kentsel mekan üreticileri lehine nasıl işlediğinin bir örneğini sunmayı amaçlamaktadır.

Bu çalışmada, yöntem olarak, konuya ilişkin tarihsel, kavramsal arka planı yansıtacak bir literatür taraması ve bu tarama neticesinde elde edilen veriler değerlendirilmek suretiyle sonuca gitmek şeklinde bir yol izlenmektedir.

## **Yükselen Kent Karşıtı Söylemler Karşısında Mekân Üretim Endüstrisinin Güvenliği Pazarlayan Rant Stratejileri**

Kent Sosyolojisi literatüründe kent ile ilgili yoğunlaşan çalışmaların miladı olarak Chicago Okulu'nun çalışmaları gösterilmektedir. Bu okul etrafında çalışan sosyal bilimciler olan; Park, McKenzie, Burgess,

Wirth gibi isimlerin, kent üzerine odaklandıkları problemler ve konular, ardılları olan kent çalışmacılarına da ilham kaynağı oluşturmuştur. Bu isimlerin, Chicago Kentinin hızla nasıl bir metropole dönüştüğünü ve bu değişim-dönüşümün nasıl bir sorunlar yumağını beslediğini görerek ortaya koydukları çalışmalar, geliştirdikleri kavramlar ve kuramlarla yaptıkları analizler, bugün Türkiye’de, son 20 yıldır metropollerde görülen hızlı değişim ve dönüşümü açıklamada sosyal bilimcilere yol gösterici birçok imkân sunmaktadır (Uğurlu-Pınarcıoğlu-Kanbak ve Şiriner, 2010, ss. 82-83).

Bu açıdan değerlendirildiğinde, özellikle kentsel mekân üretimi ve pazarlamasının hız kazandığı, kentsel değişim süreçlerini en yoğun bir biçimde yaşayan şehirlerimizde durumun ne tür sorunları işaret ettiği ilgi ve merak konusu uyandırmaktadır. Bu çalışma da bu ilgiyi ve merakı besleyecek bazı sorular sormayı ve cevaplar vermeyi Chicago Okulu’nun belli sorunlara odaklanma tarzı gibi bir yöntemle hedeflemektedir.

Bu hedef doğrultusunda bu çalışma, kentsel mekân üreticilerinin mekân üretimlerinin ve bu mekânları pazarlamalarının, hangi dil ve stratejilerle yapıldığı sorununa odaklı bir inceleme örneğidir.

Kentsel dönüşümde, son yıllarda kentin merkezlerinin uzağında, kent hayatından ayrışma ve kopma tarzında ortaya çıkan güçlü bir eğilim görülmektedir. Site tarzı toplu konut adacıkları şeklinde üretilen yapılar bu eğilime sahip kitlelerce yoğun talep görmektedir.

Bu üretim tarzını ortaya çıkaran ve pazarlayan rant merkezlerinde söz konusu talebin arka planını çok iyi belirlemiş, bunu bu şekilde değerlendiren ve stratejiler oluşturan rant çevreleri vardır. Bu çevrelerin stratejilerinin başında kent ve kent yaşamı hakkında güvensizlik iklimi oluşturmaya dönük güçlü bir çaba da vardır. Artık ideolojileşerek bir eylemlilik sürecine dönüşen bu çabanın özellikle bu yönlerini Oktay, çok açık bir biçimde vurgulamaktadır (Oktay, 2002, s. 51).

Yine Oktay’a göre, kent hayatının kozmopolitliği ve oluşturduğu kaotik ortama yapılan vurgularla beslenen bu çaba, giderek kenti suç, şiddet ve güvensizliğin merkezi olarak göstermekte, bunun gösteriminde de görsel ve yazılı medyanın tüm işlevsel araçlarından faydalanılmaktadır (Oktay, 2002, s. 52).

Kentteki suç, güvenlik sorunu ve şiddet, ahlaksızlığa dair haberler günlerce gündemde kaldığı ya da bırakıldığı için kentli nüfus açısından bu durum, gelecek için, insani ve ahlaki bir yaşam olanakları konusunda ciddi bir kaygı potansiyeli doğurmaktadır. Gazetelerin üçüncü sayfa haberlerindeki yoğun görünürlükleriyle kent yaşamından aktarılan olumsuz içerikli haberlerin yoğunluğu ve vurgusu artırıldıkça kente dair olumsuz düşünceler pekişmektedir.

Bunlardan etkilenen büyük oranı oluşturan kentli kalabalıklar için artık kent, içinde huzurla yaşanabilecek imkânlardan mahrum bir mekândır ve ivedilikle terkedilmesi, uzaklaşılması gereken bir yerdir. Kentin kalabalıklığı, gürültüsü, trafiği, hava kirliliği ve bunların ürettiği diğer sorunlar nedeniyle kentsel mekân, artık sağlıklı yaşam imkânı olmayan bir yerdir. Bu yer veya zemin bu şekilde imlendiğinde artık, daha huzurlu, olanakları açısından ideal eğitim imkânlarına, modern sağlık olanaklarına sahip, güvenli ve kaotik olmayan mekân arayışlarına hazır hale getirilmiş kentli kalabalıklara sadece sunulacak öneriler, alternatifler yeterli olmaktadır (Alver, 2007, s. 120).

Böylece, söz konusu kentli kalabalıklar, bu şekilde işleyen stratejilerle, üretilecek ve arz edilecek yeni kentsel mekânların hazır alıcısı olmak üzere kent merkezlerinden bu yeni kentsel mekânlara doğru yola çıkmaktadırlar.

Tüm bu olumsuz değişkenlerin etkisi ile artık kent merkezlerinden kaçmak, uzaklaşmak, ayrılmak talebi artıkça, sıra bu talebe uygun arz edilecek mekânların üretimine gelmektedir. İşte tam da bu noktada artık had safhaya ulaşmış taleplere karşılık verebilecek mekân üretimlerinin ve pazarlamalarının önü açılmaktadır (Işık-Pınarcıoğlu, 2001, s. 146).

Bu amaca uygun üretilen toplu konut adacıkları ya da kent mekanından ayrılmış güvenli siteler tarzı mekanlar; mekan üreticileri ve rant avcılarının elinde artık kentte cehennem hayatı yaşadığına inanan kitlelerin önüne bir cennet, adeta yeniden doğuş, arındırılmış bir hayat fırsatı gibi sunulmaktadır. Söz konusu mekân üreticilerinin bu mekânları pazarlarken kullandıkları reklam stratejilerinde yoğun olarak; huzur, cennet, güven, güvenlik gibi vurguları sıklıkla yapmaları bundandır (Alver, 2007, s. 121).

Bu yolla müşteriler cehennemden kurtarılıp adeta cennete davet edilmektedir. Ancak, mekân üretiminin hedefine ulaşmasında kent karşıtı iklimin güçlenmesinin ve bu karşıtıya paralel olarak alternatif yaşam alanlarının arz edilmesi çok önemlidir.

Bu yüzden kentsel ayrışma tarzı mekân üretiminin hedeflenen müşteri potansiyelini sürekli artan bir taleple değerlendirmesi, kente ve kent merkezlerine dair algının olumsuzluğunun sürekli canlı tutulması ile mümkün olmaktadır. Bu da ciddi bir kente karşı kışkırtma stratejisi gerektirmektedir. Kent karşıtı söylemlerin tirmandırılmasında söz konusu çevrelerin kullandıkları bir başka strateji ise kent merkezlerindeki farklı kimliklerle yaşama mecburiyetinin, handikabının gündeme getirilmesi ile ilgilidir. Bu şekilde kent yaşamı bir gerilimler, sorunlar, karşıtlıklar mekanı olmaktadır (Ayata, Sencer-Ayşe, 2000, s. 169).

Kent karşıtı söylemleri tirmandıran çevrelerde değişik rant amaçları için kent sakinlerine komşusunu seçme ve belirleme hakkının olduğu ayrıca istemediği insanlarla aynı kentsel mekanda yaşama mecburiyeti olmadığı vurgulanarak belirtilmektedir.

Kaotik ortamın korkuttuğu bireyler artık huzuru aradıkları ve kendilerine benzer aidiyetlere, kimliklere, inanç ve düşüncelere sahip olduklarını düşündükleri insanlarla toplu yaşam adacıklarında yaşamak gibi bir ideale kışkırtılmaktadır (Perouse-Danış, 2005, s. 100).

Tabi ki bunu salt kışkırtmayla ya da stratejilerle açıklamak çok indi bir yaklaşım olacaktır ama genel olarak bunda etkili olan saikin bu olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Kentsel mekân organizasyonu ya da planlamasında kentsel mekânda hareketliliği ve çeperlerin oluşumunu anlatan Perouse, kentsel bellek denilen kentin tarihi dokusuna veya hafızasına bu süreçlerin yarattığı tahribatları da aktarır. Bunlar, kentsel değişim ya da planlama organizasyonları sürecinde yaşanan güvenlik dışındaki diğer sorunlara işaret eden önemli tespitlerdir (Perouse, 2011).

Kentsel Değişim organizasyonunun karar alıcıları ve uygulayıcılarının kent belleği, kültürü, dokusu ya da güvenli mekânı yaratan süreçler konusunda derinlikli bir bilinçten yoksun olmaları birçok sorun üretmektedir. Kentsel Belleğe yönelik tahribata işaret eden Perouse gibi

Jacobs da, bu bilinçsizliğin yol açtığı ihmallerden ya da tahribatlardan olan bir başka soruna daha ilginç bir örnekle işaret eder (Jacobs, 2011, s. 211).

Kentsel mekânın yenilenmesi ve dönüştürülmesi projelerinde dikkat edilmeyen pek çok husus arasında mahallelerin, köşe başlarının, sokağa açılan pencerelerin ve evlerin, aslında son zamanlarda kentsel ayrışma mekânlarında bile olanca güvenlik önlemine ve teknolojik teçhizat düzeneğine rağmen sağlanamayan güvenlik sorunlarını hallettiklerinin bilinmemesidir.

Jacobs'a göre sokağa açılan bir pencere bir mobese işlevi görmekte, esnafın bir cadde ya da sokak üzerindeki güven veren etkisinin yerini hiçbir teknolojik cihazın alamayacağını eklemektedir. Buna göre büyük bloklar halinde tasarlanan binaların, oturdukları konumlarının, insansızlaştırılmış köşe başlarında ve geniş park alanlarında ne kadar ışıklandırma yapılırsa yapılsın güvenlik sorunlarının artarak devam edeceğini gösteren açıklamalarıyla Jacobs; “insanın gözüyle ve teniyle temas etmeyen kentsel yenilenme mekânlarının dramatik sonunun bu olacağı bir gerçektir” (Jacobs, 2011, s. 211).

İnsansızlaştırma sürecini de doğuran kentsel dönüşüm ve yenilenme projeleri insanları yapay ilişkiler ağına mahkûm etmekle bırakmıyor çoğu zaman güvenli olduğu gerekçesiyle tercih edilen bu yeni kentsel mekânların ya da yenileştirilmiş kentsel alanların zamanla nasıl birer suç bölgesi haline geldiklerini de kitabında ABD'nin büyük şehirlerindeki bu tarz kentsel yapılanmaları anlattığı bölümde göstermektedir (Jacobs, 2011, s. 209).

Perouse, Jakobs ve Alver'in işaret ettiği gibi, kentsel değişim uygulamaları içinde, kentsel mekân üretiminin ve organizasyonunun yol açtığı/açacağı sorunları bir kalemde sıralamak mümkün olmamaktadır. Bu durum, kentsel mekânda güvenli ortamlar üretirken ve bunları üretmeyi vadederken bile aslında ne tür güvenliklerden mahrum kalabileceğimizin de bir göstergesidir.

Bunun bir başka örneği de, kentsel mekânlarda çevre düzenlemesi amaçlı yenilenme faaliyetlerinde de görülebilir. Kentsel yenilenme mekânlarında yapılan düzenlemelerle ve özellikle tarihi sit alanlarında

gerçekleştirilen yenilenme çalışmaları söz konusu kentsel mekânları görsel açıdan seyredilebilir, içinde dolaşılabilir hale getirmektedir.

Bunun turistik ilgiyi ve sektörünü canlandırdığı açıktır. Ancak bu durumun semtin aktüel yaşam bölgesi olduğunu unutturması ve bölge sakinleri üzerinde turistik bakış açısının o mekânı sahipsiz bir müze algısıyla karşılanmasını beraberinde getiriyor. Turistik bakış, mekân üzerinde tek tasarruf yetkisinin kendisinde olduğunu dayatır bu algı, semt sakinlerinin de mekânı sahiplenme motivasyonunu oldukça düşürmektedir (Alver, 2007).

Kentsel mekân yenilemesi sonrasında ortaya çıkan bu manzara, mekânın sanki insandan soyut, ilişkilerden bigane olduğunu hissettiriyor. Bu yönüyle kentsel yenilenme bu mekânlarda adeta “insansızlaştırma” sürecini de beraberinde getiriyor. Kentsel Yenilenme çalışmalarının yoğun olarak yapıldığı Sultanahmet etrafındaki tarihi sit alanlarında görülen durum bundan farklı değildir. Alver, insansızlaştırma süreçlerinin güvenli siteleri örneği üzerinden nasıl işlediğini “Kentsel Ayrışma ve Yeni Biçimleri”, adlı bir başka makalesinde çok iyi yansıtmaktadır. (Alver, 2009).

Sadece turistik talebe açık ve salt gezme, görme, eğlenme ilişkileri ile çerçevesi örülmüş bu mekânın gündelik yaşam döngüsü geceleri oteller, eğlence yerleri, parklar dışında bu yerleri ziyaret eden ziyaretçiler ve onlara yönelik hizmet sektörü dışında bir talep görmemektedir. Hayat sanki geceleri buralardan çekiliyor gibi bir izlenim bırakmaktadır.

Tophane içlerinde bu durum bu ölçüde henüz ortaya çıkmasa da Şişhane, Kuledibi, Amerikan Pazarı, Salı Pazarı, Asmalı Mescit gibi Tophaneyi çevreleyen muhitlerde bu sürecin çoktandır başladığını ve yaşandığını artık görebilmekteyiz. Cihangir’de soylulaştırmaya dönüşen kentsel yenilenme sürecinin; özellikle Şişhane, Tophane ve Tarla başı gibi muhitlerde “İnsansızlaştırma” süreci doğurduğu bir vakıdır artık.

İstanbul’daki Kentsel Yenileme projelerini ve onlara karşı gösterilen reaksiyonları örnek vererek bir anlamlandırma denemesi yaptığımızda Kentsel Mekân üreticilerinin mekân üretimini ve pazarlamasını hedefleyen mekânları metalaştırıcı süreçlerine karşı tepkilerin aynı dozda olmadığı görülmektedir. Bu yüzden, bu farklı dozlardaki tepkisel durumları izah ederken bunları, “Direncsiz Semtler”, “Bariyer Mekânlar”



veya “Kimlikli Mekânlar” gibi bazı kavramlar eşliğinde anlamaya çalışmak faydalı olacaktır. ...

### **Kentsel Mekân Üreticilerinin Önündeki Direnç ya da Bariyer: Kimlikli Mekânlar**

Kentsel yenilenme (sağaltım) süreci yaşayan bir semtin, mutenalaştırmaya (seçkinleştirme) ve Kentsel Mekân Üreticilerinin Rant Metasına dönüşmesine karşı direnç gösterebilmesi ancak o semtin bir kimlik sahibi olmasıyla mümkündür. Bu açıdan, İstanbul’da bu süreci yaşayan her semtin bu özelliği taşımadığı dirençsiz mekânlar örneğinde rahatlıkla görülebilir.

Mesela, Dirençsiz mekânlar (semtler) örneği olarak Sulukule’de, Tarlabaşında semtin içinden ve semt sakinlerinden kaynaklanan bir direncin görülmemesi ve direnç olsa bile bunun örgütlenememesinin en önemli nedeni semtin kimliksiz olmasındandır.

Bu yüzden, İstanbul’un kimliksiz mekânlarında kentsel yenilenme süreçleri neredeyse hiçbir dirençle karşılaşmadan mutenalaştırma (seçkinleştirme) ile sonuçlanmıştır. Tarlabası, Fener-Balat, Cihangir gibi semtlerde durum, bu şekilde sonuçlanmıştır.

Taksim Gezi Parkı üzerinde gerçekleştirilmeye çalışılan kentsel yenilenme projelerinin akamete uğramasının, söz gelimi oraya camii yapılamamasının, Parka dokunulamamasının, AKM’ne yönelik bir tasarrufun güçlü bir dirençle karşılaşmasının nedeni de Taksim Semtinin kimlikli bir mekân veya semt karakteri taşımasındandır.

Aynı durum, yıllardır Kentsel Yenilenme sürecini yaşayan ve bu konuda oldukça gürültü kopan bir semt olan Tophane için de geçerlidir. Tophane’de kentsel yenilenme karşısında gösterilen direnç, Taksim’de gösterilen dirençten farklı bazı kodlara sahip olmakla birlikte bu direncin motivasyon kaynağı her iki semtte de ortaktır. Bu semtlerde ortak olarak farklı kimlik aidiyetleri olmasına rağmen aynı kavga verilmektedir. Kimlik direnişi sergilenmektedir. Kimliği koruma kavgası da denebilir bu kavgaya...

Tüm bu sorunlar, ihmaller ve kavgaların aslında temel başlangıç noktası, kentsel planlamanın ve mekan üretiminin, şehirleri yapılandırırken amaçladığı salt rant odaklı bakış açısıdır.

Oysa şehirleri yapılandırırken onların asli işlevlerini hatırlamadan sadece mekân üretim endüstrisinin insafına terk ettiğimizde; kentsel mekân üretiminin aktörleri olan karar alıcılar ve uygulamacılarla bu iş yürüdüğünde karşımıza Botton'un içli endişeleri ile yüklü sözleri çıkar:

İçinde yaşadığımız binaların, mekânların bizi bir kalıba sokmasını, ruh halimizi biçimlendirmesini arzuluyor, bize kendimizi daha iyi tanıma fırsatı vermelerini bekliyoruz. Ruhlarımızın neye ihtiyaç duyduğunu bize hatırlatacak nesnelere bulsun istiyoruz çevremizden. Çünkü ruhlarımız gerçekte gereksinimlerini unutmaya meyillidir. Kaybolan gerçek benliğimizi duvar kâğıtlarından, caddelerden, sokaklardan, mahallelerden bulmayı ümit ediyoruz çoğu zaman. Ve bu yerler ne kadar gerçek benliğimizi temsil ederlerse o kadar yuvamız olmaktadırlar (Botton,2007, s. 119).

Bu sözlerden hareketle, doğal olarak aslında bir mekandan beklentimizin insan olarak ne olduğu açıkça ortaya çıkmasına rağmen, kentsel mekan üretiminin salt güvenlik ya da konfor kaygısıyla ürettiği ve rant amacıyla pazarladığı mekanların beklentilerimizi ne düzeyde karşıladığı ortadadır.

### **Sonuç**

Kentsel Mekânın üretimi ve pazarlanması süreçlerine etkisi olan en önemli sosyal psikolojik unsur, kent merkezlerinde yaşayan kentli bireylerin korkularından ihtiyaçlar üretmektir. Her şeyi metalaştıran, Özel meta üretim sistemi olan kapitalizmin en iyi başardığı durum da budur. İhtiyaç üretmek ve bu ihtiyaçlar için korkular kaygılar üretmek...

Nitekim kentsel mekân üreticileri, önce kent merkezi hakkında çok ciddi bir korku iklimi üreterek kent merkezlerinden uzaklaşmayı cazibeli hale getirmektedirler. Öte yandan kentin dışında da insanlar için üretilen güvenlik ihtiyacını karşılayacak kentsel mekânlar üreterek bu bireylere pazarlamak. Eş güdümlü olarak işleyen bu süreçlerin her ikisinden de çifte taraflı olarak rant kazanan mekan üreticileri bunu başarırken iletişim teknolojileri ve tekniklerini ustalıkla kullanmanın türlü yollarını da bilmektedirler.

Bu konuda medya ve iletişim ağları, sosyal paylaşım portalları çok kullanışlı enstrümanlar olarak rol oynarken, psikoloji, sosyoloji gibi bilim dallarının da kullanışlı yönleri bu konuda etkin bir biçimde pazarlama, reklam stratejilerinin temel ayaklarını oluşturmaktadır.

Türkiye’de kentsel mekân üretimi ve pazarlamasında söz konusu süreçler de oldukça etkin bir biçimde kullanılmaktadır. Bu yazıda gösterilmeye çalışılan ana tema budur. Bu tema bu çalışmada gösterilirken kent yoksullarının bu süreçte nasıl bir mağduriyet yaşadıkları da akla gelmektedir. İstanbul’da Sulukule, Tarlabası gibi bir kentsel çöküntü bölgeleri olarak tarif edilen kentsel mekânlarda kent yoksulları olanların nasıl bir kentsel mekân pazarlama süreçleri ile yerlerinden edildiği de akla gelmektedir. Bu durumda, özellikle metropollerde, bu süreci yaşamaya teşne pek çok semt vardır. İstanbul özelinde Küçükpazar, Balat, Fener gibi semtler akla ilk gelenleridir...

Ancak yine de bu sürece ve rant stratejilerine karşı uyanık kalan ve semt kimliği ve semtine duyduğu aidiyet duygusu güçlü semtlerde ise dikkate değer bir direniş de yok değildir. Tophane’de, Üsküdar veya Fatih gibi İstanbul’un kadim semtlerinin, belli başlı mahallelerinde adeta bir bariyer örer gibi bu sürece karşı koyan insanlar ve süreçler de var ve bunlar kentsel mekân üreticilerine ve rantına karşı oldukça umut vericidir. Bu süreçlerin doğru gözlemlenerek daha sağlıklı bir kentsel planlama ve yapılaşma tarzında bir kentsel değişim politikası beklenebilir.

**Kaynakça**

- AKTAY, A. (2013). “Kentsel Mekânın Paylaşılması Sorunu: Tophane Örneği, Yayınlanmamış Doktora Tezi, SAÜ SBE, Sakarya.
- ALVER, K. (2007). “Siteril Hayatlar”. Hece Yayınları. İstanbul.
- ALVER, K. (2009). “Kentsel Ayrışma Ve Yeni Biçimleri”. Anlayış Dergisi, Nisan, sayı 71, İstanbul.
- AYATA, S. (2000). “Toplumsal Tabakalaşma, Mekânsal Ayrışma ve Kent Kültürü, Mübeccel Kıray İçin Yazılar İçinde”. Bağlam yayınları, İstanbul.
- BOTTON, A. de. (2007). “Mutluluğun Mimarisi”. (Çev: Banu Telliolu Altuğ), 2.Baskı, Sel Yayıncılık, İstanbul.
- IŞIK, O. ve PINARCIOĞLU M. M. (2001). “Nöbetleşe yoksulluk-Sultanbeyli Örneği”. İletişim, İstanbul.
- JACOBS, J. (2011). “Büyük Amerikan Şehirlerinin Ölümü ve Yaşamı”. (Çev.: Bülent Doğan, 1.Baskı, Metis Yayıncılık, İstanbul.
- OKTAY, A. (2002). “Metropol ve İmgelem”. Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul.
- PEROUSE, J. F. (2011). “İstanbul’la Yüzleşme Denemeleri- Çeperler, Hareketlilik ve Kentsel Bellek”. Editör: Berna Akkıyal, İletişim, İstanbul.
- PEROUSE, J. ve DANIŞ, D. (2005). “Zenginliğin Mekânda Yeni Yansımaları: İstanbul’da Güvenlikli Siteler”. Toplum ve Bilim Dergisi İçinde, Sayı:104, İstanbul.
- UĞURLU, Ö., ŞİRİN, N., PINARCIOĞLU A., ve ŞİRİNER, M. Ö. (2010). “Kent Sosyolojisi Çalışmaları”. Derleme, Örgün Yayınevi, İstanbul.