

**MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**İSTANBUL İÇİN ÜRETİLEN KENTSEL PROJELERİN İSTANBUL  
KENT İMAJINA ETKİLERİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ  
Öykü ÖZKAN**

**Anabilim Dalı: Şehir ve Bölge Planlama**

**Programı: Kentsel Tasarım**

**Tez Danışmanı: Prof. Dr. Gülşen ÖZAYDIN**

**HAZİRAN 2014**

**T.R.**  
**MİMAR SİNAN FINE ARTS UNIVERSITY**  
**FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**THE EFFECTS OF URBAN PROJECTS FOR İSTANBUL CITY İMAGES**

**Ms. Thesis by**

**Öykü ÖZKAN**

**Division of Urban And Regional Planning**  
**Programme of Urban Desing**

**Supervisor: Prof. Dr. Gülşen ÖZAYDIN**

**JUNE 2014**

Öykü ÖZKAN tarafından hazırlanan İSTABUL İÇİN ÜRETİLEN KENTSEL PROJELERİN İSTANBUL KENT İMAJINA ETKİLERİ adlı bu tezin yüksek tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.




Prof. Dr. Gülşen ÖZAYDIN

Tez Yöneticisi

Bu çalışma, jürimiz tarafından Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.


Başkan:

: Prof. Dr. Gülşen ÖZAYDIN 

Üye

: Yrd. Doç. Dr. A. Derin ÖNCEL 

Üye

: Doç. Dr. Ebru FIRATIN 

Üye

: \_\_\_\_\_

Üye

: \_\_\_\_\_

Bu tez, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü tez yazım kurallarına uygundur.

## ÖZET

Küreselleşme ile başlayan dönüşüm süreci planlama yaklaşımları ve kentlerle birlikte, imaj kavramı kentsel imaj kavramının algısının da değişmesine neden olmuştur. Kent imajı, kentin kimliği ile bağlantılı gelişen, kent yaşamının temel parçaları üzerinden okunan, hatırlanabilirlik ve algılanabilirlik temalı bir kavramdır. Kent kavramının küreselleşmeye bağlı değişmesi ile ortaya çıkan hız ve rekabet politikaları kentsel imaj kavramının kentler için üretilen bir etiket haline gelmesine neden olmuştur. Bu yeni kent imajının kent mekânına yansımaları ise kentsel projeler üzerinden gerçekleşmeye başlamıştır. İstanbul ise tarih boyunca coğrafyası, tarihi ve kültür özellikleri ile her zaman dünya genelinde özel kentlerden biri olmuştur. İstanbul'u özel yapan nitelikleri aynı zamanda İstanbul'un kimlik ve belleğinin de bir önemli bir parçasını oluşturmakta ve İstanbul Kent İmajı'nı simgelemektedir. Bu çalışma kapsamında İstanbul için üretilen imaj söylemleri ve bu söylemlere bağlı gündeme gelen projelerin İstanbul'un gerçek imaj öğeleri ve imajı üzerindeki etkileri analiz edilmeye çalışılmıştır.

## **SUMMARY**

Beginning with the process of globalization, conversion process has caused changes in both planning approaches, images and city images. The image of the city connected with the main parts of city like that city ID, city life, phenomenal and remembered. The effect of the globalization has been changed the city. The policies of speed and competition come out of the changes. As a result of this, the concept of city image has become at a sticker. Urban projects have been reflector the new concept of the city image on the city. İstanbul is the one imortant city on the worls with it's history, it's culture and it's geographic structure. At the same time this specials have connected with the city image. The work is produced for analized the effect of the urban projects on İstanbul's mean city images.

## ÖNSÖZ

Tüm hayatım boyunca her konuda beni destekleyen ve bugünlere gelmemi sağlayan aileme...

Çalışmalarım boyunca beni hiç yalnız bırakmayan, destekleri ile her daim yanımda olan sevgili Ali TUNA'ya ve dostlarıma...

Bu çalışmanın oluşmasında ve gelişmesinde beni çok güzel yönlendiren, her konuda yardımcı olan danışmanım Gülşen ÖZAYDIN'a, tüm eğitim yaşantım boyunca destekleri ve bilgileri ile her zaman yanımda olan Ebru FİRİDİN ÖZGÜR ve tüm hocalarıma...

En içten dileklerle teşekkür ederim...

Öykü ÖZKAN

Haziran 2014

ÖZET .....	iv
SUMMARY .....	v
ÖNSÖZ.....	vi
TABLO LİSTESİ.....	ix
ŞEKİL LİSTESİ .....	ix
RESİM LİSTESİ .....	ix
HARİTA LİSTESİ .....	xi
1.GİRİŞ.....	1
1.1 ÇALIŞMANIN KONUSU .....	1
1.2 ÇALIŞMANIN AMACI .....	2
1.3 ÇALIŞMANIN KAPSAMI .....	2
1.4 ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ.....	2
2. DEĞİŞEN KENT/ KENT PLANLAMA PARADİGMALARI VE İMAJ KAVRAMI .....	4
2.1 DEĞİŞEN KENT PARADİGMALARI.....	4
2.2 YENİ KENT PLANLAMA KAVRAMLARI.....	6
2.2.1 Stratejik Mekânsal Planlama .....	7
2.2.2 Kentsel Proje .....	11
2.2.3 Kentsel Program .....	15
2.2.4 Tasarım Rehberi .....	16
2.3 İMAJ KAVRAMI .....	17
2.4 KENTSEL İMAJ.....	18
2.4.1 Kentsel İmajın Bileşenleri.....	19
2.4.2 Kentsel İmaj Bileşenleri Arasındaki İlişki .....	23
2.5 KENTSEL İMAJ KAVRAMININ GELİŞİMİ VE GÜNÜMÜZDE KENTSEL İMAJ KAVRAMI .....	23
2.5.1 Günümüz Kentsel İmaj Öğeleri .....	25
2.5.2 Günümüz Kentsel İmaj Kavramını Ortaya Çıkartan Aktörler ve Araçlar ...	31
2.6 BÖLÜM SONUCU .....	33

3. İSTANBUL İÇİN ÜRETİLEN KENTSEL PROJELER VE İSTANBUL KENT İMAJININ DEĞİŞİMİ .....	34
3.1 İSTANBUL VE İSTANBUL İÇİN ÜRETİLEN KENTSEL PROJELERİN DEĞİŞEN YAPISI .....	34
3.2 İSTANBUL'UN KENTSEL İMAJ ÖĞELERİ VE İSTANBUL KENT İMAJI.....	45
3.2.1 İstanbul'un Kentsel İmaj Öğeleri.....	45
3.2.2 İstanbul İçin Üretilen İmajlar ve İstanbul Kent İmajı'nın Değişimi.....	50
3.2.3 İstanbul Kent İmajı'nı Ortaya Çıkartan Aktörler ve Araçlar.....	56
3.3 İSTANBUL İÇİN ÜRETİLEN KENTSEL PROJELERİN İSTANBUL KENT İMAJINA ETKİLERİ .....	59
3.3.1 İstanbul Kent İmajı ve Kentsel Proje İlişkisi .....	59
3.3.2 İstanbul İçin Üretilen Kentsel Projeler .....	60
3.3.3 İstanbul İçin Üretilen Kentsel Projelerin Kent İmajı'na Etkileri .....	79
3.4 BÖLÜM SONUCU .....	88
4.GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ .....	89
KAYNAKÇA .....	92
ÖZGEÇMİŞ .....	96



## TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Stratejik Mekânsal Plan ile Master Plan Arasındaki Farklar .....	10
Tablo 2 İstanbul'un Kentsel Gelişimi ve Kentsel Proje İlişkisi .....	42
Tablo 3: Kent İmajını Üreten Aktör ve Araçlar .....	58

## ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Kentsel İmaj Öğeleri: Yollar .....	19
Şekil 2:Kentsel İmaj Öğeleri: Sınırlar.....	20
Şekil 3: Kentsel İmaj Öğeleri: Bölgeler .....	21
Şekil 4:Kentsel İmaj Öğeleri: Odak Noktaları .....	22
Şekil 5: Kentsel İmaj Öğeleri: Nirengiler .....	22
Şekil 6: Tarihi Yarımada'nın Lynch Yöntemi ile Gerçek İmaj Öğeleri.....	85

## RESİM LİSTESİ

Resim 1: Simge Yapılar .....	26
Resim 2: Commerzbank Genel Merkez Binası.....	26
Resim 3: Simge Yapılar ve Projeler .....	27
Resim 4: Mega Aktiviteler .....	28
Resim 5: Kamusal Alan Örnekleri .....	29
Resim 6: Kent Markaları .....	30
Resim 7: Tarlabası Bölgesi Tarihsel Gelişimi .....	35
Resim 8: Gecekondü Bölgeleri.....	36
Resim 9: Barbaros Bulvarı'nın Açılışı .....	37
Resim 10: Kapalı Siteler .....	39
Resim 11: İstanbul'un İlk Kuleleri .....	40
Resim 12: İstanbul'un Yol Öğeleri.....	46
Resim 13: İstanbul'un Sınır Öğeleri.....	47
Resim 14: İstanbul'un Bölgeleri.....	48
Resim 15: İstanbul'un Nirengi Öğeleri .....	49
Resim 16: İstanbul'un Odak Noktaları .....	50
Resim 17: Modern Kent İstanbul.....	51
Resim 18: Oryantalist Kent İstanbul.....	53
Resim 20: Merkez Kent İstanbul: Akaretler Örneği.....	55
Resim 21: 3. Köprü Güzergahı ve Köprü Çalışmaları.....	61
Resim 22: Kanal İstanbul Projesi Konum ve Gelişim Şeması.....	62

Resim 23: Kanal İstanbul Projesi Modelleme Çalışmaları .....	62
Resim 24: 1. Etap Tarlabası Yenileme Projesi Modelleme Çalışmaları .....	65
Resim 25:1. Etap Tarlabası Yenileme Projesi Modelleme Çalışmaları: Yeni Sokak Dokuları .....	66
Resim 26: Süleymaniye Bölgesi Kent Dokusu ve Kentsel Yıpranma .....	67
Resim 27: Mevcut Sokak Yapısı ve Proje Kapsamında Önerilen Sokak Yapısı .....	68
Resim 28: Süleymaniye Yenileme Projesi Modelleme Çalışmaları .....	69
Resim 29: Süleymaniye Bölgesinin Sosyo-Ekonomik Yapısı: Bekar Evleri.....	69
Resim 30: Proje Kapsamındaki Antrepo Alanları ve Yeni İşlevleri .....	70
Resim 31: Galataport Projesi Modelleme Çalışmaları .....	71
Resim 32: Yenikapı Meydan Projesi Modelleme Çalışmaları .....	72
Resim 33: Cumhuriyet Dönemi'nde Taksim Meydanı .....	74
Resim 34: Taksim Meydanı Yayalaştırma Projesi Modelleme Çalışmaları .....	74
Resim 35: Taksim Meydanı Yayalaştırma Projesi'nden Arda Kalanlar .....	75
Resim 36: 2001 Yılında Düzenlenen Yarışma Kapsamında Üretilen Projeler.....	76
Resim 37: Manhattan ve Venedik Kent Modelleri ile Geliştirilen Projelerin Modelleme Çalışmaları .....	77
Resim 38: Haydarpaşa Olimpiyat Stadı Modelleme Çalışması.....	77
Resim 39: Zorlu Center, Haliç Metro Köprüsü ve 16:9 Kuleleri'nin Kent İçerisindeki Algılanma Alanları.....	78
Resim 40: İstanbul'un Enleri: En Büyük Adalet Sarayı, En Büyük Kongre Merkezi ve En Yüksek Binası.....	79
Resim 41: İstanbul İmajı: Tarihi Yarımada .....	80
Resim 42: İstanbul İmajı: Siluet.....	80
Resim 43: İstanbul İmajı: İstanbul'un Süprizleri .....	81
Resim 44: İstanbul İmajı: İstanbul'un Karşılama Noktaları .....	82
Resim 45: Haliç Metro Köprüsü'nün Kent İmajına Etkileri: Siluet.....	83
Resim 46: Gökdelenlerin Kent İmajına Etkileri: Siluet .....	84
Resim 47: Zeytinburnu 16:9 ve Zorlu Center'ın Kent İmajına Etkileri: Siluet.....	84
Resim 48: Yeditepe İstanbul ve İstanbul'un Yeni Tepeleri.....	86
Resim 49: Basında Dönüşüm ve Yıkımlara Karşı Çıkan Olaylar .....	87

## HARİTA LİSTESİ

Harita 1: Tarlabası'nın Konumu ve Proje Alanı.....	63
Harita 2: 1986-88 Tarlabası Yıkımları .....	64
Harita 3: Süleymaniye'nin Konumu ve Proje Alanı .....	66
Harita 4: Galaport Konumu ve Proje Alanı .....	70
Harita 5 : Yenikapı Konumu ve Proje Alanı .....	72
Harita 6: Taksim Meydanı Konumu ve Proje Alanı .....	73
Harita 7: Haydarpaşa Konumu ve Proje Alanı.....	75
Harita 8: Tarihi Yarımada'nın Değişen Makroformu: Değişen Algı.....	85

## 1.GİRİŞ

İmaj kavramı bir nesnenin üzerimizde bıraktığı etki üzerinden gelişen sübjektif bir kavramdır. Buna bağlı olarak kent imajı da kentlilerin ve kente gelenlerin kentten kendine sakladıkları üzerinden gelişme göstermektedir. Kent imajı kavramının temellerini oluşturan Lynch, imajın kentin okunabilirliği ve algılanabilirliği üzerinden geliştiğini belirtmiş ve kentin hatırlanabilirliğini sağlayan öğelerin yollar, sınırlar, bölgeler, odaklar ve nirengiler yani kent yaşamının temelleri olan öğeler olduğunu belirtmiştir.

Küreselleşme kavramı ile sınırların ortadan kalkması kent ve kent ile bağlantılı tüm kavramların değişmesine neden olmuştur. Kentler, küresel ranttan pay alabilmek için ciddi bir yarış içerisine girmiş ve bu yarış kentlerin gelişim stratejilerini belirleyen kent planlama paradigmalarının değişmesine neden olmuştur. Geleneksel planlama yöntemleri, mevcut gelişmelerin hızı karşısında yetersiz kalmış ve gelişim potansiyellerini daha iyi değerlendirmeye yönelik stratejik mekânsal planlama ve ona bağlı olarak gelişen kentsel proje, kentsel program ve tasarım rehberi gibi yeni kavramlar gündeme gelmiştir.

Kent planlama ve kent yaşamındaki hıza ve rekabete dayalı bu gelişmeler okunabilirlik ve algılanabilirlik üzerinden gelişen kentsel imaj kavramının da değişmesine neden olmuştur. İmaj kavramı yeni sistem içerisinde kentler için üretilen bir etiket haline gelmiş ve bu etiketler kentlerin gelişimlerini, değişimlerini tetiklemeye başlamıştır. Rekabet piyasası içerisinde ortaya çıkan bu gelişmeler ne yazık ki kentler için birçok yanlış uygulamanın da tetikçisi olmuş ve kent imajı kavramının içinin boşaltılmasına, bozulmasına neden olacak uygulamaların da tetikçisi olmuştur.

### 1.1 ÇALIŞMANIN KONUSU

Çalışma kapsamında ele alınacak konuda “kentsel projeler ve imaj” kavramları üzerinden hareket edilmiştir. Küreselleşme kavramı ile ön plana çıkan kentsel projeler ele alınmış aynı zamanda küreselleşme ile imaj kavramında meydana gelen değişimler açıklanmaya çalışılmıştır.

İstanbul coğrafi yapısı, tarihi ve kültürel özellikleri ile her zaman önde gelen kentlerden biri olmuştur. Yine bu özellikleri ile İstanbul kimlik, bellek ve imaj öğelerine de sahiptir. Bu çalışma kapsamında küreselleşme ile ön plana çıkan

kentsel projelerin ve değişen imaj kavramının İstanbul'un gerçek imajı ve geleceği üzerine etkileri konusunda öngörülerde bulunulmuştur.

## **1.2 ÇALIŞMANIN AMACI**

“Kentsel projelerin kent imajı üzerine etkileri” ana başlığı çerçevesinde; küreselleşme kavramı ile kentsel projelerin ön plana çıkması ve imaj kavramında yaşanan değişimler İstanbul üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda araştırma sırasında çalışmayı şekillendiren bir takım sorulara cevap bulunmaya çalışılmıştır. Bu sorular;

- Küreselleşme ile kent planlama paradigmaları ve kent ile kentli kavramı nasıl değişim göstermiştir?
- İmaj ve kent imajı nedir ve nelere bağlı olarak gelişme göstermektedir?
- Küreselleşme ile başlayan değişimlerden proje ve imaj kavramı nasıl etkilenmiştir?
- Kentsel proje ve imaj kavramı ilişkisi nasıl gelişmektedir?
- İmaj kavramında meydana gelen değişimler ve buna bağlı olarak üretilen projelerin İstanbul kent mekânına yansımaları ve etkileri nasıl olmuştur?

## **1.3 ÇALIŞMANIN KAPSAMI**

Temel konu olarak seçilen “imaj” kavramı, çalışmanın temel tartışma konusunu oluşturmaktadır. Çalışma, temel olarak üretilen projelerin, algılanabilirlik ve okunabilirlik öğeleri ile bağlantılı gelişen kimlik ve bellek ile bağlantılı olan imaj ile çelişkisi üzerinden gelişmekte olup, bu çelişki İstanbul kent mekânı üzerinden aktarılmaya çalışılmıştır.

Çalışma kapsamında ilk olarak değişen kent planlama paradigmaları ve bu paradigmalara bağlı olarak gelişen yeni yöntemler ele alınmıştır. Daha sonra değişen paradigmalardan kente olan etkilerinin daha iyi analiz edilebilmesi için imaj kavramı; kimlik ve bellek ile olan ilişkisi ve değişen yapı detaylı olarak ele alınmıştır. Çalışmanın ikinci kısmında ise imaj kavramında ve kentsel projelerde meydana gelen değişmelerin İstanbul kent mekânına yansımaları analiz edilmeye çalışılmış ve bu analizler yine imaj kavramı üzerinden okunmaya çalışılmıştır.

## **1.4 ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ**

Çalışma kapsamında genel olarak literatür tarama, yorum ve gözlem yöntemi kullanılmıştır. Literatür tarama yöntemi ile değişen kent planlama paradigmaları ve imaj kavramı açıklanmaya çalışılmıştır. Yorum ve gözlem yöntemi ile ise kentsel

paradigma ve imaj kavramında meydana gelen değişmelerin İstanbul kent mekânı üzerindeki etkileri analiz edilmeye çalışılmıştır.

Bu kapsamda ilk olarak küreselleşme ile başlayan değişim sürecinin kent ve kent yaşamına olan etkileri elen alınmış, bu etkilerin planlama paradigmasında meydana getirdiği değişimler analiz edilmeye çalışılmıştır. İkincil olarak kent ve kentin kimliği ile doğrudan bağlantılı olarak gelişen imaj kavramının küreselleşme ve planlama paradigmasında yaşanan değişimlerin ortaya çıkardığı kentsel proje gibi yeni kavramlar ile nasıl değiştirdiği analiz edilmeye çalışılmıştır. Son olarak bu değişimler İstanbul kent imajı üzerinden yorumlanmaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamında İstanbul imajı ele alınırken öncelikle İstanbul'un dünya ölçeğinde sahip olduğu imajın nasıl ve hangi öğeler üzerinden geliştiği tartışılmış, daha sonra değişen imaj anlayışı ile üretilen projelerin İstanbul için nasıl bir imaj yarattığı analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışma kapsamında ele alınan projeler belirlenirken öncelikle konumlandıkları bölge ve bölgenin özellikleri, daha sonra bölge için önerdikleri yeni işlevler dikkate alınmıştır.

## **2. DEĞİŞEN KENT/ KENT PLANLAMA PARADİGMALARI VE İMAJ KAVRAMI**

Dünya ekonomisinde 1970'lerde yaşanan temel değişimlerin gündeme getirdiği küreselleşme kavramı kentlerin daha hızlı bir şekilde gelişmesini tetiklemiş ve kentlerdeki gelişimlere bağlı olarak kent planlama paradigmlarında da değişimler yaşanmaya başlamıştır. Bu bölüm kapsamında ilk olarak küreselleşme ile kent mekânında ve kent planlama alanında gündeme gelen tartışmalar ve yeni yönelimler incelenmiştir. Kentlerin değişmeye başlaması ile kentten beklentiler de değişime uğramış ve bölüm kapsamında ikinci olarak kentte ve kentli yaşamında meydana gelen değişimlerin imaj kavramı üzerindeki etkileri analiz edilmeye çalışılmıştır.

### **2.1 DEĞİŞEN KENT PARADİGMALARI**

Kent planlama paradigmları üzerinde yaşanan temel değişimler 1970'lerde Dünya Ekonomisinde yaşanan büyük kriz ve bu kriz sonucu ortaya çıkan yeni eğilimlere dayanmaktadır. Doğan(1999)'a göre bu eğilimlerin başlıcaları; piyasanın ekonomide en etkin düzenleyici rolü üstlenmesi, refah devletinin ve ulusal kalkınmacı devletin önemini yitirmesi, üretim ve işgücü piyasasının esnekleştirilmesi, yeni sağ siyaset ve kültürel alanlarda post-modern yaklaşımların önem kazanmasıdır.

Dünya piyasası üzerinde yaşanan bu değişimler neo-liberal politikaların etkinlik kazanmasına dolayısıyla sermayenin dolaşım alanı ve hızını arttırarak dünya çapında bir bütünleşme eğilimine girilmesine neden olmuştur. Küreselleşme olarak adlandırılan bu bütünleşme süreci toplumların ekonomik, toplumsal, siyasal ve kültürel yaşamını etkilerken bir yandan da toplumsal, siyasal ve kültürel yaklaşımlarda yaşanan değişimler kent mekânının ve kent kavramının da değişmesine neden olmuştur.

Günümüz kentlerinin biçimlenmesinde önemli bir etken olan dünya kenti ve küresel kent kavramları da küreselleşmenin etkisi olarak ortaya çıkmıştır. Friedman (1986); küreselleşme kavramını "serbest ticaret anlaşmalarının birleşimi, sınırları silen ve dünyayı kazançlı ancak vahşice bir rekabete dayanan tek bir pazarda birleştiren finans piyasalarının entegrasyonu" olarak tanımlamıştır. Küreselleşme ile yeni teknolojik gelişmeler büyük önem kazanmış ve iletişim ağları ön plana çıkmıştır. Küresel finansman hareketleri ekonomilerin en önemli unsuru haline gelmiş ve dünya üzerinde 24 saat etkinlik kazanmıştır.

Küreselleşme akımı sadece ekonomi üzerinde etkinlik göstermemiştir. Bu akım ile ulus ve devlet sınırları önemini yitirmesi ile siyasi ve idari açıdan değişimler de

meydana gelmiştir. Ulus-devlet sınırlarının önemini yitirmesi ile kentler kendi ulusal *territorieleri*<sup>1</sup> dışında küresel ölçekte de kendilerini görebilme imkanı bulmuş ve sermaye üzerinde küresel bir yarış başlamıştır.

Küreselleşme ile başlayan bu yarış “performansı yüksek, çekici ve dengeli kent yaratmayı” ana hedef haline getirmiştir. Bu hedef küresel kent ve dünya kenti kavramlarının ortaya çıkmasına neden olurken aynı zamanda sermayeyi kente çekebilme ve daha da önemlisi kalıcı olmasını sağlayabilmek için yerel değerlerin önemini altını çizmiş ve yerelleşme kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Sassen (1991), ise Friedman’ın oluşturduğu dünya kenti kavramını biraz daha genişletmiştir. Sassen, bu kentleri sadece kontrol ve yönetim merkezi olarak değil, aynı zamanda ticaret ve hizmet ve hizmet sektörü ile finansal yeniliklerin üretiminin de gerçekleştirildiği kentler olarak tanımlamıştır.

Klasik kent mekânları; küresel kent ve dünya kentlerinin hizmet sektöründeki büyüme, yabancı yatırım ve küresel sermayeye eklenme odaklı ekonomik yapısı, sosyal kutuplaşma olarak tanımlanabilecek sosyal yapısına ayak uyduramamış, fiziksel, sosyal ve kültürel açıdan değişmeye ve dönüşmeye başlamıştır. Modern gökdelenler, kapalı siteler, yeniden canlandırılmış eski limanlar, modern ulaşım sistemleri ve ileri teknolojik yapılar kent formunda hızla yer almaya başlamıştır. Bu dönüşümlerle birlikte kent formu hızla yükselirken bir yandan da hem sosyal hem de fiziksel açıdan bir çöküş yaşanmaya başlanmıştır. Kentlerin bir bölümü modern gökdelenler ve lüks siteler ile hızla yükselirken bir bölümünde ise gecekondular ve çöktü alanları yükselmeye başlamıştır.

Dünya kenti ve küresel kent kavramları ile birlikte gelişen ve kentlerin, kent mekânının değişimini etkileyen ve küresel ölçekte yer edinebilme yarışının diğer bir sonucu ise yerelleşme kavramı olmuştur. Yerelleşme kavramı uluslararası sermaye hareketlerindeki artış, teknik ve sosyal örgütlenmedeki dönüşümler ile bilgi ve enformasyon alanında yeniliklerin yaratılmasının küresel anlamda rekabet edebilirliğinin temel gücü haline gelmesi noktasında ortaya çıkmıştır. Küresel ölçekte yeniliklerin yaratıldığı ortamlar incelenmiş ve yerelin üstün bir gücü ortaya çıkmış, yerelleşme büyük önem kazanmıştır. (Kaya, G. 2011)

---

<sup>1</sup> “territoire” kavramı Fransızca kökenli bir kelimedir. “etki alanı, sınır, bölge” anlamı taşımaktadır.



Küresel üretim ağlarına katılan çeşitli birimler yerel değerleri ve yerel potansiyelleri yeniden düzenleyerek bunların uluslararası piyasalarda dolaşmalarını sağlamıştır. (Özaslan, M. 2004) Bu noktadan hareketle Yerelleşme kavramının tez kapsamı içerisinde ele aldığımız günümüz imaj kavramının ve aynı zamanda kimlik kavramının da çıkış noktasını oluşturduğu söylenebilmektedir.

Özetle küreselleşme ve yerelleşme kavramları ile klasik kenti şekillendiren üretim biçimleri ve sosyal ilişkiler bütünü yeni bir üretim biçimi ve yaşam tarzına dönüşmüş, gündelik hayat tarzında değişikliklere neden olmuş ve bu değişimler de mekânın ve mekândan beklenenlerin değişmesine neden olmuştur.

Kentte büyümenin itici gücü olan üretim faaliyetleri azalarak yerini daha çok bilgi ve boş zaman merkezli yeni etkinlikler topluluğu, eğlence ve turizme bırakmıştır. (Aksel, B. 2008) Klasik kentteki üretimin yerini tüketim ve hizmetin alması, üretim-tüketim faaliyetlerinin değişmesi mekân üretimi ve mekândan beklentileri de değiştirmiştir. Kentler bileşenleri üzerinden değerlendirilirken bu bileşenlerin fiziksel, sosyal, ekonomik ve kültürel yansımaları da tartışmalara dahil edilmiş, barınma, çalışma , üretim ve ulaşım gibi zonlardan oluşan kentlere küresel iletişim ağları ve basın/yayın araçları ile yeni anlamlar ve kavramlar yüklenmeye başlanmıştır.

Sonuç olarak kentlerde yaşanan hızlı dönüşümler; rekabet ve tüketim mekânizması kentlere uzun erimli yön vermek yerine, piyasa güçlerinin eğilimlerini düzenlemeye çalışan daha demokratik ve müzakere temelli, daha esnek ve rekabet gücü sağlayan katılımcı, değişimlere kolay cevap veren yeni planlama yaklaşımlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

## **2.2 YENİ KENT PLANLAMA KAVRAMLARI**

1980'li yıllardan itibaren küreselleşmenin etkisiyle dünyadaki sosyo ekonomik düzen hızla değişmeye başlamıştır. Bu değişim kentsel yeni sorun ve olguların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Geleneksel planlama yöntemleri özellikle de büyük kentlerde ortaya çıkan sorunların ve olguların karşısında yetersiz kalmıştır.

Geleneksel planlama yaklaşımları, ulusal sınırlar içerisinde mekânsal ve sosyal sorunları çözme, geleceği doğru tahmin etme ve iyi bir çevre yaratma üzerine gelişmiştir. Bu yaklaşım içerisinde ise kente yaklaşım yukarıdan aşağıya doğru gelişen müdahale biçimi şeklinde gerçekleşmektedir.

Küreselleşme ile sınırların ortadan kalkması olarak nitelenen ulus üstü ya da ulus ötesi birliklerin ortaya çıkması ile tüm dünyaya yayılmış esnek üretim ve iletişim

alanlarındaki teknolojik gelişmeler de geleneksel planlama yöntemlerini zorlamaya başlamıştır.

Küreselleşme ile bir yandan sosyal ve mekânsal kutuplaşma yaşanırken diğer yandan da gelişen iletişim teknolojileri ile insan mekândan bağımsızlaşmış, yeni bir yaşam tarzı oluşmuş, yeni mekânsal ara yüzlere ihtiyaç duyulmuş ve planlama kavramı yeniden tartışılmaya başlanmıştır. (Firidin, E. 2004)

Kent planlama yaklaşımlarını etkileyen diğer önemli etkenler ise rekabet ve çevre politikaları olmuştur. Küreselleşme ile “rekabet edebilirlik” kavramı her alana yayılan bir politika halini almıştır. Bu kavramların kent mekânına yansması rekabetçi koşulların sağlanması şeklinde görülmüştür.

Kentin küresel ölçekte rekabet gücü sağlayabilmek için; ulaşım ve iletişim alt yapıları geliştirilmiş, ofis mekânları, eğitim, sağlık, kültür ve eğlence tesislerine büyük önem vermeye başlanmıştır. Diğer taraftan da yerelleşme kavramı ile önem kazanan yerel değerler ve yaşam kalitesi kavramı çevre politikalarını gündeme getirmiş, kentler küresel ekonomik düzene eklenebilmek için birbirleri ile rekabet ederken diğer yandan da aynı küresel düzenin karmaşası içerisinde kaybolmamak, özgün değerler yakalamak için çevresel ve kentsel değerlerin korunması ve yaşam kalitesinin geliştirilmesi, imaj ve kimlik oluşturulması gibi kavramlar önem kazanmış ve kent planlama kavramları içerisinde bir vizyon yaratma odaklı ve esnek bir yapıya sahip Stratejik Mekânsal Planlama (SMP), Kentsel Proje, Kentsel Program ve Tasarım Rehberi gibi yeni kavramlar gündeme gelmiştir.

### **2.2.1 Stratejik Mekânsal Planlama**

Geleneksel planlama yöntemleri, özellikle de büyük kentlerde ortaya çıkan sorunların ve olguların karşısında yetersiz kalmıştır. Kent sorunlarının yalnızca kamu yönetimlerinin söz sahibi olduğu geleneksel yöntemlerle değil, kente yön verme olarak tanımlanan planlama alanında kamu, özel sektör, sivil toplum örgütleri, üniversiteler, meslek örgütleri gibi birçok aktörün yer aldığı karar verme ve yönetim şekilleri doğrultusunda çözülebileceği savunulmuştur. (Katipoğlu, Y. 2009) Geleneksel planlama yöntemlerinin yetersizliği karşısında planlama kavramı üzerine başlayan tartışmalar sonucunda “daha esnek bir yaklaşım” olarak tanımlanan “stratejik mekânsal planlama” kavramı ortaya atılmıştır.

Gedikli (2007) stratejik mekânsal planlamanın ortaya çıkmasına neden olan yeni olguları rekabet ve çevre politikaları olmak üzere iki başlık altında toplamaktadır. Küreselleşme ile “rekabet edebilirlik” kavramı her alana yayılan bir politika halini

almıştır. Bu kavramın kent mekânına yansması rekabetçi koşulların sağlanması şeklinde görülmüştür. Kentlerin küresel ölçekte rekabet gücü sağlayabilmek için; ulaşım ve iletişim altyapıları geliştirilmiş, kentsel dönüşüm projelerine yapılan yatırımlar artırılmış, prestij projeleri gerçekleştirilmiş, ofis mekânları, eğitim, sağlık, kültür ve eğlence tesislerine büyük önem verilmeye başlanmıştır. Diğer taraftan da yerleşme kavramı ile önem kazanan yerel değerler ve yaşam kalitesi kavramı çevre politikalarını gündeme getirmiş, kentler küresel ekonomik düzene eklenilebilmek için birbirleriyle rekabet ederken diğer yandan da aynı küresel düzenin karmaşası içerisinde kaybolmamak, özgün bir değer yakalamak için çevresel ve kentsel değerlerin korunması ve yaşam kalitesinin geliştirilmesi konularında da önemli politikalar oluşturmuştur.

Albrechts ve diğerleri (2001) ,(Aktaran: Katipoğlu, Y. 2009) stratejik mekânsal planlamanın ortaya çıkmasına neden olan yeni olgulara “yeni örgütlenme biçimlerinin” oluşmasını da eklemiştir. Küreselleşme kavramı ile birlikte planlama politikalarının da ölçeği değişmiş, kent sınırları aşılmıştır. Kent üzerine oluşturulan politikalar artık bölgesel, ulusal ve uluslararası ölçekte değerlendirilmeye başlanmıştır. Bunun sonucunda, politika süreçlerinde yerelden uluslararası düzeye kadar birçok kurum ve örgüt rol almaya başlamış, yeni ağsal yapılanmalar ve ortaklıklar ortaya çıkmıştır.

Yapılan bu açıklamalar doğrultusunda Stratejik Mekânsal Planlama yaklaşımının ortaya çıkışı; küreselleşme ile kentlerin yarışmacı ortama dahil edilmesi, politika süreçlerinde yerelden uluslararası düzeye kadar pek çok kurumun ve örgütün rol almaya başlaması, yeni ağsal yapılanmaların artması ve yaygınlaşması, kamu/özel sektör/ sivil toplum gibi ortaklıklara dayalı ilişkilerin tanımlanması kentsel mekân ve planlama alanında yenilikleri gerekli kılması ve bu gerekliliğin rekabete dayalı yönlendirilmesi şeklinde özetlenmektedir. (Sökmen, P. 2003)

Küreselleşmeye dayalı rekabet, çevre politikaları ve yeni örgütlenme biçimleri ile ortaya çıkan Stratejik Mekânsal Planlama çeşitli nedenlerden dolayı kent planlama alanında hızlı bir ilerleme göstermiştir. Bu nedenlerden birincisi; küresel kapitalist süreçlerin yarattığı koşullar karşısında, kent yönetimlerinin kendi alanlarında sermaye birikimi yaratmaya başlamasıdır. Sermaye küresel ölçekte dolaşarak cazip yatırım ortamları aradığı için, kentler bu sermayeyi kendilerine çekmek için bir tür rekabet içerisine girmişlerdir. Bunun sonucunda, geleneksel kent yönetimi anlayışının yerini “kent girişimciliği” anlayışı almış ve bu yeni anlayış rutin belediye hizmetlerinin ötesine geçerek, yerel büyümeyi ve ekonomik kalkınmayı da hedef

haline getirmiştir. Yerel kalkınmanın sağlanması için kent aktörlerinin beraber gelişim stratejileri oluşturmaları önemli bir hale gelmiştir. Diğer bir neden ise; bütüncül bir planlamaya olan gereksinim olarak tanımlanmaktadır. Stratejik Mekânsal Planlama, kentsel gelişimi sadece fiziksel gelişim olarak ele almamaktadır. Fiziksel gelişimin yanı sıra, kentteki sosyal, kültürel, ekonomik ve örgütsel gelişime ilişkin yapıları da içermektedir. Bu durum yerel aktörler arasında işbirliği kültürünün oluşturulmasını gerekli kılmıştır. Son neden ise; Stratejik Mekânsal Planlamanın küresel ekonomik süreçlerin etkisiyle ortaya çıkan yeni mekânsal sorunlara çözüm getirebilmesi ve ekonomik rekabetçilik gibi yeni potansiyellere izin verebilmesidir. (Gedikli, B. 2007)

Stratejik Mekânsal Planlamayı ortaya çıkaran olgular ve bu planlama türünün hızla yayılmasına ve ilgi görmesine neden olan etmenlerin çok çeşitli olması, her ülkenin planlama anlayışının ve politik gelişiminin farkı olması Stratejik Mekânsal Planlama kavramı üzerinde de farklı tanımlamaların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Planlama literatüründe Stratejik Mekânsal Planlama üzerine yapılan tanımlamaların bazılarını şöyledir:

- Healey ve Williams (1993); stratejik planlama kavramının, planlama yaklaşımlarına daha esnek bir görünüm kazandırma ve katı bölgeleme kurallarını azaltma amacıyla uygulama kazandığını belirtmektedir. 1990'larda stratejik yaklaşımlara olan eğilim artmış ve Avrupa'da pek çok ülkede bu yeni yaklaşım uygulamaları, planlamada katılımcı, stratejik yaklaşımların uygulandığı örnekler hızla artmıştır. (Aktaran: Katipoğlu, Y. 2009)
- Mastop (1999); stratejik mekânsal planlamada sorun, amaç ve araçlardan oluşan içerik kadar çözüm yollarının çeşitlendirilmesinde yer alan paydaşlar arasındaki etkileşimin en önemli unsur olduğu vurgulamaktadır. (Aktaran: Kotan, A. 2008)
- Keleş (2002); stratejik planlamanın iç ve dış çevre analizlerine dayalı yaklaşımı ile planların daha gerçeğe uygun, hızlı dönüşümlere cevap verebilir hale gelmesinde mekânsal planlama sorunlarına da çözüm oluşturabileceğini belirtmektedir.
- Tekeli (2002); stratejik mekânsal planlama anlayışının, kentin işlevi, yaşam ve yönetim biçimine dair ipuçları taşıyan, uzun vadeli perspektife dayanan yönlendirmeleri kullanarak bir kent vizyonu oluşturmayı hedeflediğini belirtmektedir.

- Albrechts (2005); stratejik düşünme yaklaşımı ile stratejik mekânsal planlamanın daha pasif, pragmatik, belirli bir yerle sınırlı, zonlama yoluyla arazi kullanımını kontrol etmeyi amaçlayan geleneksel mekânsal planlamanın önüne geçtiğini savunmaktadır. (Aktaran: Katipoğlu, Y. 2009)

Yapılan tüm bu tanımlar doğrultusunda stratejik mekânsal planlama kavramının temel özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır;

- Daha fazla eylem odaklıdır, sonuç ve uygulamaya yöneliktir.
- Planlama sürecinde çok aktörlü katılımı öngörür.
- Yarışmacı bir yapıya sahiptir.
- Bir topluluğun dış çerçeve içinde anlaşılmasına daha fazla vurgu yapar. çevreye dair fırsat ve tehditleri belirlemeye çalışır.
- Bir topluluğun, güçlü ve zayıf yönlerinin fırsatlar ve tehditler bağlamında değerlendirilmesine vurgu yapar. (Katipoğlu, Y. 2009)

Castells ve Borja(1997) ise Stratejik mekânsal planlama ile master plan arasındaki farkları şu şekilde belirtmişlerdir:

Tablo 1: Stratejik Mekânsal Plan ile Master Plan Arasındaki Farklar

<b>Stratejik Mekânsal Planlama</b>	<b>Master Plan</b>
Bütünleyici bir yapıya sahiptir	Kentsel mekânı düzenler
Proje önceliklidir fakat projelerin yapılacağı mekânı belirlemek ile ilgilenmez	Arazi kullanımı ile kente dair genel sistemi ve büyük kamusal alanların yerlerini belirler
Uzlaşma ve katılım planlama sisteminin her aşamasında yer alır	Tasarım kamunun sorumluluğundadır. Katılım ise 'a poster'i' (sonuca ilişkin) katılımdır
Niceliksel analiz yöntemlerini kullanır	Mekânsal ve fiziksel alan çalışmalarını kullanır
Kısa vadede müdahale gerektiren eylemlerde aktörler arasında uzlaşma ve kararlılığa dayalı bir plandır	Düzenleyici bir plandır. Eylemin potansiyel geleceğini düzenler
Bir eylem planıdır	Eylem düzenlemek için yapılan bir plandır

Kaynak: Castells M., Borja, J (1997), *Local and Global Management Of Cities In The Information Age*, Eartscan Publications Ltd, London,p.p:38

Bu çerçevede değerlendirilen stratejik mekânsal planlama kavramının üç boyutu olduğu görülmektedir. Bunlardan ilki; bağlamsal boyut olarak adlandırılan müzakereci demokrasi eğilimlerinin belirlediği yeni karar alma süreçleri ve küresel düzenin yeni zaman- mekân anlayışıdır. İkincisi ise; örgütsel boyut olarak adlandırılan planlamanın yatay ilişkilerinin kurulduğu, etkileşimli, iletişimsel bir faaliyet olarak görülmeye başlanmasıdır. Son boyutu ise; yeni amaç ve standartlar boyutu olarak adlandırılan küreselleşme süreçlerinin etkisiyle yeni çok boyutlu amaçların belirlenmesidir. (Gedikli, B. 2007)

Sonuç olarak stratejik mekânsal planlama; gelişmeyi sadece fiziksel olarak değil aynı zamanda sosyal, ekonomik ve kültürel gelişme olarak ele alan, karar vericilerin kentin diğer aktörleri ile birlikte çalışmasını gerekli kılan, kısa dönemli uygulamalara olanak tanıyan, kamu kurumları, özel sektör ve yerel aktörlerin bir arada projelendirme ve uygulama süreçlerinde yer aldığı, eylem odaklı bir planlama sistemidir.

### **2.2.2 Kentsel Proje**

Dünya ekonomisindeki yapısal değişimler sonucu ortaya çıkan küreselleşme akımı, mekânsal gelişme dinamiklerini de etkilemiş, kentlerin dolaylı ya da dolaysız olarak içinde buldukları yarışmacı ortam mekân kalitesini önemli bir etiket haline getirmiştir.

Kentlerin mevcut kentsel sistem içindeki yerlerini koruması ve avantajlı duruma gelebilmesi ayrıca kentsel ekonomilerin canlandırılması, uluslararası sermayeyi ve kamu yatırımlarını çekmesi, kent turizminde ön plana çıkma isteği hem uluslararası alanda hem de ulusal sınırlar içerisinde kentler arası yarış gerekliliği kılmaştır. (Önemli, S. 2007) Bu yarışmacı sürecin, kent kimliğinin yaygınlaşmasında ve kentlerin ekonomik açıdan büyüyerek küresel ölçekte yer edinmesinde etkin rol oynaması, yeni düzenleme araçlarını da gerekli kılarken, kentsel projeler de bu süreçte belirlenen hedeflerin tamamlayıcısı olmuş, yarışmacılık gereklerine cevap veren bir araç olarak gelişmiştir. (Kotan, A. 2008)

Diğer bir ifadeyle, kentlerin hızlı büyüme sürecinden çok yapılanma anlayışındaki değişimler, kentsel projelerin öneminin artmasında rol oynamış ve kentsel projeler, rekabet ortamında sürdürülebilirlik, uyum ve yarışmacılık gereklerine yönelik belirlenen hedeflerin tamamlayıcısı olmuştur. (Firdin, E. 2004)

Kentsel projelerin küreselleşme akımı ile değişen ve gelişen rolü, rekabetin boyutlarına göre farklı tanımlar ve anlamlar da kazanmıştır.

Lash ve Urry (1987), proje kavramının alanın genişleyerek, ulaşım ve iletişim altyapısının güçlendirilmesinin yanı sıra yer seçimi kararlarını da kapsar hale geldiğini belirtmiştir. Böylelikle, kentlerin yarışmacı üstünlüklere sahip olabilmeleri için yaşam kalitesi geliştirilmiş, heyecan verici, güvenli, yenilik yaratıcı bir yer haline getirilebilmesi için o kenti diğerlerinden farklı ve özel yapan tarihsel miras, fiziksel çevre, kültürel ortam vb. mekânsal ve sosyal nitelikler büyük önem kazanmıştır. Kente ilişkin çeşitli gösteriler ve imgeler dinamizmini yansıtan simgeleri oluşturduğu için etkileyici prestij projeleri kentsel girişimciliğin önemli bir aracı haline gelmiştir.

Ancak bu tip kentsel projelerle kastedilen sadece kapladığı alan ya da ulaştığı toplumsal grupların niteliği ve niceliği değildir. Kentsel projeler; kentlerin geleceklere için belirlenen vizyonlarına hizmet edebilecek hedefleri barındıran, üst ölçek kararlara uyum sağlayan bir yapıya da sahiptir. Bu kapsamda kentsel projelerin öne çıkan bazı özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır (Yılmaz, C. ve Akça, H. 1993)

- Kentsel projeler bir ihtiyaçta doğar ve bu ihtiyacı karşılamaya yönelik tasarlanırlar.
- Kentsel projeler belirli bir zaman aralığında ve mekânda gerçekleşirler.
- Kentsel projelerde belirli kaynaklar tüketilir, mal veya hizmet üretilir.
- Kentsel projeler alternatif projelerin kullanabileceği kaynakları tüketir.
- Kentsel projelerin kısmen ya da tamamen yenilik içermeleri gerekir. Bu projeler değişimi simgeleyen ve değişimi uygulayan bir süreçtir.
- Projelerin gerçekleşmesinde her zaman bir risk vardır.

Bu özelliklere ek olarak kentsel projeler (Emrealp, S. 1993)

- Kapsamlı ve geniş kentsel dokuların parçasıdır, diğer kentsel hizmetler ve projelerle sıkı ilişki içerisinde.
- Kentin gelişme dinamiklerini önemli ölçüde etkiler.
- Kentsel rantların dağılımında ve paylaşımında değişiklikler yaratır.
- Uygulandığı alanların sınırları dışına taşan geniş çaplı bir yönetimler arası ilişkiler ağı gerektirir.
- Uygulandığı alanda ve çevresindeki yerel topluluğun yaşantısında değişiklikler yaratır.
- Geniş çaplı yatırım ve buna bağlı olarak mali kaynaklar ve insan gücü gerektirir.
- Göreceli olarak uzun bir tasarım, hazırlık ve uygulama sürecini ve etki bir yönetimi gerektirir.

Stratejik planlama yaklaşımı içerisinde kentsel projeler ve planlama süreci plan çerçevesinde tanımlanmaktadır. Küreselleşme ile birlikte üretim sektörü değişip, hizmet sektörünün ekonominin temel sektörü haline gelmesi kentlerin yapısını da değiştirmiştir. Kentler yeni yatırım alanlarının merkezi haline gelmiş, toplumsal, ekonomik ve fiziksel kazanımlara dayalı bu yatırımların sağlanmasında kentsel projeler etkin bir rol üstlenmeye başlamıştır. “Bu gelişme stratejik mekânsal planlama ile kentsel projelerin birbirini besleyen, etkileşimli bir yapıda olduklarını ortaya koymakta olup; stratejik mekânsal planlamanın kentsel projeleri yasallaştıran bir yapıda olduğunu, kentsel projelerin de stratejik planlamanın girişimci ve kaynak yaratıcı bir aracı olduğunu göstermektedir.” (Dikley ve Miller, 1984. Aktaran: Kotan, A. 2008) Aynı zamanda stratejik mekânsal planlama, kentsel projeler ile mekânsal ve ekonomik boyut arasında ilişkinin kurulması ve proje alanlarının kente eklemlenmesi açısından da büyük önem taşımaktadır. Kentsel projelerle bir yandan yarışmacı üstünlük ve kent vizyonuna uygun gelişmenin sağlanması hedeflenirken, diğer yandan da ekonomik yaşanabilirlik, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal uzlaşma yaratılmaya çalışılmaktadır. Stratejik mekânsal planlamanın katılımcı yapısı da bu boyutların kentsel projelere entegre olmasını kolaylaştırmaktadır. “Stratejik mekânsal planlama ile kentlerin sahip olduğu ekonomik, politik, mekânsal ve sosyal potansiyellerin en iyi şekilde analiz edilmesi, oluşturulacak kentsel projelerin eşitlikçi ve fırsat niteliği taşıyan bir yapı kazanması için önemli bir etkidir.” (Kotan, A. 2008)

Ancak kentlerin yarışmacı ortamda yer almasına yönelik altyapıların oluşturulması amacıyla ortaya çıkartılan bazı politikalar kentsel projelerin, eşitlikçi ve çözüm odaklı yapılarını değiştirerek, bu projelerin kentlerin belli çıkarılara hizmet eden yapılar olmasına neden olmuşlardır. Bu durum kentsel projelerin bulunduğu kentsel alan ve toplumsal yapı ile bütünleşen, katılımcı yapısını bozmuş, toplumsal fayda, sosyal adalet ve eşit yaşam olanaklarından uzak parçalı bir kent profili ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Kentsel projeleri yarışmacılığın ve kent planlamanın temel ögesi haline getiren yaklaşıma karşılık Harvey(1999); parçalı yapılarıyla sosyal adaletten yoksun ve kent bütünü ile ilişkisi kopuk olan kentsel projelerle gelişen kentleri “kolaj kent” olarak tanımlamıştır. Harvey bu tanımını, farklı faaliyetlerin fonksiyonel olarak bölgelere dağıtılmasına dayanan yaratıcı planların izlenmesi yerine, büyük ölçüde farklılaşmış mekân ve bileşimlerin bir kolajı olarak algılanan kentsel gelişmeye çoğulcu ve organik stratejilerle yaklaşmanın genel bir kural haline gelmesine dayandırmaktadır.



Bu durum küresel ekonomik düzene eklenilebilmek için birbirleriyle rekabet eden kentsel yönetimleri bütüncül bir planlama yaklaşımından kenti parça parça geliştiren yaklaşımlara doğru itmiştir. Kısa dönemde problemler alanların ekonomik potansiyel alanlarına dönüşmesini öngören bu projeler diğer kentsel projeler ile bütünleşmemiş ve kent vizyonundan ayrılmışlardır. Bu parça parça yaklaşım sosyal ve ekonomik açıdan kent mekânının tamamını potansiyel tehdit ve tehlikeye maruz bırakmıştır. (Firidin, E. ve Erden, D. 2003)

Castells ve Borja (1997) ise kentsel projelerin paçalı ve olumsuz etkilerinin stratejik bakış açısı içerisinde ele alındığında çözülebileceğini belirtmektedirler. Modern stratejik planlar, teşhisin temel elemanları ve çalışmaların ilk aşamasında ortaya çıkan genel hedefler, ana kamusal veya özel kentsel temalı büyük projeler arasında diyalektik bir neden-sonuç ilişkisi vardır. Plan- proje diyalektiği, bu ikili neden-sonuç ilişkisi aslında bir süreçtir. Plan ve proje etkileşimi içerisinde ortaya çıkan sonuçlardan üst ölçek ilişkilerde de yarar sağlayacaktır.

Bu kapsamda plan ve proje sürecinde kentsel projelerden;

- Projenin, kentsel bölge ile ilişkisinin sorgulanması beklenmektedir.
- Projenin, kent vizyonu ve perspektifi ile ilişkilendirilmesi gerekmektedir.
- Projenin, çevresel kalite ve sosyal eşitlik yaratma çabası içerisinde olması gerekmektedir.
- Projenin uzun vadeli plan ile ilişkisi sorgulanmalıdır.
- Projenin ekonomik gelişmeyi çözümlenmesi, sosyal katılım ve uzlaşma yaratması beklenmektedir.

Sonuç olarak; Stratejik mekânsal planlama yaklaşımı içerisinde önemi giderek artan, kentlerin gelişim yönünü değiştirebilen, prestij sağlamaya yönelik hedeflerle geliştirilen ve genellikle de kentsel dönüşüm adı altında tanımlanan kentsel projeler, kentleri ve çevrelerini olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir. Bu süreçte, kentlerin ekonomik ve fiziksel çöküntüye uğramış alanlarında iyileştirme programları hazırlanarak yaşam kalitesinin artırılması ve kent ekonomisinin güçlendirilmesini amaçlayan projelerin sayısı giderek artmıştır. Kentsel dönüşüm olarak nitelendirilen bu projeler; özellikle kent içerisinde kalan sanayi, liman, tersane gibi tesislerin kent dışına çıkarılmasıyla boşalan/boşaltılan alanlar, kullanılmayan depolama alanları, değerini yitiren konut alanları yanı sıra tarihi dokuların bulunduğu yerlerin değiştirilmesi, dönüştürülmesi ve yeniden canlandırılması arayışlarının bir sonucu ve bir çözüm yolu olarak ortaya atılmıştır.

Ekonomik dönüşüm sürecinde kentler küresel sistemle bütünleşme çabası kent içinde atıl hale gelen alanları ortaya çıkarmakta, yeni sektörler ise mekân sıkıntısı çekmektedirler. Çoğunlukla eskiden kamuya ait olan ancak artık işlevini yitirmiş büyük kentsel alanlar, büyük oranda kentin merkezi alanlarına yakın yerlerde konumlanmaktadır. İşte bu gibi alanlar, özel sermaye yatırımları için çoğu kez belli bir yapı stoğuna, tarihi geçmişe sahip, altyapısı olan ve çoğunlukla merkezi konumda olmaları dolayısıyla özellikli proje alanları olarak büyük fırsatlar sunmaktadır. Kentsel projelerin genellikle yer seçtiği alanlar işlevini yitiren sanayi, depolama, liman gibi alanların dönüşümünden, çöküntü alanlarının turistik amaçlı rehabilitasyon ve yenilenmesine, eğlence parklarının ve ulusal ve uluslararası sergi ve fuar alanlarının oluşturulmasına kadar pek çok alanı kapsayabilmektedir. Bu tür alanlar kentlerin mekânsal kalitesini değiştirirken, ekonomik yapı ve istihdam koşullarında da değişiklikler yaratmakta, ancak çevrelerine yaptıkları etkiler dolayısıyla olumsuz sosyal sonuçlara yol açabilmektedirler. Kentsel projeler, bütün içinde ve kamu yararı çerçevesinde ele alınması gereken projelerdir. (Firdin E. 2004)

### **2.2.3 Kentsel Program**

Kentsel tasarım süreçlerinin organize edilmesi ve sistematik bir yapı içerisinde geliştirilmesi kapsamlı, kentsel programlar ile kentsel projelerin daha kontrollü gelişmesini ve uygulanmasını sağlamaktadır.

Kentsel programlar, mevcut çevreyi işlevsel ve estetik hale getirmek için hedeflenen kentsel düzen çerçevesini tanımlamaktadırlar. Aynı zamanda kentsel tasarım süreçlerinde kolektif katlıların sürekliliğini de sağlamaktadırlar.(Lang, J. 1994, Aktaran: Cengiz, M. 2000)

Tasarım süreçlerinin kent içerisindeki yatırımcı, kamu, kullanıcı, tasarımcı gibi bir çok aktöre bağlı gelişim göstermesi nedeni ile kolektif katkılarının sağlanması bu sürecin başarılı olabilmesi ve bütün ile uyum sağlayabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Kentsel programlar içerisinde hem kent güçlerinin harekete geçirilmesi sağlanmakta hem de bu güçlerin hangi konularda ne şekilde devreye gireceği belirlenmektedir.

Sonuç olarak kentsel programlar ile tasarım süreçlerinde alınan kararların uygulama aşamasına sonuca ulaşmak için hangi yöntemlerin uygulanacağı belirlenmektedir.

#### 2.2.4 Tasarım Rehberi

Tasarım rehberleri ilk olarak 1970'lerde Amerika ve İngiltere'de kullanılmaya başlanmıştır. Tasarım rehberlerinin ilk örneği olarak tanımlanan 1973 yılında İngiltere'de hazırlanan Essex Tasarım Rehberi kentsel mekânın kalitesinin artırılması ve yerleşim karakterlerinin oluşturulmasını amaçlamaktadır. (Carmona, M. 1996) 1990'lı yılların sonlarına doğru Tasarım Rehberlerinin kent için yarattığı fırsatlar gözden kaçmayacak boyuta gelmiş ve tasarım rehberlerinin kullanımı sıklaşmıştır.

Tasarım Rehberleri genel anlamları ile, kentsel büyümenin getirdiği fiziksel ve mekânsal değişimleri disiplin altına almak, yeni tasarımları, kentsel yenileme ve koruma çalışmalarını yönlendirmek amacıyla özellikle kent tasarımcısı, kent plancısı, belediyeler ve diğer kent yönetim birimlerinin kullanmak durumunda oldukları kavram çerçeveleri olarak tanımlanabilmektedirler. (Karaman, A. 1992)

Quay (2003) ise tasarım rehberleri sadece kentsel tasarımda yeni politikalar ortaya koymak olarak değil, tasarımda daha yüksek standartlar geliştirmek, planlama sisteminde tasarım için yer alan hükümet politikalarına paralel ve destekleyici nitelikte, teşvik edici ayrıntılar olarak daha geniş bir kavram olarak tanımlamıştır.

Tasarım rehberleri belirlen çerçeveleri ile kentsel projelerin anlamından kaymasını ve yanlış uygulamaların önüne geçilmesini de sağlamaktadır. Ayrıca Tasarım rehberleri ilgili politikaların hazırlanması, politikalara yönelik ilkelerin ortaya konulması, mevcut formlar ve yerel kimliği oluşturan öğelerin analiz edilmesi şeklinde gelişen hazırlanma süreci ile kentsel bütünlüğün, imajın ve kentsel kimliğin korunması ve geliştirilmesinde de önemli bir rol üstlenmektedirler. (Koç,1999)

Tasarım Rehberleri ile malzemeler, bina cephe özellikleri, kat sayıları, kent mobilyası, yeşil sistem vb. birçok noktada belirlenen ilkeler ile kentsel projeleri yönlendirici bir etki yaratılırken yaratıcılığın da teşvik edilmesi için belirli uçlar açık bırakılmaktadır.

Tasarım rehberleri kendi içlerinde değerlendirildiğinde ve yukarıda belirtilen özellikleri dikkate alındığında farklı amaç ve ölçeklerde düzenlenebilme yapısına sahip oldukları görülebilmektedir. Tasarım rehberleri bir temaya, belirli bir alana ya da bir kentin yalnızca belirli bir özelliğine yönelik düzenlenebilirken aynı zamanda proje yönelimli ya da süreç yönelimli bir yapıya da sahip olabilmektedirler.

Tasarım rehberlerinin en önemli özellikler ise birden fazla kenti yönlendirmek yerine tek bir kent üzerine odaklanıp o kente özgü hazırlanmalarıdır. Bu noktada tasarım rehberlerinin başarılı olabilmeleri için; yerellik ve strüktür, geçirgenlik, geçirme fırsatları, aktivite örüntüleri, okunabilirlik, kentsel peyzaj ve kentsel kalite gibi ilke ve hedefleri gözetmeleri gerekmektedir. (Özaydın G., Özaydın L., 2001)

Sonuç olarak tasarım rehberleri geliştirilecek projelerin çerçevelerini belirleyerek belirlenen amaç kapsamında doğru uygulamalar yapılmasını sağlamaktadır. Ancak unutulmamalıdır ki tasarım rehberlerinin gücü onları hazırlayan plancı, mimar, tasarımcı, yatırımcı, kamu sektörü vb. aktörlerden gelmektedir. Tasarlanan kent ne kadar doğru okunur ve anlaşılırsa tasarım rehberleri o derece başarılı olmaktadır.

Planlama kavramı içerisinde meydana gelen gelişimler kısaca değerlendirildiğinde ise küreselleşme ile ortaya çıkan, yarışmacılık, rekabet ve yerel özelliklerin ön plana çıkartılması, kentsel projeler ile başlayan süreçte fiziksel çevreye yapılan müdahaleler ve sosyo-ekonomik uygulamaların aynı zamanda kent kimliği ve kent imajı gibi kavramlar üzerinde çeşitli etkilere neden olduğu, kent kimliği ve kent imajının temel bileşenlerini de oluşturan kavramların nasıl düzenleneceği, nasıl kullanılacağı noktalarda da kararlar üreterek bu kavramların yeniden tanımlanmalarına neden olacak yeni yaklaşımların oluşmasını tetiklediği görülmektedir.

### **2.3 İMAJ KAVRAMI**

İmaj en genel şekli ile herhangi bir kişi, kuruluş ya da durum hakkında görüşlerin toplamı olarak tanımlanmaktadır. (Engez, A. 2007) İmaj kavramını başka bir şekilde tanımlamak gerekirse, imaj bir nesnenin üzerimizde bıraktığı etkidir. Bu etki tamamen yaşanan olaylar ya da verilen tepkilerle ilişkilidir, yani sübjektiftir.

Bu noktadan hareketle çevre imajı; insan ve çevre etkileşimini sonucu, çevrenin insan beyninde bıraktığı iz olarak tanımlanabilmektedir. (Örer; 1994) İnsan çevre ile olan ilişkisini algılama yoluyla kurarken aynı zamanda algılama sonucu insanda bir çevre imajı da oluşmaktadır. İnsanın en temel algılama yöntemi ise görsel algılama yöntemleri üzerine gelişmiştir. Ancak çevre algısını ya da algılama sürecini sadece görsel boyutta ele almak tek düze ve içi boş bir imaj kavramının ortaya çıkmasına neden olacaktır.

Çevrenin tarihsel, kültürel, sosyal, ekonomik, politik vb. birçok özellikleri bireyin çevreden aldığı verilerin algı yolunda işlenmesi ve bir imaja dönüşmesi konusundan büyük bir etki göstermektedir. İnsanlar algı yoluyla çevreden edindikleri bilgilerin

uyarıcı olanlarını bir kenarda tutar ve bu uyarılar üzerinden bir çevre imajı tanımlar. Bireyin içerisinde bulunduğu mekânının sosyo-kültürel yapısı, ekonomik yapısı ve politik özellikleri bireyin görsel algısı ile de birleşerek tam bir çevre imajı yaratmasını sağlar. Bu özelliklerden yola çıkarak Raparort (1977) algılama sürecini gerçek dünya, kültürel imge, bireysel imge ve algılanan dünya olmak üzere dört aşamada gerçekleştirdiğini belirtmektedir. Lynch (1960) ise insanın çevre imajı olarak dış çevrenin genelleştirilmiş bir zihinsel resmine sahip olduğu ve bu resmedilmiş imajın insanın hem o anki duygularının hem de geçmiş deneylerinin bir ürünü olduğunu belirtmektedir.

## 2.4 KENTSEL İMAJ

Bir nesnenin üzerimizde bıraktığı etki olarak bahsedilen imaj kavramı aynı zamanda kentler ve kent mekânı içerisinde geçerlidir. Bir kentin görüntüsü, görüntünün bıraktığı izler ve tecrübeler o kentin imajını oluşturmaktadır.

Lynch<sup>2</sup> (1960); bir kentin imajının, birey ve çevresi arasında kurulan ilişkinin somutlaştığı bir nokta veya bir alana yönelik algılanan etkinin oluşturduğu belirtmiştir. Bu noktadan hareketle nesne olarak kenti ele aldığımızda, kentin üzerimizde oluşturduğu etki, o kentin bizdeki imajını da oluşturmaktadır. Bu kapsamda kentten bize yansıyan; kentin silueti, yaşam tarzı, sokakları, meydanları, caddeleri, heykelleri, insanları ve mimarisi kent imajının oluşturulmasındaki en önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu unsurlar aynı zamanda kent kimliğinin de bileşenlerini oluşturmaktadır. Bu noktadan hareketle kentsel algılama ve kent imajında kimliğin esas belirleyici olduğu, kent imajının doğru bir şekilde algılanabilmesi için kent kimliğinin net ve yalın bir şekilde yansıtılması, sağlam temellere dayandırılması ve sürdürülebilir olması gerekmektedir.

Kent imajının kent kimliği ile olan bağlantısı ve algılanabilirlik süreçleri kapsamında Lynch kent imajının okunabilirlik ve imgelenebilirlik gibi iki önemli nitelik üzerinden geliştiğini belirtmektedir.

Kentin okunabilir olması o kentin görsel kalitesinin ve görsel algısının yüksek olduğunu göstermektedir. Okunabilir bir kent kentliye hareket kolaylığı, sürat ve

---

<sup>2</sup> Kevin Lynch(1918-1984) önemli bir şehir plancısı, akademisyen ve yazardır. Uzun yıllar MIT’te ders veren Lynch özellikle kent imaj konusunda planlama literatürüne önemli katkılarda bulunmuştur. Tez kapsamında kent imajı ele alınırken temel olarak Kevin Lynch’ın “Kent İmgesi\_ The Image of the City” kitabından yararlanılmıştır. Kitap; temel olarak kentlerin görünümü hakkındadır. Kentlerin görünümünün önemini ve değişebilir olup olmadığını konu etmektedir. Kent görünümünün, diğer pek çok rolünün yanı sıra, algılanması, hatırlanması ve zevk alınması gereken görünümler olduğunu belirtmekte ve kentsel imajın bu görünümlere bağlı geliştiğini belirtmektedir.

güven sağlamaktadır. Birbirine çok benzer yapıdaki mekânlardan oluşan kentler içerisinde kaybolmak çok kolaydır ve kaybolmak kent içerisinde görsel algının ne kadar zayıf olduğunun bir göstergesidir. Güçlü kimlik özelliklerine sahip bir çok kent dahi okunabilirlik baz alındığında çeşitli karmaşıklıklar barındırmaktadır. Bunun en güzel örneğini ise İtalyan şehirleri göstermektedir.

İmgelenebilirlik ise Lynch tarafından “herhangi bir gözlemcide fiziksel bir nesne üzerinde güçlü bir imaj etkisi uyandırıcı” niteliklerin tümü olarak tanımlanmıştır. Çevresel imgenin canlı bir şekilde tanımlanabilmesi, sağlam yapılandırılmasını ve son derece kullanışlı bir biçimde kurulabilmesini sağlayan şeyler, biçim, renk ve ya düzenlemelerdir. Kent mekânın yalnızca görme duyusuna değil diğer duylara da keskin ve yoğun bir biçimde dokunması mekânın görünürlüğünü ve imgelenebilirliğini arttırmaktadır.

#### **2.4.1 Kentsel İmajın Bileşenleri**

Kentsel imaj kavramı kapsamında en detaylı çalışmalardan birini gerçekleştiren Lynch kentsel imajın okunabilirlik ve imgelenebilirlik ile doğrudan bağlantılı olduğunu söylerken, okunabilirlik ve imgelenebilirliğin kent içerisinde hangi öğeler üzerinden algılanabildiğini de araştırmıştır. Yaptığı araştırma kapsamında kent imajının; yollar, bölgeler, sınırlar, odaklar ve nirengiler üzerinden algılanabildiğini belirtmiştir.

##### 2.4.1.1 Yollar

Lynch yolları tanımlarken öncelikle insanların hareket halindeyken kenti gözlemlediği ve kentteki hareketin temel noktasının yollar olduğunu belirtmiştir. Yollar kentte hareketi sağlayarak çevresel öğelerin algılanabilirliği ve bütünlü ilişkisinin kurulabilmesini sağlamaktadır.

Şekil 1: Kentsel İmaj Öğeleri: Yollar



Kaynak: Lynch, Kevin (1960), *The Image of The City*, The M.I.T Press, Cambridge, Massachusetts, p.p:73

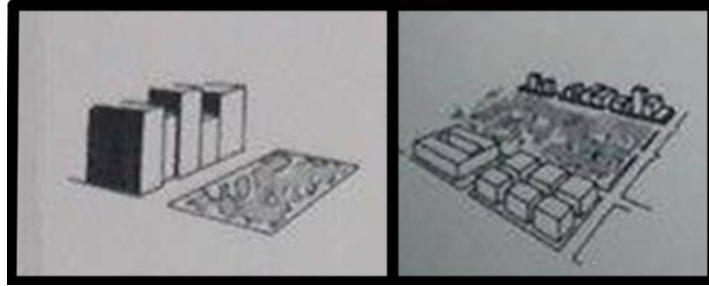
Ancak kent imajının oluşmasında belirgin bir bileşen olan yolların da imaj kapsamı içerisinde değerlendirilebilmesi için kent belleğinde ya da kentlilerin belleğinde yer etmiş olması ve dolayısıyla algılanabilirliğinin yüksek olması gerekmektedir. Yolların algılanabilirlikleri ise; karakteristik özellikleri, genişlik ve darlıkları, cepheleri, güzergâhları, döşemeleri ve çevre ile kurdukları iletişim gibi birçok değişkene bağlıdır.

Örneğin istikametleri ve başlangıç noktaları net bir şekilde bilinen yollar daha güçlü bir kimliğe sahiptirler ve kenti tutmaya yardım etmektedirler. Yolların birbirleri ile olan ilişkisi ve bağlantısı, çevre ile kurdukları ilişki, form ve karakter açısından düzenli bir doku oluşmasına ve imgelenebilirliğin artmasına neden olmaktadır.

#### 2.4.1.2 Sınırlar

Sınırlar da yollar gibi kent formunda kolay algılanabilen unsurlardır. Genelde iki tür alanı birbirinden ayıran unsurlar olarak tanımlanmaktadır. Sınırlar görsel olarak belirgin olmalarının yanı sıra sürekli bir forma sahiptirler ve geçit vermezler.

Şekil 2:Kentsel İmaj Öğeleri: Sınırlar



Kaynak: Lynch, Kevin (1960), *The Image of The City*, The M.I.T Press, Cambridge, Massachusetts, p.p:52

Sınır öğeleri yollar gibi algılanabilen unsurlar olmasının yanı sıra bazen de sınırlar yollardan oluşabilmektedir. Otoyol vb. yollar iki bölge arasında yaya geçişini engelleyerek bir sınır işlevi arz ettiği gibi bazen de Tarlabası ve Barbaros Bulvarlarında olduğu gibi bir yol iki farklı bölge arasında birleştirici/ayırıştırıcı bir özellik gösterdiği için sınır işlevi görmektedir.

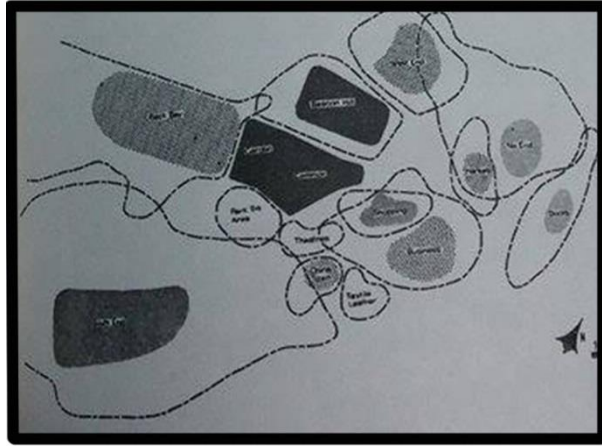
#### 2.4.1.3 Bölgeler

Bölgeler yollar ve sınırlara hatta diğer imaj bileşenlerine göre daha büyük kent parçalarını ifade etmektedirler. Lynch bölge kavramını ortak karakteristiklere sahip, içten algılanabilir ve bazen de dışsal referans olarak kullanılabilen alanlar olarak tanımlamaktadır.

Bölgeler; doku, alan, form, ayrıntı, sembol, yapı tipleri, kullanımlar, işlev, kentliler, topoğrafya gibi birçok fiziksel öğeye bağlı gelişebilmektedir. Ancak sadece fiziksel öğelere bağlı olarak da tanımlanmazlar. Bazen gürültü, ses, koku hatta karmaşıklık da bir bölgenin tanımlanmasında etkinlik gösterebilmektedir.

Bölge kavramının bir başka özelliği ise genel olarak sınırlarla çevrili olmasıdır. Bu sınırlar bazen baskın, bazen de hiç yokmuş gibi belli belirsiz bir algıya sahip olabilmektedirler. Ancak bu sınırlar bölgenin baskınlığını ya da algılanabilirliğini etkilememektedir.

Şekil 3: Kentsel İmaj Öğeleri: Bölgeler



Kaynak: Lynch, Kevin (1960), *The Image of The City*, The M.I.T Press, Cambridge, Massachusetts, p.p:77

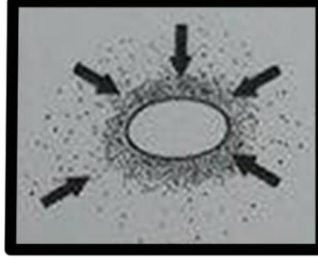
Bölgeler genişliklerine ya da baskınlıklarına göre görsel güç veya etki bakımından diğer öğelere göre zayıf kalabilmektedir. Bu nokta da bölgeyi tanımlayan belirgin birkaç işaret levhası ya da işaret öğesi bölgenin etkisini artırıcı etken olarak işlev görebilmektedir.

#### 2.4.1.4 Odak Noktaları

Odak noktaları kullanıcıların yoğun olarak girip çıktığı stratejik nokta ya da bazı karakteristiklerin yoğunlaştığı noktalar olarak tanımlanmaktadır. Odak noktaları kavramsal olarak küçük noktaları işaret ediyor gibi olsalar da büyük meydanlar, genişletilmiş doğrusal alanlar hatta çevre, ulusal ve uluslararası ölçekte kentin kendisi bile odak noktası olabilmektedir.



Şekil 4:Kentsel İmaj Öğeleri: Odak Noktaları



Kaynak: Lynch, Kevin (1960), *The Image of The City*, The M.I.T Press, Cambridge, Massachusetts, p.p:78

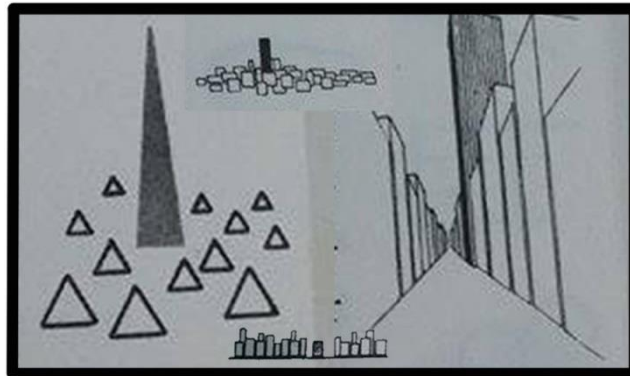
Odak noktaların diğer bir özellikleri ise fiziksel olarak belirli bir forma bağlı olarak gelişme göstermemeleridir. Bir nokta/alan yoğun olarak kullanılıyorsa ve / veya kentin kimliği ve tarihi ile bütünleşebiliyorsa bu noktaların kent imajındaki algısı ve imgelenebilirlikleri de artmaktadır.

Örneğin tren ve metro istasyonları kentteki en önemli odak noktalarını oluştururken aynı zamanda Taksim, Kızılay vb. meydanlar da kentin kimliğinden gelen özellikleri ile kent içindeki önemli odak noktaları olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### 2.4.1.5 Nirengiler

Nirengiler, kent içerisindeki çeşitli ölçeklere sahip, basit fiziksel unsurlara sahip referans noktaları olarak tanımlanmaktadır. Bir kentin kolay tanınmasını, hatırlanabilmesini ve kent içerisine yön kavramının yerleşmesini sağlamaktadırlar. Nirengi noktaları Eiffel Kulesi, Galata Kulesi gibi fiziksel bağlam içerisinde kolayca hatırlanan, biricik ve tek öge olarak ön plana çıkmaktadırlar.

Şekil 5: Kentsel İmaj Öğeleri: Nirengiler



Kaynak: Lynch, Kevin (1960), *The Image of The City*, The M.I.T Press, Cambridge, Massachusetts, p.p:53-95

Diğer bir açıdan değerlendirildiğinde nirengi noktaları, artalanları ile oluşturdukları tezatlıkla dikkat çeken unsurlar olarak da tanımlanabilmektedir. Nirengi noktaları bu özellikleri ile başka etkenlerle desteklenmeyip yalıtılmış bir biçimde var olabilmektedirler. Ancak özellikle belirgin bir formları olduğunda, çevreleri ile kontrast yarattıklarında ya da lokasyon olarak dikkat çekici olduklarında çok daha kolay algılanabilmektedirler.

#### **2.4.2 Kentsel İmaj Bileşenleri Arasındaki İlişki**

Yukarıda anlatılan öğeler kent imgesinin ham malzemelerini oluşturmaktadır. Okunabilir ve algılanabilir sağlam bir imaj için bu öğelerin birbiri ile uyum sağlaması ve öğeler arası ilişkilerin doğru kurulduğu bir yapı oluşturulması gereklidir.

Örneğin form ve algı açısından son derece kusursuz olan bir nirengi noktası komşuluğundaki küçük bir bölgeyi gölgede bırakabilir ya da doğru konumlandırılmış bir nirengi ise çekirdeği iyileştirip güçlendirebilmektedir.

Bu nedenle kentte yapılacak müdahalelerde kentin algılanabilirliğini sağlayan öğeler arası ilişkiler ve kentin kimliği de göz önünde bulundurulmalıdır. Algılanabilirliğini ve kimliğini kaybetmiş her mekân kent içerisinden ayrılmakta ve kentler bu mekânların artmasıyla parçalı bir yapı kazanmaya ve imgelebilirliğini kaybetmeye başlamaktadır.

#### **2.5 KENTSEL İMAJ KAVRAMININ GELİŞİMİ VE GÜNÜMÜZDE KENTSEL İMAJ KAVRAMI**

Kentsel imaj kapsamında yapılan çalışmaların başlangıcı sanayi devrimi ve modernizme kadar uzanmaktadır. Sanayi devrimi ile gelen endüstrileşme içerisinde kent mekânı başta fiziksel ve sosyal açıdan olmak üzere bir çok problem ile yüz yüze kalmıştır. Kentlerin birer çöküntü alanına dönüşmesi ve modernizm akımının kent mekânında yansıma bulması ile kentlerin tasarımı üzerine yeni parametreler ortaya çıkmıştır. Modernizmin kesin ve net yapı içerisinde kentlerin fiziksel olarak tasarlanması temel kaygıyı oluştururken kent imajı da bu fiziksel uygulamalara bağlı olarak gelişme göstermiştir. Bu dönemde kent mekânının ve kent imajının temeli konut, barınma, çalışma vb. ihtiyaçların karşılanması için en uygun cevabı sunmak, en uygun fiziksel mekânı yaratma üzerine bir gelişme göstermiştir. Modernitenin ilerleyen zamanlarında kentin sadece fiziksel müdahalelerle geliştirilmesinin yetersiz olduğu anlaşılmış ve kentlerin çalışma, barınma vb. ihtiyaçlara cevap vermesinin yanı sıra kent-doğa, insan-insan ilişkileri de sorgulanmaya başlanmıştır. Bu dönemin kent imajı ve kent tasarımı anlamında öne çıkan en güzel örnekleri ise Ebenezer

Howard tarafından 1902'de oluşturulan "Bahçe Şehir" kuramı, Le Corbusier'in 1934'te oluşturduğu "Radiant City" ve Frank Lloyd Wright'ın 1958'te oluşturduğu "Broadacre City" kavramları olmuştur. Bu kavramlar içerisinde hem kent mekânı temel ihtiyaçlara göre geliştirilirken hem de kentte yaşayan insanların sosyal ve kültürel özellikleri ile kent doğa ilişkisi de dikkate alınmaya başlanmıştır. " Bu yaklaşımlar içerisinde kentler konut, iş, eğlence gibi bölünmüş zonların araç akışı ile birbirine bağlandığı, yüksek bloklar ya da yatayda seyrek yapılaşmalar sayesinde zeminin kullanıcıya bırakıldığı, yürüme mesafesi içerisinde temel ihtiyaçların karşılanabildiği alanlar olarak tasarlanmıştır." (Aksel, B. 2008)

Ancak bu yaklaşımlar içerisinde de kentlilerin sosyal ve kültürel özellikleri kent mekânına tam yansıtılmamış olup modernizmin de değişen yapısı ile sosyal ve kültürel yapının da fiziksel müdahaleler ile düzenlenmeye çalışıldığı hususunda eleştirilmeye başlanmıştır. Bu eleştiriler kapsamında, ortaya çıkan kent mekânının ele alınma biçimini ve imaj kavramının temelini oluşturan iki önemli eleştiri ise kentlerin okunabilirliği ve algılanabilirliği üzerine geliştirilmiştir. Fiziksel kaygı ile kent mekânının tasarlanması kentlerin kentli belleğinde çok zayıf bir yere sahip olmasına ve kent kimliğinin kendi bağlamından kopmasına neden olmuş ve okunabilirlik, algılanabilirlik, kimlik ve kültür kavramları kent imajında yeni bir temelin oluşmasını sağlamıştır.

Bu noktada ise en önemli çalışmayı Kevin Lynch geliştirmiştir. Kentin okunabilirliği ve algılanabilirliği üzerinden kent imajını inceleyen Lynch, kentliler tarafından kent nasıl algılandığı, hangi öğelerin kent algısında baskın yer aldığı üzerine dikkatleri çekmiş olup yaptığı analizler kapsamında kent imajının; yollar, sınırlar, bölgeler, odak noktaları ve nirengiler üzerinden geliştiğini belirtmiştir.(B.k.z 2.4.1)

Küreselleşme ile başlayan süreçte ise kent imajı ve kentsel mekân üretimi yeniden ve büyük bir değişim göstermiştir. Kentin okunabilirliği ve algılanabilirliğinden yola çıkarak kentnin mevcut kimliğinin anlaşılması ve mevcut kimlik üzerinden gelişen kent imajı, küreselleşme ile başlayan rekabet piyasası içerisinde piyasaya uygun, cezbedici yeni imajlar yaratılması yönünde evrilmiştir. Kentler net, anlaşılır, yaşam kalitesi yüksek ve imglenebilir olmanın ötesine geçmiş uluslararası ölçekte belirli bir vizyona sahip olmak için yarış içerisine girmişlerdir.

Küresel düzende başlayan rekabetçilik olgusu ile kentlerin sunumları ve pazarlama stratejileri de değişmiş olup turizm kenti, kültür kenti, spor kenti vb. birçok üst imaj üzerinden yeni mekânsal üretim politikaları geliştirilmeye başlanmıştır. Bu süreçte

Olimpiyat Oyunları, Expo, Avrupa Kültür Başkenti gibi küresel ölçekte ses getirecek niteliklere sahip organizasyonlar ön plana çıkmış ve kentler için büyük bir önem ve pazar arz etmeye başlamıştır.

Günümüz kentlerinde önem kazanan bir diğer unsur ise medya ve basın-yayın olmuştur. Yeni düzende kentler reklamlarını ve sunumlarını medya aracılığı ile yapmaya başlamışlardır.

Sonuç olarak kentin okunabilirliği ve algılanabilirliği temelli imaj kavramı yerini rekabet temelli bir imaj kavramına bırakmış ve dolayısı ile imajı oluşturan temel öğelerde de değişimler meydana gelmiştir.

### **2.5.1 Günümüz Kentsel İmaj Öğeleri**

Küreselleşme ile başlayan ulusal ve uluslararası ölçekte yaşanan değişimler kentlerin kentsel algıların da değişmesine neden olmuştur. Kentlerin altyapı, üretim-tüketim, barınma gibi temel bileşenleri ile kentsel imaj ve kimlik gibi bileşenlerinin etkileşiminden ve bütününden oluşan kentin algısal yapısı “kentlerin pazarlanması” olgusu ile daha farklı bir boyut kazanmıştır.

Kentlerin uluslararası ölçekte kendi kendini pazarlama çalışmaları kentsel imaj kavramının küresel eğilimleri kendine çekme odaklı bir çekici güç, bir fırsat anlama kazanmasına neden olmuştur. Kentler bu amaçla belirlenen yeni imajları kapsamında yeniden şekillenmeye ve yeni mekânsal formlar oluşturmaya başlamış, günümüz rekabet, vizyon ve çekicilik odaklı imaj kavramı; simge yapılar ve projeler, spor ve kültürel aktiviteler, AVM’ler, kaliteli kamusal alan, markalaşma ve medya üzerinden gelişme göstermeye başlamıştır. Simge yapılar ve projeler ile mekânsal çekicilik hedeflenirken, spor ve kültür odaklı mega aktiviteler ve markalaşma ile medyada hatırlanabilirlik hedeflenmektedir.

#### **2.5.1.1 Simge Yapılar ve Projeler**

Tarihten günümüze kentlerin imaj ve kimliklerinin oluşumundaki en temel noktalardan birini simge yapılar oluşturmaktadır. Lynch’in imaj kapsamında nirengi noktası olarak tanımladığı Eiffel Kulesi, Galata Kulesi, Big Ben gibi simge yapılar küreselleşme ile başlayan değişim sürecinde kentlerin küresel ölçekli odak noktaları, reklam ve marka yüzleri hatta şehirlerin sembollerini oluşturmaya başlamışlardır.

Resim 1: Simge Yapılar



Kaynakça: A: [www.planetware.com/paris/compare-ef-tower-f-p-et.htm](http://www.planetware.com/paris/compare-ef-tower-f-p-et.htm), B: [www.fotokritik.com/arama/magdalena%20kulesi](http://www.fotokritik.com/arama/magdalena%20kulesi)

C: [www.wall.alphacoders.com/by\\_sub\\_category.php?id=160325](http://www.wall.alphacoders.com/by_sub_category.php?id=160325), 14.06.2014

Tarihsel kimlik ile bütünleşmiş yapıların yanı sıra küreselleşme ile değişen süreçte küresel çekicilik odaklı uluslararası üne sahip mimarların tekil yapıları kentlerde hızla yer almaya ve kentlerin yeni yüzleri haline gelmeye başlamıştır. Örneğin, Commerzbank Genel Merkez binasının Frankfurt'un amblemi haline gelmesi gibi küresel düzenin yeni binaları da kentlerin sembolleri haline gelmeye başlamıştır. (Foster, H. 2011)

Resim 2: Commerzbank Genel Merkez Binası



Kaynakça: [www.photos4travel.com/travel-guides/germany/pictures/commerzbank-tower-frankfurt](http://www.photos4travel.com/travel-guides/germany/pictures/commerzbank-tower-frankfurt), 14.06.2014

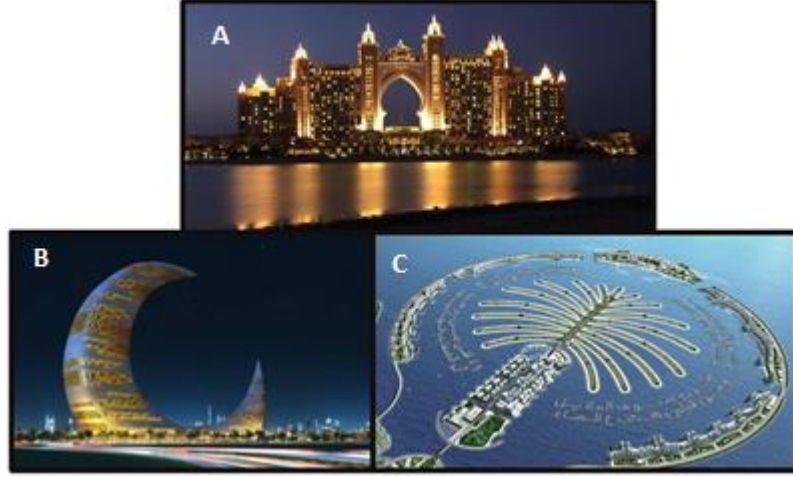
Özellikle iş ve hizmet odaklı yeni bir yapılanma içerisinde güçlü bir görselliğe sahip ve günümüz imaj kavramının en temel bileşenlerinden biri olan ofis binaları, iş merkezleri ve hizmet aksları hızla kentlerde yer almaya ve genellikle gökdelen formları ile yükselmeye başlamışlardır.

Tip mekânlar yarışmaları ya da uluslararası tanınırlığa sahip üretim süreçleri ile yaratılmaya başlanmış ve adından uluslararası kalitede üretilen bu çekim alanları kentlerin yeniden sunumlarının odak noktası haline gelmeye başlamıştır. (Aksel, B. 2008)

Tekil yapıların yanı sıra küresel çekicilik odaklı imaj kavramı içerisinde büyük kapsamlı simge projeler de oluşturulmaya başlanmıştır. Genel olarak yaşam alanları ve kamusal alanlar üzerine üretilen bu projeler kent içinde doğa imgesini ön plana çıkartırken içinde barındırdığı pek çok sayıda ilginç yapılanma ya da yaklaşım/konsept ile küresel ölçekte çekiciliği hedeflenmiştir.

Ancak simge yapılar ve simge projeler, kent içerisinde başarılı bir planlama çalışması olmaksızın sadece çekicilik yaratmak amacı ile düşünülmeden yükselmeye başladıkları zaman kentlerin belli bir sosyal kesime hitap etmesine, aidiyet duygusunun sarsılmasına ve kentlerin tarihten bugüne getirdikleri kimlik öğelerinin, doğal özelliklerinin hızla kaybolması bir çok tehditti de beraberinde getirmektedir.

Resim 3: Simge Yapılar ve Projeler



Kaynak: A: [www.sinemis.com.tr/tours\\_post/emirates-ile-dubai-turu/#](http://www.sinemis.com.tr/tours_post/emirates-ile-dubai-turu/#), B: [www.gezilecekyer.org/dubai-gezilecek-yerler/](http://www.gezilecekyer.org/dubai-gezilecek-yerler/), C: [global-conferences.eu/dubai/](http://global-conferences.eu/dubai/), 15.06.2014

Sonuç olarak simge yapılar ve projeler uluslararası düzeyde kentlerin akılda kalıcılığını ve algısal haritalarında yer edinip hatırlanabilirliğinin ve tanınabilirliğinin arttırılmasını sağlamaktadır.

#### 2.5.1.2 Mega Aktiviteler

Küreselleşme ile birlikte değişen imaj kavramı içerisinde öne çıkan imajın yerleştirilmesinde, tanınabilirliğin sağlanmasında ve küresel ölçekte pozitif yönlerin vurgulanmasında etkin rol oynayan diğer bir bileşen ise spor ve kültürel aktiviteler olmuştur. Bu etkinliklerin başında ise olimpiyatlar ve kültür başkentleri yer almaya başlamıştır.

Kentlerin özelliklerinin ve avantajlarının küresel medya içerisinde yoğun bir şekilde yer almasını ve tanıtımının en üst düzeyde yapılmasını sağlayan, kapsamlarına göre “mega etkinlikler” olarak da adlandırılmaya başlanan bu aktiviteler, barındırdıkları bütçeleri ile son dönemlerin en önemli kentsel stratejileri içerisinde yer almaya başlamıştır.

Kent imajı ve kent gelişimi üzerinde etkin rol oynayan mega etkinlikler aynı zamanda imaj ve gelişimi için önemli bir tehdit unsuru da oluşturmaktadır. Etkinlikleri kentlere çekilmesi ciddi bir rekabet gerektirmekte ve etkinliklerle birlikte kentlere gelecek yatırımların nasıl kullanılacağı, hangi noktalara odaklanılacağı ve bu etkinliklerden sonra yapılan yatırımların sonraki süreçlerde de nasıl bir fayda sağlayacağını planlanması da etkinlikler kadar önemli bir noktayı oluşturmaktadır.

Resim 4: Mega Aktiviteler



Kaynak: A: [www.top10lar.com/2014-formula-1-araclari/](http://www.top10lar.com/2014-formula-1-araclari/), B: [juniormunclub.blogspot.com.tr/2010/01/2010-european-capital-of-culture.html](http://juniormunclub.blogspot.com.tr/2010/01/2010-european-capital-of-culture.html), C: [www.dunyabulteni.net/haber/132710/avrasya-maratonu-17-ekimde](http://www.dunyabulteni.net/haber/132710/avrasya-maratonu-17-ekimde), D: [olympicslondon2012thegames.blogspot.com.tr/2012/12/questionnaire.html](http://olympicslondon2012thegames.blogspot.com.tr/2012/12/questionnaire.html), E: [www.olay53.com/haber/akdeniz-olimpiyatlari-mersinin-29648.htm](http://www.olay53.com/haber/akdeniz-olimpiyatlari-mersinin-29648.htm)

Örneğin 2012 Londra Olimpiyatlarında yapılan stratejik plan doğrultusunda kalkındırılması gereken bölge olarak tanımlanan alan üzerine gidilmiş ve alanın sürdürülebilirlik kapsamında sosyal, çevresel ve kültürel olarak geliştirilmesi için gerekli yatırımlar bu bölgelere çekilmiştir. 2008 Pekin Olimpiyatlarında ise dünyada küresel ekonomiye karşı insan gücü/fiziksel güç gösterilmiş ve Pekin kendi coğrafyasından sıyrılarak kendine küresel düzende bir yer edinmiştir. 2004 Atina Olimpiyatlarında ise bir daha kullanılmamak üzere çeşitli stadyum ve büyük ölçekli yapılar oluşturulmuş ve olimpiyatlardan sonra kent için yarar sağlayan herhangi bir iz kalmamıştır.

Olimpiyat ve kültür başkenti gibi mega etkinlikler dışında daha küçük ölçekli ama daha çok tekrar eden ve yerli yabancı turist kapsamında fayda sağlayan festival,

sergi ve turnuva gibi kültürel, sanatsal ve spor aktiviteleri de kentlerin medyada daha sık yer almasını ve bilişsel haritalarda yer edinmesini sağlamaktadır.

Örneğin Cannes Film Festivali ve Rio De Jenerio Karnavalları kentler ile özdeşleşerek kent kimliğinin ve kent tanıtımının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir.

### 2.5.1.3 Yaşanabilir Kamusal Alan

Lynch'in odak noktası olarak da tanımladığı kamusal alanlar değişen kent ve imaj kavramları içerisinde farklılaşarak daha geniş bir anlam kazanmıştır. Kamusal alanlar mekân-insan ve insan-insan ilişkisinin en önemli sahneleri olması ve küresel düzen içerisinde bu ilişkileri oldukça zayıflamış olması nedeni ile kentin algılanabilirliği ve anlamlandırılabilirliği açısından önemli bir bileşen haline gelmiştir.

Yapısal, kurgusal ve tasarımsal açıdan kaliteli bir niteliğe sahip kamusal alanlar hem o mekânın tanımlanabilirliğini arttırıp, imajını güçlendirirken hem de sürekli bir ilgi ve kullanıcı gelişini de sağlamaktadır. Kamusal alanların doğru planlanması aynı zamanda aidiyet duygusunun da pekiştirilmesini sağlamaktadır. Bir mekânının kullanıcıları tarafından sahiplenilmesi ise imaj açısından büyük önem taşımaktadır.

Resim 5: Kamusal Alan Örnekleri



Kaynak:A: [www.mimdap.org/?p=18577&page=7](http://www.mimdap.org/?p=18577&page=7), B: [www.radikal.com.tr/fotogaleri/yasam/romanin\\_meydanlari-903709-2](http://www.radikal.com.tr/fotogaleri/yasam/romanin_meydanlari-903709-2), C: [fikirkenti-karma.blogspot.com.tr/2008/05/tarih-tarihe-tanklk-etmi-meydanlar.html](http://fikirkenti-karma.blogspot.com.tr/2008/05/tarih-tarihe-tanklk-etmi-meydanlar.html), D: [macaulay.cuny.edu/eportfolios/groupd/samantha-riddell/](http://macaulay.cuny.edu/eportfolios/groupd/samantha-riddell/), 15.06.2014

Diğer bir yandan kamusal alanlar günümüz kentsel imajının en önemli bileşenlerinden olan simge yapılar için de büyük bir bütünleyici güç görevi üstlenmektedir. Bir yapı dünyaca ünlü bir mimarın elinden çıkmış tek bir eser



niteliğinde bile olsa o yapıyı görünür kılacak ve yapıyı kent yaşamına dahil edecek bir alan ihtiyaç duymaktadır.

Sonuç olarak Aksel (2008)'de belirttiği gibi kent içinde hareketi kolaylaştıracak, kesintisiz sirkülasyon imkanı tanıyan, kurgulanmış bir ağ şeklinde yaratılmış kamusal alanlar kentsel mekânının okunabilirliğini ve kullanıcıların mekânsal algısının geliştirilmesini sağlamaktadır.

#### 2.5.1.4 Markalaşma

Kentlerin küresel düzende yer edinebilme ve kentsel çekicilik yaratabilme kaygısı ile ortaya çıkan kentsel pazarlama odaklı bir gelişim gösteren imaj kavramı içerisinde ortaya çıkan bir diğer bileşen ise markalaşma olmuştur. Asplund (2000)'den da belirttiği gibi kentler tarihsel süreçten bu zamana kadar geçirdikleri süreçte ortaya çıkan farklılıklarını kullanarak birer marka haline gelmeye başlamışlardır.

Markalar kullanıcının aklına daha kolay gelmesini ve daha kolay hatırlanılmayı sağlayarak kent imajının kullanıcı algısında daha derin yer etmesini ve daha kolay seçilebilmesini sağlamaktadır. Bu doğrultuda kentler kendi markalarını üretebilmek için çeşitli yollar denemekte ve bunların en başında imajla özdeşleşen tarihten bugüne getirdikleri ünlü isimlerin üzerine gitmekte, kendi sloganlarını oluşturmakta ve kendi logolarını yaratmaktadırlar. Markalar bir markalaşma göstergesinden öte kimlik ayrışması, tanınırlık, süreklilik ve kolektiflik sağlamaktadır. Aynı şekilde kentler ya da kentsel bölgeler için yürütülen markalaşma çalışmaları, özelliklerin ortaya çıkararak daha hızlı akılda yer etmesini, deneyimlerin belirlenmesini ve bu şekilde mekânın tanınırlığının artmasını sağlamaktadır. (Aksel, B. 2008)

Resim 6: Kent Markaları



Kaynak: A: <http://ztona.org/i-love-ny-logo/>, B: <http://typophile.com/node/63158>, 15.06.2014

Ancak markalaşma içerisinde öne çıkan en önemli noktalardan biri ise marka kapsamında vaat eliden şeylerin gerçekleştirilmesidir. Kent markası haline getirilen özelliklerin kent içerisinde bütün kullanıcılar tarafından rahatça algılanıyor olması ve bu algıların somut bir şekilde mekânda yer bulması gerekmektedir.

## 2.5.2 Günümüz Kentsel İmaj Kavramını Ortaya Çıkartan Aktörler ve Araçlar

Kentlerin okunabilirliği ve algılanabilirliği üzerinden üretilen ve kentlerin tarihten bugüne getirdikleri birikimler ve yapısal özellikler üzerinden gelişen imaj kavramı küreselleşme ile başlayan süreçte değişime uğramış ve kentin algılanabilirliğinin önüne geçip kentin pazarlanabilirliği üzerinden gelişmeye başlamıştır. Kentlerin pazarlanması ve dolayısıyla da kent imajının oluşturulması ve bu imajın algıya işlenmesinde öne çıkan önemli aktörler ve araçlar ise medya, özel sektör, kamu / iktidar ideolojisi ve tasarımcılar olmuştur.

İletişim teknolojilerinin gelişmesi ile insanlara/kullanıcılara ulaşmak kolaylaşmış ve bu ulaşım etkileme kaygısı ile de birleşince kentlerin yeniden sunumunda çok çeşitli basın/yayın yöntemleri ortaya çıkmıştır. Filmler, diziler ve dergiler imaj oluşumunun en temel araçları haline gelmiştir. Özellikle de geçtikleri mekânının ya da kentin bir çok özelliğini vurgulayarak anlatan filmler imajın yaratılması ve aktarılması konusunda güçlü bir yöntem olarak ön plana çıkmaya başlamıştır.

İnternet teknolojisinde yaşanan hızlı gelişmeler ise medyanın etki kapasitesi ve etki hızını arttırarak imaj aktarımının uluslararası düzleme taşınmasını kolaylaştırmış ve imaj aktarımının vazgeçilmez bir aktörü haline gelmiştir. Basında olumlu yönleri ile uzun süre yer alan kentler insan algısında iyi bir imaja sahip olmakla beraber daha çok ilgi görmeye başlamıştır. Medyada uzun süre yer alabilmek ve kent imajını küresel ölçekte geliştirebilmek için ise mega organizasyonların ve kültürel farklılıkların varlığı büyük avantaj sağlamaya başlamış olimpiyat, kültür kenti ve markalaşma gibi imaj bileşenleri bu nedenle bu derece güçlenmiştir.

Medyanın gelişen teknoloji ile imaj aktarımında hızla artan etki kapasitesi diğer bir açıdan değerlendirildiğinde ise medyanın kent imajının oluşturulmasında etkin rol oynayan diğer aktörler tarafından bir araç olarak da kullanılmaya başlanmasına neden olmuştur. Bir kentin ya da mekânın toplum tarafından nasıl algılanması ya da nasıl bir imaja sahip olması isteniyorsa medyada o yönde reklamlar, yorumlar, haberler ve gösterimler yer almaya başlamaktadır.

Bu noktada kamu/iktidar ideolojisi ve özel sektör ise medyayı yönlendiren ve imaj oluşturulmasında önemli bir role sahip diğer aktörler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kamu tarafından yaratılan imaj, genel olarak tercih edilebilirliği sağlama üzerine gelişme göstermektedir. Bu çalışmalar ise kentsel dönüşüm projeleri ve kamusal alanlar üzerinden kent mekânında yer bulmaya başlamıştır. İktidar ideolojisi ise

Rusya ve günümüz Türkiye'sinde yaşananlar gibi belirli bir fikrin ve belirli bir görüşün simgeleri olan yapıların kent mekânında ve medyada yer almasının sağlanması şeklinde gelişme göstermektedir. Belirli bir ideoloji kapsamında yapılan yasal düzenlemeler dayatma bir imaja dönüştüğünde ise kentler o ideolojinin simgeleri ile dolmakta ve çok sayıda kimliksiz alanlar ortaya çıkmaya başlamaktadır.

Özel sektör ise kentlerin pazarlanması, markalaşma ve yatırım kapsamında bir yaklaşımla genel olarak turizme yönelik imaj oluşturulmasını tetiklemektedir. Kente ait bir imaj yaratmak ve o imajın pazarlanması sağlamak, bu pazarlama ile ekonomik bir fayda sağlamak için özel sektör desteği ile kent üzerinde birçok proje üretilmektedir.

Kent üzerinde gerçekleştirilen projeler kapsamında ise hem reklam hem de görsel algı açısından imaj oluşumunun bir diğer aktörü olan tasarımcılar devreye girmektedir. Tasarımcılar hem kendi yaklaşımları hem de diğer aktörler tarafından üretilen imajların kent mekânına yansıtılmasını sağlayarak mekâna ya da kente bir imaj kazandırmakta/kaybettirmekte aynı zamanda bir imajın mekânda can bulmasını sağlayarak imaj algısını güçlendirmektedirler.

Özellikle değişen imaj kavramı içerisinde simge yapıların ve projelerin önem kazanması tasarımcıların imajın oluşturulması ve aktarılmasında ki rolünü pekiştirmektedir. Ancak Foster(2011)'in da belirttiği gibi değişen imaj kavramı içerisinde simge yapıların kentleri temsil etmesi hatta bu alandan arda kalan ne varsa onun yerine geçebilecek bir etki yaratacakları beklentisi içerisinde kullanıcıların tasarımcılardan ve politikacılardan beklediği tek şey imgesel tanıtılmış gibi bir yanlış anlayış da ortaya çıkmış ve kentler Las Vegas gibi birbirinden bağımsız ilişkisiz birçok yapı ile dolmaya başlamıştır.

Sonuç olarak üretilen bir imajın başarısı imaj içerisinde kentin kendi özelliklerinin yer almasına ve imajı üreten aktör ve araçların olay içerisinde nerede durduklarına ve ne derece pay aldıklarına bağlı gelişme göstermektedir.

## 2.6 BÖLÜM SONUCU

Dünya genelinde teknolojik gelişmelere paralel olarak gelişen ekonominin kentlere ve kent planlama yöntemlerine etkileri incelendiğinde bu gelişmelerin kentin mekânsal dokusunda farklılaşmalara neden olduğu gözlemlenmektedir. Kentsel arazinin ekonomik boyutu diğer tüm kentsel boyutlardan önemli hale gelmekte ve bu durum fiziksel kimlik olgusunun diğer tüm kentsel kimlik bileşenlerine göre üstünlük kazanmasına neden olmaktadır.

Küresel kent yaratmak amacıyla kentsel çekiciliğin artırılması yönünde gelişen kent planlama ve kentsel projeler, kentlerin yoğun bir göç almasına ve kentlerde büyük demografik değişimlerin yaşanmasına neden olurken aynı zamanda kentlerin kendilerini pazarlaması üzerindeki baskıları arttırmış ve kent imajı kavramının yeniden önem kazanmasına neden olmuştur.

Kentsel imaj kavramı küreselleşme ile yeniden ön plana çıkarken yine küreselleşmenin etkisi ile anlam ve kapsam olarak da değişmelere uğramıştır. Kentsel alan üzerinde ekonomi ve kültür arasında anlam farklılığının ortadan kalkması, kentlerin ticari ve hizmet sektörüne hizmet eden bir yapı kazanması ile kentsel toprak ticari faaliyetlere hizmet eden bir yapı kazanmış ve bu durum rant kavramını ön plana çıkartmıştır. Ticari gelişmeye hizmet eden kentsel projeler ile geliştirilen yeni kent mekânları Lynch tarafından geliştirilmiş olan kentin tarihsel, sosyokültürel ve ekonomik kimliği ile ilişkili imaj öğelerinin değişmesine, kimlikten bağımsız, kendi coğrafyasına ve özüne bağlı olmayan yeni imaj öğelerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Temel olarak Lynch, kent imajının ve bu imajı yaratan öğelerin kentin tarihi, kültürü ve insanları ile doğrudan ilişkili olduğunu, özellikle de tarihsel kimliğin kent imajının yönlendiricisi olduğunu belirtirken, modernizm imaj ve kimlik konularına tek düze bir bakış açısı geliştirmiş ve işlevselliğe önem vermiştir. Küreselleşme ile başlayan değişim süreci ise imaj ve kimlik kavramlarına bambaşka bir boyut kazandırmış, imajı kavramını bir etiket haline getirirken imajı üreten öğelerin yerden, kimlikten ve kültürden uzak “simge” adı altında değişik formlarda üretilmiş yapılar üzerinden tartışılmasına neden olmuştur.

### **3. İSTANBUL İÇİN ÜRETİLEN KENTSEL PROJELER VE İSTANBUL KENT İMAJININ DEĞİŞİMİ**

Küreselleşme ile kent mekânında ve imaj kavramında meydana gelen değişimler küreselleşme yarışı içerisinde kendine yer bulmaya çalışan İstanbul içerisinde de etkilerini göstermektedir. Bu bölüm içerisinde öncelikle İstanbul kent mekânı ve gelişimini değiştiren olaylar ve olgular analiz edilmeye çalışılmıştır. Bu değişimlere bağlı olarak yine küreselleşme ile önem kazanan proje kavramının İstanbul'da uygulanış biçiminin işlevsel, kavramsal ve ölçek olarak geçirdiği değişim irdelenmiştir. Bölüm kapsamında İstanbul için üretilen projelerin zaman içerisinde geçirdiği süreç irdelenirken bir yandan da İstanbul'un kimliğinden gelen imaj öğeleri ile bu değişime bağlı olarak ortaya çıkan yeni imaj öğeleri analiz edilmeye çalışılmış ve sonuç olarak ortaya çıkan tablonun bütün olarak İstanbul Kent İmajı kapsamından değerlendirilmesi yapılmaya çalışılmıştır.

#### **3.1 İSTANBUL VE İSTANBUL İÇİN ÜRETİLEN KENTSEL PROJELERİN DEĞİŞEN YAPISI**

İstanbul Doğu Roma İmparatorluğu'na, Bizans'a, Osmanlı'ya dayanan tarihi ile çok zengin bir kültür ve kimlik öğelerine sahiptir. İstanbul'un tarihinden getirdiği kimlik yapısı ise İstanbul imajını oluşturan birçok fiziksel yapının temelini oluşturmaktadır.

İstanbul Bizans ve Osmanlı Döneminde başkent özelliği göstermiş ve ticaretin kenti olmuştur. Özellikle de 19. Yüzyılın ikinci yarısından sonra sanayileşen Batı Avrupa ile Doğu arasındaki ticarete önemli bir arakent özelliği kazanan İstanbul toplumsal ve mekânsal olarak ciddi değişimler göstermeye başlamıştır. "kent mekânı bir yandan üretim, ticaret-hizmet faaliyetleri bakımından ayrışırken diğer yandan da Batı'nın sanayileşen ülkelerinde görüldüğü gibi sınıfsal kimliklere dayalı olarak ayrışmaya başlamıştır." (Tekeli, 1994)

İstanbul'un sınıfsal olarak ayrışan bu yapısı fiziksel mekânda da hızla kendini belli etmeye başlamıştır. Batı'nın gelişen ve modernleşen yapısı ile birleşip banka, ticaret ofisleri vb. yeni iş merkezleri yaratarak zenginleşen kesim kendini din ve etnik kimliklerden bağımsızlaştırarak yeni yerleşim alanları oluşturmuş ve Galata çevresinde Batı mimari tarzı ile oluşturdukları apartmanlarda yaşama başlamışlardır. Batı etkisi dışında kendi ticaret alanları içerisinde gelişip zenginleşen tüccarlar ise din ve etnik yapıdan çok kopmadan Şişli-Nişantaşı aksında yeni yaşam alanları oluşturmaya başlamıştır. (Engez A., 2007)

Resim 7: Tarlabası Bölgesi Tarihsel Gelişimi



Kaynak: A: <http://wowturkey.com/forum/viewtopic.php?t=11963&start=3320>, B: <http://www.omogeneia-turkey.com/areas/tarlabasi.html>, C: [http://www.zaman.com.tr/kultur\\_tarlabasinda-kusenler-sadece-cocuklar-degil\\_2170926.html](http://www.zaman.com.tr/kultur_tarlabasinda-kusenler-sadece-cocuklar-degil_2170926.html), 15.06.2014

I.Dünya Savaşı ve sonrasında yaşanan radikal dönüşümler ile Osmanlı Devleti'nin yerini Türkiye Cumhuriyeti'ne bırakması ve Cumhuriyet başkentinin Ankara olması İstanbul'un ikincil kent durumuna düşmesine neden olmuş, İstanbul'un 19. Yüzyılda taşıdığı ünün bir nebze azalmasına neden olmuştur. Ancak Cumhuriyet döneminde de İstanbul içerisinde Cumhuriyet'in temelini oluşturan ve kent belleğinde önemli bir yere sahip olan meydanlar inşa edilmeye başlanmıştır. Bu dönem içerisinde İstanbul kapsamlı bir kent planı ile ele alınmış ve bu planın hazırlanması için Alman kent plancısı Henry Prost görevlendirilmiştir. Prost, Taksim'i çevresi ile bir bütün olarak ele almış, İstanbul'a hem bir meydan hem de bir kent parkı kazandırmıştır. Bu plan sonucunda İstanbul için önemli bir kimlik ögesi olan Taksim Meydanı ve Gezi Parkı ortaya çıkmıştır.

İstanbul'un Osmanlı Dönemi ve Cumhuriyet Döneminde geçirdiği evreler, yapılaşma özellikleri ve kentsel mirası bugün üzerinde projeler geliştirdiğimiz imaj ve kimlik öğelerinin birçoğunu oluşturmuş olmasına karşın İstanbul'un imaj ve kimlik konusunda en çok tartışılan ve üzerinde durulması gereken değişim dönemi 1950'li yıllarda İstanbul'un başkent etkisinden sıyrılmaya başlaması ve kırdan kente göçün artması ile başlamıştır.

1950 yılında Marshall yardımları ile tarımda makineleşmenin başlaması kırsal alanda istihdamın azalmasına İstanbul gibi büyük kentlerin yoğun göç almasına neden olmuştur. Kırdan kente özellikle İstanbul'a artan göç karşısında devlet politikalarının yetersiz kalması ve devletin yeteri kadar konut, altyapı

sağlayamaması karşısında günü kurtarmak adına kent çeperlerinde, sanayi alanlarına yakın boş alanlar üzerinde “barınma ihtiyacı” ile oluşturulan gecekondu oluşumlarına göz yumulmuştur. Gecekondu alanları 1947 yılında gelişme göstermeye başlayan ve İstanbul’un ilk gecekondu bölgesi olan Zeytinburnu (Topkapı sanayi Bölgesine yakın aynı zamanda sur dışında yer almaktadır.) gibi sanayi alanına yakın ve kent dışında yer alan alanlar üzerinde gelişmeye başlamıştır. (Konuk; 2012) Gecekondu alanlarının oluşturduğu toplumsal ve fiziksel sıkıntılarının hızla artış göstermesi üzerine sosyal konut mantığı ile Levent ve Ataköy bölgesinde olduğu gibi fabrika alanlarına yakın bölgelerde devlet tarafından konut alanları oluşturulmaya başlanmıştır. Ancak devlet tarafından oluşturulan konut alanları İstanbul’un aldığı göç karşısında son derece yetersiz kalmış ve gecekondulaşma katlanarak artmaya devam etmiştir.

Resim 8: Gecekondu Bölgeleri



Kaynak: A: [www.yapi.com.tr/Haberler/sariyer-derbent-mahallesinde-donusum-icin-yeni-adim\\_102105.html](http://www.yapi.com.tr/Haberler/sariyer-derbent-mahallesinde-donusum-icin-yeni-adim_102105.html),

B: [www.haber7.com/guncel/haber/90653-gecekondular-mecburen-aklanacak](http://www.haber7.com/guncel/haber/90653-gecekondular-mecburen-aklanacak),

C: [emlakansiklopedisi.com/wiki/gecekondu](http://emlakansiklopedisi.com/wiki/gecekondu), D: [www.habervitrini.com/gundem/gecekondular-kaldiriliyor-109352](http://www.habervitrini.com/gundem/gecekondular-kaldiriliyor-109352),

15.06.2014

Kırdan İstanbul’a gelen ve devlet desteği göremeyip kent çeperinde boş buldukları alanlar üzerinde oluşturdukları gecekondu alanları ile barınma ihtiyaçlarını karşılamaya çalışan kesimin karşılaştıkları zorluklar ve düşük yaşam standartları nedeni ile İstanbul’u benimsemesi ve aidiyet hissetmesi zorlaşırken İstanbulluların da göçle gelen kesime karşı tavırları sert olmuştur. Göçle gelen kesim geldiği yerdeki kırsal hayatın benzerini İstanbul içerisinde oluşturmaya başlarken, kentte yaşayan kesim göçle gelen kesime karşı denk geldikleri her noktada “Başka Bir İstanbul Yok”, “ Kentleşmeyen Köylüler” vb. söylemlerde bulunmaya başlamış ve bu söylemler dönemim yazıları, gazeteleri ve haberlerinde de yer bulmaya başlamıştır.

Gecekondu alanlarının kent mekânında hızla artmasının yanı sıra gelişen karayolları sevdası da kent mekânını değiştiren ve günümüz imaj sorunlarını ortaya çıkartan diğer bir unsur olmuştur. Kent; gecekondu bölgeleri, geniş bulvarlar ve otomobiller ile simgelenmeye başlanmıştır. Örneğin; 1958 yılında açılan Barbaros Bulvarı öncelikle kentin fiziksel imajı üzerinde daha sonraki zamanlarda benimsenen liberal politikalar ile kentin toplumsal ve mekânsal yapısı üzerinde değişikliklere neden olan önemli bir uygulama olmuştur. Karayolları sevdasının bir başka boyunu oluşturan köprüler ise İstanbul'un mekânsal gelişimi üzerinde en önemli etkilere sahip diğer etkenler olmuşlardır.

Resim 9: Barbaros Bulvarı'nın Açılışı



Kaynak: A: [www.inx.gen.tr/details.php?image\\_id=603](http://www.inx.gen.tr/details.php?image_id=603), B: [blog.besiktaslife.net/nostalji-besiktas-semt-fotografлари.html](http://blog.besiktaslife.net/nostalji-besiktas-semt-fotografлари.html), 15.06.2014

1973 yılında 1. Boğaziçi Köprü'nün yapılmasından sonra Avrupa ve Anadolu kıtaları arasında artan ulaşım bağlantıları neticesinde sanayi alanlarında yeni düzenlemeler yapılmış ve düzenlemeler Ayazma gibi yeni gecekondu alanlarını da beraberinde getirmiştir. Otomobilleşme, gecekondulaşma ve banliyöleşme karşısında devletin yetersiz tutumu, planlı ve plansız yaklaşımları, ürettikleri gelişim politikaları kentin kültür ve kimlik öğeleri üzerinde düzeltilemeyecek izler bırakmıştır. Bu dönemde üretilen gelişim politikaları; alınan göç ve plansız gelişme karşısında ortaya çıkan fiziksel ve toplumsal sorunlara karşı planlı bir çözüm üretmekten çok bu gelişim yapısının maddi ve oy kapsamlı kullanımına yönelik, rant kapsamlı bir yapı sergilemiştir. Özellikle 80'li yıllarda dünyada büyük bir değişime neden olan küreselleşme hareketleri de İstanbul üzerine üretilen projelerin ve politikaların değişmesine kent içerisinde yeni bir sınıfsal yapının oluşmasına neden olmuştur. İstanbul içerisinde bir yandan modern/küresel hayatın izlerini yakalama çalışmaları başlarken diğer yandan da kırdan kente göçün plansız bir şekilde ilerlemesinin yarattığı sosyal ve fiziksel sorunların boyutları değişerek ilerleme kaydetmeye başlamıştır.



Küreselleşmenin etkisi ile Türkiye genelinde uygulanmaya başlanan yeni liberal politikaların yarattığı yeni ekonomik yapı içerisinde en çok paydaya sahip genç profesyoneller olarak da tanımlanan, uluslararası ticaret, bilişim, bankacılık vb. hizmet sektörlerinde çalışan ve hızla zenginleşen yeni sınıfsal kimliğin kentlerden beklentileri de değişmiştir.

Kent içerisindeki gecekondular alanlarından rahatsız olan ve göçle gelen insanları tehdit olarak algılayan bu kesim kendi içinde kapalı yaşam adacıkları oluşturmuş, güvenli, yeşil, havuzlu lüks kapalı sitelerde yaşamaya başlamışlardır. 1987 yılında özel ormanların imara açılması ve 1988 yılında Fatih Sultan Mehmet(FSM) Köprüsü'nün yapılması Acarkent-Acar İstanbul gibi İstanbul'un önemli bir yeşil rezervinin villa nitelikli lüks konut alanına dönüşmesine neden olurken aynı zamanda konut gelişiminin Beykoz-Eyüp-Kavacık-Sarıyer-Arnavutköy gibi çeper bölgelerine yönelmesine neden olmuş; Beykoz Konakları, Kemer Country, Göktürk Mahallesi gibi yeni kapalı siteler ortaya çıkmıştır.

Bu dönemin konut reklamları ise bir dönemin Amerikan Rüyası olarak tanımladığı hayat biçimine yakın bir hayat tarzını sunan "Kente Yakın ama Kentin Boğuculuğundan Uzak" başlığı altında kent merkezini tehlikeli ve çirkin olarak tanımlayan kent merkezine özel araç ile kısa bir sürede ulaşılabilecek mesafede yeşillikler içerisinde, havuzu, koşu parkurları olan, parkları, çarşıları bulunan, güvenli, tehlikelerden, kentin gürültüsünden ve stresinden uzak kapalı sitelerin sunumları üzerinden geliştirilmiştir. Dönemin en ilginç imaj pazarlamasını ise Anadolu kimliği ile Avrupa'nın modernist yapısının birleştirildiğini öne süren, yeni gelenekselci bir mimari tarzda Osmanlı yalılarına ve konaklarına gönderme yapan ancak İngilizce bir isme sahip Kemer Country ve İstanbul'un en prestijli bölgelerinden olan Boğaz sırtlarında bir Osmanlı eliti olan Sait Molla Paşa'ya ait koru içerisinde, yine Osmanlı konak mimarisi esas alınarak, tüm yerleşme işaretleri ve konak isimlerinin Osmanlıca sözcüklerden oluştuğu Beykoz Konakları oluşturmaktadır.<sup>3</sup> (Perouse, J., 2011)

---

<sup>3</sup> Osmanlı mimarisinin ön plana çıkartılması ve bu mimarinin bir pazarlama uygulaması haline gelip yeni konut projelerinin temelini oluşturması Turgut Özal ve Bedrettin Dalan döneminde ön plana çıkmıştır. Kemer Country ve Beykoz Konakları bu yaklaşımın en akılda kalıcı örneklerinden oldukları için tez kapsamında ele alınmıştır.

Resim 10: Kapalı Siteler



Kaynak: A: [www.arastiralim.net/ilk/bir-istanbul-yagmasi-kemberburgaz.html](http://www.arastiralim.net/ilk/bir-istanbul-yagmasi-kemberburgaz.html), B: [www.emlaktasondakika.com/Konut-Projeleri/Mall-of-Istanbul-ne-zaman-bitecek/haber-57249.aspx](http://www.emlaktasondakika.com/Konut-Projeleri/Mall-of-Istanbul-ne-zaman-bitecek/haber-57249.aspx), C: [www.emlaktasondakika.com/emlaktv/Proje-Videolari/Zorlu-Centerin-helikopter-goruntusu-yayinda/914/1.aspx](http://www.emlaktasondakika.com/emlaktv/Proje-Videolari/Zorlu-Centerin-helikopter-goruntusu-yayinda/914/1.aspx), 15.06.2014

FSM Köprüsü ve yeni ekonomik gelişmeler toplumun zengin sınıfını ve kent mekânını yukarıda bahsedildiği gibi etkilerken gecekondu alanları ve kentin diğer sakinlerinde de belirli değişimlere neden olmuştur. Köyden kente göç eden ve barınma ihtiyacını gecekondu şeklinde sağlayan kesim devlet tarafından oy potansiyeli olarak görülmüştür. Seçim zamanlarında gecekondu alanlarına bir çok yapılaşma affı tanınırken aynı zamanda bu alanlar politik oyunların, dinsel ve etnik çatışmaların mekânı haline gelmeye başlamıştır.

Özellikle FSM Köprüsü'nden sonra gecekondu alanları ve alt orta kesim tarafından ciddi rağbet gören Gaziosmanpaşa ilçesi İstanbul'un en hızlı büyüyen ilçesi haline gelmiştir.

Gecekondu alanlarındaki diğer bir gelişim ise bu alanların imar aflarından faydalanarak barınma ihtiyacını karşılayan masum yapılarının birer rant kapısına dönüşmesi olmuştur. Gecekondu alanlarının ilk sahipleri yerlerini ikinci ve üçüncü kuşaklara devretmiş ve kademe atlayarak gecekondu alanlarına göre kısmen daha iyi imkânlarla sahip apartmankondulara geçiş yapmaya başlamışlardır. Gecekondu filizlendirilerek oluşturulan apartmankondular, orta sınıfta ise kooperatifleşme hareketlerini başlatmıştır. Genellikle memurların ve orta kesim işçilerin oluşturduğu orta kesim bir araya gelerek kendi kapalı alanlarını kooperatifleri inşa etmeye başlamış ve İstanbul genelinde yaygın bir apartman kültürü oluşturmuşlardır.

80'li yıllarda liberal politikaları benimsemesi ve karayoluna verilen önemin artması diğer bir açıdan değerlendirildiğinde ise 1950'lilerde kırdan göç edip İstanbul'un çeperlerinde kendilerine yaşam alanı oluşturan kesimin zamanla kent merkezine doğru itildiği ve kent çeperlerinin yeni sahiplerinin lüks kapalı siteler olduğu bir tablo ortaya çıkmaktadır. Gelişen ulaşım teknolojisi ve reklam piyasası sayesinde lüks konut alanları kent çeperinde yer alan yeşil alanlara doğru hücum ederken, kent çeperlerinde kendilerine gecekondularından mahalleler oluşturmuş kesim bu mahallelerini terk etmek zorunda kalmış ve kent içerisinde boşalan alanlara yerleşmeye başlamışlardır. Osmanlı Döneminin Batılı orta sınıfı tarafından oluşturulan birçok tarihi – kültürel değere sahip Tarlabaşı 1986 yılında açılan bulvarın da etkisiyle Taksim'de çalışan alt sınıf işçilerin ve İstanbul'a kaçak olarak gelen mültecilerin yaşam alanı haline gelmiştir. Sadece sınıfsal ayrımın değil değişen devlet politikaları da Taksim ve Tarlabaşı bölgesinin imaj değiştirmesini tetiklemiştir. Taksim bölgesinde özellikle de İstiklal Caddesi üzerinde yer alan birçok işletme kapanmış ya da el değiştirmek zorunda kalmıştır. Taksim Meydanı ise Cumhuriyet dönemindeki anlamını yitirerek bölünmelere uğramıştır.

Resim 11: İstanbul'un İlk Kuleleri



Kaynak: 3.Köprü Değerlendirme Projesi, TMMOB Şehir Plancıları Odası İstanbul Şubesi,2010, s:8,

1990'lı yılların ikinci yarısı ve 2000'li yılların başında ise bilim teknolojilerindeki gelişmeler, internet ağının hızlanması ve yaygınlaşması ve küreselleşme politikalarının tam anlamıyla benimsenmesi ile İstanbul yeni bir döneme girmiştir. Küreselleşme ile ülke sınırlarının saydamlaşması ile başlayan kentsel yarışa dâhil olmaya çalışan İstanbul kent merkezini yeniden keşfetme çabasına girmiştir. Küreselleşmenin kent merkezlerine verdiği önem nedeni ile İstanbul kent merkezi

tekrardan bir dönüşeme uğramaya başlamıştır. Öncelikle sanayi alanları kent merkezinin dışına itilmiş ve sanayi alanlarından boşalan alanlarda küreselin önem verdiği ve yarım gücü sağlayan finans, hizmet, kültürel ve sanatsal aktiviteler, simgesel yapılar yer almaya başlamıştır. İlaç sanayisinin bulunduğu Levent Maslak aksı köprü ile olan bağlantısı ile de ön plana çıkmış ve geliştirilen kentsel proje kapsamında İstanbul'un finans merkezi ilan edilmiştir. Sabancı Kulesi, İş Bankası Kuleleri, Akbank Kulesi, Tat Twins gibi İstanbul sermayesi elinde tutan firmaların genel merkezlerini bu alana taşınması, 2000 yılında metronun açılması ile bu alan rantın merkezi haline gelmiş ve İstanbul Silüetinde de kendine bir yer edinmiştir. Çeperlerden kent merkezine itilen kesim, kent merkezlerinin yeniden önem kazanması ile yine kent çeperlerine doğru itilmeye başlanmıştır. Kent merkezlerindeki düşük gelir grubunun yaşadığı ve genel olarak İstanbul'un tarihi ve kültürel özelliklerinin yoğun olarak yer aldığı alanlar, çöküntü alanlarına döndüğü öne sürülerek özellikle 2003 yılında değişen hükümet yapısı ile gündemde kendine sıkça yer bulan "kentsel dönüşüm projeleri" ile yeniden ele alınmaya başlanmıştır. Bu bölgelerde yaşayan insanlar ise kent dışında oluşturulan, çalışama alanlarına çok uzak ve kültürel yapılarına uygun olmayan konut alanlarında yaşamaya itilmiş (Sulukule, Tarlabası vb.) ya da Tophane ve Cihangir bölgesinde olduğu gibi soylulaştırma hareketlerine maruz kalmışlardır.

Kentin tarihi ve kültürel değerlerini oluşturan birçok yapı (Haydarpaşa ve Sirkeci Garları, Haliç, Karaköy Bölgesi vb.) kentsel çekicilik ve rekabet kaygısı ile hazırlanan çalgın projelerin odak noktası haline gelmiştir.

Bu doğrultuda İstanbul'un kentsel gelişim süreci içerisinde İstanbul için üretilen projelerin yapısı incelendiğinde 1980'li-1990'lı yıllar ile 1990'lı yılların sonu ve 2000'li yıllar arasında önemli yapısal değişiklikler olduğu söylenebilmektedir.

1980'li ve 1990'lı yıllarda İstanbul için üretilen projeler Güvenç (2010)'un da belirttiği gibi "Kendi haline bırakılan İstanbul ve onun üzerine yapıştırılan, projelendirilmiş İstanbul" şeklinde ikili bir yapıda gelişme göstermiştir. (Aktaran: Aksoy, A. ) Bu dönemde üretilen kentsel projeler ile Maslak bölgesinde, Avrupa yakasının kuzey kısmına yayılmış, hava alanına doğru giden, ana arterlere yakın yerlerde, parçalar halinde gelişen, yabancı sermaye yatırımlarına yardım edecek konut, alışveriş/tüketim alanları, İstanbul'un yeşil hattı üzerinde gerçekleştirilen Kemer Counrty gibi lüks konut alanları, yeni otoyol ve ulaşım bağlantıları, Swiss Hotel, The Four Seasons Hotel gibi lüks otel projeleri gibi kentin büyük çoğunluğuna

dokunmamış ve kentlilerin yaşamlarını pek etkilememiş, şehrin “küreselleşebilen” zenginlerinin yatılışmış özel alanları oluşturmuştur. (Aksoy, A. 2008)

1990’lı yılların sonları ve 2000’li yıllarda ise küreselleşmenin tamamen benimsenmesi ile kentin bir bölümüne etki eden parçalı bir yapı gösteren kentsel projeler de değişime uğramış, bütüncül bir yapı kazanmıştır. İstanbul kent mekânının tamamı küresel mantığın rant odaklı bir nesnesi haline getirilmiştir. Kentin Sulukule, Ayvansaray, Yenikapı, Samatya, Fener-Balat gibi kent içerisinde önemli ve büyük bir yere sahip tarihi kesimleri ile tarihi özellik taşımayan Küçükçekmece, Zeytinburnu, Şişli bölgesinin bir bölümü, Güngören gibi bölgelerde yer alan gecekondular alanları kentsel yenileme ve kentsel dönüşüm projeleri ile kentli hayatını ve kent mekânını büyük oranda değiştiren, küreselleşmenin temelini oluşturan iyileştirilmiş yaşam kalitesi, sanat, kongre ve kültür merkezi, kamusal alan odaklı dönüşüm projeleri adı altında bilinmez bir sürece doğru sürüklenmeye başlanmıştır. Karayolları Genel Müdürlüğü’nün arsası ya da Tekel Likör Fabrikası gibi devlete ait alanlar da küreselleşmenin rant mantığı çerçevesinde dönüşüm projelerinin hedefleri haline gelmiştir. İstanbul’un küresel kent, küresel finans merkezi, kültür kenti vurgusunun sağlamaştırılması için Galataport, Haydarpaşa ve Kartal bölgelerinde olduğu gibi tepeden inme kentsel yenileme projeleri ile büyük çaplı işlevsel dönüşüm içeren projeler gündeme gelmeye başlamıştır. Bu tür kentin bütününe müdahale eden projeler tarihi miras alanlarının ve kent mekânının küresel rekabet gücü adına mega yatırımların odak noktası haline gelmesine neden olmuştur.

Tablo 2 İstanbul'un Kentsel Gelişimi ve Kentsel Proje İlişkisi

<b><u>Dönemler</u></b>	<b><u>Kentsel Gelişim Özellikleri</u></b>	<b><u>Üretilen Projeler ve Uygulamalar</u></b>	<b><u>Kent İmajı</u></b>
1950-1980	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Ekonomik büyüme</li> <li>Tarımda sanayileşme</li> <li>*Kırdan kente göç ve kent nüfusunda hızlı artış</li> <li>Kentli/köylü çatışmaları</li> <li>*Konut sorunu/ kent çeperlerinde gecekondular</li> <li>*Yetersiz alt yapı</li> <li>*Merkeze yoğunlaşma</li> <li>*Kent merkezinin çöküşü</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Gecekondular bölgelerinin sağlıklarlaştırılması</li> <li>*Kentsel yenileme uygulamaları</li> <li>*Karayollarının arttırılması</li> <li>*I. Köprü</li> <li>*Sanayi alanlarının yeniden düzenlenmesi</li> <li>*Yeniden yapılandırma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Aktarılan İmaj: Gelişen/ Büyüyen İstanbul</li> <li>* Yaşanan İmaj: Azman Kent</li> </ul>
1980-2000	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Ekonominin dışa açılması ve küreselleşmede ilk adımlar</li> <li>*Kent nüfusunda artış</li> <li>*Aidiyetsizlik</li> <li>*Kapalı Siteler/Kent çeperlerinin sakinlerinin değişimi</li> <li>*Otoyol sevdası</li> <li>*Apartmankondulaşma</li> <li>*Ulaşım teknolojilerinin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Amerikan Rüyası benzeri Şehre yakın ama şehirden uzak yeşil-lüks konutlar/Kapalı Siteler</li> <li>*Gökdelenler/Levent-Maslak aksı</li> <li>*Levent metrosu</li> <li>*AVM'ler</li> <li>*Kentsel sağlıklarlaştırma ve iyileştirme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Aktarılan İmaj: Modern İstanbul</li> <li>* Yaşanan İmaj: Çok Merkezli Parçalanmış Kent</li> </ul>

	geliştirilmesi	*Kent merkezinde by-pass uygulamalar	
2000 ve Sonrası	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Tam küreselleşme</li> <li>*AB ile ilişkiler</li> <li>*Özelleştirme Politikaları</li> <li>*Kent merkezinin önem kazanması</li> <li>*Lüks konut-Residence, ofis ve oteller</li> <li>Tarihi bölgelerin önem kazanması</li> <li>*Raylı sistem</li> <li>*Bilgi ve iletişimde hızlı gelişmeler</li> <li>* Sanyiden hizmet sektörüne geçiş</li> <li>*Mega etkinlikler</li> <li>*Sit alanlarında yeni uygulamalar</li> <li>*Rant ve yarış</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Tarla başı</li> <li>*Kayabaşı-Yenişehir</li> <li>*Kanal İstanbul</li> <li>*Metrobüs/Marmaray</li> <li>*Haydarpaşa port/Galata Port</li> <li>*AVYM'ler</li> <li>*Kentsel yenileme uygulamaları</li> <li>*Riskli alanlar</li> <li>*Sulukule</li> <li>*Fikirtepe</li> <li>*3. Havalimanı</li> <li>*3. Boğaziçi Köprüsü</li> <li>*Kentsel Dönüşüm Projeleri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Aktarılan İmaj: Kavşak Kent Kültür Başkenti Dünya Kenti Medeniyetler Şehri Olimpiyat Kenti</li> <li>* Yaşanan İmaj: Kolaj Kent</li> </ul>

Sonuç olarak 1950'li yıllarda başlayan değişim sürecinde İstanbul'un yeni-liberal politikaları benimsemesi ve ithal ikameci dönemin koruma duvarlarını kaldırması ile kent mekânı yasal ve yasadışı sermayenin yaptırımlarına açılırken bir yandan da kentsel alandaki rantların büyüklüğünü fark eden yerel sermayenin de çekim alanına girmiştir. (Kurtuluş,2000) Küreselleşme ile hız kazanan rant kavgasının kaçınılmaz sonucu olan toplumsal eşitsizlik de mekânsal formda yeni bir boyut kazanmış ve ayrılmış bir metropoliten makroform yaratmıştır. Eşitsizlik duvarının daha yükselmesi ile beraber gelen toplumsal parçalanma ve ayrışma kent toplumunu yeni zenginler, yeni fakirler ve yeni orta sınıflara ayrıştırırken, bu toplumsal sınıfların da kent mekânından beklentileri hızla değişmeye başlamıştır. Kentin yeni zenginleri otomobil bağlantılarını kullanarak kent çeperlerinde yeni lüks adacıklarında yaşamaya başlamış, fakir kesim ise kent içerisinde boş buldukları alanlar üzerine yerleşip her yeni kentsel projede kent içerisinde bir uçtan bir uca taşınmak durumunda kalmıştır. Küresel düzenden bir nebze pay almayı başaran yazar, medya mensubu, mimar ve sanatçı kesiminin oluşturduğu entelektüel kesim ise kent merkezlerindeki düşük gelir grubunun yoğunlukta olduğu alanlara yerleşerek bu alanların soylulaştırmasını ve el değiştirmesini tetiklemişlerdir. Sosyal ve mekânsal ayrışmanın hız kazandığı ve kentlerin bilinçsizce sermayeye itildiği bu süreçte İstanbul için üretilen kentsel projelerden; tarihi kentlerde eski sosyal, kültürel ve ekonomik önemini yitirmiş olan yerleşim bölgelerinin ve kaynaklı alanların kent yaşamına geri kazandırılması ve büyük göç alan sanayi kentlerinin kenar bölgelerinde, daha çok kayıt dışı inşaat sektörünce gerçekleştirilmiş olan niteliksiz ve yasa dışı yerleşimlerin, yasal ve sağlıklı yaşam için uygun koşullara kavuşturulması beklenmektedir. (Nalkaya, 2006: 39) Ancak üretilen kentsel

projelerin bu beklentilerin aksine küreselleşme ile ortaya çıkan yarışmacı düzende küresel rekabet gücü ve sermaye kazanmak için estetik ve çekici özellik yaratmak kaygısı ile kent kimliğinin sosyal, kültürel ve tarihsel boyutlarının yok sayılmasına yol açan, kentlerin birbirinden bağımsız ve kent kimliğine uyumsuz projeler ile kolaj bir yapı kazanmasına neden olan bir yapı kazandığı gözlemlenmiştir.

İstanbul için üretilen kentsel projeler de kentin biçimsel kimliğine ilişkin konular üzerine durulmakta ve biçimsel kimliğin geliştirildiği savunulmaktadır. Ancak kentlerin genel anlamda kimlik oluşumunun, yalnızca fiziksel nitelikte bir süreç olmadığı, fiziksel unsurların yanında onların gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde sahip olduğu ya da içinde yer aldığı siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel değerleri de kapsayan gelişim ve evrim süreçlerini içerdiği göz ardı edilmektedir. Biçimsel kaygı ile yeniden ele alınan kentin mimari yapısının evrimi, kentin sahip olduğu değerlerin tümünü kapsayan bir algı sürecine sahiptir. Bu algı sürecinin temelinde ise sosyokültürel kimlik ve biçimsel kimlik olmak üzere iki temel unsur bulunmaktadır. (Nalkaya, 2006: 39)

Kentsel projeler ile yeniden ele alınan biçimsel kimliğin yaşadığı bir diğer dönüşüm ise biçimsel kimlik öğelerinin ticarileştirilmesi yönünde gerçekleşmektedir. Bu durumdan ise en çok ekonomi ve kültür alanları etkilenmektedir. Küreselleşme akımı ile kent ekonomilerinin sanayiden hizmet sektörüne doğru kayması ve bilgi toplumundaki üretimin tümüyle yeni bir kültür oluşturması, kültür ve ekonomi arasındaki anlam farklılığının ortadan kalmasına neden olmuştur. Sanayinin kent ortamından uzaklaşması ile hizmet ve ticaret alanlarının kent peyzajının en önemli öğeleri haline gelmesi, kent örgütlenmesinin en önemli unsurlarını havalimanı, eğlence merkezi, alışveriş merkezi vb. ticari alanlara dönüştürürken, müze ve kültür merkezi gibi tarihi ve kültürel değer taşıyan kent öğelerini de bu kapsamda ticarileştirmeye, tüketim amaçlı üretilmeye başlamıştır.

## **3.2 İSTANBUL'UN KENTSEL İMAJ ÖĞELERİ VE İSTANBUL KENT İMAJI**

İstanbul tarihi ve coğrafi yapısı nedeni ile birçok kültürel ve tarihi veriye sahip olmanın yanı sıra algılanabilirliği ve akılda kalıcılığı da yüksek olan bir kenttir. Küreselleşme ile imaj kavramının kentler üzerine yapılandırılan bir etiket haline gelmesi İstanbul kent imajının da değişmesine neden olmuştur.

### **3.2.1 İstanbul'un Kentsel İmaj Öğeleri**

İstanbul coğrafi konum ve özellikleri nedeni ile geçmişinden bugüne kendi döneminin en güçlü devletlerinin başkenti olmuş ve her zaman hem kendi coğrafyası içerisinde hem de dünya genelinde farklılaşan, önde gelen kentler arasında yer almıştır. İstanbul'un geçmişinden taşıdığı kozmopolit yapısı ve coğrafi özellikleri aynı zamanda İstanbul kent kimliği ve imajını da oluşturmaktadır. Öyle ki İstanbul denildiğinde akla gelen çağrışımlar (Kız Kulesi, martı, vapur, Galata Kulesi, Tarihi Yarımada, Boğaz Köprüleri, Taksim vb.) aynı zamanda kentin algılanabilirliğinin, hatırlanabilirliğinin ve dolayısı ile kent imajının da temelini oluşturmaktadır.

Kentin okunabilirliği ve algılanabilirliği üzerinden imajın geliştiğini belirten Lynch'in yöntemi ile İstanbul'un imaj öğeleri ele alındığında İstanbul'un dünya genelinde tanınırlığını sağlayan; İstanbul'un simgesi haline gelmiş öğelerin aynı zamanda kent yaşamında kentliler tarafından ön plana çıkartılmış ve kent yaşamının bir parçası olmuş, kimlik ile bütünleşmiş öğeler olduğu görülmektedir.

İstanbul için Lynch'in imaj öğelerinden biri olan yol kavramı irdelendiğinde, kent belleğinde yer alan, kentli ve yabancılar tarafından tercih edilen, kentin tarihi ve yeni yüzü ile bütünleşmiş yolların başında Barbaros Bulvarı, Tarlabası Bulvarı, Vatan ve Millet Caddeleri gibi yapıldıkları dönemde tarihsel ve sosyal açıdan bir çok yıkım ve değişikliğe neden olmuş ancak İstanbul'un değişen yüzü içerisinde en aktif kullanılan yollar arasında bulunan geniş caddelerin yer aldığı görülmektedir. Aynı zamanda dış etkenlerin dışında, tarihsel süreç içerisinde kendiliğinden gelişmiş ve belirli bir nitelik-özellik kazanmış ve bu özelliği ile kent kimliğinin bir parçası haline gelmiş İstiklal Caddesi, Bağdat Caddesi, Valikonağı Caddesi, Ayvansaray ve İmrahor Caddeleri gibi özgün nitelikli yollar da İstanbul imajının önemli bir parçasını oluşturmaktadır.



Resim 12: İstanbul'un Yol Ögeleri



Kaynak: A: [www.valeler.com/haberdetay/28/nisantasi-alo-vale-hizmeti](http://www.valeler.com/haberdetay/28/nisantasi-alo-vale-hizmeti),  
B: [wowturkey.com/forum/viewtopic.php?t=10105](http://wowturkey.com/forum/viewtopic.php?t=10105), C: [wheretogoinistanbul.com](http://wheretogoinistanbul.com), D:  
[www.posta.com.tr/turkiye/HaberDetay/Kucukcekmece-D-100-karayolu-10-gun-kapali.htm?ArticleID=143720](http://www.posta.com.tr/turkiye/HaberDetay/Kucukcekmece-D-100-karayolu-10-gun-kapali.htm?ArticleID=143720), 15.06.2014

Divanyolu Caddesi, Meclisi Mebusan Caddesi, Dolmabahçe ve Çırağan Caddeleri ise kent tarihi ile olan bütünleşik yapıları ile İstanbul içerisinde en çok ön plana çıkan, yerli ve yabancı turistler tarafından en çok bilinen yollar arasında yer almaktadır. İstanbul'un kentsel gelişim yapısı ile bütünleşmiş ve finans merkezinin tamamlayıcısı olan Büyükdere Caddesi'de kent imajının önemli bir bileşenini oluşturmaktadır.

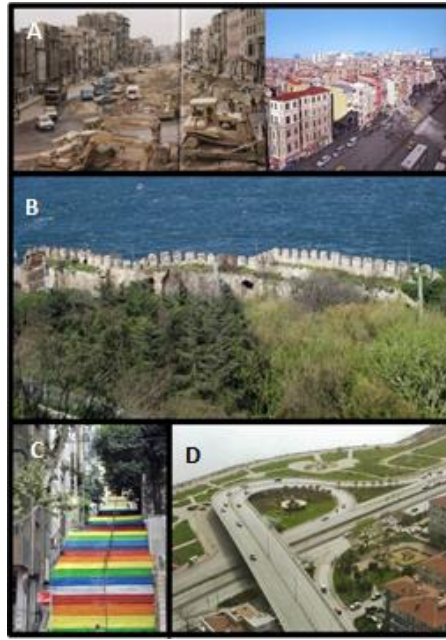
Kennedy Caddesi ise sahil hattı boyunca İstanbul'un kıyı ve deniz ilişkisi açısından ön plana çıkmış bir imaj ögesini oluşturmaktadır. Kentin tarihi, coğrafi ya da sosyal yapısı dışında kent yaşamının ön plana çıkardığı ve İstanbul ile bütünleşen "trafik" imajının ise en temel öğelerini kent hayatında ya medyada adı sıkça geçen E-5, TEM, D-100 ve İstanbul Çevre Yolları ile İstanbul'un simgesi haline gelmiş köprüler oluşturmaktadır.

Bu kapsamda İstanbul imajını oluşturan yol kavramı ele alındığında; yolların kendi içerisinde TEM, D-100 gibi kent yaşamında sıkça gündeme gelen otoyollar, Valikonağı Caddesi yada İmrahor Caddesi gibi kent yaşamı içerisinde alışveriş vb. nitelikler ile kendiliğinden önem kazanmış kent içi akslar, Divanyolu ve Meclisi

Mebusan Caddesi gibi tarihi nitelikli caddeler ile İstiklal Caddesi gibi hem tarihi hem de kültürel özellikleri baskın gelen caddelerin ön plana çıktığı görülmektedir.

İstanbul imajının ve kimliğinin önemli bir parçasını oluşturan bazı yolları aynı zamanda kent imajı içerisinde önemli bir sınır etkisine de sahiptir. Tarlabası Bulvarı cepheli olduğu iki bölge arasında sosyal açıdan önemli bir sınır etkisi yaratmıştır. Kennedy Caddesi gibi sahil boyunca uzanan geniş yollar ise İstanbul içerisinde insan-kıyı, insan-deniz etkileşimini kısıtlayan en önemli sınır öğeleri arasında yer almaktadır.

Resim 13: İstanbul'un Sınır Öğeleri



Kaynak: A: [kentvedemiryolu.com/icerik.php?id=734](http://kentvedemiryolu.com/icerik.php?id=734), B: [www.yapi.com.tr/Haberler/istanbul-surlarini-hatirladi\\_104293.html](http://www.yapi.com.tr/Haberler/istanbul-surlarini-hatirladi_104293.html), C: [www.milliyet.com.tr/belediye-merdivenleri-griye-boyadi-gundem/detay/1756766/default.html](http://www.milliyet.com.tr/belediye-merdivenleri-griye-boyadi-gundem/detay/1756766/default.html), D: [wowturkey.com/forum/viewtopic.php?t=10105&start=20,16.06.2014](http://wowturkey.com/forum/viewtopic.php?t=10105&start=20,16.06.2014)

İstanbul'un coğrafi yapısı da yollar dışında kent imajı içerisindeki önemli sınır öğelerinin başında yer almaktadır. İstanbul'un yokuşları ve merdivenleri bölgeler arası sınır etkisi yaratırken aynı zamanda kente kimlik kazandıran önemli unsurlar olmuşlardır. Kentin tarihini yansıtan surlar ise İstanbul için imaj ve kimlik açısından en güçlü sınır öğelerinin başında yer almaktadır.

İstanbul'un gelişimindeki parçacıl yapı İstanbul'un her noktasının farklı bir imaj geliştirmesine neden olmuştur. İstanbul'un farklı kentsel gelişimi ise kent imajında en çok bölge, nirengi ve odak öğeleri üzerinde kendini göstermektedir. İstanbul; Sultanahmet, Dolmabahçe, Haliç, Balat, Yedikule ve bütün bir yapı içerisinde Tarihi Yarımada gibi çok önemli bir tarihi-turistik bölgeye sahiptir. Aksaray, Laleli,

Yenibosna, Beşiktaş, Şişli, Eminönü, Karaköy vb. noktalar ise geçmişten bugüne İstanbul'un alışveriş ve ticaret bölgelerini oluşturmaktadır. Doğal özellikleri ile Polonezköy, Şile, Rumeli ve Anadolu Hisarı, Sarıyer vb. İstanbul kent imajının önemli doğal ve turistik bölgeleri arasında yer almaktadır. Ancak İstanbul kent imajının en önemli doğal bölgelerini adalar oluşturmaktadır. Levent- Maslak aksı ise İstanbul'un gelişen yapısı içerisinde önemli bir ekonomik bölge bir finans merkezi özelliğine sahiptir. Taksim, Beşiktaş, Etiler ve Nişantaşı gibi merkezler ise İstanbul'un 7/24 yaşayan kent imajı içerisinde en önemli eğlence bölgeleri içerisinde yer almaktadır.

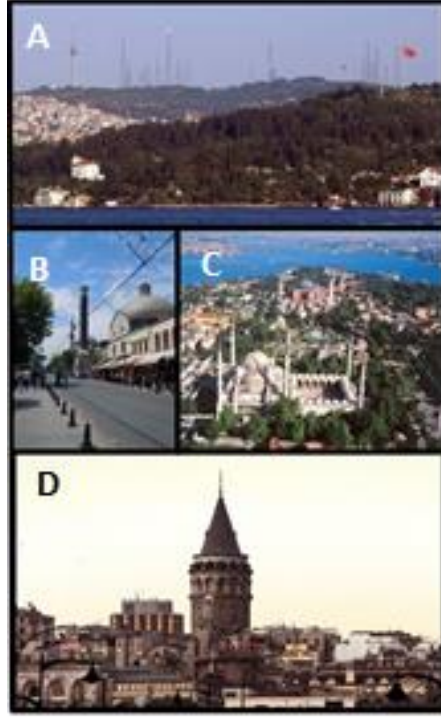
Resim 14: İstanbul'un Bölgeleri



Kaynak: A: [www.haber7.com/guncel/haber/946715-taksim-meydani-ile-ilgili-esnaftan-farkli-yorum](http://www.haber7.com/guncel/haber/946715-taksim-meydani-ile-ilgili-esnaftan-farkli-yorum), B: <http://gezizgordum.com/polonezkoy/>, C: [www.istanbul.net.tr/istanbul-Rehberi/istanbul-Fotografllari/semt-fotografllari/aksaray-faruk-kocak/1866/7](http://www.istanbul.net.tr/istanbul-Rehberi/istanbul-Fotografllari/semt-fotografllari/aksaray-faruk-kocak/1866/7),  
D: [www.trekearth.com/gallery/Middle\\_East/Turkey/Marmara/Istanbul/photo780731.htm](http://www.trekearth.com/gallery/Middle_East/Turkey/Marmara/Istanbul/photo780731.htm), 16.06.2014

İstanbul çok kimlikli yapısı ve değişken coğrafi yapısı ile nirengi açısından da çok zengin bir yapıya sahiptir. Farklı kültürlerin kente bıraktığı miraslar kent ile bütünleşip bugüne kadar varlığını ve anlamını koruyarak gelmeyi başarmış Galata Kulesi, Haydarpaşa, Yedi Tepe, Kız Kulesi, Ayasofya, Sultanahmet, Galata Köprüsü, Çemberlitaş, Çamlıca, Beyazıt Yangın Kulesi gibi birçok yapı İstanbul'un en önemli nirengi noktaları oluşturmaktadır. Bu nirengi noktaları İstanbul kent kimliği ile son derece bütünleşmiş olup sadece İstanbul ya da Türkiye içerisinde değil dünya genelinde de bir kent simgesi, bir marka haline gelmişlerdir.

Resim 15: İstanbul'un Nirengi Öğeleri



KaynakA: [www.sondakikahaberleri.info.tr/camlica-tepesi/2](http://www.sondakikahaberleri.info.tr/camlica-tepesi/2), B: [walkingistanbul.com/EserDetay.aspx?mk=93](http://walkingistanbul.com/EserDetay.aspx?mk=93), C: [www.jevvalturizm.com/tr/sultan-ahmet-camii-icerikincele10.html](http://www.jevvalturizm.com/tr/sultan-ahmet-camii-icerikincele10.html), D: [www.istapin.com/galata-kulesi/](http://www.istapin.com/galata-kulesi/), 16.04.2014

İstanbul imajını oluşturan tarihi nirengiler dışında değişen imaj kavramı içerisinde geliştirilen politikalar çerçevesinde üretilen Gökkafes gibi tarihsel referanslara tezat yeni nirengi noktaları da kent mekânında yerini almaya başlamıştır.

Günümüz kentlerinin en önemli sorunsalı olan ancak kent kimliğinin, kent olmanın en önemli yapı taşı olan ve kamusal alanların başında yer alan, kentli olmanın temellerinin atıldığı odak noktaları İstanbul'un en önemli gelişim sahnelerinin yaşandığı, İstanbul'un farklı kimliklerinin savaştığı ve kaynaştığı, İstanbul'un kültür sergilerinin yapıldığı İstanbul'un Anadolu'ya ve dünyaya açıldığı en önemli sahneleri olmuştur. Haydarpaşa Tren İstasyonu, Yenikapı, Taksim, Samatya, Beşiktaş, Kadıköy-Boğa meydanları bu odak noktalarının başında yer almaktadır. Aynı zamanda Caddebostan, Moda, Bakırköy Sahilleri, Eyüp Sultan, Eminönü vb. meydanlar da aidiyet ve kimlik açısından önemli odak noktalarını oluşturmaktadır.

Resim 16: İstanbul'un Odak Noktaları



Kaynak:A: [www.ekoayrinti.com/news\\_detail.php?id=88382](http://www.ekoayrinti.com/news_detail.php?id=88382),

B: [tools.ntvmsnbc.com/canlianlatim/MatchPage.aspx?MatchId=242](http://tools.ntvmsnbc.com/canlianlatim/MatchPage.aspx?MatchId=242), C: [www.aydinses.com/eyup-sultan-meydanina-otantik-seyyar-saticilar-h12822.html](http://www.aydinses.com/eyup-sultan-meydanina-otantik-seyyar-saticilar-h12822.html), D: [www.sondevir.com/manset/78746/galatada-belediyenin-gulduren-cozumu.html](http://www.sondevir.com/manset/78746/galatada-belediyenin-gulduren-cozumu.html), E: [www.memurlar.net/haber/381454/](http://www.memurlar.net/haber/381454/)

Bu öğeler dışında İstanbul'un kent imajında ve İstanbul'un markalaşmasında ön plana çıkmış birçok kimlik öğesi de bulunmaktadır. Bunların başında İstanbul kent silueti ve boğaz yer almaktadır. İstanbul'un coğrafik ve topografik yapısı ile imaj öğelerinin birleşimi ile meydana gelen ve İstanbul'un marka yüzü haline gelmiş kent silueti ve boğaz tanınabilirlik, akılda kalıcılık ve kent imajı açısından İstanbul'un en önemli yapı taşlarını oluşturmaktadır. Bu güçlü iki öğenin yanı sıra nostaljik tramvay, tünel, ada vapuru ve lale gibi kimlik öğeleri de yine İstanbul kent imajının önemli birer parçasını oluşturmaktadır.

Sonuç olarak İstanbul kent kimliğini oluşturan öğeler aynı zamanda İstanbul'un ulusal ve uluslararası düzeyde tanınırlığını sağlayan İstanbul markasını oluşturan kent ile bütünleşik gerçek imaj öğeleridir.

### 3.2.2 İstanbul İçin Üretilen İmajlar ve İstanbul Kent İmajı'nın Değişimi

Küreselleşme ile başlayan değişim sürecinde kentlerde yaşanan fiziksel ve sosyal değişimler gibi imaj kavramında da anlam ve bağlam olarak değişimler yaşanmıştır. Kentin algılanabilirliği, okunabilirliği ve kimlik üzerinden gelişen imaj kavramı yeni dünya düzeni içerisinde kentlerin pazarlanabilirliği üzerinden gelişmeye başlamış,

simge yapılar ve projeler, mega aktiviteler, yaşanabilir kamusal alan ve markalaşma gibi öğeleri ile kentler için bir etiket haline gelmiştir. Bu değişim süreci içerisinde küresel rekabet düzenine ayak uydurmaya çalışan İstanbul için de bir çok imaj etiketi oluşturulmuş ve kentin her yanı yeni imaj öğeleri ile ciddi değişimler göstermeye başlamıştır.

### 3.2.2.1 Modern Kent İmajı

İstanbul için üretilen imajlarının başında “Modern Kent” imajı yer almaktadır. 1990’lı yıllarda küreselleşmenin tam anlamı ile benimsenmesi ile modern kentin simgesi olduğu öne sürülen gökdelenler ve AVM’ler kent mekânını doldurmaya başlamıştır. Kozyatağı, Merter, İkitelli gibi birçok bölge hızla gökdelenleşirken en çok yoğunluk Taksim-Maslak aksı üzerinde yaşanmış bu aks İstanbul’un modern yüzü olarak sunulmaya başlanmıştır.

Resim 17: Modern Kent İstanbul



Kaynak: A: <http://www.turkcebilgi.com/resim/istanbul/istanbul-maslak>, B: [muhteremlegeziye.blogcu.com/kanyon-alisveris-merkezi/746254](http://muhteremlegeziye.blogcu.com/kanyon-alisveris-merkezi/746254)

Kentin çeperlerinde ve merkezinde modern konut projeleri adı altında yüksek kaliteli, yüksek güvenli bir çok site inşa edilmiş, kapalı ve yüksek duvarlar ile inşa çevre ilişkisi minimuma indirilmiş, kentin her yanı inşaat alanına dönüştürülmüş ve meydanların yerini Güngören Kale Center, MetroCity ya da Sapphire, Cevahir gibi kent kimliğinden uzak İstanbul’un yeni odak ve nirengi noktaları almıştır. Modern İstanbul imajı altında kamusal alan kavramı da “yeni modern yüzü” ne kavuşmuş, parklar, çay bahçeleri, meydanlar hızlı bir şekilde AVM'lere taşınmıştır. AVM'ler içerisinde ya da kentin belirli kesimlerine hitap eden noktalarda Florya AVM ya da Vialand örneğinde olduğu gibi “en büyük” akvaryumlar, “en büyük” çocuk oyun alanı, “en büyük” botanik parklar kentin yeni kamusal alanlarını oluşturmaya başlamıştır.

### 3.2.2.2 Küresel Kent İmajı

İstanbul’un kentsel gelişimini etkileyen bir diğer önemli imaj çalışması ise “Küresel Kent” olmuştur. Küresel sermayeden pay almak, yerli ve yabancı yatırımların odak

noktası olmak için üretilen rekabet politikaları kentsel çekiciliği arttırmak üzerine gerçekleştirilmiştir. Küresel kent imajı İstanbul için üretilen gökdelen, ofis ,recidence ve kapalı site projelerinin daha da artmasına neden olmuş ve bu yapılar artık ünlü mimarlar tarafından, mimariyi zorlayan ilginç biçimlerde gerçekleştirilmeye başlanmıştır.

Küresel kent olabilmek için sanayi alanları kent dışına taşınmış ve sanayiden boşalan alanları küresel kentin temel kıldığı kültür ve sanat aktiviteleri ile donatmak kente yeni birer yüz oluşturmak için Kartal'da olduğu gibi ünlü mimarlar davet edilmiş ve çok büyük kapsamlı yenileme projeleri oluşturulmaya başlanmıştır. Bu projeler içerisinde Galataport, Haydarpaşaport gibi kent kimliği ile doğrudan bağlantılı projeler de yer almaktadır. Kent içerisinde yükselen değer Ümraniye, tarihin kalbi Üsküdar gibi birçok ilçe de küresel düzene yerel olarak katılabilmek için kendi imajlarını oluşturmaya başlamıştır.

Küresel kent imajı modern kent imajında olduğu gibi ancak daha farklı bir biçimde kamusal alanların önemini bir kez daha vurgulamıştır. Bu kapsamda Taksim, Yenikapı gibi önemli meydanlar yeniden ele alınmış, Haliç'te olduğu gibi sahil şeridinde yer alan küçük imalathaneler temizlenerek bu alanlar ağaçlandırılıp, gökdelen, plaza ve otellerle yeniden şekillendirilmiştir. (Kaygalak, 2001)

Küresel kent imajı ile Lynch'ın imaj öğelerinden alan yol kavramı da boyut değiştirmiştir. İstanbul kimliğini oluşturan yollar üzerinden değil yer altından giden raylı sistemler üzerinden tartışılmaya başlanmış ve kentin imajını metro ağları oluşturmaya başlamıştır. Aynı şekilde bölgelerin yerini de küresel reklam ve rekabet odaklı mega aktiviteler almış ve İstanbul Formula 1, Kültür Başkenti gibi uluslararası organizasyonlara, İstanbul'da Bir Sürrealist: Salvador Dali, Cengiz Han ve Mirasçıları, Picasso İstanbul'da gibi bir çok uluslararası sergi, fuar ve konsere ev sahipliği yapmaya başlamıştır.

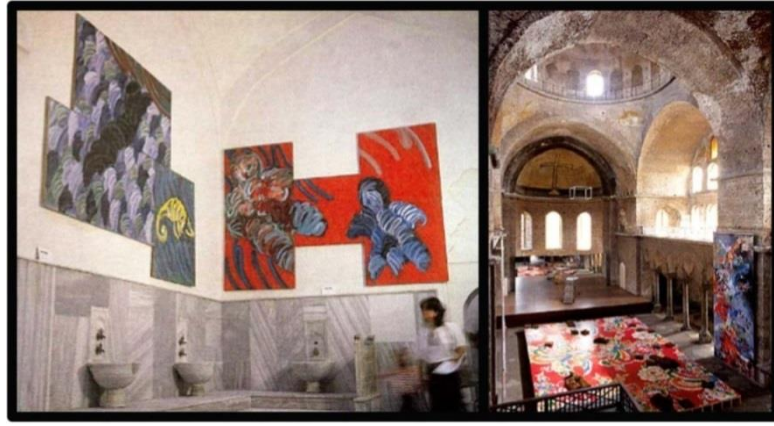
Küreselleşme ile başlayan süreçte mega aktivitelerin öneminin giderek artması ve markalaşmanın başlaması ile İstanbul için Medeniyetler Başkenti, Kültür Başkenti, Müzeler Kenti ve son olarak Olimpiyat Kenti gibi yeni etiketler üretilmeye başlanmıştır. Bu etiketler kapsamında İstanbul'un Haydarpaşa, Haliç gibi önemli kimlik öğeleri ve Belgrad Ormanları gibi önemli doğal rezervleri üzerinde büyük projeler oluşturulmuştur.

### 3.2.2.3 Oryantalist Kent

Küresel kent ya da modern kent imajları dışında İstanbul için üretilen imajlardan biri de “Oryantalist Kent” imajı olmuştur.

Oryantalist kent söylemi İstanbul’un coğrafi konumu ve kültürel özellikleri bağlamında ortaya çıkartılmıştır. Oryantalist kent imajı altında İstanbul’un Batı’dan farklı Doğu tabanlı özellikleri vurgulanarak kent “bir köprü ya da bir kavşak noktası” olarak sunulmaktadır. İmaj söylemi altında yapılan çalışmaların temel amacı ise kentin kültürel ve tarihi özellikleri gerçekten farklı bir şekilde ele alınıp turistleştirilerek küresel bir çekicilik elde edilmeye çalışılmak yönünde gelişme göstermiştir.

Resim 18: Oryantalist Kent İstanbul



Kaynak: İstanbul Bienalleri <http://www.sanalmuze.org/paneller/bienal/108.htm>, alındığı tarih 15.04.2014

Oryantalist kent imajının küresel düzene duyurulma çalışmaları ise genel olarak sergi ve fuarlar üzerinden gerçekleştirilmektedir. İstanbul kökenli ve Bienal vb. sergilerin temaları ele alındığında ana başlıkların “İstanbul’un Doğu ve Batı’nın geleneksel karşıtlığının buluştuğu, çok kültürlülüğü, dünya kültürünün başkent olması, kültürel bir köprü olması” gibi konular üzerinden geliştiği görülmektedir.

Oryantalist kent imajı kapsamında İstanbul küresel düzene egzotik bir kent olarak pazarlanırken Doğu tabanlı özelliklerinin yanı sıra, Doğu-Batı ikiliği, Doğu ama modern ikiliği gibi yeni karşılaştırmalar da kullanılmaya başlanmıştır. Roelstraete (2005)’in de belirttiği gibi yerel aktörlerin söylemleri incelendiğinde İstanbul için “Çelişkilerin Dünya Başkenti” gibi söylemler kullandığı ve bu söylemlerle kenti bir kültürel beşik bir kültür mozaiki olarak pazarlayıp merak oluşturmaya çalışmaktadırlar. Bu noktada Baltacıgil (2007)’nin de belirttiği gibi oryantalist



yaklaşım İstanbul'u keşfedilmeyi bekleyen egzotik ve öteki olarak imgelemektedir. Ancak bu pazarlama stratejisi ve imaj kapsamında sıkça vurgulanan basmakalıp ve sığ "Doğu-Batı" "Modern-Geleneksel" "Asya-Avrupa" gibi söylemler kenti ikiliklere itmekte ve sosyal açıdan da ikilemler yaratmaktadır.

#### 3.2.2.4 Nostajik Kent

Küresel sermaye yarışında rekabet gücü kentlerin özgün ve farklı tarihi, kültürel yapıları üzerinden bir ilerleme içerisinde girmiştir. Bu kapsamda İstanbul'un zengin tarihi geçmişi ile kentin pazarlanma çalışmaları kapsamında üretilen bir diğer imaj çalışması ise "Nostaljik Kent" söylemi olmuştur. Bu kapsamda İstanbul'un tarihi ve kültürü kentsel projeler ile yeniden kurgulanmaya ve kent mekânında yeni yüzleri ile yeniden yer almaya başlamışlardır. Bu noktada en önemli tarihi ve kültürü sorunu hangi tarih döneminin ya da hangi kültürün ön plana çıkartılacağı ve pazarlama aracı olarak kullanılacağı sorunsalı oluşturmaktadır. Kentin eski gelişim yapısı ve yöneticilerin ideolojik tavırları devreye girerek temel kültür Osmanlı olmak üzere birçok bölge tekrardan ele alınmış, aynı zamanda baskın bir tarihi geçmişe sahip gayrimüslim bölgelerinde ise Rum, Ermeni vb. o kültürün özellikleri ön plana çıkartılmaya çalışılmıştır. Kentsel dönüşüm projeleri ile nostaljik mekânlar oluşturulurken, cadde, sokak ve bina cepheleri yenilenmeye başlanmıştır. Ancak bir kültür ya tarihin ön plana çıkartılarak pazarlama aracı olarak kullanılması o bölgede başka döneme ya da kültüre ait verilerin zarar görmesine de neden olmaktadır. Örneğin Süleymaniye Kentsel Dönüşüm Projesi'nde olduğu gibi Süleymaniye bölgesi bina cepheleri ve yolları ile bir Osmanlı Mahallesi olarak yeniden düzenlenmiştir. Ancak nostaljik kent yaratmak için yapılan uygulamalarda bire bir ya da yanlış taklitlerle kent belleğinin ve kimliğinin önemli bir bölümü yok edilme tehdidi yaşamaktadır. Aynı zamanda kültürel ve tarihi değerleri sermaye ve rant kaygısı ile yerel ve küresel pazara sunmak kültürün çabucak tüketilmesine de neden olmaktadır.

#### 3.2.2.5 Merkez Kent

İstanbul için üretilen bir diğer imaj olan "Merkez Kent" imajı ise İstanbul'un küresel kent olması ile bağlantılı olarak turizm, sanat, kültür, spor, moda ve teknoloji alanlarında da küresel ve bölgesel ölçekte bir merkez olması söylemi ile ortaya çıkartılmıştır. Merkez olma söylemleri marka olmayı da beraberinde getirmiş ve "merkez kent" imajı ile birlikte eş zamanlı olarak "marka kent" imajı da gündeme gelmiştir. İstanbul için yapılan planlama çalışmalarında kent için belirlenen temel hedefler irdelendiğinde İstanbul'un "Turizm Merkezi", "Sanat ve Kültür Merkezi",

“Finans Merkezi”, “Bölgesel Cazibe Merkezi” vb. söylemler çerçevesinde geliştirilmesi ve bu şekilde rekabet gücünün artırılması gerektiği belirtilmektedir.

İstanbul için belirlenen bu hedefler basında da Londra’nın Batı’nın uluslararası finans, moda, teknoloji vb. merkezi olduğu gibi İstanbul’un da Doğu’nun merkezi haline geldiği, bir marka şehir olduğu yönünde haberler yer almaya başlamıştır. (Kaleağası,2008)

Resim 19: Merkez Kent İstanbul: Akaretler Örneği



Kaynakça: <http://www.akaretler.com.tr/index.html> alındığı tarih 16.04.2014

Ancak merkez ve marka olmak kötü ya çirkin olarak nitelenen yoksul kesimin kent içerisinde itilmesine ve özellikle kent merkezine yakın yerlerde bu alanlar üzerinde kapsamlı dönüşüm projeleri üretilmesine neden olmaktadır. Akaretler örneğinde olduğu gibi kentin kültürel özellikleri ile ön plana çıkan ama atıl kalmış bir bölgesi kentsel dönüşüm projesi kapsamında yeniden ele alınmış lüks konut, otel, lokanta ve alışveriş işlevleri ile son derece şık bir şekilde yeniden kent hayatına dahil edilmiş ve bir merkez haline getirilmiştir. Ancak kent hayatına dahil etme sürecinde kentin sadece belirli bir kesimi ele alınmış çoğunluğu oluşturan bölümü ise dışlanmıştır.

#### 3.2.2.6 Güzel Kent

İstanbul için üretilen bir diğer imaj olan “Güzel Kent” söylemi ise genel olarak fiziksel müdahaleler ile İstanbul kent mekânının güzelleştirilmesi ve küresel pazarda temiz bir kent olarak rekabet gücünün artırılması yönünde gelişmiştir.

50 cm yüksekliğinde pembe taşlı kaldırımlar inşa etme, kent merkezi ve meydanlarındaki kaldırım taşlarını düzenli olarak değiştirme, binalar arası güzellik yarışmaları düzenleme, yollar boyunca çiçekler dikme güzel kent imajı adı altında yapılan en temel uygulamalar olmuş ve kent her yeni periyota yeni kaldırım taşları ile girmeye başlamıştır. (Mutlu,2010)

Bu uygulamaların yanı sıra güzel kent imajının sosyal temizlik boyutu da gündeme gelmiş ve sosyal temizlik hareketi çerçevesinde ayrıştırma çağrışımını da

beraberinde getirmiş, soylulaştırma kavramının yeni açılımı oluşturmaya başlamıştır. (Akpınar,2009)

Özellikle şehir merkezine yakın ve genel olarak göçmelerin yer aldığı ve turizm potansiyeli yüksek alanlarda bölgeyi insanlardan arındırarak güzel kent imajı yerleştirilmeye çalışılma amaçlı uygulamalar yapılmaya başlanmıştır.

### 3.2.2.7 Güvenli Kent

İstanbul için üretilen “Güvenli Kent” imajı yerel ve küresel piyasaya can ve mal güvenliğinin sağlandığı, sermayenin korunacağına teminatının verildiği, bir kent kurgusu oluşturmaktadır. Kentte rahatça dolaşabilmek ve güvende hissetmek kentsel çekiciliği ve turistik gezileri arttırmakta, kentin küresel yapısı ile de birleşerek kenti bir cazibe merkezi haline getirmektedir.

Ancak güvenli kent imajı altında da sanayi döneminde oluşan işçi mahalleleri, Tarlabası, Sulukule gibi kültürel tarihi özellikleri yüksek alanlar suç başlığı altında yıkılıp dönüştürülerek rant merkezi haline getirilmeye çalışılmaktadır. Ayazma, Başıbüyük, Gülensu gibi mahallelerde de yaşandığı gibi rahat ve medeni yaşama geçiş söylemleri ile TOKİ konutları sunulmaya ve İstanbul’un yeni konut tipolojini TOKİ’ler oluşturmaya başlamıştır. Güvenli kent imajının başka bir yansıması ise Zeytinburnu Sümer Mahallesi’nde olduğu gibi bir bölgenin deprem açısından riski yapılar içerdiği ve güvensizliği öne sürülerek bölge dönüşüm alanı ilan edilmiş ve yeni yapılan projelerde yüksek katlı konut, ofis binaları ve AVM’ler ile bir rant merkezi haline getirilmeye çalışılmaktadır.

Sonuç olarak küreselleşme içerisinde değişen imaj kavramının yansımaları olan projeler İstanbul’un gerçek kimlik ve imaj öğelerinin oluşturan güçlü yapılar üzerinden gerçekleştirildiği ve bu kimlik öğelerinin yanı sıra kent içerisinde kentten ve kentliden kopuk yeni ve dev yapılar üzerinden imajlar üretilmeye başlandığı, İstanbul’un küresel piyasaya eklenme çalışmalarının birbirinden farklı ve ortak noktada buluşmayan birçok imaj söylemini de beraberinde getirdiği görülmektedir.

### **3.2.3 İstanbul Kent İmajı’nı Ortaya Çıkartan Aktörler ve Araçlar**

İstanbul kent imajını üreten aktörler en genel şekliyle İstanbul kent söylemini üreten ve bu söylemin yayılmasını sağlayan sosyal aktörler olarak tanımlanabilmektedir. İstanbul kent söyleminin kimler tarafından üretildiği incelendiğinde ise bu söylemlerin çoğunlukla yerel ve merkezi yönetimler tarafından üretildiği görülmektedir.

İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın İstanbul üzerine belirledikleri gelişim planı ve roller ile dolaylı ve direkt olarak İstanbul kent imajının gelişimi de etkilenmekte, yeni imajlar oluşmaktadır. Topbaş ve Recep Tayyip Erdoğan'ın verdiği demeçler irdelendiği de ise kentsel rekabetin ve pazarlamanın imajlar üzerinden yapıldığı, küresel düzende kentin tüm kaynaklarının kullanılarak pazarlanması ve küresel yarışta İstanbul'un ön plana çıkartılmasının hedeflendiği açık bir şekilde görülmektedir.

Yerel ve merkez, yönetim liderlerinin bu düşüncelerinin kent mekânına yansması ise kentsel projeler üzerinden gerçekleşmekte olup her üretilen proje ile kente olumlu ve çekici yeni bir imaj kazandırılmaya çalışılmaktadır. Pazarlamanın imajlar üzerinden geliştiği günümüz kentsel düzeninde oluşturulan olumlu imajlar kentin turistik ve yatırımcılara açılmasının da anahtarını oluşturmaktadır.

Peker(2006)'da belirttiği gibi rekabet ortamında kentin hem küresel sermayeye hem de istenen türden insanlara cazip hale getirilebilmesi için başka kentlere göre daha güçlü ve ayırt edilebilir imajlar oluşturulması ve bu imajlarla kent mekânının kalitesini arttırarak rekabet gücünün de arttırılması gerekmektedir.

Bu kapsamda yerel ve merkezi yönetim liderlerinin söylemleri yeniden irdelendiğinde "Kanal İstanbul", "3. Köprü", "İki Yenişehir" gibi projeler ile fiziksel açıdan çekici bir kent imajı yaratılmaya çalışıldığı görülmektedir.

Ancak imajın oluşturulmasında söylemlerin üretilmesi yeterli değildir. İmajın başarılı olabilmesi için yaratılan söylemlerin kentin her kesimine iletilmesi ve kentlinin kente turist olarak bakabilmesinin sağlanması gerekmektedir. Bu noktada ise devreye giren en önemli araç medya ve basın yayın kuruluşlarıdır.

Basın yayın kuruluşları ve haber metinleri kentsel söylemin yayılmasının en temel aracıdır. Sönmez(2007)'nin de belirttiği gibi haber metinleri dikkatli bir şekilde incelendiğinde hepsinin ayrı birer söylem olduğu görülebilmektedir. İstanbul'un gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde tanıtımı da yine bu haber ve basın yayın kuruluşları tarafından sağlanmaktadır. İstanbul hakkında oluşan olumsuz yargıların kırılması ve kentin üretilen imajlarla çekiciliğinin arttırılabilmesi için uzunca bir süre kentin aydınlatılması ve güvenli yapısı ile ilgili haberler reklamlar yapılmıştır. Aynı zamanda İstanbul'un kültür envanterleri ve zengin tarihi yapısı kullanılarak Osmanlı'dan Bizans'a kadar yapılan medya envanterleri ile "özgün kent- kültür kenti" imajı yaratılarak kent farklı boyutları ile de pazarlanmaya başlanmıştır. Son

dönemde gazete ve dergi başlıkları irdelendiğinde ise İstanbul ile ilgili haberlerin Metropol, Kültür Kenti, Olimpiyat Kenti gibi söylemler ile başladığı görülmektedir.

Basın ve medya dışında İstanbul'un kent imajını üretilmesinde rol alan aktörlerin bir diğerini de sanatçılar oluşturmaktadır. Fatih Akın, Orhan Pamuk gibi sanatçılar filmleri ya da kitaplarında İstanbul'u anlatarak küresel boyutta başka bir İstanbul imajının oluşmasına ve İstanbul'un merak edilen bir mekân haline gelmesini sağlamaktadırlar.

Mimarlar, plancılar, sosyologlar gibi kent eleştirmenleri ise üretilen imajların geliştirilmesinde yer alan önemli aktörlerdir. Yerel ve merkezi yönetimlerce üretilen İstanbul'un sadece çekicilik odaklı imajlarına karşılık olarak kent eleştirmenleri sosyal, doğal, kültürel vb. farklı boyutları gündeme getirmekte ve imajı geliştirmeye, iyileştirmeye, sağlamlaştırmaya çalışmaktadırlar.

Tablo 3: Kent İmajını Üreten Aktör ve Araçlar

<b>Kamu Sektörü</b>	<b>Merkezi Yönetim:</b> Başbakan ve Bakanlıklar vb. <b>Yerel Yönetim:</b> Büyükşehir ve İlçe Belediye Başkanlıkları, TOKİ vb.
<b>Özel Sektör</b>	<b>Yatırımcılar:</b> Ağaoğlu, Nef vb. <b>GYO:</b> Sinpaş, Soyak vb. Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları
<b>Medya/Basın</b>	Gazete, Haber, Dergi, İnternet vb İletişim Araçları
<b>Yazarlar ve Sanatçılar</b>	Yönetmenler, Küratörler, Kitap Ve Köşe Yazarları, Haber Yorumcuları vb.
<b>Kent Eleştirmenleri</b>	Mimarlar, Şehir Plancıları, Sosyologlar ve Meslek Odaları

Sonuç olarak İstanbul kent imajı başta yerel ve merkezi yönetimler olmak üzere, uygulayıcılar, medya, yazarlar ve kent eleştirmenleri üzerinden gelişme göstermektedir. Ancak imaj konusunda hatırlanması gereken en önemli nokta Robins(1999)'da belirttiği gibi neyin görüntülediği kadar neyin görüntülenmediği de önemlidir. İmaj üretilen kentsel çekicilik yaratmak adına yapılan uygulamalarda göz ardı edilen gerçekler iletişim sektöründeki gelişmelerle her geçen gün daha da açığa çıkmakta ve İstanbul için üretilen gösteri imajlarının altının boşluğunu ortaya çıkartmaktadır.

### **3.3 İSTANBUL İÇİN ÜRETİLEN KENTSEL PROJELERİN İSTANBUL KENT İMAJINA ETKİLERİ**

İstanbul için üretilen imaj söylemlerinin kent mekânına yansımaları kentsel projeler ile sağlanmaktadır. Son dönemde küreseli yakalamak için projelerin birbirini kovaladığı kent mekânında İstanbul'un gerçek imaj öğeleri üzerinde önemli değişimler yaşanmaya başlanmıştır.

#### **3.3.1 İstanbul Kent İmajı ve Kentsel Proje İlişkisi**

Küreselleşme ile kentlerin sermaye için yarışa girmesi ve bu yarışın yeni boyutunun kentsel çekicilik, büyük etkinliklere ev sahipliği yapmak ve imaj üzerinden ilerlemeye başlaması, yine küreselleşmenin etkileri ile planlama alanında ön plana çıkan kentsel proje kavramının daha çok gündeme gelmesine ve önem kazanmasına neden olmuştur.

Kentsel projeler ile kentin çöküntü alanları olarak kabul edilen kentin parçaları yeniden canlandırılıp, işlevlendirilip tekrar kent hayatına dahil edilmektedir. Yeniden canlandırma ise kent imajını olumlu yönde geliştirecek öğelerin işlenmesi ile gerçekleşmektedir. Bu noktada kentin kimliğinin iyi tanınması ve kentin özgün özelliklerinin geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Kentsel projelerin kent kimliğine bağlı kalması ise tasarım rehberleri ve programlar ile sağlanmaktadır.

İstanbul'da da küresel pazardan pay almak adına yeni imaj söylemleri oluşturulmuş ve bu imaj söylemlerinin kent mekânına yansımaları kentsel projeler ile gerçekleştirilmiştir. Kentin eskimiş ve işlevini yitirmiş parçaları ya da kent imajı için daha efektif kullanılacak alanlar kentsel projeler ile ele alınmaya, yerli ve yabancı turistleri ağırlayabilecek şekilde yeniden işlevlendirilmeye başlanmıştır. Gürler(2003)'nde belirttiği gibi küresel rekabet düzeninde İstanbul'un yeni imajı kentin yıpranmış alanlarının turizm endüstrisi ile iyileştirilmesi sürecini başlatmıştır.

Ancak İstanbul için üretilen projelerde imajın hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesinin sağlanması ve küresel ranttan daha fazla pay alabilmek için kentsel projelerin denetimini sağlayan tasarım rehberleri ve programlar es geçilmiştir. Büyük ölçekli çalgın projeler ile İstanbul'un kültürel ve tarihi alanları tekrardan ele alınmış, modern yapılar ve büyük çaplı etkinlikler ile küresel tüketicileri cezbetmeye yönelik yeni kent sahneleri oluşturulmaya başlanmıştır. Kent kimliğinden uzaklaşan bu projeler İstanbul için belirlenen imajların yanı sıra istenmeyen başka imajların da ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Küresel rekabet açısından başarının ve cezbedici etkinin sürekliliği için imaj ve projelerin sürekli yenilenmesi ise İstanbul açısından önemli bir tehdit unsuru oluşturmaktadır.

### **3.3.2 İstanbul İçin Üretilen Kentsel Projeler**

Küreselleşme süreci içerisinde kentsel projelerin ön plana çıkması küreselleşme yarışına hızla dahil olmaya çalışan İstanbul için de etkin bir uygulama haline gelmiştir. Gün geçtikçe sayıları giderek artan ve boyutları hızla değişen kentsel projeler İstanbul kent hayatını ve geleceğini de etkilemektedir. Bu bölümde İstanbul'un tarihi ve kültürel değerlerine sahip, kent belleğinde önemli bir yeri olan, İstanbul algısını oluşturan ve kent yaşamını etkileyen bölgeler üzerinde gerçekleştirilen, belirli bir imaj doğrultusunda üretilen kentsel projeler, önerildikleri alanların özellikleri ve bu alanlara getirdikleri yeni işlevlere göre ele alınmıştır. Projeler ele alınırken öncelikle projenin etki alanı ve kent içerisinde algılandığı bölgeler ve topoğrafik özellikleri belirtilmiş, hangi imaj söylemi altında nasıl bir reklam politikası ile üretildiği açıklanmaya çalışılmıştır. Daha sonra projelerin önerdikleri sosyal ve ekonomik yapı ile proje alanlarının yerel sakinleri karşılaştırılmıştır.

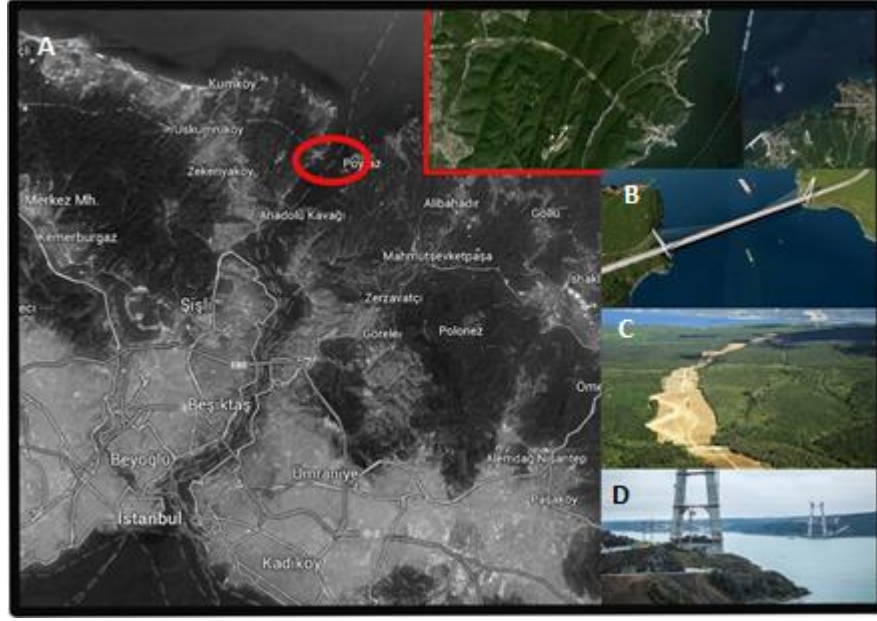
Bu kapsamda konumlandıkları alan, tarihi ve kültürel yapıları, algılanma noktaları ve bağlı oldukları imaj söylemlerine göre seçilen örnek projeler büyük ölçekli uygulamalardan tekil uygulamalara doğru olacak şekilde sıralanarak anlatılmaya çalışılmıştır.

#### **3.3.2.1 Üçüncü Boğaziçi Köprüsü**

Garipçe ve Poyrazköy arasında yapımına başlanan 3. Köprü, tek bir yapı gibi gözükse de İstanbul'un değişim yönünü değiştirecek, en önemli eşil rezervlerinin yok olmasına neden olabilecek önemli bir projedir.

Etki alanı tüm İstanbul olan 3. Köprü, 3. Havalimanı, Yeni Şehir/Kanal İstanbul projesi diğer büyük ölçekli kentsel projelerin de ortaya çıkmasını tetikler ve onlarla bağlantılı bir yapıya da sahiptir.

Resim 20: 3. Köprü Güzergahı ve Köprü Çalışmaları



Kaynak: A: [www.googlemaps.com.tr](http://www.googlemaps.com.tr), B,C,D: <http://www.megaprojeleristanbul.com/#> , 27.04.2014

İstanbul nüfusu ve araç trafiği ile sıkça gündeme gelen bir şehir olmuştur. Trafik sıkıntısı ise sürekli olarak karayolu ile aşılmaya çalışılmış ve bu sıkıntı günden güne büyüyerek devam etmiştir. Köprüler ise trafik sorunun öne sürülerek merkezi yönetim liderlerinin kente imzalarını bırakmalarının bir yöntemi haline gelmiştir.

Kamyon ve tır trafiğini ayırıp araç trafiğini azaltmak adına yapılan 3. Köprü konumu itibari ile İstanbul'un kentsel gelişimi ve geleceği için önemli bir risk teşkil ederken diğer yandan da hazırlanan tüm üst ölçekli planlara aykırı bir uygulama özelliği taşımaktadır.

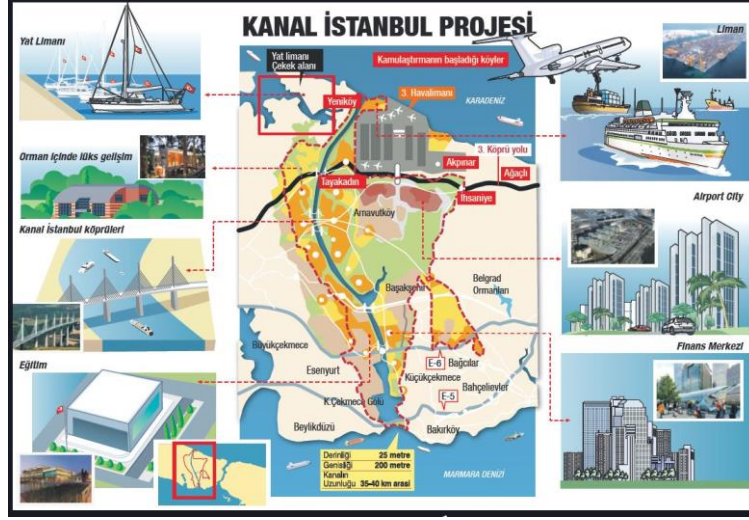
### 3.3.2.2 Kanal İstanbul/Yeni Şehir

Büyük ölçekli bir proje olan Kanal İstanbul ya da Yeni Şehir Projesi 420.000m<sup>2</sup>'lik bir alanı kapsamaktadır. 3. Havalimanı ile bağlantılı olarak gündeme gelen proje Arnavutköy, Avcılar, Bağcılar, Bakırköy, Başakşehir, Esenler, Eyüp ve Küçükçekmece bölgelerine kadar uzanmaktadır.

"Modern Kent", "Küresel Kent", ve "Güzel Kent İstanbul" imajı altında üretilen bu projede İstanbul için yeni bir boğaz önerilmiş ve bu öneri ile proje çılgın bir nitelik kazanmıştır.



Resim 21: Kanal İstanbul Projesi Konum ve Gelişim Şeması



Kaynak : <http://www.megaprojeleristanbul.com/#> , 27.04.2014

Boğaz'daki tanker trafiği öne sürülerek geliştirilen projede düşünülen uygulamalara bakıldığında 3. Hava limanına iniş yapan insanların vapurlar ile kente taşınması, kanal üzerinde Avrupa şehirlerindeki gibi küçük köprülerin oluşturulması, güzergah boyunca yeni finans merkezi ve orman ile iç içe yeni modern konut alanlarının oluşturulması planlanmıştır.

Resim 22: Kanal İstanbul Projesi Modelleme Çalışmaları



Kaynak : <http://www.megaprojeleristanbul.com/#> , 27.04.2014

Öne sürüldüğü sebeplerden başka bir yönde gelişme gösteren proje kapsamında Karadeniz-Marmara Denizi ve Küçükçekmece Gölü arasındaki doğal denge, İstanbul'un doğal yeşil rezervi olan Belgrad Ormanları, Riva vb. ile tatlı su kaynakları göz ardı edilmiştir. Aynı zamanda kent için üretilen orta ölçekli projelerde bölgenin yerel sakinlerinin daha iyi konut ve yaşam standartları adı altında yönlendirildikleri

yeni yaşam alanı olan Kayaşehir'in de bu proje alanı içerisinde yer alması farklı sosyal sorunların yeniden gündeme gelmesine neden olmaktadır.

### 3.3.2.3 Tarlabası Yenileme Projesi

Tarlabası; Beyoğlu ilçesinin merkezinde yer almaktadır. Beyoğlu ilçesi ise kuzeyde Beşiktaş, Şişli ve Eyüp, güneyde ise Haliç kıyılarına kadar uzanan bir alanı kapsamakta olup şehrin en merkezi noktalarından birini oluşturmaktadır.

Harita 1: Tarlabası'nın Konumu ve Proje Alanı



Kaynak: www.googlemaps.com.tr,16.06.2014

Tarlabası bölgesi Beyoğlu ilçesi içerisinde çok kültürlü bir yapı içerisinde gelişerek özel bir kimlik kazanmıştır. Taksim'den Galatasaray'a kadar uzanan büyük yangından sonra bölgeye yerleşmiş orta sınıf gayrimüslim ve Levantenler yeni evlerini Tarlabası bölgesine taşımış ve Tarlabası'nda çoğu bahçeli konutlar yer almaya başlamıştır.(Üsdilen,1995) bu dönemde bu bölge Yeni Şehir olarak da adlandırılmaya başlanmıştır. (Ünlü,2005)

Hızla değer kazanan Tarlabası 19. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren yapı stoğunun sahip olduğu estetik değerler ve süsleme zenginliği, orta sınıf gayrimüslim burjuvazisi kültürü ve Genç Osmanlı modernleşmesinin birleşiminin tek ve en güzel örneği olarak değer kazanmıştır. (Beyoğlu KANİP,2008)

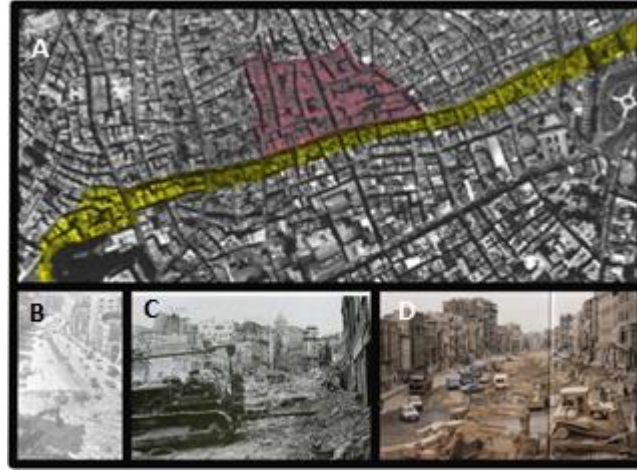
1910'lu yıllarda ise ticari ve konut yoğunluğu artmış ve bölgeye ayrı bir kimlik kazandıran ve bölgenin kültürel özelliklerini yansıtan Tarlabası'nın günümüzde simgesi haline gelmiş apartmanları inşa edilmiştir. (Küçük,2010)

Tarlabası bölgesi ilk kırılmasını ise Cumhuriyet Döneminde yaşamıştır. Cumhuriyet ile birlikte İstanbul'un ikincil plana itilmesi ticari faaliyetlerin azalmasına neden olmuştur. 1929 yılındaki ekonomik kriz ve 2.Dünya Savaşı ile Rumlar ve Levantenler bölgeyi yavaş yavaş terk etmeye başlamıştır. (Genim,2007) 1942 yılındaki varlık vergisi ise azınlıklara getirdiği yük ile bölgenin hızla el değiştirmesini, Ermeniler ve

Rumlar tarafından işletilen yerlerin Türklere geçmesine neden olmuştur. (Erdoğan,2009)

1960'lı yıllarda hızlanan göç sürecinde ise Tarlabası alt gelir gruplarının yerleştiği bir bölge haline gelmiştir. Tarlabası'nın ikinci büyük kırılma noktası ise 1986-1988 yılında gerçekleşen Tarlabası yıkımları ve Tarlabası Bulvarı'nın açılışı olmuştur. Bulvar açılışı sırasında 167'si tescilli 368 bina yıkılmış aynı zamanda Taksim'den beslenen Tarlabası'nın Taksim ile bağlantısı kesilerek kendi içinde yaşayan bir bölge haline getirilmiştir.

Harita 2: 1986-88 Tarlabası Yıkımları



Kaynak: A: [www.googlemaps.com.tr](http://www.googlemaps.com.tr), B: [jaddeyekabir.com/2012/07/29/tarlabasi-i/](http://jaddeyekabir.com/2012/07/29/tarlabasi-i/), C: [www.turkishny.com/photogallery/history/istanbulu-ykarak-tarihe-gecenler](http://www.turkishny.com/photogallery/history/istanbulu-ykarak-tarihe-gecenler), D: <http://kentvedemiryolu.com/icerik.php?id=734>, 16.06.2014

Küreselleşme ile birlikte tarihi ve kültürel alanların, kent merkezlerinin yeniden önem kazanması kendi içine hapsedilen Tarlabası'nın yeniden gündeme gelmesine neden olmuştur. Medyada suç unsuru olarak gösterilen Tarlabası " Güzel Kent" ve "Güvenli Kent" imajları altında yeniden ele alınmıştır. Bu ele alınmanın yansıması ise Tarlabası Yenileme projesi olmuştur.

Tarlabası 1. Etap yenileme Alanı 5366 sayılı kanununun 2. Maddesine göre Bakanlar Kurulunun 20.02.2006 tarih ve 2006/10172 sayılı kararı ile belirlenmiş olup 28.03.2006 gün ve 26122 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Proje ihalesini ise imajı üreten aktörlerin özel sektör ve yapı şirketleri sınıfında yer alan Çalık Grubuna bağlı GAP İnşaat Firması almıştır.

Projenin amacı ise Tarlabası bölgesinin tarihi ve kültürel değerlerini ön plana çıkartmak, çöküşün önüne geçmek ve bu alanı yeni bir yaşam merkezi haline getirmek, hizmet, ticaret, turizm ve kültür aktivitelerinin bir arada olduğu bir merkez

oluşturmak, kültürel ve mimari dokunun korunmasını sağlamak ve en önemlisi ise İstanbul ve Beyoğlu'nu ulusal-uluslararası seviyede pozitif ve çekici bir kent haline getirmek olarak belirlenmiş ve lanse edilmiştir. Bütünselliğin bozulmadan korunması ise reklam sloganı olarak seçilmiştir.

Bu slogan altında orta ölçekli bir proje ile 1. Etap olarak Tarlabası içerisindeki 9 yapı adası ele alınmış ve bu ada içerisinde insanla-güneşi buluşturan, bölgenin özgün özelliklerine ve kültürüne uygun sözde modern olan %52 oranında konut,%12 oranında ticaret, %17 oranında turizm ve %14 oranında ofis alanları oluşturulmuştur.

Resim 23: 1. Etap Tarlabası Yenileme Projesi Modelleme Çalışmaları



Kaynak : : <http://www.megaprojeleristanbul.com/#> , 27.04.2014

Oluşturulan bu yeni modellerde bölgenin sıkışık yapısı bahane edilerek emsal artırılmış, arka taraflarda avlular ve yeşil alanlar oluşturulmuştur. Bütünselliğin ve kültürün bozulmadan korunması ise tarihi ve kültürel özelliği bulunan binaların sadece ön cephelerinin restore edilerek korunması, ancak bina iç formlarının ve arka cephelerinin istenildiği gibi değiştirilmesi, birden fazla bodrum kat eklenmesi ve etrafında kendisi ile hiçbir uyumu bulunmayan yapı tipolojileri ile sıkıştırılması şeklinde olmuştur.

Resim 24:1. Etap Tarlabası Yenileme Projesi Modelleme Çalışmaları: Yeni Sokak Dokuları



Kaynak : <http://www.megaprojeleristanbul.com/#> , 27.04.2014

Tarlabası projesinin fiziksel boyutu dışında diğer önemli boyutu ise sosyal doku konusunda gerçekleşmiştir. Taksim bölgesini besleyen Tarlabası genel olarak alt kesim insanların yaşadığı ve çoğunun kiracıların oluşturduğu bir sosyal yapıya sahiptir. Proje kapsamında yerel sakinler çalışma alanlarının oldukça uzağına gözden uzak bir noktaya yerleştirilmeye çalışılmakta ve çoğunluğu kiracıların oluşturduğu bölgede kiracılar göz ardı edilmektedir.

#### 3.3.2.4 Süleymaniye Kentsel Yenileme Projesi

Süleymaniye bölgesi İstanbul'un küresel ve yerel pazarda en çok ön plana çıkan parçası olan Tarihi Yarımada içerisinde yer almakta, Fatih İlçesi sınırları içerisinde yer almaktadır. Bölge, Unkapanı Köprüsü devamında Atatürk Caddesi, Ordu Caddesi, Fuat Paşa Caddesi ve Haliç Kıyısı boyunca uzanan Ragıp Gümüşpala Caddeleri ile çevrelenen, kültürel ve tarihi açıdan çok zengin envanterlere sahip önemli bir yerleşim bölgesidir. Kent içerisinde tepe konumda yer alan Süleymaniye İstanbul silüeti açısından da önemli bir yere sahiptir.

Harita 3: Süleymaniye'nin Konumu ve Proje Alanı



Kaynak: [www.googlemaps.com.tr](http://www.googlemaps.com.tr)

İstanbul ve Bizans tarihinin önemli yerleşim yerlerinden biri olan Süleymaniye bölgesi zengin tarihi ve kültürel yapısına karşın son 50 yıl içerisinde yapılan uygulamalar ile Aksaray ve Unkapanı gibi ticaret faaliyetlerinin yoğun olarak yer aldığı bölgelerde çalışan insanların yaşam alanı haline gelmiştir. Göç olgusu ile birlikte ticari faaliyetlerin yoğunlaştığı bölgelere artan talep bölgenin bekar evleri ve her odada başka bir ailenin yaşadığı düşük yaşam ve çalışma standartlarına sahip bir bölge olmasına neden olmuştur.

Resim 25: Süleymaniye Bölgesi Kent Dokusu ve Kentsel Yıpranma



Kaynak: A: [tayproject.org/haberarsiv20135.html](http://tayproject.org/haberarsiv20135.html), B,C: [www.yapi.com.tr/Haberler/direklerarasina-gerilen-tente-mahkemelik-oldu\\_83277.html](http://www.yapi.com.tr/Haberler/direklerarasina-gerilen-tente-mahkemelik-oldu_83277.html), D,E: [www.restorasyonforum.com/haberler/suleymaniye-restorasyon-calismalarina-az-kaldi-t1916.0.html](http://www.restorasyonforum.com/haberler/suleymaniye-restorasyon-calismalarina-az-kaldi-t1916.0.html),16.06.2014

Küreselleşen İstanbul'un küresel reklam yüzü olan Tarihi yarımada içerisinde yer alan Süleymaniye bölgesi de İstanbul için üretilen "Tarihi Kent" ve "Kültür Kenti" imajları altında İstanbul Kültür Başkenti Projesi önderliğinde gündeme getirilmiş ve yeniden ele alınmıştır.

Bu kapsamda Süleymaniye Bölgesi; 5366 sayılı kanun dahilinde Bakanlar Kurulunun 24.05.2006 tarih ve 2006/10501 sayılı kararları ile Yenileme alanı ilan edilmiş ve 22.06.2006 gün ve 6206 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiş orta ölçekli bir kentsel yenileme projesi ile yeniden gündeme gelmiştir.

Yavuz Sinan, Sarıdemir, Hacı Kadın, Demirtaş, Hoca Gıyasettin, Molla Hüsrev, Süleymaniye ve Kalenderhane Mahalleleri olmak üzere İstanbul Üniversitesi Beyazıt Kampüsü, Süleymaniye Külliyesi ve Manifaturacılar Çarşısı'nı kapsayan 8 mahalle yenileme projesi ile tekrar ele alınmıştır. (Balcan,2012) Proje amacı ise Klasik

Osmanlı döneminin birçok örneğini barındıran ancak bölgenin sosyo-ekonomik yapısı yüzünden yok olmaya yüz tutmuş tarihi yapıların korunması, bölgenin kaybolan dokusunun geri kazandırılması, İstanbul'un tarihi ve kültürel yüzünün küresel düzene en uygun şekilde tanıtılması, tarihi dokuyu bozarak yapılan imalathane, atölye vb. yapıların temizlenerek bölgeye turizm işlevinin getirilmesi şeklinde belirlenmiştir.

Resim 26: Mevcut Sokak Yapısı ve Proje Kapsamında Önerilen Sokak Yapısı



Kaynak: Balcan, Ceren (2012), Kentsel yenileme ve İki Şehir Hikayesi: Tarlabası-Süleymaniye, MSGSÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, Kentsel Koruma ve Yenileme Programı, Yüksek Lisans Tezi

Proje kapsamında yanarak, yıkılarak, depo ve imalathaneye dönüştürülerek ya da apartmanlaştırılarak yok edilen UNESCO Dünya Miras Alanı Süleymaniye'nin eski konut ve sokak dokusunun canlandırılması, Dünya ile bütünleşebilen tarihi kent İstanbul için bölgedeki tarihi ve kültürel özellikleri bulunan yapıların restore edilmesi, imalathane ve atölyelerin yıkılarak bölgeye özgün yeni konut yapılarının oluşturulması, bölgedeki ticaret faaliyetlerinin sadece konut alanlarına yönelik ihtiyaçların karşılanmasına yönelik ticaret faaliyetlerine dönüştürülmesi önerilmektedir.

Resim 27: Süleymaniye Yenileme Projesi Modelleme Çalışmaları



Kaynak: : <http://www.megaprojeleristanbul.com/#> , 28.04.2014

Proje kapsamında önerilen yeni sokak cephelerine bakıldığı zaman “tarihi kent” imajı içerisinde Osmanlı Mimarisinin baskın bir şekilde ön plana çıkartıldığı görülmektedir. Osmanlı yapıları ve Osmanlı sokaklarının yaratıldığı proje kapsamında bölgenin sosyo-ekonomik yapısı yine dışarıda tutulmuş ve proje kapsamında konu hakkında herhangi bir çözüm öneri geliştirilmemiştir.

Resim 28: Süleymaniye Bölgesinin Sosyo-Ekonomik Yapısı: Bekar Evleri



Kaynak: Balcan, Ceren (2012),Kentsel yenileme ve İki Şehir Hikayesi: Tarla başı-Süleymaniye, MSGSÜ,Fen Bilimleri Enstitüsü, Kentsel Koruma ve Yenileme Programı, Yüksek Lisans Tezi

Bölge sakinlerinin tek odalarda yaşayıp, imalathanelerde, atölyelerde çalışan kişiler ve aileleri olduğu bölgede önerilen gelişim yapısı içerisinde bu kesimin direk dışlandığı ve restorasyon maliyetlerinin de yine bölge sakinlerine yüklendiği görülmektedir. Tarihi kent ve kültür kenti imajları kapsamında gündeme gelen bu proje İstanbul kent algısının en önemli unsuru olan Tarihi yarımada içerisinde gelen



turistler için güzel bir fotoğraf sahnesi yaratmak için yapılmış bir uygulama niteliği taşımaktadır.

### 3.3.2.5 Galataport

Turizm kenti, Kültür-Sanat Kenti ve Merkez Kent imajları kapsamında gündeme gelen bir diğer önemli proje ise Galataport Projesi olmuştur. Galataport kapsamında ele alınan Karaköy ve Salıpazarı arasındaki antrepo alanları İstanbul'un deniz ve tarih ile bütünleşmesindeki en büyük potansiyel noktalardan birini oluşturmaktadır. Hem tarihi yapısı ve kimlik öğeleri ile hem de kıyı ile olan bağlantısı ile Galata bölgesi İstanbul'un önemli noktaları arasında yer almaktadır.

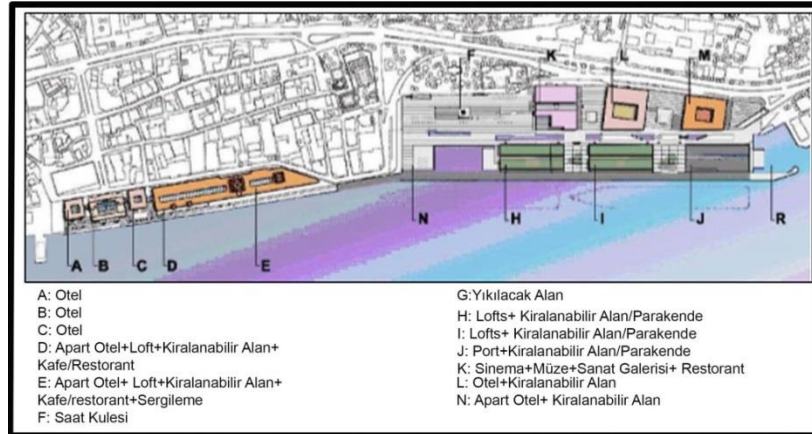
Harita 4: Galataport Konumu ve Proje Alanı



Kaynak: www.googlemaps.com.tr

Proje kapsamında belirlenen uygulamalarda bölgenin turizm alanı ilan edilmesi ve kurvaziyer limanı olma özelliği ön planda tutularak, İstanbul'a deniz yolu ile gelen turistler için yeni bir karşılama noktası olarak işlevlendirildiği görülmektedir.

Resim 29: Proje Kapsamındaki Antrepo Alanları ve Yeni İşlevleri



Kaynak: Erdoğan; Zeynep (2006), Kıyıların Yeniden Geliştirilmesinde Turizmin Rolü: Galataport Örneğinde Yapılabilirlik Analizi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, gayrimenkul Geliştirme Programı, Yüksek Lisans Tezinden Geliştirilerek

Proje alanı olan Deniz İşletmelerine ait yapılar tamamen boşaltılarak otel, AVM, kültür ve sanat alanları, sergi salonları ile yeniden işlevlendirilmesi planlanmış ve bölgenin Tophane ile olan bağlantısı da göz önünde bulundurularak proje alanı ve projenin öngördüğü yeni işlevler genişletilerek tüm bölgeye yayılmıştır.

Resim 30: Galataport Projesi Modelleme Çalışmaları



Kaynak: : <http://www.megaprojeleristanbul.com/#> , 28.04.2014

İstanbul'a çağdaş bir Kurvaziyer Limanı, Turizm ve ticaret kompleksi kazandırılması, yurt dışından gelen turistler için giriş kapsı oluşturulması ve İstanbul'un denizle, tarihle, kültürle, sanatla iç içe bir kent olduğunu göstermek için hazırlanan bu proje Akaretler Bölgesi'nde olduğu gibi kentin önemli bir potansiyel noktasının kentliden koparılmasına neden olabilecek riskler taşımaktadır.

#### 3.3.2.6 Yenikapı Meydanı

Kamusal alan ve meydan kavramlarının, yaşanabilirlik ve adaletli şehir kavramları ile küresel düzende ön plana çıkmasının bir yansıması olarak gerçekleştirilen ancak diğer projelerden ideolojik temeller barındırması ile farklılaşan bir diğer proje ise Yenikapı Meydan Düzenlemesi olmuştur.

Yenikapı bölgesi tarihi yarımada içerisinde yer almakta olup çok eski bir yerleşim bölgesi olma özelliğine sahiptir. Surlar ve deniz ile olan ilişkisi yönünden ön plana çıkan Yenikapı Bizans öncesine dayanan tarihi ile İstanbul'un önemli stratejik bölgeleri arasında yer almaktadır. Marmaray ile gündeme gelen ve kazı çalışmaları sırasında birçok tarihi veriye ulaşılan Yenikapı, yeni meydan projesi ile tekrardan ele alınmış ve Yeni İstanbul'un yeni sahnelerinden biri haline getirilmiştir.

Harita 5 : Yenikapı Konumu ve Proje Alanı



Kaynak: www.googlemaps.com.tr

Yenikapı Meydan Projesi bir meydan düzenlemesi olarak tekil bir uygulama gibi görünmesine karşılık 518.000m<sup>2</sup>'si dolgu alanı olma üzere 715.000m<sup>2</sup> proje alanı ve projenin kente etkileri göz önünde bulundurulduğunda bu projenin büyük ölçekli mega projeler ile yarışabilecek etkilere sahip olduğu görülmektedir.

Resim 31: Yenikapı Meydan Projesi Modelleme Çalışmaları



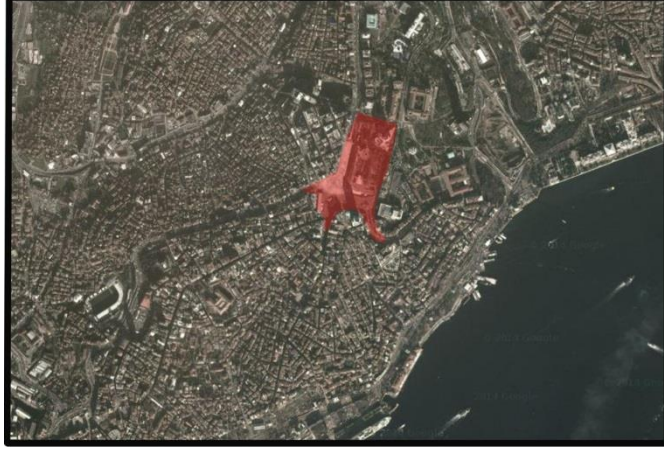
Kaynak: : <http://www.megaprojeleristanbul.com/#> , 28.04.2014

Meydan düzenlemesi olarak gündeme getirilen ve ideolojik kaygılar ile İstanbul'un yeni miting alanı olarak lanse edilen Yenikapı Meydanı; Yenikapı'dan Samatya'ya kadar olan doldurma alanı ile Tarihi Yarımada'nın formunu değiştirirken aynı zamanda Yenikapı'ya yüklenen transfer merkezi işlevi ile de İstanbul Tarihi'nin en zengin envanterlerini taşıyan Tarihi Yarımada'nın, surların ve yapıların zarar görmesinin yolunu açmaktadır.

### 3.3.2.7 Taksim Meydanı Yayalaştırma Projesi

Beyoğlu ilçesi sınırları içerisinde yer alan Taksim Meydanı, İstiklal Caddesi, Sıraselviler Caddesi, Gümüşsuyu Caddesi, Cumhuriyet Caddesi ve Tarlabası Bulvarları'nın kesişim noktasında bulunmaktadır.

Harita 6: Taksim Meydanı Konumu ve Proje Alanı



Kaynak: [www.googlemaps.com.tr](http://www.googlemaps.com.tr)

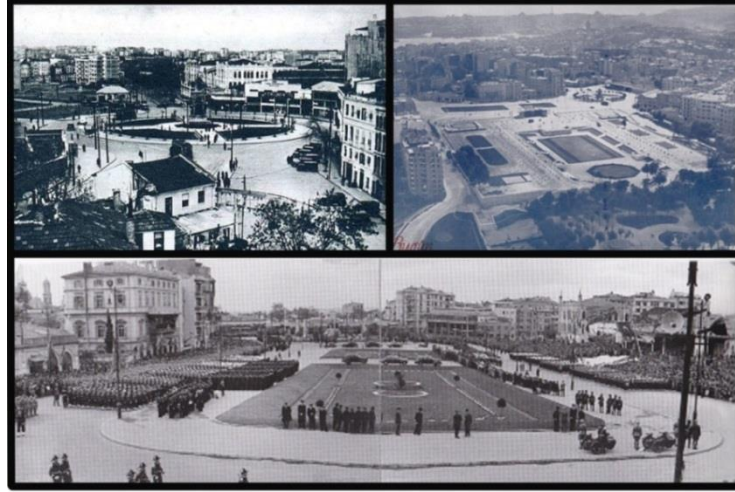
Taksim Meydanı Yayalaştırma Projesi Yenikapı'da olduğu gibi ideolojik sebeplerle gündeme gelmiş 98.000m<sup>2</sup>'lik bir proje alanını kapsayan orta ölçekli bir kentsel proje olarak üretilmiş, Gezi Parkı'nda başlayan olaylarla dünya kamuoyunda dev bir sosyal boyut kazanmıştır.

Taksim Meydanı tarihsel bir toplanma alanı olmasının yanı sıra yaya ve araç trafiği açısından da önemli bir transfer merkezi olma özelliği taşımaktadır. Cumhuriyet Dönemi'nin en önemli simgelerinden biri olan Taksim Meydanı Henri Prost tarafından Modern Türkiye Cumhuriyeti'nin gücünün mekânsal yansıması şeklinde planlanmıştır.

Taksim Meydanı, iki büyük kent parkı ve İstiklal Anıtı ile bir bütün oluşturan Cumhuriyet döneminin ve günümüzün en önemli kamusal alanlarının başında yer almaktadır.

Yapıldığı günden bu zamana birçok değişim gösteren, çevresi ile ilişkisi kısıtlanan Taksim Meydanı tarihteki tüm müdahalelere rağmen yine de toplumsal olayların ve gösterilerin en önemli merkezlerinden biri olarak günümüze kadar gelebilmeyi başarmıştır.

Resim 32: Cumhuriyet Dönemi'nde Taksim Meydanı



Kaynak: İstanbul İçin Üretilen Kentsel Projelerin Kent İmajına Etkileri, MSGSÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, Kentsel Tasarım Programı, 2013-2014 Eğitim Yılı, Yüksek Lisans Tezi Kapsamında Google Görseller kullanılarak üretilmiştir.

Hilton Otelinin inşası, Gökkafes, Talimhane Otelleri, Sheraton Otel, Divan Otel, İETT durakları gibi özelleştirmeler ve uygulamalarla bölünen Taksim Meydanı Gezi Parkı ve meydan olarak ikili parça halinde kültürel baskınlığını devam ettirmeyi başaramamıştır.

Taksim Meydanı Yayalaştırma Projesi ise Taksim Meydanı için önemli bir kırılma noktası olmuştur. "Merkez Kent" ve "Güvenli Kent" imajı altında Taksim'deki araç trafiğinin düzenlenmesi, daha yaşanabilir, ulaşılabilir ve erişilebilir bir meydan söylemleri ile üretilen projede Gezi Parkı yerine ideolojik sebepler ile Topçu Kışlası'nın yeniden inşa edilmesi gündeme getirilmiş ve kışla kültür sanat merkezi ya da AVM olarak işlevlendirilmek istenmiştir.

Resim 33: Taksim Meydanı Yayalaştırma Projesi Modelleme Çalışmaları



Kaynak: : <http://www.megaprojeleristanbul.com/#> , 26.04.2014

Taksim Meydanı mevcut envanterleri ile alışveriş ve sanat anlamında birçok yapıya sahip olmasına karşın tamamen ideolojik nedenlerden dolayı yapılması planlanan Topçu Kışlası'nın yanı sıra yaya trafiğini rahatlatmak adına araç trafiğinin yer altına alınması ile Taksim Meydanı yoğun bir beton haline getirilmiş, çevre ile bağlantı yolları daraltılarak ulaşılabilirliği ve erişilebilirliği kısıtlanmış, kendi içine kapalı bir meydan haline getirilmiştir.

Resim 34: Taksim Meydanı Yayalaştırma Projesi'nden Arda Kalanlar

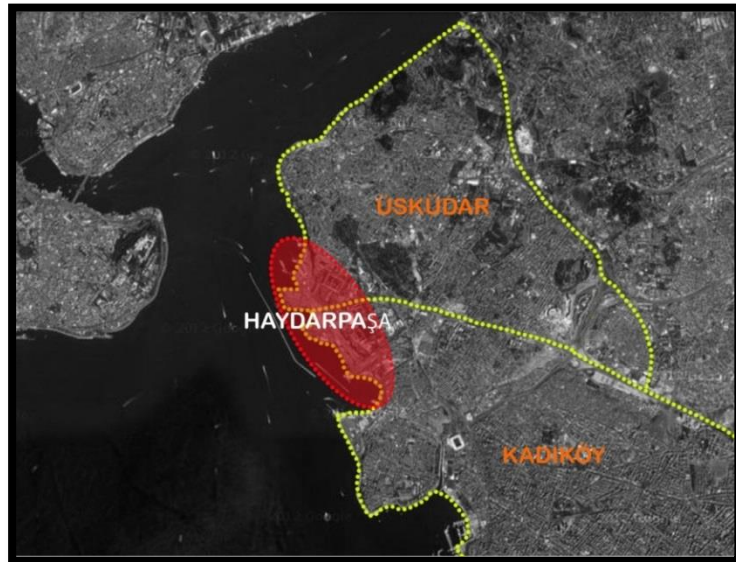


Kaynak: İstanbul İçin Üretilen Kentsel Projelerin Kent İmajına Etkileri, MSGSÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, Kentsel Tasarım Programı, 2013-2014 Eğitim Yılı, Yüksek Lisans Tezi Kapsamında Google Görseller kullanılarak üretilmiştir.

Gezi Parkı'nda ağaç kesimlerinin başlaması ile direnişe dönüşen olaylarda proje kısmen sekteye uğrasa da Taksim Meydanı güncel hali ile beton yığını olmaktan kurtarılamamıştır.

3.2.2.8 Haydarpaşa Garı ve Çevresi Kentsel Dönüşüm Projeleri ve Olimpiyat Projesi  
İstanbul Boğazı'nın Marmara Denizi'nin doğusunda, Anadolu Yakası'nda Kadıköy ve Üsküdar İlçe sınırları içerisinde yer alan Haydarpaşa bölgesi 1908 yılında Haydarpaşa Garı'nın yapılması ile İstanbul'un Anadolu'ya açılan kapısı haline gelmiş ve bu işlevi ile kent belleğinde yerini almıştır.

Harita 7: Haydarpaşa Konumu ve Proje Alanı



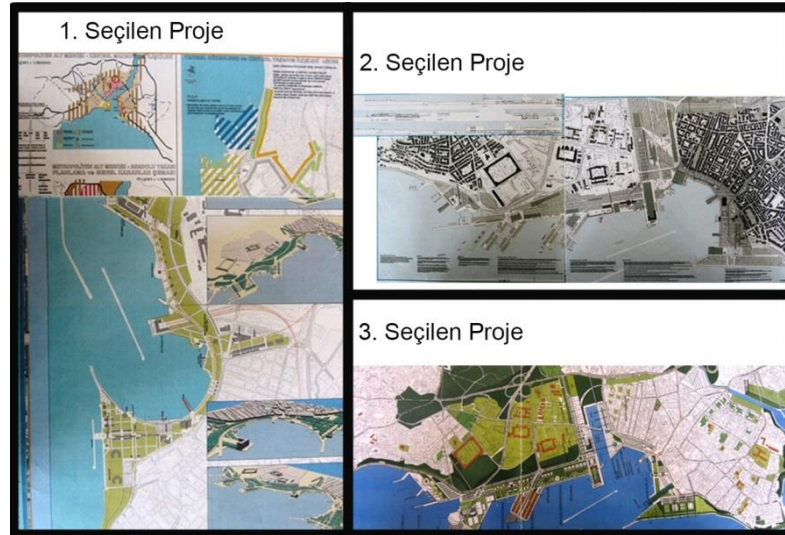
Toplumsal bellekte aldığı yer dışında yapılarıyla, konumuyla, coğrafyası ve tarihi ile İstanbul'un önemli bir parçası olan Haydarpaşa, Topkapı Sarayı'nın karşısında Boğaz'ın öteki yanında Tarihi Yarımada'ya bir denge unsuru olarak yer almakta ve İstanbul silüetinin bütünleyicisi konumundadır.

Tarihi ve kültürel özellikleri ile kent yaşamının en önemli parçalarından biri olan Haydarpaşa da İstanbul'un küreselleşen yüzü kapsamında ele alınmaktan kurtulamamıştır.

Haydarpaşa için ilk kırılma noktası 1/100.000 İstanbul İl Çevre Düzeni Planında Kadıköy-Haydarpaşa-Harem Aksının ticaret, turizm, kültür ve konut alanı olarak nitelendirilmesi ile başlamıştır. Tren garının işlevini yitirdiği öne sürülerek gar binasının küreselin zorunlu kıldığı öne sürülen işlevler ile yeniden işlevlendirilmesi gündeme gelmiş ve Haydarpaşa bölgesi için projeler oluşturulmaya başlanmıştır.

2001 yılında plan kararlarıyla bağlantılı olarak bölge için yarışma açılmış ve kazanan projelerin bölgenin yeşil ile karışık yaya aksı, kültürel alanların yoğun olduğu, sanat ve sergi alanlarının bulunduğu, ticaret ve turizm işlevlerinin baskın olduğu projelerden seçilmiştir.

Resim 35: 2001 Yılında Düzenlenen Yarışma Kapsamında Üretilen Projeler



Kaynak: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kadıköy Meydanı, Haydarpaşa Harem Yakın Çevresi Kentsel Tasarım Proje Yarışma Kitabı, 2001

Birinci gelen proje bölgenin daha çok yaya kullanımını ve rekreasyon alanlarını ön plana çıkartırken ikinci proje de Haydarpaşa Limanı deniz parkı olarak işlevlendirilmiş, büyük akvaryumlar ve su dünyası alanları oluşturulmuş, bölgenin marina ve liman tarzında geliştirilmesi ön görülmüştür. Üçüncü seçilen projede ise

Haydarpaşa Gar Bina'sının yeri 200m kadar değiştirilmesi ve müze olarak işlevlendirilmesi projenin en spesifik detaylarını oluşturmaktadır.(Özkan, 2012)

Bu projelerin ardından 2004 yılında İstanbul Master Planı'nın hazırlanmaya başlanması ile Haydarpaşa Bölgesi önemli bir alt merkez olarak nitelendirilmiş ve liman işlevinin bölgeye yoğun bir trafik baskısı yarattığı öne sürülerek "Merkez Kent" imajı kapsamında bölgenin ticari ve turizm özelliklerini ön plana çıkaran yeni gelişim projeleri gündeme getirilmiştir.

Resim 36: Manhattan ve Venedik Kent Modelleri ile Geliştirilen Projelerin Modelleme Çalışmaları



Kaynak: <http://www.arkitera.com/haberler/2005/06/10/haydarpasa.htm>, 07.05.2014

Küresel ölçekte başarılı olmuş kentlerin kötü bir kopyası şeklinde geliştirilen bu projeler gündeme geldikleri andan itibaren eleştirilerin odak noktası haline gelmiş ve askıya alınmıştır. Bu süreç içerisinde İstanbul'un olimpiyatlara aday olması ve olimpiyat yarışında üretilen spor kompleksleri Haydarpaşa'nın konumu ve yapısı nedeni ile tekrar gündeme gelmesine neden olmuştur.

Resim 37: Haydarpaşa Olimpiyat Stadı Modelleme Çalışması



Kaynak:A: [www.turkiyeturizm.com/news\\_print.php?id=43307](http://www.turkiyeturizm.com/news_print.php?id=43307),B: [www.sporx.com/digersporlar/olimp/olimpiyat-surprizi-istanbula-flas-yeni-statSXHBQ320767SXQ?utm\\_source=Google](http://www.sporx.com/digersporlar/olimp/olimpiyat-surprizi-istanbula-flas-yeni-statSXHBQ320767SXQ?utm_source=Google), C: [www.internethaber.com/iste-haydarpasaya-bogazici-stadi-foto-galerisi-26879-p7.htm](http://www.internethaber.com/iste-haydarpasaya-bogazici-stadi-foto-galerisi-26879-p7.htm),16.06.2014



Olimpiyat Projesinin liman bölümünde yer alan Haydarpaşa'da büyük bir stadyum yapılması, deniz içerisinde yüzme ve yelken parkurlarının oluşturulması, plaj voleybolu ve voleybol sahalarının yer alması planlanmıştır. Ancak bu proje de İstanbul silüetini değiştirecek nitelikte ve sadece olimpiyat döneminde bir çekicilik sağlayacak, bölgenin kimlik ve toplumsal belleğinden uzak bir gelişme ön görmektedir.

### 3.2.2.9 Tekil Yapılar

Mega, büyük ya da orta ölçekli kentsel projeler haricinde İstanbul içerisinde küreselleşen dünyaya ayak uydurma çabası içerisinde birçok tekil uygulamalar da gerçekleştirilmektedir.

Küresel düzende fiziksel çekicilik üzerinden rant elde etmeye çalışan gelişim politikaları ile kent içerisinde sonuçları hiç düşünülmeden gerçekleştirilmiş bir çok proje/uygulama yığını bulunmaktadır. Bunların en belirgin örnekleri ise güncel olarak tartışma konusu olan Haliç Metro Köprüsü, 16:9 Gökdelenleri ve Zorlu Center olarak gösterilebilmektedir.

Resim 38: Zorlu Center, Haliç Metro Köprüsü ve 16:9 Kuleleri'nin Kent İçerisindeki Algılanma Alanları



Kaynak: A: [www.emlaktasondakika.com/foto-galeri/Insaat-Fotograf-lari/Zorlu-Center-projesinin-insaati-ner-durumda/544/2.aspx](http://www.emlaktasondakika.com/foto-galeri/Insaat-Fotograf-lari/Zorlu-Center-projesinin-insaati-ner-durumda/544/2.aspx), B: [www.emlakpencerem.com/zorlu-center-projesi-istanbul-siluetinin-parcasi-oldu-46363h.htm](http://www.emlakpencerem.com/zorlu-center-projesi-istanbul-siluetinin-parcasi-oldu-46363h.htm), C: [www.anindatepki.com/genel-tartisma/halic-utanc-koprusu-estetiksiz-siluet-dusmani-istanbul-u-katle-devam/](http://www.anindatepki.com/genel-tartisma/halic-utanc-koprusu-estetiksiz-siluet-dusmani-istanbul-u-katle-devam/), D: [www.haberaktuel.com/silueti-bozan-16-9-evlerine-yikim-karari-haberi-741759.html](http://www.haberaktuel.com/silueti-bozan-16-9-evlerine-yikim-karari-haberi-741759.html)

Bu üç uygulamanın ortak özelliği kent içerisinde konumlandıkları noktaların topografik ve algı boyutlarının hiç düşünülmeden gerçekleştirilmiş olmasıdır. İstanbul

kent imajı içerisinde önemli bir yere sahip kent silueti bu uygulamaların yansımalarına maruz kalmış ve değişim göstermiştir.

Zorlu Center bu uygulamalar ile ortak olan özelliği dışında bir başka özelliği ile diğerlerinden ayrılmakta ve İstanbul için üretilen projelerin başka bir boyutuna dahil olmaktadır. Kendi özgün değerlerinden uzak, sonradan giydirilmeye çalışılan içi boşaltılmış bir önde olma isteği ile tekil uygulamalarda bir “en” modası başladığı görülmektedir. En büyük kongre merkezini içinde barındıran Zorlu Center ve ona benzer amaçlarla yapılmış Avrupa'nın en yüksek binası Sapphire AVM, , Avrupa'nın en büyük adalet sarayı, Avrupa'nın en büyük voleybol sahası vb. birçok en İstanbul kent mekânında hızla yükselmeye başlamıştır.

Resim 39: İstanbul'un Enleri: En Büyük Adalet Sarayı, En Büyük Kongre Merkezi ve En Yüksek Binası



Kaynak: A: [www.resimbul.com/istanbul/istanbul-caglayan-adliyesi.xhtml](http://www.resimbul.com/istanbul/istanbul-caglayan-adliyesi.xhtml), B: [www.potikaremimari.com.tr/haber/9/zorlu-center-ve-mall-of-istanbul.aspx](http://www.potikaremimari.com.tr/haber/9/zorlu-center-ve-mall-of-istanbul.aspx), C: [www.firsatcenneti.com/genel/istanbul-sapphire-avm-nerede-adres-ozellikler.html](http://www.firsatcenneti.com/genel/istanbul-sapphire-avm-nerede-adres-ozellikler.html),18.06.2014

“En”ler ile birlikte kent mekânında yükselen başka bir uygulama ise büyük kapsamlı yeni konut siteleri ve recidenceler olmuştur. Ağaoğlu, Sinpaş gibi imaj üretiminde aktif rol alan yapı şirketlerinde geliştirilen konut projeleri çevresinden kopuk, doğal rezervleri tüketen ya da değiştiren bir yapı ile ilerlemeye devam etmektedirler.

### 3.3.3 İstanbul İçin Üretilen Kentsel Projelerin Kent İmajı'na Etkileri

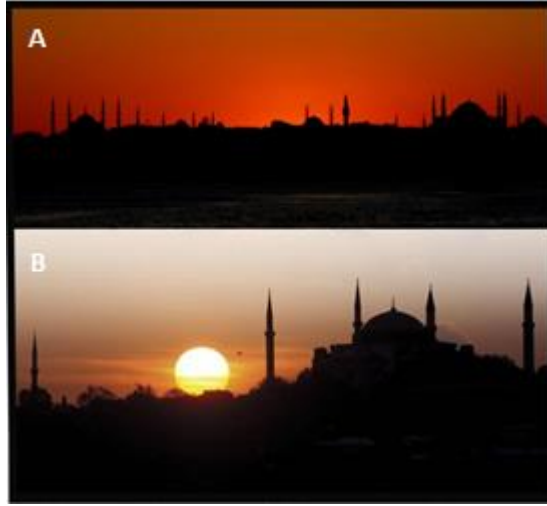
İstanbul konumu ve özellikleri ile her zaman dünya genelinde önemli ve özel bir kent olmuştur. Özel bir kent olması tarihten bu zamana İstanbul'un Batı Roma, Bizans, Osmanlı gibi güçlü devletlerin başkenti olmasını sağlamış, İstanbul coğrafi ve topografik özelliklerinin yanı sıra kültürel ve tarihi açıdan da zengin bir kent olmasını sağlamıştır. Tarihi ve kültürel yapı ile topografyanın birleşimi ise İstanbul'un algılanabilirliğini sağlayan ve İstanbul kent imajının en güçlü parçasını oluşturan silueti, Tarihi Yarımada'yı ve Yeditepe İstanbul'u oluşturmuştur

Resim 40: İstanbul İmaji: Tarihi Yarımada



Kaynak: A: [haber.sol.org.tr/kent-gundemleri/tarihi-yarimadanin-sekli-bozuldu-haberi-86553](http://haber.sol.org.tr/kent-gundemleri/tarihi-yarimadanin-sekli-bozuldu-haberi-86553), B: [fikamontinoinsaat.com/](http://fikamontinoinsaat.com/), 18.06.2014

Resim 41: İstanbul İmaji: Siluet

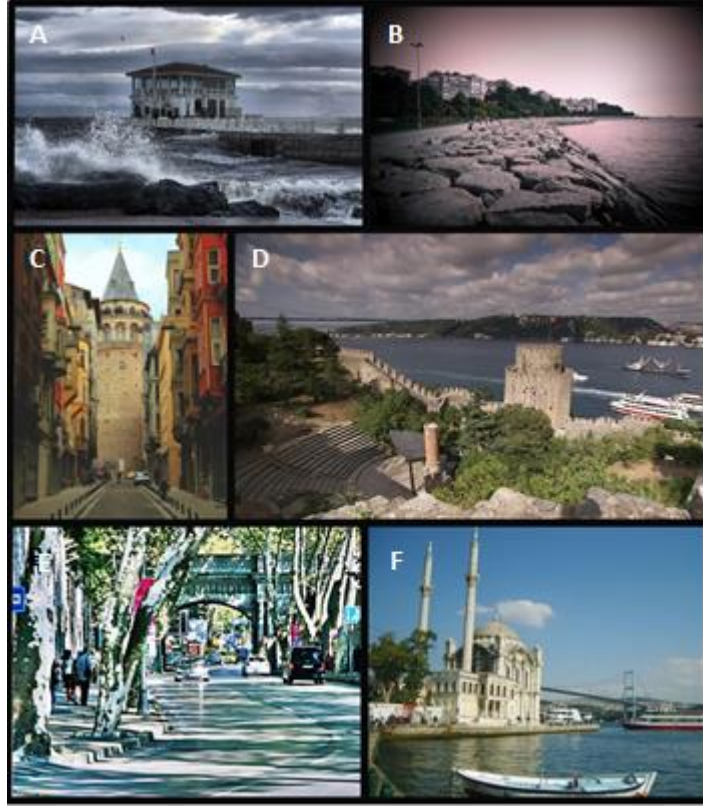


Kaynak: A: [www.fotokritik.com/2911044/istanbul-silueti](http://www.fotokritik.com/2911044/istanbul-silueti), B: [yenibahardergisi.com/yenibahar/newsDetail\\_getNewsById.action?newsId=269486](http://yenibahardergisi.com/yenibahar/newsDetail_getNewsById.action?newsId=269486), 18.06.2014

Küresel ve yerel ölçekte İstanbul, silueti ve Tarihi Yarımada'sı ile bir marka haline gelmiş ve kişilerin bilinç haritalarında İstanbul bu iki öge üzerinden gelişme göstermeye başlamıştır.

Siluet ve Tarihi Yarımada dışında İstanbul kenti deniz ile olan ilişkisi, meydanları, sokakları ile kent içerisinde dolananlara ufak sürprizler yapmakta, Galata, Pera, Beyoğlu, Beşiktaş, Anadolu-Rumeli Hisarı, Kadıköy, Fenerbahçe, Moda gibi bir çok bölgesi ve çok kültürlü renkli yapısı ile gelen herkesi yakalamakta ve hayran bırakmaktadır.

Resim 42: İstanbul İmajı: İstanbul'un Süprizleri



Kaynak: A: [heavantgardechronics.blogspot.com.tr/2010/09/sato.html](http://heavantgardechronics.blogspot.com.tr/2010/09/sato.html), B: [www.thehedon.com/2012/12/moda-sahilyine-yeni-yeniden/](http://www.thehedon.com/2012/12/moda-sahilyine-yeni-yeniden/) C: [www.galatakulesi.org/index.php/2013/07/galata-adi-nereden-gelir/](http://www.galatakulesi.org/index.php/2013/07/galata-adi-nereden-gelir/), D: [www.forumdas.net/konu/rumeli-hisari.64910/](http://www.forumdas.net/konu/rumeli-hisari.64910/), E: [fotopanorama360.com/yildiz-parki-korusu-besiktas-istanbul/](http://fotopanorama360.com/yildiz-parki-korusu-besiktas-istanbul/), F: [tr.visit2istanbul.com/ortakoy-camii/](http://tr.visit2istanbul.com/ortakoy-camii/)

Lynch'in de belirttiği üzere kente gelenlerin bilinç haritalarına yerleştirdiği kareler, kentten onlara kalanlar, kentin algılanabilirliğinin ve hatırlanabilirliğinin temellerini sağlamaktadır. Aynı zamanda bu temel, kentin okunabilir olması ile de ilişkilidir ve kentin okunabilirliğini, hatırlanabilirliğini sağlayan öğeler kentin imajını geliştirmektedir. Bu kapsamda İstanbul'un esas imajı da tarihi, kültürü, doğası, insanları, sokakları ve dokusu üzerinden gelişme göstermektedir. Yenikapı'dan, Karaköy'den Haydarpaşa'dan kente giren insanlar kentin tarihi ve kültürel yüzü ile tanışmakta ve İstanbul'un tüm güzelliği karşılıklarına serilmektedir.

Resim 43: İstanbul İmajı: İstanbul'un Karşılama Noktaları



Kaynak: A-B: photoperformance.blogspot.com.tr/, C: emeklikahvesi.com/book/export/html/114,18.06.2014

İstanbul'un bu kadar güçlü imaj öğelerine sahip olması ve bu derece özel bir kent olması İstanbul'un her zaman gündemde yer almasına, küresel ya da ulusal ölçekte üretilen her politika için bir uygulama merkezi haline gelmesine de neden olmuştur.

Cumhuriyet'in ilk yıllarında başkentin Ankara'ya taşınması ile İstanbul için yapılan yatırımlar biraz sekteye uğrasa da çok partili sisteme geçiş ile birlikte İstanbul yeniden bir merkez haline getirilmiştir. İş, üretim, tüketim, ekonomi, finans, tarih, kültür ve turizm politikaları İstanbul üzerinde yoğunlaştırılmış ve 1950'lerden bu yana İstanbul yoğun bir göçe maruz kalmıştır.

İstanbul'un küresel düzende stratejik ve özel bir kent olması nedeni ile İstanbul'u bir kat daha özelleştirmek için yapılan her yeni hamle kentin kendi sınırlarını biraz daha aşmasını ve sosyal, fiziksel, ekonomik açıdan ulusal düzenden kopup patlayarak büyümesine neden olmuştur. Bu büyümeyi bir yandan tetikleyen ancak büyümenin hızına yetişemeyen devlet politikaları nedeni ile İstanbul kent mekânında hızla gecekondular alanları ve çarpık yapılaşmalar oluşmaya başlamış, doğal alanların konut alanlarına dönüşmesine göz yumulmuştur. Aynı şekilde İstanbul'un turizm işlevini daha da güçlendirmek için özellikle Bedrettin Dalan döneminde kent içerisinde telafisi olmayan birçok uygulama yapılmış, yeni geniş bulvarlar açılmış, birçok tarihi eser yok edilmiş, İstanbul'un tarihi ve kültürel yapısına büyük zararlar verilmiştir. Ancak İstanbul bu uygulamalardan sonra bile kendi özgün kimliğini korumayı başarabilmiştir.

Küreselleşme ile başlayan dünya piyasasındaki hızlı değişim süreci ise İstanbul'un küresel düzende farklı bir boyut kazanarak öneminin bir kez daha vurgulanmasını sağlarken, diğer bir yandan da İstanbul'u yeniden uygulamaların ve projelerin merkezi haline getirmiştir. Küreselleşme sürecinde Türkiye gelişim politikalarını İstanbul üzerine yoğunlaştırmış ve İstanbul üzerinden rekabet etmeye başlamıştır. Ancak ekonomik ve yönetim açısından zemini sağlam olmayan bir düzlemde büyük ölçekli bir yarış sürdürmek, İstanbul'un coğrafi ve kültürel özellikleri de göz önünde bulundurulunca önerilen gelişmelerin fiziksel açıdan bir çekicilik yaratma, küresel ranttan bu şekilde bir fayda sağlama yoluna itilmesine neden olmuştur.

Küreselleşme ile değişen kent yapısı ile imaj kavramının da değişmesi İstanbul'un kentsel projelerin hedefi haline gelmesinin önünü açmıştır. İstanbul için bu süreç içerisinde "Küresel Kent", "Modern Kent", "Kültür ve Turizm Kenti", "Güzel Kent" gibi bir çok imaj söylemi üretilmiş ve bu söylemler kent mekânına projeler üzerinden yansımıştır. İstanbul için üretilen projelerin gerçekleştirildiği noktalar ise İstanbul'un en güçlü kimlik ve bellek öğelerine sahip, İstanbul algısını yaratan, İstanbul'u diğer kentlerden ayırıp öne çıkartan bölgeler olmuştur.

Küresel kent olmanın temel özelliği olan ulaşım sisteminin geliştirilmesi için yapılan Marmaray ile aynı zamanda kente yeni bir simge kazandırmak için yapılmış Haliç Köprüsü, Zeytinburnu'nu bir merkez haline getirmek için yapılan uygulamalardan biri olan 16:9 Kuleleri gibi bulunduğu bölgenin topografik ya da tarihi özellikleri dikkate alınmadan gerçekleştirilen projeler İstanbul'un en önemli imaj öğesi olan silüetin bozulmasına neden olmuş ve bilinç haritalarını, algıları değiştirmeye başlamıştır.

Resim 44: Haliç Metro Köprüsü'nün Kent İmajına Etkileri: Silüet



Kaynak: www.hurriyet.com.tr/arsiv, 01.05.2014

Aynı şekilde Anadolu yakasının da son gelişme planlarında bir finans merkezi , kentin yeni merkezi olarak işlevlendirilmesi küresel kentin simgesi olarak gösterilen gökdelenlerin kent içerisinde hızla yüksel meşine neden olmuş, Anadolu yakasının silüeti de hızla değişmeye başlamıştır.

Resim 45: Gökdelenlerin Kent İmajına Etkileri: Siluet



Kaynak: www.hurriyet.com.tr/arsiv, 01.05.2014

Gündeme geldiği andan itibaren tartışma konusu olan Zorlu Center'da da yine topografik özellikler göz ardı edilmiş ve bu proje de İstanbul silüetini bozan İstanbul imajını zedeleyen uygulamalardan biri olmuştur.

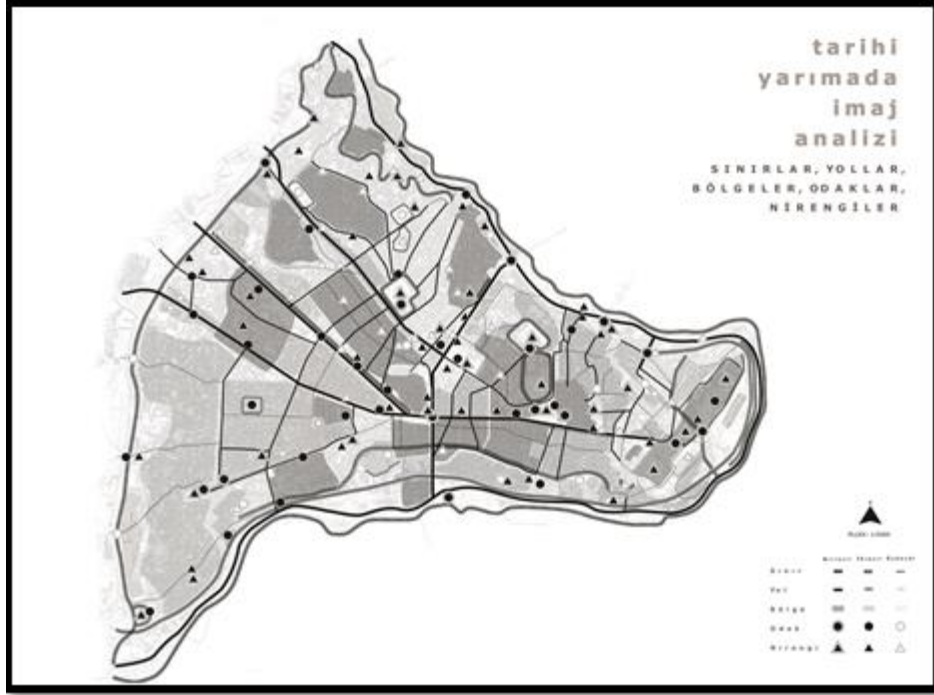
Resim 46: Zeytinburnu 16:9 ve Zorlu Center'ın Kent İmajına Etkileri: Siluet



Kaynak: www.radikal.com.tr/arsiv, 01.05.2014

Silüetin yanı sıra İstanbul için en önemli kimlik unsurlarından biri olan Tarihi Yarımada içerisinde yapılan uygulamalar ise imaj algısının ve haritasının tamamen değişmesine neden olacak sonuçlar doğurmuştur. İdeolojik kaygılarla Taksim Meydanı'na alternatif olarak geliştirilen Yenikapı Meydanı'nın orijinal ve çekici bir uygulama olması için büyük bir dolgu alanı üzerinden gerçekleştirilmesi Tarihi Yarımada'nın şeklini ve dolayısı ile algısını da değiştirmiş, İstanbul'un en güçlü imaj öğesinin bir anda boyut değiştirip zayıflamasına neden olmuştur.

Şekil 6: Tarihi Yarımada'nın Lynch Yöntemi ile Gerçek İmaj Öğeleri



Kaynak: MSGSÜ Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, 2008-2009 Eğitim Yılı Dönemi, Planlama Atölyesi I Dersi Kapsamında Üretilmiştir.

Harita 8: Tarihi Yarımada'nın Değişen Makroformu: Değişen Algı



Kaynak: www.googlemaps.com.tr

Kentin en derin kültür izlerine sahip alanları, kent ile denizin buluşma noktaları üzerinde gerçekleştirilen projeler ise kentin sadece belli bir kesime hitap eden bir yer haline gelmesine neden olmaktadır. Galata, Haliç, Tarlabası ve Süleymaniye için önerilen/yapılan projeler de bu nitelikte projeler olup kentin çok kültürlü yapısını bozmakta ve kentin tekdüzeleşmesine, tek bir sosyal sınıfa hitap eden bir kent haline gelmesine neden olmaktadır.

Taksim Meydanı'nda yapılan uygulamalar ile kentin kamusal alanlarının kentliden koparılması, küresel kentin simgesi olması nedeni ile Levent-Maslak aksında olduğu gibi finans merkezi yaratmak adına bilinçsizce gökdelenlerin dikilmesi ve her



noktada AVM'lerin oluşturulması kentliyi kapalı mekânlara itmekte, İstanbul'un yaşanabilir kent imajını zedelemektedir. Levent-Maslak Aksı'nın finans merkezi olması için 1970'lerden bu yana bölgenin gökdelen odaklı gelişmesi desteklenmiş, simge yapılar bu aks üzerinde hızla yükseltilirken, kentlinin ya da kente gelenlerin durup yapılara bakabilecekleri herhangi bir açık alan oluşturulmamıştır. Kamusal alanların hiç düşünülmemiş olması, kentlinin aks üzerinde yer alan Sapphire ya da Metro City gibi alışveriş merkezlerinin önündeki açık alanlar kentliler tarafından meydan ve buluşma noktası olarak kullanılmaya başlamasına neden olmuştur.

Küreselleşmenin sınır tanımaması ve giderek güçlenmesi ile birlikte yarışın daha da çetinleşmesi İstanbul için üretilen projelerin de boyut değiştirmesini tetiklemiştir. Kanal İstanbul gibi gündeme gelen mega projeler Tarihi Yarımada'da olduğu gibi İstanbul haritasını ve tüm imaj algısını değiştirecek uygulamalar içermektedir. Nehir kenarında kurulu olan Avrupa kentlerinin su ögesini imaj açısından akıllıca kullanmasının kötü bir taklidi olarak önerilen yeni bir boğaz, yeni bir kanal İstanbul'un tüm doğal yapısını bozacak ve kenti bugüne getiren esas imaj öğelerinin zedelenmesine, yok olmasına neden olacaktır.

Resim 47: Yeditepe İstanbul ve İstanbul'un Yeni Tepeleri



Kaynak: A: [istanbul.tatilmekân.net/istanbulun-uzerine-kuruldugu-yeditepe/](http://istanbul.tatilmekân.net/istanbulun-uzerine-kuruldugu-yeditepe/), B: [www.ada-gazetesi.com/maslak-1453e-orman-darbesi.html](http://www.ada-gazetesi.com/maslak-1453e-orman-darbesi.html)

Dünya üzerindeki imaj yarışının simgesi haline gelen mega aktiviteler ise Olimpiyat örneğinde olduğu gibi üzerinde hiç düşünülmemiş, sadece fiziksel çekicilik odaklı projelerin gündeme gelmesine ve İstanbul'un güçlü bellek sahnelerinin bu projelerin kurbanı olmasına yol açmaktadır.

İstanbul için üretilen projelerin fiziksel ve mekânsal boyutunun yanı sıra öne çıkan diğer önemli boyutu ise projelerin sosyal açıdan getirdikleri ve götürdükleri olmuştur. Projelerde mevcut sosyal dokunun hiç dikkate alınmaması, Avrupa'nın en büyük Adalet Sarayı'nın İstanbul'da olmasına karşın Adaletsiz Kent imajının oluşmasına neden olmuştur.

Resim 48: Basında Dönüşüm ve Yıkımlara Karşı Çıkan Olaylar



Kaynak: A: [www.medyatava.com/haber/wall-street-journal-turkiye-den-bir-analiz-gezi-olaylari-turk-medyasini-sarsmaya-devam-ediyor\\_92535](http://www.medyatava.com/haber/wall-street-journal-turkiye-den-bir-analiz-gezi-olaylari-turk-medyasini-sarsmaya-devam-ediyor_92535), B: [24.com.tr/haber/savcilik-gezi-olaylari-teror-degil,246194](http://24.com.tr/haber/savcilik-gezi-olaylari-teror-degil,246194), C: [www.gazetea24.com/haber/gezi-olaylari-icin-gozaltilar-suruyor\\_23486651.html](http://www.gazetea24.com/haber/gezi-olaylari-icin-gozaltilar-suruyor_23486651.html), D: [24.com.tr/haber/siyahli-kadin-gezi-olaylari-ve-kimligiyle-ilgili-ilk-kez-konustu,232702](http://24.com.tr/haber/siyahli-kadin-gezi-olaylari-ve-kimligiyle-ilgili-ilk-kez-konustu,232702), E: [www.sendika.org/2008/03/basibuyukte-catismalar-simdilik-durdu/](http://www.sendika.org/2008/03/basibuyukte-catismalar-simdilik-durdu/), F: [www.gazetecileronline.com/newsdetails/6214-/GazetecilerOnline/sulukule-fener-balat-vurgununa-yargidan-dur](http://www.gazetecileronline.com/newsdetails/6214-/GazetecilerOnline/sulukule-fener-balat-vurgununa-yargidan-dur), G: [www.finanscaddesi.com/Emlak/17130/tarlabasinda-800-bin-a-ofis.html](http://www.finanscaddesi.com/Emlak/17130/tarlabasinda-800-bin-a-ofis.html), H: [www.emlakdream.com/beyoglunda-yikim/33858](http://www.emlakdream.com/beyoglunda-yikim/33858)

Sonuç olarak kent mekânında küresel düzende bir rant elde etmek adına yapılan imaj çalışmaları ve projeler İstanbul'un gerçek imaj öğelerinin yok olmasına, İstanbul'un kimliğini kaybetmesine neden olmakta, bütünselliğini tehlikeye sokmaktadır. Kent mekânının en önemli noktalarında birbirinden bağımsız ve kentin kültüründen kopuk olarak gerçekleştirilen bir çok imaj söylemine bağlı projeler İstanbul gibi güçlü bir kimlik ve belleğe sahip kentin kolaj bir kent haline gelmesine neden olmaktadır.

### 3.4 BÖLÜM SONUCU

İstanbul tarihi ve kültürel değerleri ile dünya üzerinde çok özel bir yere ve bir çekim gücüne sahip olan bir kenttir. Silüet, Tarihi Yarımada, Galata, Pera ve Haydarpaşa; İstanbul'un en güçlü kimlik öğeleri olarak karşımıza çıkmakta ve İstanbul markasını, İstanbul İmajını yaratan en önemli unsurları oluşturmaktadırlar. Ancak küreselleşme ile İstanbul için üretilen imaj politikalarının değişmesi ve İstanbul'u daha çekici bir kent yapmak için yapılan yeni projeler ile İstanbul en güçlü imaj öğeleri olan tarihi ve kültürel yapısı da hızla bozulmaya başlamıştır.

Çevresi ile bağlantısı düşünülmeden, algılanma noktaları analiz edilmeden yapılan recidence ve gökdelenler ile İstanbul silueti bozulmuş, ideolojik söylemler ile yapılan meydan projesi ile bir simge haline gelmiş Tarihi Yarımada'nın makraformu değiştirilmiştir. İstanbul'un Haydarpaşa, Galata, Sulukule, Tarlabası, Fener-Balat gibi birçok tarihi ve kültürel noktası, modern ve çekici bir İstanbul yaratmak adına yapılan projeler ile kentliden ve kent mekânından hızla koparılmaya ve bu alanlara kentten bağımsız bir nitelik kazandırılmaya başlanmıştır.

Yapılan bu yanlış uygulamalar İstanbul'un küresel düzende mevcut imajını zedelerken, İstanbul algısının ve hatırlanabilirliğinin azalmasına ve algılardaki imaj haritasının bozulmasına neden olurken aynı zamanda projelerin uygulanış biçimleri İstanbul hakkında yaratılmak istenen imajın aksine kötü söylemlerin ve kötü algıların da oluşmasına neden olmaktadır. Güvenli kent, merkez kent, güzel kent gibi söylemler ile üretilen projelerin zorla uygulamaya konulması, proje alanlarının sosyal dokusu düşünülmeden baskı ile yıkımların gerçekleştirilmesi Küresel düzende İstanbul için adaletsiz kent gibi olumsuz imajların ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

## 4.GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Küreselleşme ile sınırların önemini yitirmesi dünya üzerinde büyük bir rekabeti de beraberinde getirmiştir. Rekabet ve buna bağlı olarak ortaya çıkan hız üretim-tüketim yapısı ve ekonomi üzerinde büyük değişikliklere neden olurken aynı zamanda insan davranışlarını, yaşama biçimini dolayısı ile kentten beklentileri ve kent kavramının da değişmesine neden olmuştur.

Gelişen teknoloji ve küresel dürtüler insan hayatını hızlandırmış ve sınır ötesi bir boyuta taşımıştır. İletişim teknolojileri ve insan yaşamındaki bu hız kent yaşamındaki sorunların daha hızlı çözülmesini, kentten beklentilerin daha hızlı sağlanmasını mecbur kılmıştır. Bu zorunluluk karşısında geleneksel kent planlama yöntemleri yetersiz kalmış ve sorunlara daha hızlı yanıt verebilen aynı zamanda kentin küresel düzende nasıl bir rol üstleneceğinin temellerini belirleyen yani planlama paradigmaları gündeme gelmiş, kentlerle birlikte kentlerin ele alım yöntemleri ve planlama yaklaşımları da değişmiştir.

Küresel düzenin yeni planlama yöntemi olarak ön plana çıkan stratejik mekânsal planlama yaklaşımı hız ve rekabetin daha da artmasıyla kentsel proje, tasarım rehberleri ve kentsel programlar gibi yeni yaklaşımları ortaya çıkartmıştır.

Bu yaklaşımların temeli küresel ölçekte kenti bir imaj kapsamında ön plana çıkartmak ve bu imaj ile birlikte rekabet gücü sağlama üzerinden gelişirken, planlama yaklaşımları gibi imaj kavramının da küresel gelişmelerden etkilendiği ve değiştiği görülmektedir.

Lynch tarafından geliştirilen imaj kavramı, kentlerin okunabilirliği, algılanabilirliği ve kentin kimlik öğeleri üzerinden gelişme gösterirken, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde küresel pazara hızlı bir şekilde dahil olabilmek için ön plana çıkabilecek potansiyellere sahip kentlerin belli etiketlerle pazarlanması üzerinden gelişmeye başlamıştır.

İstanbul geçmişinden bugüne coğrafi yapısı ile en çok gündeme gelmiş kentlerden biri olmuştur. İstanbul'un coğrafi açıdan öne çıkan yapısı, tarihi ve topografik yapısı ile birleşince dünya genelinde büyük bir tanınma ve çekicilik gücü elde etmiştir.

Bu özellikler, küreselleşme kavramı içerisinde Türkiye genelinde tüm politikaların İstanbul'a yönlendirilmesine, İstanbul'un ülke içerisinde hızla gelişen yapısına ayrı bir boyut kazandırmasına ve İstanbul'un yeni küresel yüzümüz olmasına neden olmuştur.

İstanbul'un ülke ölçeğinde diğer kentlerden daha üstün bir noktada tutulmaya başlaması, tüm yatırım politikalarının İstanbul'a yönlendirilmesi ve hızlı bir şekilde güç elde edilmeye çalışılması, planlamanın eksik bırakılmasına da neden olmuştur. Kentsel gelişimin, kent mekanının ve kent kapasitesinin hiç düşünülmeden hareket edilmesi İstanbul kent mekanının yoğun göç karşısında şişmesi ve kent çeperlerine doğru patlamasını beraberinde getirmiştir.

Kent içerisindeki gecekondular alanlarından rahatsız olan ve göçle gelen insanları tehdit olarak algılayan bu kesim kendi içinde kapalı yaşam adacıkları oluşturmuş, güvenli, yeşil, havuzlu lüks kapalı sitelerde yaşamaya başlamışlardır. Otomobilleşme ve karayoluna verilen önem ile kent çeperlerinin sahibi değişmiş, göçle gelen kesim kent merkezine doğru sürülürken, kent çeperleri yüksek gelir düzeyine sahip kesimin kapalı lüks siteleri ile dolmaya başlamıştır.

Küreselleşme ile İstanbul için üretilen politikalar boyut değiştirirken aynı zamanda küreselin kent merkezine verdiği önem nedeni ile kent merkezleri yeniden el değiştirmeye başlamıştır.

Kent merkezinin yeniden önem kazanması ile hızlı bir şekilde küreseli yakalamak için yapılan uygulamalarda İstanbul'un mevcut kentsel sorunları analiz edilmeden, kentin potansiyelleri ve bu potansiyellerin nasıl değerlendirilebileceği araştırılmadan yani yeni dönem planlama yaklaşımları içerisinde tasarım rehberleri, kentsel programlar hazırlanmadan direkt olarak proje uygulamalarına geçilmiştir. Göçlerle birlikte bozulan planlama anlayışı küreselleşmenin de etkisi ile yerini tamamen plansızlığa bırakmıştır. İstanbul için hazırlanan, çarpık gelişimini düzenleme altına almayı hedefleyen üst ölçek plan çalışmaları küreselleşmenin getirdiği yeni söylemler altında tüm geçerliliklerini yitirmiştir. İstanbul'un küreseli yakalayabilmesi için yapılan her yeni uygulama planlarda belirtilen gelişimin tam tersi özellikleri içeren uygulamalar olmuştur.

İstanbul için üretilen ve uygulanan projelerde, projenin sonuçlarının ve etkisinin düşünülmeden hareket edilmesi, projelerin kendi içerisinde ve sadece tek bir amaçla ele alınması İstanbul'un imaj ve geleceği için önemli sorunları da beraberinde getirmiştir.

Kentin kültür, tarih ve coğrafyasının birleşimi ile oluşmuş ve bir marka haline gelmiş silüet, dünya kenti kavramının simgesi haline gelmiş gökdelenlerle delinmiştir. Kent belleğinin bir parçası olan, kentin önemli kimlik ve imaj öğeleri ofis, residence, avm

gibi “modern” hayatın gereklilikleri ile yeniden ele alınmaya işlevsel ve yapısal değişikliklere maruz kalmaya başlamıştır.

Birbirinden bağımsız, bütüncül olarak düşünülmemiş, kentin kimliğinden ve gerçek imajından uzak basmakalıp imaj söylemleri ile üretilen projeler, kent mekânında birbiri ile ve kentle ilişkisi olmayan görsel çekicilik üzerine geliştirilmiş bir çok mekânının ortaya çıkmasına ve İstanbul gibi önemli kültür ve tarih özelliklerine, güçlü bir kimlik ve imaja sahip kentin kolaj bir yapı kazanmasına ve Las Vegas’laşmasına neden olmaktadır.

Sonuç olarak İstanbul gibi güçlü imaj ve kimlik öğelerine sahip bir kentte küresel anlamda çekicilik yaratmak için yapılan uygulamalar İstanbul’un var olan gücünün de giderek azalmasına neden olmaktadır. Bu noktada dikkat edilmesi gereken noktalar imaj kavramının hangi öğeler üzerinden nasıl geliştiğinin detaylı bir şekilde analiz edilmesi, imaj kapsamında geliştirilen projelerin konumlandığı yerlerin ve etkilerinin detaylı bir şekilde araştırılması ve yapay söylemler yerine İstanbul’un gerçek imaj öğelerini ön plana çıkartılması olmalıdır.

## KAYNAKÇA

### A) KİTAPLAR

**Akpınar, İ., Y.,** 2009. Güzelleştirme II, İstanbullaşmak: Olgular, Sorunsallar, Metaforlar, Derviş, P., Tanju, B., Tanyeli, U., Garanti Galeri, İstanbul.

**Aksoy, Asu,** 2008. Tarlabası Yenileme Projesi: Küresel İstanbul'un Yeni Kent Silueti, Osmanlı Bankası Arşiv ve Araştırma Merkezi

**Carmona, Matthew,** 1996. Controlling Urban Desing, Part 1, A Possible Renaissance, Journal Of Urban Desing

**Castells M., Borja, J,** 1997. Local and Global Management Of Cities In The Information Age, Eartscan Publications Ltd, London

**Emrealp, S.,** 1994. Büyük Projeler ve Özellikleri, Belediyelerde proje Yönetimi, Yerel Yönetimlerin Geliştirilmesi Programı El kitapları-3

**Foster, Hal,** 2011. Sanat Mimarlık Kompleksi: Küreselleşme Çağında Sanat, Mimarlık ve Tasarımın Birliği, s:25-35, İletişim Yayınları, İstanbul

**Friedmann, John,** 1986. The World City Hypothesis

**Gedikli, Bahar,** 2007. Stratejik Mekânsal Planlama: Planlamada Yeni Arayışlar, Yöntemler ve Teknikler, Kentsel Planlama Kuramları, Der. Melih Ersoy, İmge Kitapevi, s: 229-278 Ankara

**Harvey, David,** 1999. Postmodernliğin Durumu, 4. Baskı, Çev. S. Savran, Metis Yayınları, s:78, İstanbul

**Kaygalak, Sevilay,** 2001. Sembolik Sermaye, Yoksulluk ve Kent, Cevat Geray'a Armağan, Mülkiyetliler Birliği Yayınları No:25, s. 543-554, Ankara

**Keleş, Ruşen,** 2002. Kentleşme Politikası, İmge Kitapevi, Ankara

**Lang, Jan,** 1997. Creating Architectural Theory, Van Nostrand Reinhold, New York

**Lynch, Kevin,** 1960. The Image of The Ciyt, The M.I.T Press, s:50-110 Cambridge, Massachusetts

**Robins, K., (çev. Türkoğlu, N.),** 1999. İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası, Ayrıntı Yayınları,s:65-69, İstanbul.

**Sassen, Saskia,** 1991. The Global City: Newyork, London, s:5-7,Tokyo

## B) TEZLER

**Aksel, Bahar**, 2008. Yaratılan İmaj Odaklı Mekânsal Tüketim Süreçlerinin Kentsel Mekâna Etkileri”, *Doktora Tezi*, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Şehircilik Ana Bilim Dalı, Şehircilik Programı, s:63-75

**Balcan, Ceren**, 2012. Kentsel Yenileme Ve İki Şehir Hikâyesi: Tarlabası – Süleymaniye, *Yüksek Lisans Tezi*, MSGSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, s:160-188, İstanbul

**Baltacıgil, G.**, 2007. Güncel Sanatta İstanbul’un Temsili ve Kültür Politikaları, *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

**Cetiz, Mukadder**, 2000. Kentsel Tasarım Uygulama Araçları Sorunları ve Öneriler, *Yüksek Lisans Tezi*, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Kentsel Tasarım Programı

**Doğan, Ali Ekber**, 1999. Küreselleşme ve Kentlerin Dönüşümü – Mersin Örneği, *Yüksek Lisans Tezi*, Mersin

**Engez, Ayşe**, 2007. Küreselleşme Sürecinde Kentlerin İmaj ve Kimlikleri: Karşılaştırmalı İstanbul Örneği, *Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Ana Bilim Dalı, Halkla İlişkiler Programı, s:47-65

**Erdoğan, Ö.**, 2009. Neoliberal Kent Politikaları ve Tarlabası’nda Kentsel Yenileme, YTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü *Yüksek Lisans Tezi*,s:75-89 İstanbul.

**Katipoğlu, Yıldız Tuna**, 2009. Stratejik Planlama Çerçevesinde Kentsel Projeler 2000 Yılından Sonra Bursa’da Yapılan Kentsel Projelerin İrdelenmesi, *Yüksek Lisans Tezi*, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Kentsel Tasarım Programı

**Kotan, Aslı**, 2008. Stratejik Mekânsal Planlama’da Kentsel Projeler ‘Proje Süreç Yönetimi’, *Yüksek Lisans Tezi*, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Kentsel Tasarım Programı,s:96-110

**Küçük, Ahmet Asım**, 2010. Küreselleşme Ve Tarihi Alanlarda Dönüşüm: İstanbul – Tarlabası Örneği, *Yüksek Lisans Tezi*, MSGSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, s:86-110, İstanbul



**Mutlu, Burcu**, 2010. İstanbul'un Seyirlik Gösteri Kentine Dönüşümü: İmgeler Ve Söylemler Üzerinden Kent Pazarlaması, *İstanbul teknik Üniversitesi*, Yüksek Lisans Tezi, s.48-69, İstanbul

**Önemli, Saadet**, 2007. Stratejik Planlama- Kentsel Projeler İlişkisi ve Kentsel Kıyı Tasarımı: İstanbul Tarihi Yarımada Kıyı Bandı Üzerine Bir İrdeleme, *Yüksek Lisans Tezi*, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Kentsel Tasarım Programı

**Peker, A.,E.**, 2006. Kentin Markalaşma Sürecinde Çağdaş Sanat Müzelerinin Rolü: Kent Markalaşması ve Küresel Landmark, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

**Sönmez, Uz, F.**, 2007. Seksenler İstanbul'u Kentsel Söylemini Popüler Yazılı Medya Üzerinden Okumak, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

#### C) SÜRELİ DERGİLER/MAKALELER

**Firidin, Ebru**, 2004. Değişen Paradigmalar Ekseninde Kent Planlamaya Yeni Yaklaşımlar, *Planlama Dergisi*, Sayı 2004/2, İstanbul

**Genim, S.**, 2007. İstanbul Beyoğlu İlçesi Tarla başı 1. Etap Yenileme Alanı Yenileme Avan Projesi Raporu.

**Kaleağası, B.**, 2008. Hedef İstanbul 2011 ve Ötesi, *Radikal Gazetesi*, 15 Mart 2008

**Kaya, Güzin**, 2011. *Metropolitan Planlama Ders Notları*, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi; Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, 2010-2011 Eğitim Dönemi

Konuk, Güzin, 2012. *Kentsel Projeler ve Kentsel Tasarım Ders Notları*, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi; Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Kentsel tasarım Programı, 2012-2013 Eğitim Dönemi

**Nalkaya, Saim**, 2006. Kentsel Dönüşüm ve Kent Kimliği, *Yapı Dergisi*, Sayı 292, s.39-43

**Özaydın Gülşen, Özaydın Levent**, 2001. Kentsel Tasarım Kontrollerine Yönelik Kıyı Yönetim Modeli, Alan Ayvalık İlçesi, *İnşaat Teknolojileri Araştırma Grubu*, TUBİTAK

**Roelstraete, D.**, 2005. "On the World Capital of Paradox, *AS Magazine*, 175, 13-16.

**Tekeli, İlhan**, 1994. The Development of İstanbul Metropolitan Area: Urban Administration and Planning, İstanbul: IULA-EMME, İstanbul

**Tekeli, İlhan**, 2002. Türkiye’de Kent Planlamanın Yeniden Kurumsallaşmasını Düzenlerken Düşünülmesi Gerekenler Üzerine, *Planlama Dergisi*, İstanbul

**Yılmaz, C., Akça, H. İ.**, 2002 Türkiye’de Proje Planlama ve Proje Döngüsü Yönetimi, *Planlama Dergisi Özel Sayı*, Ankara

#### D) SERGİ/SEMPOZYUM KİTAPLARI

**Firdin, Ebru, Erden, Dilek**, 2003. Urban Regeneration Projects: Collage Cities, *Uluslararası 14. Kentsel Tasarım ve Uygulamalar Sempozyumu*, s: 446-450

**Gürler, E.**, 2003. Kentsel Yeniden Üretim Süreci Üzerine Karşılaştırmalı Çalışma: İstanbul Örneği, 4. Oturum Yeni Eğilimler, Yaklaşımlar, Politikalar-1, *Kentsel Dönüşüm Sempozyumu*, YTÜ, s.113-158, İstanbul

**Karaman Aykut**, 1992. Kentsel Tasarımda Çevresel Bütünlük ve Süreklilik, 1. *Kentsel Tasarım Sempozyumu*, İstanbul

**Koç, Hülya**, 1999. Kentsel Tasarı Rehberleri: Olanaklar/ Sınırlamalar, 1. *Ulusal Kentsel tasarım Sempozyumu*

**Özaslan, Metin**, 2004. Küresel-Yerel Etkileşiminin Yeni Örgütlenme Biçimleri: Ağ-Şebeke (network) Tarzı Firma ve İdari-Kurumsal Örgütlenmeler, *Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu, Cilt II*

**Sökmen, Polat**, 2003. “Kentsel Dönüşüm İçin Kaynak Yaratıcı Sürdürülebilir Bir Planlama Çerçevesi, *Kentsel Dönüşüm Sempozyumu*, TMMOB Şehir Plancıları Odası İstanbul Şubesi Yayını, İstanbul

#### E) İNTERNET KAYNAKLARI

Beyoğlu İlçesi Kentsel Sit Alanı 1/5000 Ölçekli Koruma amaçlı Nazım İmar Planı Raporu <http://www.beyoglu.bel.tr/>., Nisan,2014

**Ünlü, A.**, 2005. Tarlabaşı'nın Fiziksel ve Sosyo-Kültürel Değişimi, [http://www.yapi.com.tr/HaberDosyalari/Detay\\_tarlabasinin-fiziksel-vesosyokulturel-degisimi\\_74.html?HaberID=28037](http://www.yapi.com.tr/HaberDosyalari/Detay_tarlabasinin-fiziksel-vesosyokulturel-degisimi_74.html?HaberID=28037).Nisan 2014

## ÖZGEÇMİŞ

**Ad Soyad:** Öykü ÖZKAN

**Doğum Yeri ve Tarihi:** Yenişehir/BURSA, 22.05.1990

**Lisans Üniversitesi:** Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi/ Mimarlık Fakültesi

Şehir ve Bölge Planlama Bölümü

Öykü ÖZKAN, 1990 yılında Yenişehir/BURSA'da doğdu. 2008 yılında Yenişehir Ertuğrul Gazi Anadolu Lisesi'nden mezun olduktan sonra Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü lisans eğitimine başladı. 2012 yılında lisans eğitimini tamamladıktan sonra Gayrimenkul Değerleme sektöründe çalışmaya başlamıştır. Halen daha çalışmasını sürdürürken gayrimenkulün bütün alanlarında değerlendirme ve pazar araştırması gibi konularda katkı sağlamaktadır.