

2000 YILI SONRASI İSTANBUL TEMSİLİNDE ÇAĞDAŞ
SANATIN ROLÜ

BERNA KARAEVLİ

Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sanat Kuramı ve Eleştiri Yüksek Lisans Programı

IŞIK ÜNİVERSİTESİ

2013

İŞIK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

2000 YILI SONRASINDA İSTANBUL TEMSİLİNDE ÇAĞDAŞ SANATIN ROLÜ

Yüksek Lisans Tezi
BERNA KARAEVLİ

ONAYLAYANLAR:

Prof. Dr. Halil AKDENİZ
(Tez Danışmanı)

İşık Üniversitesi

Prof. Gündüz GÖKÇE

İşık Üniversitesi

Doç. Dr. Ahmet Kamil GÖREN

İstanbul Üniversitesi

Onay Tarihi: 30/05/2013

2000 YILI SONRASI İSTANBUL TEMSİLİNDE ÇAĞDAŞ SANATIN ROLÜ

Özet

Tez kapsamında İstanbul'un küresel rekabet ortamına dahil olmasıyla birlikte geliştirilen kültürel söylem eleştirel olarak incelenmiştir. Küreselleşmenin dünya üzerinde hakimiyetini kurmasıyla dönüştürülen kentlerde güçlü kent markası oluşturmak amaçlı farklı mimari müdahaleler gerçekleştirilmiş, kültürün yeni bir sermaye biçimi olmasıyla birlikte kentte inşa edilen kültürel yapıların kent markası oluşturulmasındaki etkileri gözlenmiştir. Küreselleşme ve kentleşmenin karşılıklı etkileşimi sonucunda sanatın araçsallaştırılmasıyla yaşanan süreç dahilinde ortaya çıkan marka kavramına bağlı olarak marka mimarlar tarafından tasarlanan marka binaların kent üzerindeki hakimiyeti ve kentin dünya kamuoyuna sunulmasındaki etkileri araştırılmıştır.

Tez kapsamında insanoğlunun yerleşik düzene geçmesiyle oluşturduğu kentlerin ve kentleşme süreçlerinin dünya genelinde her geçen gün daha hakim duruma gelen küreselleşme doğrultusunda artan önemlerine bağlı olarak gelişimleri incelenmiştir. Kentleşmeyle birlikte güçlü duruma getirilen yerel yönetimlerde kentsel girişimcilik önem kazanmış, kentin küresel boyutta tanınması, sermaye ve işgücü için çekim noktası olabilmesi amaçlı mekansal dönüşümler gerçekleştirmişlerdir. Mekansal dönüşümler üzerinden kentin diğer kentlerden ayrılması sürecinde mimari yapılar önem kazanmış, marka mimarlar tarafından tasarlanan binalar kentin görünen

yüzleri durumuna getirilmiştir. Küreselleşmeyle birlikte ülkelerin dönüştürdükleri kentler üzerinden küresel pazarda fark yaratma istekleri doğrultusunda kentleri tüketime sunmuşlar, sermaye ve işgücü için çekim oluşturmuşlardır. Dönüştürülen kentlerde gerçekleştirilen mekansal düzenlemelerde kentli profilinin değiştirilmesi amacı da güdülmemektedir. İhtiyaçtan fazla ürünün tüketim amaçlı pazara sürülmesiyle, tüketim kültürüne geçilmiş, kentte gerçekleştirilen mekansal düzenlemelerle kentli tüketime yönlendirilmiştir.

Küreselleşmenin dünya üzerindeki hakimiyetiyle birlikte “tüketim odaklı” yaşama geçilmiş, ihtiyaçtan fazla üretilen ürünün tüketilmesi için farklı satış stratejileri geliştirilmiştir. Ürünlerde oluşturulan marka değerleri üzerinden yaratılan fark, kentlerde de uygulanmıştır. Bu stratejiler dahilinde farklı mekansal düzenlemeler geliştirilerek boş zaman geçirme fonksiyonlarına alış veriş fonksiyonu da eklenmiştir. Tüketilen ürünlerde oluşturulan marka değerleriyle, tüketilen ürünün oluşturulmak istenen kimlik üzerindeki hakimiyeti dolayısıyla marka değerine sahip ürünlerin tüketilmesi önem kazanmıştır.

İletişim ve ulaşım teknolojilerinde yaşanan gelişmeler uzak olanı yakın duruma getirmiş, yere ait özellikleri silmiş, ulusal kimlikleri eriterek kişilerdeki ait olma duygusunun yitirilip, geçmişle olan bağlantılarının silinmesine neden olmuştur. Mekansal engellerin kalkması ve ulaşılabilirlikteki rahatlık sonucunda merkezsiz bir sistemin temel birimleri durumuna getirilen kentler oluşturdukları marka değerleriyle küresel rekabet ortamında varolma savaşı verir duruma getirilmişlerdir. Oluşturulan küresel kapitalizmde kentler bağlı oldukları ülkelerden ayrı bağımsız tüketim ve yönetim birimleri olarak yer almaktadırlar.

Kentlerin küresel rekabet ortamına tüketilmek üzere sunulmasıyla gerçekleştirilen mekansal düzenlemelerde kültür etkinlikleri önem kazanmaktadır. Kentlerin devlet idaresinden ayrı kendi kent bünyesindeki yönetim birimlerince idare edilmesi kent girişimciliğini önemli kılmaktadır. Kültürün tüketim amacıyla araçsallaştırılmasıyla kentler, çağdaş sanat müzeleri, bienal, festival gibi büyük ölçekli kültürel faaliyetlerle küresel arenada adlarını güçlendirmektedirler. Bu doğrultuda ikona

niteliğindeki çağdaş sanat müzelerinin sayısında büyük artış yaşanmakta, kent bünyesinde düzenlenen festival ve bienaller her geçen sene daha kapsamlı bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Çağdaş sanat müzeleri marka değere sahip mimarlar tarafından tasarlanarak içerdikleri sanat eserlerinin önüne geçmekte, kentin görünen yüzü durumunda dünya üzerinde egemen olmaktadır. Çağdaş sanat müzeleri ve bienal gibi etkinliklerle oluşturulan kent markaları kentin tüketilmek üzere deneyimlenmesi amaçlıdır. Kültür endüstrisiyle birlikte özne durumundan nesne durumuna getirilen bireyler daha fazla mal tüketmek üzere yönlendirilmektedirler. Sanatın da tüketilebilen nesne durumuna gelmesi sanat ürünlerinin pazarlanmasında oluşturulan marka değerlerinde etkili olmaktadır. Kentte inşa edilen simge durumundaki mimari yapılarda sergilenen kültür ürünleri müze kavramının da değişmesine neden olmuş, devletin sanat üzerindeki egemenliğinin sona ermesiyle birlikte sanat özel sektörün güdümüne girmiş, itibar kazandıran nesne durumunda işlev görür duruma getirilmiştir.

Bireylerin kendi alanlarından dışarı çıkarak toplumla etkileşime girdikleri alanlar olan “kamusal alanlar” küreselleşmeyle birlikte değişime uğramışlar, oluşturulmak istenen kentli profili doğrultusunda farklı işlevler yüklenmişlerdir. Değişen müze kavramıyla birlikte kamusal alanın müzelerde yaşanması sağlanılmaktadır. Alışveriş merkezlerinin kamusal alanın yaşandığı yerler olması müzenin de tüketim odaklı işlevler yüklenmesine neden olmuş, kütüphane ve sergi mekanlarının yanısıra, sinema, yeme içme mekanları, satış mağazaları gibi farklı fonksiyonları bünyelerine eklenmiştir.

Tüketim kültürünün dünya genelinde hakim olmasıyla birlikte oluşturulan “meta” toplumunda yeni olana duyulan ihtiyaç doğrultusunda müzeler değişime uğramıştır. Yeni olan şaşırtıcı, kural, tanımaz ve tanımlanamaz olmasıyla “moda” olarak tanımlanmış, bu doğrultuda ortaya çıkan sorgulayan sanat yapıtının sergileme şekli müzeleri de etkilemiştir. Ticari bir ürün gibi sanat yapıtının alınıp satılabilirliğinin artmasıyla sanat ticari işletmelerin eline geçmiş, sanat yapıtının yönetilmesine ihtiyaç duyulmuştur.

Post fordizmle birlikte sermaye mekanının sınırsızlaşması, esnek üretim ve tüketim düzeninin hakim duruma gelmesiyle, çalışanlar arasında amaç değişen koşullara uymak, farkedilmek olmuştur. Değişen dünya koşullarına uymak amacıyla dönüştürülen kentler farkedilmek amacıyla marka değere sahip mimarlar tarafından tasarlanan mekansal değişimler gerçekleştirmektedirler. Kentin simgesi haline getirilen çağdaş sanat müzeleri kent içinde buldukları bölgeye ve kentin tümünde önemli etkiler yaratarak çekim merkezi oluşturmakta, kentin adıyla birlikte anılır duruma gelmektedirler.

Türkiye 1980 sonrasında izlediği politikalar doğrultusunda küresel pazara dahil olmuş, sonrasında da İstanbul'u küresel rekabet ortamındaki kentlerin arasına sokmuştur. Tez kapsamında küresel rekabet ortamında sermaye ve işgücü için farkedilir duruma gelmek amacıyla İstanbul ve İstanbullu'nun değişimi incelenmiştir. Tüketim kültürünün kenti ele geçirmesiyle birlikte kent çok merkezli olarak konumlandırılmış, oluşturulan farklı merkezlerde açılan alışveriş merkezlerinde kamusal alanın yaşanmasına imkan sağlanmıştır. Sanatın da tüketilebilen nesne durumuna gelmesiyle 2000 yılı sonrasında çağdaş sanat müzeleri açılarak İstanbul'un kültürü araçsallaştırarak küresel rekabete dahil olması sağlanmaktadır. Kentlerin küresel pazara tüketilme üzere sunulmasıyla birlikte İstanbul'da kültürel etkinliklerin sayısında yaşanan artış tez kapsamında 2000 yılı sonrasında İstanbul'da gerçekleştirilen kültürel etkinlikler, çağdaş sanat müzeleri, sanat galerileri, mekansal düzenlemeler gözönüne alınarak araştırılmış, araştırmanın sonucu harita üzerinde somutlaştırılmıştır.

Anahtar Kavramlar:

Küreselleşme. Kentsel dönüşüm. Kent markası, İstanbul'un kentsel dönüşümü.

ROLE OF CONTEMPORARY ART IN THE REPRESENTATION OF ISTANBUL AFTER 2000

Abstract

The thesis critically analyses the cultural discourse which was developed with the inclusion of İstanbul in the global competitive environment. As globalization established hegemony over the world cities were transformed and various architectural interventions took place to create strong city brands. With culture turning into a new form of capital cultural structures constructed in the city were closely watched for their impacts on creating the city brand. The interaction between globalization and urbanization resulted in the instrumentalization of art and this process caused a brand concept to emerge. The dominance in the cities of brand buildings which are designed by brand architects based on this concept and their effects on presenting the city to the world public opinion were studied.

The thesis examines the development of cities - formed by mankind during the transition to permanent settlements - and the urbanization processes involved in terms of their increasing importance parallel to globalization which permeates the entire world more each day. As urbanization caused a strengthening of local governments urban entrepreneurship gained importance resulting in spatial transformations to make the city a globally recognized place to attract capital and workforce. Architectural structures gained importance to distinguish cities through spatial transformations and buildings designed by brand architects became the visible faces of the city. Governments offered the cities which they had transformed

under the globalization trend for consumption driven with the desire to stand out in the global market and create a center of attraction for capital and workforce. The spatial arrangements that occurred in the transformed cities also pursued the goal of transforming the profile of the city dweller. With products more than enough put on the market for consumption the transition to the consumption culture took place and the city dweller was driven to consume through the use of spatial arrangements in the city.

As globalization ruled the world transition to a “consumption oriented” life took place and different sales strategies were devised to consume products more than that which was enough. The differentiation in products which was created with brand equity was also applied to cities. These strategies promoted the development of different spatial arrangements which resulted in the addition of the shopping function to the leisure time functions. The consumption of products with strong brand equity gained importance as the product consumed dominated the identity which was wished to be created with the brand equity that was built in the products.

Developments in communication and transportation technologies brought what was remote to near, erased what was local, melted national identities which caused people to lose their sense of belonging and their ties with the past. With the removal of spatial obstacles and ease of access cities became the fundamental units of a center-less system and were rendered into a position where they fought a war of existence with the brand equities they created in the global competitive environment. In the global capitalism that emerged cities exist as independent consumption and administration units separate from their governments.

Cultural events come into prominence in spatial arrangements that are made to offer cities to the global competitive environment for consumption. Administration of cities by their own administrative units, independently from the state administration, makes city entrepreneurship important. Cities strengthen their names in the global arena through large-scale cultural activities including contemporary art museums, bienals, festivals as art is instrumentalized for consumption. Accordingly the number

of contemporary art museums which serve as icons increase considerably and the scope of festivals and bienals organized in the city becomes more extensive every year. Designed by brand architects contemporary art museums override the works of arts they exhibit and dominate the world as the visible faces of the city. City brands created through events such as contemporary art museums and bienals are designed to make the city experienced for consumption. With the culture industry individuals are transformed from subjects into objects and are goaded to consume more. Rendering art into a consumable object as well is effective in creating brand equity for the marketing of artistic works. Cultural products that are exhibited in architectural structures which serve as symbols of the city also caused a change in the concept of museum and as the sovereignty of the state over art ended art entered the domain of the private sector and started to function as objects of prestige.

“Public spaces” where individuals exit their own sphere to interact with the society underwent a change and assumed different functions in keeping with the city-dweller profile which was wished to be created. The changing concept of museum provided the means to experience public space in museums. With shopping centers serving as public spaces the museum also assumed consumption-oriented functions incorporating various functions such as cinemas, food courts, stores along with libraries and exhibition halls.

Museums evolved in line with the need of the “commodity” society, which emerged as a result of the global dominance of the consumption culture, for the new. The new was defined as “fashionable” due to its surprising, wild and indefinable nature and the exhibition style of the resulting work of art that questioned the world affected the museums as well. As the tradeability of a work of art as a commercial product increased art came into the possession of business corporations increasing the need to manage artistic works.

With post-Fordism spaces of capital became boundless and a flexible production and consumption order prevailed. Accordingly the objective of the employee became to adapt to changing conditions and stand out. Whereas cities were transformed to

adapt to evolving global conditions and underwent spatial changes designed by brand architects to stand out. Contemporary art museums that served as the symbol of the city affected the area they were situated in considerably as well as the entire city and turned into a center of attraction becoming synonymous with the name of city.

Turkey was included in the global market with the policies it pursued after 1980 and subsequently introduced İstanbul among the cities in the global competition environment. The thesis examines the change İstanbul and İstanbulites underwent to stand out from among their peers to attract capital and workforce in the global competition environment. With the prevalence of the consumption culture the city was positioned as a multi-center space allowing the public space to be experienced in shopping centers opened in different locations. As art became a consumable object contemporary art museums opened after 2000 which helped İstanbul to participate in the global competition through instrumentalization of culture. With cities put on the global market for consumption the number of cultural events in İstanbul increased. The thesis studies this increase by taking into account the cultural events, contemporary art museums, art galleries, spatial arrangements that took place in İstanbul after 2000 and concretizes the result of the study on map.

Keywords:

Globalization, city renewal, city brand, İstanbul's renewal.

Teşekkür

Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Kuramı ve Eleştiri Yüksek Lisans Programı'ndaki eğitimim sırasında engin deneyimi ve bilgisiyle güven veren, desteği ve anlayışıyla her zaman yanımda olan Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Bilimi Anabilim Dalı Başkanı, tez danışmanım sayın Prof. Dr. Halil Akdeniz'e şükranlarımı sunarım. Yüksek Lisans programına başlamayı düşündüğüm andan, tez çalışmamı tamamladığım ana kadar dostluğu, heyecanı, bilgi ve tecrübesiyle yanımda olan dostum Yrd. Doç. Funda Uz'a tüm destekleri için çok teşekkür ederim. Çalışmamın her adımında bana zaman ayırıp dinlediği, beni yüreklendirdiği için minnettarım.

Uzun bir aradan sonra başladığım Yüksek Lisans programına başvurumda desteklerini esirgemeyen hocam Prof. Dr. Hasan Şener'e, lisans programı boyunca bilgi ve tecrübeleriyle bakışımı zenginleştiren Prof. Dr. Zeynep Sayın, Prof. Dr. Basri Erdem, Prof. Dr. İsmail Avcı ve diğer tüm değerli hocalarıma, müteşekkirim.

Üç senelik program dahilinde tanıdığım ve dostluklarını çalışmamın her anında hissettiğim Işıl Şapçı, Selda Orhun, Burçak Ünsal, Seval Koşal, Beyza Özgören, Tijen İnce, Tuba Akkavak, Asude Göven'e, eğitim süresi boyunca tüm sorularımı cevaplayan Eren Koyunoğlu'na, dostum Doç. Dr. Sedef Doğaner'e çok teşekkür ederim.

Yüksek Lisans programıma başlamamı destekleyen ve çalışmalarımın her adımında yanımda olan, sıkıntılı anlarımda anlayışlarıyla beni yüreklendiren, heyecanlarımı paylaşan aileme, canım anneme, babama, kardeşime, anneanneme, eşime ve kızlarıma sonsuz teşekkürler.

Canım kızlarım Hüma ve Dide'ye.....

İçindekiler

Özet	i
Abstract	v
Teşekkür	ix
İçindekiler	xi
Çizelge Listesi	xv
Şekil Listesi	xvi
1. Giriş	1
2. Küreselleşmenin Kentler Üzerindeki Etkileri	2
2.1.Kent Nedir?.....	2
2.2.Kent ve Kamusal Alan.....	6
2.3.Küreselleşme.....	10
2.4.Küreselleşmenin Kentler Üzerindeki Etkileri.....	15
2.5.Kentin Pazarlanması.....	22

3. Kent Markası ve Kültür Endüstrisi	27
3.1.Marka Nedir?.....	27
3.2.Kent Markası.....	29
3.3.Kent Markası ve Mimarlık.....	35
4. Küreselleşmenin ve Kültür Eksenli Politikalar	42
4.1.Devletin Sanat Alanındaki Rolünün Değişmesi.....	42
4.2.Küreselleşmeyle Değişen Müzecilik Anlayışı.....	44
4.3.Sanatın Yönetilmesi.....	48
5. Küreselleşmenin Türkiye'deki Etkileri ve İstanbul	53
5.1.Küreselleşmenin Türkiye'deki Etkileri.....	53
5.2.Dünya Kenti İstanbul.....	55
5.3.İstanbul'da Planlanan Kentsel Dönüşüm ve Restorasyon Projeleri.....	62
5.4.İstanbul'da Kamusal Alanın Sanat Eksenli Dönüştürülmesi.....	68
5.4.1. Kalıcı Mekansal Dönüştürmeler.....	78
5.4.1.1. Proje 4L.....	78
5.4.1.2. İstanbul Modern.....	79
5.4.1.3. Santral İstanbul.....	81
5.4.1.4. Pera Müzesi.....	84
5.4.1.5. Salt.....	84
5.4.1.6. Arter.....	85

5.4.1.7. İmoga.....	85
5.4.1.8. Rezan Has Müzesi.....	85
5.4.1.9. Banka Galerileri.....	86
5.4.1.10. Borusan Contemporary.....	86
5.4.1.11. İstanbul'da Çağdaş Sanat Galerileri.....	86
5.4.2. Periyodik Sanat Etkinlikleriyle Gerçekleştirilen Dönüştürmeler.....	87
5.4.2.1. Bienaller.....	87
5.4.2.2. Contemporary İstanbul.....	95
5.4.2.3. Art İstanbul.....	97
5.4.2.4. İstanbul Design Week.....	98
5.4.2.5. İstanbul Sanat Fuarı.....	99
5.4.2.6. Art Bosphorus.....	99
5.4.3. Geçici Sanat Eksenli Dönüştürmeler.....	100
5.4.3.1. İstanbul'da AVM'de Çağdaş Sanat.....	100
5.4.3.2. İstanbul'da İş Merkezlerinde Çağdaş Sanat.....	103
5.4.3.3. İstanbul'da Üniversite'de Çağdaş Sanat Mekaları.....	105
5.4.3.4. İstanbul'da Hastanede Çağdaş Sanat.....	108
5.4.3.5. İstanbul'da Sokakta Çağdaş Sanat.....	110
Sonuç	115
Kaynakça	119
Kaynak İnternet Siteleri	128

Şekil Kaynakları	130
Ekler	132
Özgeçmiş	152

ÇİZELGE LİSTESİ

Çizelge 2.1 : 20.yy.'da İletişim Teknolojilerinde Yaşanan Önemli Gelişmeler.....	11
Çizelge 2.2 : Kırsal ve Kentsel Bölgelerdeki 1950-2025 Yılları Arasındaki Nüfus Dağılımı.....	19

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 2.1 : Akmerkez Kompleksi İstanbul.....	5
Şekil 2.2 : İstanbul Bienal Afişi.....	9
Şekil 2.3 : Batı Kültürü Markalarının Ele Geçirdiği Dünya Haritası.....	12
Şekil 2.4 : Ulaşım Teknolojilerinde Yaşanan Gelişmeler.....	13
Şekil 2.5 : Yiyecek Kültürünün Küreselleşmesi, Dubai.....	14
Şekil 2.6 : New York Central Park.....	16
Şekil 2.7 : 1995 yılı İstanbul Bienali Afişi.....	23
Şekil 3.1 : Marka Konferansı.....	28
Şekil 3.2 : Londra Tate Modern Müzesi.....	34
Şekil 3.3 : Barselona Çağdaş Sanat Müzesi.....	38
Şekil 3.4 : Bilbao, Guggenheim Müzesi.....	39
Şekil 4.1 : New York, Guggenheim Müzesi.....	45
Şekil 4.2 : Paris, Pompidou Müzesi.....	46
Şekil 4.3 : New York Guggenheim Müzesi Restaurant.....	47
Şekil 5.1 : İstanbul, Maslak Bölgesi.....	57
Şekil 5.2 : Kemer Country Sitesi'nden görünüm.....	58
Şekil 5.3 : Beykoz Konakları görünüm.....	59
Şekil 5.4 : İstanbul gecekonduları.....	60
Şekil 5.5 : İstanbul, İstinye Park Alışveriş Merkezi.....	61
Şekil 5.6 : Boğaziçi Köprüsü.....	64
Şekil 5.7 : İstanbul Raylı Sistem Planı.....	65
Şekil 5.8 : Cihangir Sementi'nden görünüm.....	66
Şekil 5.9 : Beyoğlu semti görünüm.....	67
Şekil 5.10 : İstanbul kenti görünüm.....	69
Şekil 5.11 : İstanbul Modern Müzesi.....	70
Şekil 5.12 : İstanbul Avrupa Kültür Başkenti Afişi.....	71
Şekil 5.13 : İstanbul Tasarım Bienali Afişi.....	73
Şekil 5.14 : 9. İstanbul Bienali Afişi.....	75
Şekil 5.15: Kuad Galeri, Joseph Kosuth sergisi.....	77

Şekil 5.16 : Proje 4L.....	79
Şekil 5.17 : İstanbul Modern Sanat Müzesi.....	80
Şekil 5.18 : Santral İstanbul.....	82
Şekil 5.19 : Santral İstanbul Enerji Müzesi.....	83
Şekil 5.20 : 11. İstanbul Bienali Afişi.....	92
Şekil 5.21 : 2012 yılı Contemporary İstanbul Afişi.....	96
Şekil 5.22 : 2012 yılı Artistanbul Afişi.....	97
Şekil 5.23 : 2011 yılında Akmerkez’de düzenlenen sergi afişi.....	101
Şekil 5.24 : İstanbul Cities alışveriş merkezi, Toprak Sanat Galerisi afişi.....	102
Şekil 5.25 : “Benim İstanbul’um” adlı sergiden	103
Şekil 5.26 : Proje 4L, “Teras Sergileri” afişi.....	105
Şekil 5.27 : Kasa Galeri, sergi afişi.....	106
Şekil 5.28 : Galeri Işık, sergi afişi.....	106
Şekil 5.29 : Marmara Üniversitesi Cumhuriyet Müzesi ve Sanat Galerisi.....	107
Şekil 5.30 : Santral İstanbul’a ait afiş.....	108
Şekil 5.31 : Amerikan Hastanesi, Operation Room galeride, Björn Melhus sergisinden.....	109
Şekil 5.32 : Fotoğraf Sanatçısı Handan Hacihaliloğlu’nun Acıbadem Hastanesi’nde düzenlediği “Her Damlası Hayat” adlı sergi afişi.....	110
Şekil 5.33 : Alexander Berg, “One Shot İstanbul” adlı sergi afişi.....	111
Şekil 5.34 : Nişantaşı’nda düzenlenen sokak sergisi.....	112

1. GİRİŞ

Küreselleşme sonucu dünya genelinde yaşanan gelişmeler sonrasında tüketim odaklı yaşama geçişle birlikte ülkeler dünya pazarındaki güçlerini korumak, küresel rekabette güçlü olabilmek, işgücü ve kamuoyu için çekici duruma gelmek amacıyla çeşitli yöntemler geliştirmişlerdir. Kentler-arası rekabet bu süreç kapsamında geliştirilmiş, ülkeler dünya kamuoyunun tüketimine sundukları kentleriyle küresel rekabetteki yerlerini almışlardır.

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, uzak olanın yakın duruma gelmesiyle birlikte, sınırlar erimiş, zaman ve mekan çökmüş, ulus kimlikler kaybolmuş, insanların kendi yerellikleri ile kurdukları ilişkiler dönüşüme uğramış ve yeni mekan arayışları ortaya çıkmıştır.

Türkiye 1980 sonrasında izlediği politikalarla küresel rekabette yerini almaya başladıktan sonra İstanbul kentini küresel rekabete hazırlamak için, kentte çeşitli değişim ve dönüştürmeler gerçekleştirmiştir. İstanbul'da yapılan düzenlemeler doğrultusunda İstanbul markası oluşturulmuştur. İstanbul'un marka şehir olarak dönüştürülmesi sürecinde, ülke genelindeki büyük şirketlere ait yönetim binaları İstanbul'a taşınmış ya da şubeleri açılmış, kent merkezinden üretim fonksiyonları çıkarılmış, konut ve alışveriş merkezleri şehrin planlanan bölgelerine yerleştirilmiştir. İstanbul'da düzenlenen uluslararası ölçekteki fuar, sergi, bienal, moda ve eğlence endüstrileriyle İstanbul markası dünya kamuoyuna duyurularak, küresel sermaye için cazip hale getirilmiştir.

2. KÜRESELLEŞMENİN KENTLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Küreselleşmenin dünya üzerinde hakimiyet kurmasıyla birlikte, ülkeler sermaye ve işgücü için cazip hale gelmek için birbirleriyle yarış haline geçmişlerdir. Küresel rekabet ortamının kentler üzerindeki etkileri doğrultusunda “kent” kavramında ve kentlerin yapılarında değişim ve dönüşümler yaşanmış, kentler tüketimi destekleyecek şekilde, aynı zamanda kendileri de tüketilecek şekilde düzenlenmişlerdir. Bu bölümde kent kavramı, küreselleşme ve küreselleşmenin kentler üzerindeki etkileri ele alınmış, literatür araştırmasına bağlı olarak küreselleşmenin kentler üzerindeki etkileri incelenmiştir.

2.1. Kent nedir?

*“Bir şehir farklı tür insanlardan oluşur;
benzer insanlar bir şehir meydana
getiremez”*

ARİSTOTELES, Politika.

İnsanoğlunun yerleşik yaşama geçmesiyle birlikte oluşturduğu kentler, farklı kültür ve ihtiyaçlara sahip insan topluluklarını barındırmakta, ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Birbirlerinden farklı insanları birarada barındıran kentler, farklılık, karmaşıklık ve yabancılik duygularının bulunduğu, farklı işlevlere ait mekanlara sahip, insan tarafından, iktidar amaçları doğrultusunda şekillendirilmiş mekanlar hiyerarşisidir.

Harvey kenti karmaşık bir şey olarak tanımlamakta, kentle uğraşırken karşılaşılan zorlukların, kentin kendine ait karmaşıklığına bağlı olduğunu belirtmektedir.¹

¹ David Harvey, *Sosyal Adalet ve Şehir*. Çev: Mehmet Moralı. Metis Yayınları. İstanbul, s:27, 2009.

Max Weber kenti insanların ilk defa bireysel yurttaş olarak bir araya geldiği özerk bir yer olarak ifade etmiştir.²

Görmez, demografik olarak bakıldığında belli bir sayının üzerinde yoğunluğu olan yerleşimleri kent olarak tanımlamakta, sosyolojik olarak da farklı etnik, kültür ve meslek gruplarını içeren, farklı sosyo-ekonomik sınıflara sahip insan toplulukları tarafından oluşturulan topluluğu “kent” olarak tanımlamaktadır.³

Para ekonomisine dayanan kentler de dakiklik ve doğru zaman planlama önemli duruma gelmiş, insanlar kendi etkinliklerinde de çıkarlarını gözetir duruma getirilmiştir.

Harvey tarafından yapılan aktarımda, Rober Park kent kavramı için;

“Kentler, özellikle modern zamanların büyük metropolitan kentleri.....bütün karmaşıklıkları ve yapaylıklarıyla, insanın en görkemli yarattığı, insan yapısı en müthiş eserlerdir. Bu yüzden kentlerimizi.....uygarlığın atölyesi ve aynı zamanda da uygar insanın doğal evi olarak düşünmeliyiz.”⁴

ifadesinin kullanıldığı belirtilmektedir.

İnsanın içinde yaşamını sürdürdüğü, eylemlerini gerçekleştirdiği, ihtiyaçlarını karşıladığı kentler fiziksel olarak barınma ihtiyacının ötesinde, insan için “varolma” şeklidir. Bu doğrultuda kentler insanların faaliyetlerini yönlendirecek şekilde iktidar amaçları doğrultusunda şekillendirilmektedir. İktidarın oluşturmak istediği kentli modeline göre ihtiyaç duyulan işlevlere ait yatırımlar gerçekleştirilmekte, kentli sanki kendi iradesiyle bu işlevlere yöneldiğine inanarak iktidar tarafından amaçlanan kentli modeli oluşturulmaktadır. Kent tasarımının ardında yatan, kentte yaşayan insan modelinin tasarlanması, kentte oluşturulacak

²Max Weber, The City, Free Press, New York, 1966.

³Kemal Görmez, *Şehir ve İnsan*, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, İstanbul, s:22, 1991.

⁴David Harvey, *Sosyal Adalet ve Şehir*. (çev: Mehmet Morali), Metis Yayınları. İstanbul, s:180, 2009.

“kent markası” doğrultusunda düzenlemeler yapılmasıdır.

Kentler iktidar ihtiyaçları doğrultusunda zaman içinde dönüştürülmüştür. 19.yy’da ortaya çıkan endüstri devrimiyle birlikte geliştirilen kapitalist iktidar ihtiyaçları doğrultusunda kentler dışardan göç almışlar bunun sonucu nüfus artışı gözlemlenmiştir. Artan nüfusa bağlı olarak farklı işlevlere sahip binalar inşa edilmiş, kentli tüketime yönlendirilecek şekilde kentler dönüştürülmüştür.

Harvey, tarih boyunca yaşanan gelişmeler gözönüne alındığında, kentleşmenin medeniyetlerin ortaya çıkışındaki rolünün, Roma ve Antik Yunan medeniyetleri dikkate alınarak incelenmesi gerektiğini savunmaktadır. Feodalizmden kapitalizme geçişle birlikte kentlerin önemi konusunda artan bir tartışmadan söz edilmektedir. 19.yy.’la birlikte yaşanan endüstriyel, kültürel ve siyasi gelişmeler sonucu az gelişmiş ülkelere kapitalist toplumsal ilişkilerin yayılmasında kentler çok önemli olmuştur. İnsan faaliyetlerinin coğrafi dağılımında devam eden radikal yapılandırmada ve eşitsiz coğrafi gelişmenin siyasi ve ekonomik dinamiklerinde kentleşme süreci önemli rol oynamaktadır.⁵

Burjuvazi güçlenip, feodal güçleri bastırarak, devleti kendi hırslarının uygulayıcısı durumuna getirmiş, ülke içinde görkemli kentler yaratarak, kentlerin ülkede hakim olmasını sağlamıştır. Kentleşme ile birlikte üretici güçler ve emek gücü uzamda toplanmış, dağınık nüfus dönüşmüş, mülkiyet hakları sisteminin sorumluluğunu, politik ve ekonomik gücün yoğun toplanmalarının içinde dağıtmış, doğanın güçleri insan buyruğu altına alınmıştır.⁶

Harvey kentleşmeyi mekânsal olarak temellenen bir süreç olarak görmekte, bu süreçte farklı amaç ve gündemlere sahip çok sayı ve çeşitte aktörlerin birbirlerine bağlanmış mekânsal pratiklerinin belli bir biçimlenişi aracılığıyla etkileşime girdiklerini belirtmektedir. Kentleşmeyi, inşa edilmiş bir biçim, üretilmiş mekanlar ve farklı mekânsal biçimlerde düzenlenmiş özelliklerin kaynak sistemleri olarak

⁵David Harvey, *Semayenin Mekanları*, (çev. Başak Kıcıır, Deniz Koç, Kıvanç Tanrıyar, Seda Yüksel), Sel Yayıncılık, İstanbul, s:406, 2001.

⁶David Harvey, *Semayenin Mekanları*, (çev. Başak Kıcıır, Deniz Koç, Kıvanç Tanrıyar, Seda Yüksel), Sel Yayıncılık, İstanbul, S:441, 2001.

kabul etmektedir. Kentleşme hukuki formları, kurumsal düzenlemeleri, siyasi sistemleri, yönetim ve güç hiyerarşilerini bünyesinde barındırmaktadır. Harvey kent halkının bilincinin, arzuların ve sembolik okumaların içinden çıktığı deneyim ortamının etkisi altında oluştuğunu belirterek, biçim ve süreç, nesne ve özne, faaliyet ve şey arasında süregelen gerilim olduğunu belirtmektedir.⁷

Tekeli, kentlerde kapital birikimiyle ilgili olarak, kente “kapital” olarak bakılabileceğini ifade etmiştir. Toplumların yaşadıkları gelişmelerin koşullarına cevap verecek şekilde kentleri düzenlediklerini savunmaktadır. Bu doğrultuda gelinen noktada;

Kent bir üretim alanı olarak kabul edilmekte,

Varolan üretim biçimi yeniden üretilmekte,

Kent altyapısıyla, üretim ve hizmet işlevli yapılarıyla kentin kendisi kapital birikimi olmakta,

Kentsel alan tarafından oluşturulan kazançlarla artı ürünün toplum tarafından bölüşülmesine imkan sağlanmakta, sermaye birikimi etkilenmektedir.⁸



Şekil 2.1: Akmerkez kompleksi, İstanbul.⁹

⁷ David Harvey, 2001. *Semayenin Mekanları*, (çev. Başak Kıcırcı, Deniz Koç, Kıvanç Tanrıyar, Seda Yüksel), Sel Yayıncılık, İstanbul, s:413-414, 2001.

⁸ İlhan Tekeli, *Kent Planlaması Konuşmaları*, TMMOB Mimarlar Odası Yayınları, Ankara, s:167-168, 1991.

⁹ <http://www.mimtek.comtr/references/referans.html> (erişim tarihi: 12.02.2013)

19.yy. ortalarında Paris'in Haussmann tarafından kent dokusunu düzenli hale getirmek, ulaşım sistemlerini oluşturmak amacıyla yeniden tasarlanması süreci, kentlerin dönüşümlerinin başlatıldığı sürecin başlangıç tarihi olarak kabul edilmektedir. Haussmann tarafından kent merkezinde, geniş bulvarların açılması, birçok binanın yıkılması, yıkılmadan kalan binaların ana caddeye bakan cephelerinin mimarlar tarafından tekrar tasarlanmasıyla, geniş caddelerde anıtsal etkilerin yaratılmasını sağlamıştır. "Kent adeta ters yüz edildi" deyişi Haussmann tarafından Paris'te gerçekleştirilen dönüşüm için kullanılan bir sözdür.

Kentlerde gerçekleştirilen değişim ve dönüşümlerle amaçlanan kente dahil insan nüfusunun yaşantılarını yönlendirmek, iktidar tarafından gerçekleştirilmek istenen fonksiyonların insan hayatına dahil olmasını sağlamaktır.

Sommer, kent tasarımı ve insan ilişkisini,

*"İyi tasarım, eğer insanın kendi yarattığı herhangi bir çevreye uyum sağlayabilmek için kendini yeniden şekillendireceğini düşünürsek, anlamsız bir totolojiye dönüşür. Uzun vadeli asıl soru, nasıl bir çevre değil, nasıl bir insan istediğimizdir"*¹⁰

sözleriyle ilişkilendirmiştir.

2.2. Kent ve Kamusal Alan

Habermas, "kamusal alan"ın 18.yy. sonunda modernizme geçişle birlikte, yaşamın "kamusal ve özel" olarak ikiye ayrılması sonucu ortaya çıktığını belirtmektedir. Kapitalist üretim ilişkileri doğrultusunda yaşanan toplumsal dönüşüm çerçevesinde kamusal alan burjuvazi için önem kazanmış, siyasallaştırılmıştır.¹¹

Lütticken, 18.yy.'da yaşanan Aydınlanma Devrimi'yle birlikte aklın keşfedilmesine bağlı olarak kamusal alanın akıl yürütme amaçlı kullanıldığını,

¹⁰ Robert Sommer, *Personal Space: The Behavioral Basis of Design*, Englewood Cliffs, New Jersey, s:172, 1969.

¹¹ Taner Timur, *Habermas'ı Okumak*, Yordam Kitap. İstanbul, s: 40, 2008.

eğitimli kesimler tarafından filozofların fikir üretip sohbet ettiği, edebi eserlerin tartışıldığı kamusal tartışma alanları olarak işlem gördüğünü belirtmektedir. Halka açık konser ve sergilerin düzenlendiği kamusal alanlarda sanat etkinliklerine bağlı olarak sanat eleştirisi de ortaya çıkmıştır.¹²

Habermas kamusal alanı “kendi içinde bir kamuoyuna” benzetmektedir. Kamuoyunu toplum ve devlet arasında aracı konumunda tüm vatandaşlara açık yer olarak tanımlamaktadır.¹³

Karadağ tarafından yapılan aktarımda Rappa'nın kamusal alan için yaptığı beş özelliğe yer verilmektedir. Buna göre kamusal alan;
İnsanların iletişim ve etkileşimde bulunduğu fiziksel alan,
İnsan eylemleri tarafından oluşturulan metaforik alan,
İki taraf arasındaki bilgi alışverişinin farklı farklı biçimlerini içeren alan
Entellektüel olan ya da olmayan tartışmaların yapıldığı alan,
Devlet politikalarının ya da devlet dışı politikaların ortaya çıktığı alan,
olarak tanımlanmaktadır.¹⁴

Kamusal, bireyin kendi özel alanından çıkararak toplumla etkileşime girdiği fikir alışverişinde bulunduğu, düşünce ürettiği iletişim alanıdır. Habermas tarafından tek tip bir kamusal alanın yapılması eleştirilmiştir. Kamusal alan sadece burjuva kamusal alanı olmaktan öte, endüstriyel, politik, estetik, ticari ve hukuksal gibi farklı özelliklere sahip, bireylerin etkileşime girdiği alanlardır.

Benhabib'in aktarımıyla, Arendt kamusal alanı insanların birlikte uyum içinde davrandıkları yer olarak tanımlamaktadır.¹⁵

¹²Sven Lütticken, *Gizlilik ve Kamusalılık: Avangardı Yeniden Harekete Geçirmek, Olasılıklar, Duruşlar, Müzakere-Güncel Sanatta Kamusal Alan Tartışmaları*, s:111. (der. PelinTan ve Sibel Boydik)İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2007.

¹³Jürgen Habermas, “Kamusal Alan: Ansiklopedik Bir Makale”. *Birikim*, Sayı 70, s: 62-66, Şubat 1995.

¹⁴Nicholas Abercrombie, Bryan Turner, Stephan Hill, *The Penguin Dictionary of Sociology* (London:Penguin) (Aktaran: Ahmet Karadağ), Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, ISSN 0378-2921, 2003, Volume 58, Issue 3, s: 171-195, 1994.

¹⁵Seyla Benhabib, “Kamu Alanı Modelleri”, *Cogito-Kent ve Kültürü*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, s: 241-255, 1996.

İnsanların karşılıklı iletişime girdiği, fikir alışverişinde bulunduğu demokratik, politik, özgürlükçü olarak tanımlanan kamusal alanlar zaman içinde iktidar ihtiyaçları doğrultusunda dönüştürülmüşler, amaçlanan insan profili yaratmak amaçlı işlev yüklenmişlerdir. Bu doğrultuda bireylerin karşılıklı fikir ve düşünce alışverişinde bulunduğu alanlar olmaktan çıkarak, farklılaştırılmışlardır. İktidar politikalarınca kamusal alanlar dönüştürülerek, insanlara kendi tercihleri inancı sağlayarak, birçok farklı davranış uygulatılmış, kamusal alanlara yüklenen farklı fonksiyonlar insanların yaşamlarına dahil edilmiştir. Kentlerin dönüştürülmesinde çıkış noktası kamusal alanın dönüştürülmesi olmuştur. Dönüştürülen kamusal alanlarda yaratılan fonksiyonlara uygun olarak bireyler de dönüştürülmüştür. Kamusal alanın dönüştürülmesine bağlı olarak kentlerin de dönüştürülmesiyle birlikte “kent”in bütünü kamusal alan olarak düzenlenmeye başlanmıştır. Kente dahil olan, cadde, yol, mahalle, meydanlar, okul ve alışveriş merkezleri gibi fonksiyonlar, kentte dahil olması istenen fonksiyonlar ve birey davranışları gözönüne alınarak düzenlenmiş, kentin bütünü kamusal alan olarak kabul edilmiştir. Kentin ruhu olan kamusal alanlar kentlerin dönüştürülmesinde etkin araçlar durumuna getirilmiştir.

Dünya genelinde yaşanan sanayi devrimiyle birlikte kişinin özel alanı da kamusal alan kabul edilerek düzenlemeler yapılmıştır. Özel yaşama müdahale edilerek siyasetin güdümüne sokulmuştur.

Çağdaş toplumlarda kullanılan “kentsel planlama” yöntemiyle amaçlanan bireyin kamusal alanda karşılaştığı “öteki”yi de “ben” durumuna getirmek, farklılıkları ortadan kaldırmaktır. Sennett bu durumu, kentin farklılıkların karşılaşılabildiği bir durum olmasından çıkması olarak yorumlamaktadır. “Nötr kent”lerde ötekiler de benleştirilerek zihinsel olarak nötralize edilmişlerdir.¹⁶

Kamusal alanlar Türkiye’de gerçekleştirilen değişim sonucu yaşanan dönüşümün “mekansal araçları” durumuna getirilmişlerdir. Kentte yaşanan dönüşümün sürdürülebilir olması, kamusal alanlar üzerinde geliştirilen stratejilerle

¹⁶Richard Sennett, *The Conscience of the Eye*, Faber and Faber, Londra. 1991, (Aktaran Duman, Z., “Modernleşme Sürecinde Kentsel Tasarımın Kurgulanışında Ötekinin Benleştirilme Serüveni”, *Sosyoloji Dergisi*, ISSN 1300-5642, 2007, Issue 18, s: 1-14.)

sağlanmaktadır. Kamusal alanda gerçekleştirilen dönüşümler, kentte yaşayanların katılımıyla gerçekleştirilmekte, kamusal alanla birlikte kentli de dönüştürülmektedir. Bu doğrultuda kamusal alanların da tanımlarında değişiklik olmuş, kamusal alan oluşturulmak istenen kentli profili doğrultusunda şekillendirilmiştir.

11. İstanbul Bienali kataloğunda tartışılan konulardan biri “kamusal alan” dır. “kamusal alanın gelenek ve modernlik, özel ve kamusal, dinsel ve seküler kavramlar arasında bir tuzak olduğu fikrinin daha fazla araştırılması gerektiği” önerilmiştir.¹⁷

13. İstanbul Bienali konusu “*Anne, Ben Barbar mıyım?*” olarak belirlenmiş, siyasi bir forum olarak kamusal alan ele alınacaktır. Bienal’de “kamusal alanın sanatsal ve siyasi bir araç olarak küresel finansal emperyalizm ve yerel toplumsal kırılma bağlamında nasıl tekrar kullanıma sokulabileceği incelenecektir”. Kentlerde yaşanan sürdürülebilir değişim için sanatçı, mimar, şehir planlamacıları ve politikacıların kamusal alana olan müdahaleleri sermayeye çevrilmiştir. Kamusal alanda öznelerin ilişkileri ve kamusal alan ilişkilerinin, paylaşılması gereken mekanlarda yeniden öğrenilmesi gerektiği düşüncesiyle 13. İstanbul Bienali’nin konusu “*Anne Ben Barbar mıyım?*” olarak belirlenmiştir.¹⁸



Şekil 2.2: 13. İstanbul Bienal Afişi¹⁹

¹⁷11. İstanbul Bienal Kataloğu, İnsan Neyle Yaşar, İKSV, Ofset Yayınevi, İstanbul, s.283, 2009.

¹⁸ <http://bienal.iksv.org/tr/arsiv/haberarsivi/p/1/628> (erişim tarihi: 16.02.2013)

¹⁹ <http://iksv.org> 21.02.2013

2.3. Küreselleşme

“Küreselleşme iki yanı keskin bir kılıçtır: Bir yanda ekonomik büyümenin artışını, yeni teknolojilerin yayılmasını ve fakir zengin ülkelerdeki hayat standartlarının yükseltilmesini ifade ederken; öbür yanda milli egemenliği zayıflatan, yerel kültür ve gelenekleri törpüleyen, ekonomik ve sosyal istikrarı tehdit eden dinamikleri güçlendirmektedir.”

Robert J. Samuelson

İngilizce “globalization”, Latince “globus”dan türeyen küreselleşme kavramı, “glob”, “küre”, “globus terra”, “yerküre” anlamına gelmektedir.²⁰

Ulus-devlet kavramının eritilip, sermaye piyasasının dünyayı ele geçirmesiyle birlikte küreselleşme, kapitalist toplumlar tarafından dünya üzerinde egemenlik kurmak, tüketim odaklı yaşamı yaymak amacıyla geliştirilmiştir. Küreselleşmenin görünen yüzünde, fakir ülkelerde hayat standartlarını yükseltmek amacı güdülmesinin ardında amaçlanan, milli egemenliğin zayıflatılması, kültürel gelenek ve değerlerin yitirilmesidir.

Schaeffer, küreselleşmeyi “batı kültürünün yayılması”, ve “ulusal dilin zayıflaması” olarak tanımlamaktadır.²¹

Woodward küreselleşme için, “ulus-devletin egemenliğinin kısıtlanması” tanımını yapmıştır.²²

²⁰ Fikret Başkaya, *Kavram Sözlüğü*, Özgür Üniversite Yayınevi, Ankara, s.325, 2005.

²¹ Robert, K. Schaeffer, *Understanding Globalization: The Social Cosequences of Political, Economic and Environmental Change*. Rowman and Littlefield Publishers, 3rd Edition, New York, s: 329, 2005.

²² Keith Woodward, *Understanding Identity*, Arnold Publication, London, s: 54, 2002.

Doğan Kuban küreselleşmeyi, Batı dünyasının fesadı olan ekonomik bir örgütlenme şekli olarak kabul etmekte, finans kapitalinin dünya egemenliği ve bu egemenliğin harekete geçirdiği mekanizmalar olarak tanımlamaktadır.²³

1900		Telefon
1910-1920		Radyo
1930-1940		TV
1950-1970		Bilgisayar
1970-		İnternet

Çizelge 2.1: 20.yy.'da iletişim teknolojilerinde yaşanan önemli gelişmeler

20.yy.'da iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonucu, zaman-mekan kavramının yok olması, kültürel ürünler ve imajların dünyayı ele geçirmesiyle coğrafi özelliklerden kaynaklanan farklılıklar erimiştir. Ulaşım teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonucunda uzak mesafelerin yakın olmasıyla, farklı ülkelerdeki insanlar birbirleriyle rahatça iletişime girebilmişler, bunun sonucunda da insanların ait oldukları yer ve kim olduklarıyla ilgili farkındalıkları azalmış, kendi yerellikleri ile kurdukları ilişkiler dönüşüme uğramıştır.

²³Doğan Kuban, “Küreselleşme ve Mimarlık”, *Arredamento Mimarlık*, 129, s:39-43.



Şekil 2.3: Batılı kültürü markaların ele geçirdiği dünya haritası.²⁴

Urry, Benjamin Franklin tarafından söylenen “vakit nakittir” sözüyle zamanı boşa harcamanın parayı boşa harcamak demek olduğunu belirtmektedir. Kapitalist toplumlarda insanların davranışlarıyla birlikte zamanlarının da planlandığını, zamanı boşa harcamadan, boş zamanların da tümünün programlandığını ifade etmektedir. Urry tarafından aktarıldığı şekilde Heidegger “Being and Time” (Varlık ve Zaman) da insanların Batılı zihinde zamansal olarak kabul edildiğini, varoluşunun zamansal karakterinde anlam bulduğunu ifade etmektedir. Varlık doğum ile ölüm arasındaki hareketi içerdiğinden dolayı, Batılı kültür zaman ve mekana ölçülebilirlik getirmiştir.²⁵

Tomlinson, “karmaşık bağlantılılık” adını verdiği kavramla, küreselleşmenin modern yaşamı karakterize eden bağımlılık ağını ifade etmektedir. Bağlantılılık kavramıyla küresel –mekansal yakınlık ifade edilmekte, kapitalizm açısından bakıldığında artan işlevsel yakınlık olarak kabul edilmektedir. Bağlantılılık her yeri aynılaştırmamakta, yarattığı zaman ve mekan sıkışmasına kültürel sıkışma

²⁴ <http://politikaakademisi.org/?p=387> (erişim tarihi: 12.02.2013)

²⁵ John Urry, *Mekanları Tüketmek*. Ayrıntı Yayınları. İstanbul, (çev: Rahmi G. Ögdül), s: 16-17, 1999.

ekleyerek sermayenin akışını kolaylaştıracak küresel mekanlar yaratmaktadır. Mekansal yakınlık ile ifade etmek istediği de Marx tarafından tanımlanan “mekanın zaman tarafından yok edilmesi” ve Harvey’in “zaman-mekan sıkışması” tanımlarıyla aynı şeyi ifade etmektedir.²⁶



Şekil 2.4: Ulaşım teknolojilerinde yaşanan gelişmeler²⁷

Küreselleşmeyle birlikte yaşanan gelişmeler sonucunda zaman ve mekânın yok olması, iletişim teknolojilerinin gelişmesi, ulusal kimliklerin erimesiyle birlikte dünya tek bir yer olarak kabul edilmeye başlanmış, farklı bölgelerde yaşayan insanlarda aynı zevklerin oluşturulduğu “küresel kültür” kavramı ortaya çıkmıştır.

Tomlinson kültürel ürünlerdeki standartlaşma için, “yakınlaşma” ve “homojen kültür” kavramını kullanarak, müzik, film, yiyecek, giyecek gibi “kültürel” olana ait olan her davranışta yakınlaşma olduğunu belirtmektedir. Bunun yanısıra bir “yerelleştirme direnci”nin varlığından da söz etmektedir.²⁸

²⁶ John Tomlinson, *Küreselleşme ve Kültür*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s:12-19, 2004.

²⁷ <http://www.skyunhaber.com/haberdetap/14975/thy-teknolojinin-yeni-devi-ni> (erişim tarihi:13.02.2013)

²⁸ John Tomlinson, *Küreselleşme ve Kültür*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s:118, 2004.



Şekil 2.5:Yiyecek kültürünün küreselleşmesine örnek, Dubai kentinden görünüm²⁹

Tomlinson tarafından söz edilen “yerelleştirme direnci” yerel olanın kendi özgün kimliğini koruyarak zamana uygun şartlar doğrultusunda dönüştürülerek varolmasıdır. Küresel rekabet ortamında farkedilmek amaçlı geliştirilen stratejiler doğrultusunda yerellik önem kazanmış, kapitalist iktidar amaçlarına uygun olarak dönüştürülerek tüketime sunulmuştur.

Jameson “kültürü” tüketim toplumunun asli ögesi kabul etmektedir. Küreselleşmeyle birlikte yaratılan tüketim toplumunun, gösterge ve imajlara dayalı olduğunu, bireyin kendi bireyselliğini ve yaşam tarzını elbiseleri, mobilyaları, evi ve diğer faaliyetleriyle sunduğunu ifade etmektedir. Bu durum Baudrillard tarafından ifade edildiği şekilde “ihtiyaçların ikincileşip, ürünün kimlik değerinin kullanım değerinin önüne geçmesi” durumudur.³⁰

Küreselleşmeyle birlikte dünya genelinde ihtiyaçtan fazla ürünün tüketim odaklı üretilmesi, bu ürünlerin tüketilmesi için farklı stratejiler geliştirilmesine neden olmuş, halkın tüketim odaklı yaşama geçişi sağlanmıştır. Ürünlere yüklenen marka ve reklam değerleri doğrultusunda çekici kılınan ürünlerin büyümesi sahip olduğu

²⁹ <http://btaiko.wordpress.com/2010/06/22/dubai-mcdonalds/> (erişim tarihi: 12.02.2013)

³⁰ Dürrin Süer – Yasemin Y. Sayar, “Küresel Sermayenin Yeni Tüketim Mekanları Lüks Konut Siteleri”, *Mimarlık ve Tüketim*, Boyut Yayın Grubu, İstanbul, s:39-67, 2002.

anda bitmekte, yerine reklam firmalarında tüketime sunulan başka bir ürünün elde edilmesi arzusu geçmektedir. Kişinin kendisinde oluşturmak istediği marka değerinde tükettiği malların etkili olmasıyla birlikte tüketim kaçınılmaz duruma getirilmiştir. İmaj ve marka değerlerinin ürünün önüne geçmesiyle, kentler için de marka değeri yaratma ihtiyacı doğmuş, bu doğrultuda kentler yeniden yapılandırılmıştır. Küresel rekabet ortamında yaratılan küresel kentlerde yaratılmak istenen marka değeri doğrultusunda gerekli işlevler kente eklenmiş, marka mimarlar tarafından tasarlanan binalar kentin görünen yüzleri durumuna getirilmiştir.

2.4. Küreselleşmenin Kent Üzerindeki Etkileri

Bireylere ihtiyaçları olandan fazlasını tükettirmek amaçlı, “tüketim kültürü”nü oluşturmak üzere yapılandırılan kentler de tüketilen nesne durumuna dönüşmüşlerdir. Tüketilen nesne durumuna dönüştürülen kentler çekim merkezi haline gelmeleriyle birlikte ülke içinden ve ülke dışından göç almışlar ve nüfusları artmıştır. 20. yy’la birlikte artan şehir nüfuslarına bağlı olarak barınak ihtiyacı ortaya çıkmış, yeni mekanlara ihtiyaç duyulmuş, bu doğrultuda toplu konut birimleri inşa edilmiştir. Artan nüfusun ulaşım ihtiyacı doğrultusunda ulaşım sistemlerinde düzenlemeler yapılmış, toplu taşımacılığa bağlı olarak şehirler düzenlenmiş, artan otomobil sayısına bağlı olarak da otoyollar, otomobil park alanları planlanmıştır. Kentlerde üretim ve servis işlevleri kent dışına alınmış, ofis, plaza gibi birimler kent merkezine yerleştirilmiştir. Kentte artan nüfusun çalışma dışındaki zamanlarını da kontrol altına almak, boş zaman değerlendirme amaçlı, müze, alışveriş merkezleri, parklar, eğitim amaçlı mekanlar, spor salonları gibi fonksiyonlar kente dahil edilmiştir.



Şekil 2.6: New York'ta boş zaman geçirmek amaçlı düzenlenmiş Central Park.³¹

Harvey kapitalizmin kendi ihtiyaçları doğrultusunda mekanları örgütlediğini belirtmektedir. Harvey mekanların kapitalizmin ihtiyacı olan üretimin büyümesi, emek gücünün yeniden üretimi ve karın arttırılmasını sağlayacak şekilde dönüştürüldüğünü belirtmektedir. Zaman ve mekanın örgütlenmesiyle “Fordizm”den “Post-Fordist” esnek birikime geçilmiş, kent tasarımları bu doğrultuda oluşturulmuştur. Harvey “zaman-mekan sıkışması” olarak adlandırdığı bu dönüşüm için, *mekanların küçülerek telekomünikasyon ağlarının dünyayı ele geçirdiği, şimdiki zamanın herşey olduğu ifadesini kullanmaktadır.*³²

Zaman-mekan sıkışması ve Fordizm'den Post-Fordizm'e geçişle birlikte, üretimdeki iş miktarı zamanı hızlanmış, üretilen ürünlere her yerde erişebilirlik, kısa ömürlülük, moda kavramları geçerli olmuş, reklamcılık ve promosyon kültürü önem kazanmış, yapıları ve fiziksel peyzajları kapsayan simülasyon teknikleri artmış, iletişim teknolojileri çoğalmıştır. Urry, postmodernizmi, zaman ve mekan sıkışması sonucu ortaya çıkan yön duygusu kaybının ve parçalanmanın sonucu olduğunu belirtmekte, bazı kuramcılarının da buna toplumsal yaşamın maddileşmiş ve hissedilir boyutları olarak zaman ve mekanın ortadan kalkması olarak

³¹ <http://www.gtaturk.com/forum/gta-iv-genel/gta-4'unsehri-new-york/> (erişim tarihi: 13.02.2013)

³² David Harvey, Postmodernliğin Durumu, Metis Yayınları, s: 317-330, İstanbul.

tanımladıklarını ifade etmektedir.³³

Urry zaman ve mekan araştırmalarını toplumsal olarak çözümlerken üç farklı mekandan söz etmektedir;

Bunlardan birincisi “ampirik olaylar”, zaman-mekan içinde dağılan günlük yaşam rutin özelliklerini içermektedir,

İkincisi, üretim ilişkileri, devlet ve sivil toplumlar gibi toplumsal kendiliklerin belirli bir zamansal ve mekansal yapılanma etrafında kurulmasıdır. (Modern devletin merkezileşmiş yapısı, özne-yuttaşları üzerinde mekansal ve zamansal olarak dönüştürülmüş gözetim araçları içermesi durumudur) Kapitalist ilişkiler çerçevesinde, farklı emek güçleri ve emek süreçleriyle ilgili olarak, büroların işyerlerinden ve farklı işyerlerinin birbirlerinden işlevsel ayrımıyla, kapitalist ilişkiler mekansal olarak dönüştürülmüşlerdir,

Üçüncü olarak da zamansal ve mekansal olarak birbirleriyle bağlantılı olan “toplumsal kendilikler” zaman içinde ve mekan boyunca değişen karşılıklı ilişkiler içindedirler. Kapitalist toplum alanlarında sivil toplum ve kapitalist üretim arasında mesafe vardır, özellikle “küresel kent”lerde bu mesafe daha da artmaktadır.³⁴

Marx, kapitalizm amaçları doğrultusunda “mekanın zaman ile yok edildiğini” savunmaktadır.³⁵ Urry Marx’ın bu yok edilmenin ancak yerine gelen yeni, değişmez ve devinimsiz mekansal konfigürasyonlar aracılığıyla gerçekleştirildiğini atladığını belirtmektedir.³⁶ Urry, Harvey’in “mekanı alt etmek için mekansal örgütlenme şarttır” ifadesine yer vermektedir.³⁷

Kapitalist iktidar ihtiyaçları doğrultusunda dönüştürülen kentlerde fonksiyonlar arasındaki ilişkiler gözönüne alınarak kentsel dönüşümler gerçekleştirilmiş “küresel kent”ler oluşturulmuştur. Bu doğrultuda üretim fonksiyonları şehrin

³³ John Urry, *Mekanları Tüketmek*, (çev. Rahmi G. Ögdül), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999.

³⁴ John Urry, *Mekanları Tüketmek*, (çev. Rahmi G. Ögdül), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s: 100, 1999.

³⁵ Karl Marx, *Grundrisse, Foundations of the Critique of Political Economy* (translated by M. Nicolaus), Harmondsworth: Penguin Books, 1973, (Komünist Parti Manifestosu, çev. M. İ. Erdost, Sol Yayınları, 1998)

³⁶ John Urry, *Mekanları Tüketmek*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s: 100, 1999.

³⁷ David Harvey, “The Geopolitics of Capitalism”, in Derek Gregory and John Urry, *Social relations and Spatial Structures*, 1985.

merkezinden uzak alana çekilirken, idari fonksiyonlar şehir merkezlerine yerleştirilmiştir. Kent farklı emek güçlerinin farklı ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde düzenlenmiş, aralarında görünmez bir duvar örülerek, fonksiyonlar ve insanlar birbirlerinden ayrılmıştır. Kentiçinde oluşturulan farklı merkezlerde tüketimi yaygınlaştırmak amaçlı düzenlemeler yapılmıştır. Sanayi firmaları tarafından üretilen ürünlerin tüketilmesi için fabrika işçilerine yüksek maaş ödenerek, üretilen malların tüketilmesi sağlanmıştır.

Küreselleşme ile birlikte kent nüfusunun artması sonucu kentte çeşitli fiziksel değişiklikler gerçekleşmiş, amaçlanan insan davranışlarını oluşturmak üzere kentler yapılandırılmışlardır. Kentsel bağlamla birlikte kitlesellik ve gündelik hayat mimarlığın gündemine girmiş, kitlesel üretim ve tüketim, kentlerde artan nüfus sonucu ortaya çıkan kitlesel yerleşim birimleri kentsel mekana dahil olmuştur.³⁸

³⁸ Belkıs Uluoğlu, “Kitlesel ve Gündelik, Tikel ve Özele Karşı”, *Arredamento Mimarlık*, Sayı:159, s:77-81, 2003.

	Kırsal Nüfus	Kentsel Nüfus
1950	1.798.892	736.796
1970	2.366.892	1.331.783
1990	3.020.325	2.274.554
2000	3.270.214	2.853.909
2005	3.350.116	3.164.635
2010	3.411.951	3.494.607
2025	3.426.276	4.584.233

Çizelge 2.2 Kırsal ve kentsel bölgelerdeki 1950-2025 yılları arasındaki nüfus dağılımı³⁹

Kentlerde artan nüfusun bir yerden başka bir yere ulaşımını sağlamak amaçlı toplu taşıma sistemleri, artan araç trafiğine bağlı olarak ulaşım yolları düzenlenmiştir. Ulaşım ağlarındaki düzenlemeler doğrultusunda kent içindeki arazi değerlerinde artış olmuş, arazi sahipleri hak edilmemiş bir servet edinmişlerdir. Bu hak edilmemiş kazancı Georg Simmel “Para Felsefesi” adlı kitabında herşeyin soyutlaşması olarak yaptığı değerlendirme çerçevesinde ele almıştır.⁴⁰ Tatlıcan tarafından yapılan aktarımda, Simmel’in para-değer ilişkisini ortaya koyduğu belirtilmektedir. Simmel insanların değerleri nesne durumuna getirerek, onlarla aralarına mesafeler koyduğunu ifade etmektedir. Bu doğrultuda “uzaklık, engeller, güçlükler yaratarak nesneye ulaşma zorluk seviyeleri oluşturduklarını ve bu

³⁹B.M. Nüfus İstatistikleri.2010

⁴⁰Georg Simmel, *Para Felsefesi*, aktaran: Tatlıcan, Ü., Georg Simmel, <http://www.umittalican.com> (erişim tarihi: 08.01.2013)

uzaklıklara bağılı olarak da nesnelerin değerlerini arttırdıklarını belirtmektedir.⁴¹

Oluşturulan metropol kentler tüketim ilişkilerinin ve sermaye akışkanlığının kolaylaştığı alanlar olarak düzenlenmekte, alışveriş merkezleri dışında kalan alanlar da tüketim ilişkileri çerçevesinde yapılandırılmaktadır. Kentlerde ulaşım ağlarında yapılan düzenlemeler sonucunda, birden çok merkez oluşturulmuş, farklı kent merkezlerinde gerçekleştirilen düzenlemelerle herbirine diğerlerinden farklı işlevler yüklenmiş, herbiri ayrı ayrı tüketime sunulmuştur. Bu doğrultuda her kent merkezinde alışveriş merkezleri inşa edilerek “kamusal alan” bu alışveriş merkezlerinde yaşamaya başlanmıştır. Kamusal alanın alışveriş merkezleri gibi tüketim odaklı yerlerde yaşamaya başlanmasıyla birlikte kültür eksenli işlevler de alışveriş merkezlerine dahil olmuş, kültür tüketim nesnesi haline sokulmuştur.⁴²

Kentsel girişimcilikle birlikte ortaya çıkan kültür eksenli projeler “küresel kent”lerin oluşturulmasında önem kazanmıştır. Kentlerarası ilişkilerin direkt kentten kente yapıldığı ortamda, kentler kültür eksenli strateji ve politikalar doğrultusunda marka değerlerini ve küresel rekabetteki konumlarını güçlendirmişlerdir. Kentlerde kamusal alanda yapılan düzenlemelerle de tüketim kültürü güçlendirilmiş, kamusal alan tüketimi destekleyecek şekilde dönüştürülmüştür.

Küreselleşmeyle birlikte dönüştürülen kentler için kullanılan “küresel kent” terimi ilk kez Sassen⁴³ tarafından kullanılmıştır. Yayımladığı “The Global City” adlı kitapta Londra, New York ve Tokyo’yu geç kapitalizmin dünya ekonomisini denetleyen ana odakları olarak nitelemiştir. Sassen küresel kentlerin yeni küresel bilişim ağlarının düğüm noktalarının oluşturulduğunu, yeni bir finansal örgütlenme, işgücü bileşimi, değişen gelir dağılımı ve konut birimlerini içerdiğini ifade etmektedir.⁴⁴

⁴¹ Ümit Tatlıcan, Georg Simmel, <http://www.umittatlican.com> erişim tarihi 08.01.2013

⁴²Hakkı Yırtıcı, *Çağdaş Kapitalizmin Mekansal Örgütlenmesi*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2005

⁴³Saskia Sassen, *The Global City, New York, London, Tokyo*, Princeton University Press. Princeton. New Jersey, s:3-11, 1991.

⁴⁴ Yüksel Dinçer – İclal Dinçer, “Küresel Kent ve Mimarlık”, *Arredamento Dekorasyon*, Boyut Yayın, , s:56, 12/2003.

Küresel ekonominin merkezi olan küresel kentler, ulus devletin eridiği, güçlü iletişim sistemlerine sahip, heterojen toplulukları bünyesinde barındıran metropollerdir. Küresel kentin kapitalist sermaye için çekim merkezi olabilmesi, küresel rekabet ortamında farkedilebilmesi için bölge üzerinde hakim duruma gelmesi, farklı ülkelerle iletişim ve etkileşim halinde olması gerekmektedir. Küresel kentler küresel rekabette güçlü birimlerce kendilerine mekan edilmiş bölgeler olmalarından dolayı sürekli bir gelişim ve dönüşüm içindedirler. Kontrol ve karar güçlerini bünyelerinde barındıran küresel kentler kendi ulusları üzerindeki hakimiyetlerinden ayrı olarak dünya üzerinde de hakimiyete sahip kentlerdir. Tüm bunlara sahip küresel kentler için sömürgeci, baskıcı sıfatları kullanılabileceği gibi, bünyesinde barındırdığı farklı etnik gruptan oluşan topluluklar için de farklı bir özgürlük alanı yaratmaktadırlar.

Keyder, yaratılan küresel kentlerle, dünya ekonomisine uyum sağlamada daha başarılı olunacağını savunmaktadır.⁴⁵

Harvey küreselleşmeyle birlikte mekanın küreselleşme sürecinin işleyişini kolaylaştıracak şekilde yeniden örgütlendiğini belirterek, “zaman-mekan sıkışması” tanımıyla, mekanın dünya görüşümüzü kökten değiştirecek şekilde değiştiğini, “sıkışma” deyiimiyle de mekanı katetmenin aldığı zamanı belirtmektedir.⁴⁶

Küresel rekabet ortamında, sermaye gücü için farklı olmak ihtiyacı duyan kentler marka olma yolunda bienal, fuar, sergi, çağdaş sanat müzeleri gibi etkinliklere ve bu etkinliklerin gerçekleştirildiği binalarda da anıtsal özellikli yapılara yatırım yapmışlar, kültürü de tüketim malzemesi olarak çeşitli yöntemlerle bireyin tüketimine sunmuşlardır. Kent yönetimlerince tarihi mirasa sahip çıkılıp, kültür endüstrilerinin yoğunlaştırıldığı bölgeler oluşturulmakta ve sahip olunan tarihi ve kültürel mirasa ait fakat yeni ve ilgi çekecek bir söylem geliştirilmektedir. Kentte oluşturulan kültür odaklı bölgelerle kent rekabet ortamında ilgi odağı haline getirilmekte, bu bölgelerde inşa edilen simgesel müzelerle güçlü kent imajı

⁴⁵ Çağlar Keyder, İstanbul’u Nasıl Satmalı?, İstanbul Dergisi, sayı:3, 1992, s:81-86.

⁴⁶ David Harvey, *Postmodernliğin Durumu*, (çev: Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul, s:270, 1990.

oluşturulmaktadır.

Küratör Dan Cameron katalog için yazdığı yazıda

“Küresel adaletsizlik tartışmasının çekirdeğinde küreselleşme denen çelişkili fenomen ve onun gerisinde gizlenen üstü örtülü imparatorluk parametreleri vardır. Dünya ticaretinin hızla artan bir yüzdesinin, sayıları giderek azalan çok uluslu şirketlerin denetimi altına girdiği önermesi çok yeni yada tartışma yaratacak bir görüş değildir”⁴⁷

sözleriyle küreselleşmenin ülkeler üzerindeki etkisine dikkat çekmiştir.

2.5. Kentin Pazarlanması

ABD, kendi politikaları dahilinde küreselleşmeyi dünyaya yayarak ve gelişmekte olan ülkelerde hakimiyetini kurarak kendinde oluşturduğu dönüşümün dünya üzerinde yayılmasını sağlamıştır.

Zukin, mekan ve zamanın görsel olarak tüketiminin, kentin postmodern tüketim merkezi olarak yeniden yapılandırılmasına neden olduğunu belirtmektedir. Kentte yapılan düzenlemelerle “*kent görsel tüketimin düşel peyzajı*”na dönüştürülmektedir. İktidar amaçları doğrultusunda müteahhitler kenti tüketim odaklı olarak dönüştürmekte, insanların ait oldukları yerle ilgili kimliklerine müdahale etmektedirler. Oluşturulan yeni mekansal düzenlemelerle farklı toplumsal gruplar arasında görünmez duvarlar oluşturularak, insanların içsel yaşamları kamusal etkinliklerden ayrılacak şekilde tasarlanmıştır.⁴⁸

Kearns ve Philo, Postmodernliğe geçişle birlikte yaşanan zaman-mekan sıkışması sonucunda mekansal engellerin ortadan kalkmasıyla, insanların dünyadaki farklı yerlerde olup bitenlere karşı daha duyarlı hale geldikleri belirtilmektedir.

⁴⁷ Cameron Dan, 8. *Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu*, 2003, s:14.

⁴⁸ Zukin, S., 1992. “The City as a landscape of Power” in L., Budd and S. Whimster *Global Finance and Urban Living*, London: Routledge. / *Landscapes of Power*, Berkeley: University of California Press.

Mekanlar, yatırımcılar, işverenler, turistler, vb. için kendilerini çekici kılmak, kendi değerlerini arttırmak ve kendilerini hizmet ya da vasıf bakımından zengin yerler olarak satmak üzere rekabet ortamına katılmaktadırlar.⁴⁹

Sermayenin küreselleşmesiyle birlikte, kentlerarası rekabet ortamında gösteriye dönüştürülmüş kent merkezlerinin oluşturulması, sermaye ve vasıflı işgücünü çekmek amaçlı tasarlanmıştır. Sanatsal yaratıcılıkla kent paketlenip, pazarlanarak gösteriye dönüştürülerek, “teatral” bir görüntü oluşturulmaktadır. İddialı projeli müzelerin tasarlanıp inşa edilmesi, büyük ölçekli sergiler, festival ve bienaller kentsel dönüşüm projelerine dahil oluşumlardır.⁵⁰



Şekil 2.7: 1995 yılı İstanbul Bienali afişi⁵¹

Mekansal engellerin kalkmasıyla birlikte kentler küresel rekabette güçlü duruma gelmişlerdir. Ulaşılabilirlikteki kolaylık ve rahatlık kentlerin küresel rekabette

⁴⁹ Gerard Kearns – Chris Philo, *Selling Places*, Oxford: Pergamon, 1998.

⁵⁰ Sibel Yardımcı, *Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul'da Bienal*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2005, s. 40

⁵¹ <http://www.bienaliksiv.org/arsiv/bienalarsivi/213> 21.02.13

farkedilmelerinde etkili olmaktadır. Kapitalist ekonominin dünya üzerinde egemenliğini kurmasından sonra tüketim odaklı yaşama geçilmesiyle, üretilen herşey tüketilip yerini başka bir nesneye bırakmak üzere tasarlanır duruma getirilmiştir. Bu durumda değişimin sürekli olması önem kazanmıştır. Tüketilen nesne durumuna getirilen kentler de tüketilmek üzere değiştirilmişler, eski ile olan bağlarından koparılmışlardır. Tüketim odaklı oluşturulan kültür bölgelerine eski işlevlerinden farklı işlevler kazandırılmış, eski olan herşey unutulmuş, değiştirilmiştir.

Yırtıcı kentlerde yaşanan değişimi, “küreselleşme ile birlikte gelişen kapitalizmle birlikte, insan yaşamlarında ve bu yaşamların mekânsal karşılığı olan kentlerin yapısında değişiklikler ve dönüşümlerin olduğu, fiziksel çevre ile birlikte birçok değer de değiştiği” şeklinde ifade etmektedir. Kapitalizm, maddi dünya ile birlikte kendisini de sürekli dönüştürmüş, yeni iletişim ve bilişim teknolojilerinin geliştirildiği dünyada, kapitalizmin kendi içinde gerçekleştirdiği dönüşüm sonucu kentlerde köklü değişimler yaşanmış, yeni yaratılan yaşam alanlarına sahip, birbirleriyle sürekli rekabet halinde olan büyük metropoller yaratılmıştır.⁵²

Küreselleşme ihtiyaçları doğrultusunda ortaya çıkan dönüşüm, eski olanın yenilenmesi ya da dönüştürülmesi sonucu, insanlarda geçmişe olan bağlılık ve ait olma duygusu yok edilmiştir. Mekanlar ya da eşyalar kendinden sonra üretilen “yeni” olana yerini bırakmak üzere kullanıma sunulmaktadır. Eskiye ait bilinenler hızla değişmekte, yeni olana yetişme duygusuyla dönüşüme uymak amaçlı yaşam geçerli kılınmaktadır. Geline bu durum insanlara kendi tercihleriymiş gibi sunulmakta, tüketim odaklı yaşayan birey farkında olmadan kapitalist ekonominin güdümüne girmektedir. Kentler küresel rekabette fark edilmek ve güçlü sermaye gruplarına ev sahipliği yapabilmek için sürekli bir dönüşüm içine çekilmektedir.

⁵² Hakkı Yırtıcı, *Çağdaş Kapitalizmin Mekansal Örgütlenmesi*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, s:9-10, 2005.

Berman ve Jenks kapitalist ekonominin maddi dünyası ve mimarlığında üretilen herşeyin eskimek üzere üretildiğini belirterek,

“katı olan herşey – sırtımızdaki giysilerden onları dokuyan tezgah ve makinelere, makinelerin başında çalışan insanlara, işçilerin yaşadığı ev ve mahallelere, işçileri sömüren şirketlere, kasabalara, şehirlere, koca koca bölgelere ve onları içine alan uluslara kadar- bütün bunlar ertesi gün yıktırılmak, dağıtılmak, parçalanmak ve yerle bir edilmek üzere yapılmaktadır.”

Ifadesini kullanmıştır. Bu şartlar altında herşeyin yerine yenisi konulabilmekte, bu süreç sonsuza kadar devam edebilmektedir.⁵³

Mekansal değerlerin niceleşmesiyle birlikte mekanın “yer” ile olan ilişkisi birbirinden ayrılmış, mekana ait konvasyonlar dönüşmüştür. Metropoliten alanlar, konvasyonların geçerli olmadığı alanlardır. Toplumsal örgütlenmenin parçası olan mekanlarda birbirlerinde ayrı birçok disiplinin kendilerine özgü epistemolojileri bir araya getirilmekte ve nesnelleştirilmektedir.⁵⁴

Değişim ve dönüşümle birlikte farklı olmak ihtiyacı doğrultusunda kentlere farklı işlevler getirilmiştir. Kültürün tüketim nesnesi haline getirilmesiyle birlikte ortaya çıkan kültür tüketimi doğrultusunda fuar, festival ve bienal gibi kültürel etkinlikler kent fonksiyonlarına eklenmiş, bu fuar ve bienallar kentin adıyla birlikte anılır duruma getirilmiştir. Kentler küresel rekabet ortamında farkedilmek, düzenledikleri büyük ölçekli sanat etkinlikleriyle ekonomik gelir elde etmek uğruna sahip oldukları herşeyi değiştirip, yok edebilir duruma gelmişlerdir.

⁵³ Marshall Berman, *Katı Olan Herşey Buharlaşıyor*, 8çev:Ümit Altuğ ve Bülent Peker), İletişim, İstanbul, s:125, 1994.

⁵⁴Hakkı Yırtıcı, *Çağdaş Kapitalizmin Mekansal Örgütlenmesi*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2005, s:13-15.

Tek, kentlerde yaşanan dönüşümlerle ilgili olarak;

“1. Dünya Savaşı’ndan itibaren kentler savaş alanlarına dönüşür, fabrikalar, okullar, evler, sokaklar artık birer hedefdir. Hiroşima’ya atılan atom bombasının kenti ve kentle beraber herşeyi yok ettiği gibi bombanın kente ait bir nesne olduğunu da bize öğretir. Bombalar, füzeler, boş araziler, tarlalardan daha çok şehirlere ait bir nesnedirler. Yok olan parçalanan bir şehrin görüntüsü dağlara atılan bir bombadan daha etkilidir ve bunun haz veren bir görüntüsü vardır. Zaten boş toprağa isabet eden bir bomba, hedefi tutturamamış doruğa çıkan tatmin olma anını boşa çıkarmıştır....Bulvardan geçen tank tüm kudretiyle temsil ettiği gücü kente gösterir, tank kimdeyse Süleyman odur.”⁵⁵

ifadesini kullanmıştır.

⁵⁵ Şinasi Tek, “Dünya’nın Kentin, Kültürün Üretim Yeri Olarak Sokak”. *Sanat Dünyamız*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, Sayı: 129, s:83.

3. KENT MARKASI VE KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ

Çalışmanın bu bölümünde küreselleşme sonrası ortaya çıkan “tüketim odaklı yaşam”la birlikte, ihtiyaçtan fazla üretilen ürünlerin satılması için oluşturulan satış stratejilerinin kent üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Marka kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte, kişinin tükettikleri üzerinden kendi markasını oluşturması araştırılmıştır. Tüketim için dönüştürülen kentlerin mimari ile ilişkisi sorgulanmış, marka kavramına bağlı olarak yaratılan “marka kent”lerde inşa edilen mimari yapılar incelenmiştir.

3.1. Marka nedir?

*“Ürünler fabrikada üretilir,
markalar ise zihinde”*

David Ogilvy

Bir ürün ya da hizmeti tasarlamadan önce sahip olunan rüya doğrultusunda tasarımcı tarafından oluşturulan “marka”yla amaçlanan, tasarımcının söylemek istediğini, tüketiciye söyletmesidir. Bu amaca ulaşmak için farklı yöntem ve stratejiler geliştirilerek ürün ya da hizmetin marka değeri oluşturulmaktadır. Marka oluşturulmasında gelenekler, davranış ve ürünle ilgili hayaller önemli etkenlerdir.

Harvey, bir ürün ya da hizmeti diğerlerinden farklı kılan şeyi “marka” olarak tanımlamakta, markayı üç bileşenin oluşturduğunu belirtmektedir;

mirasçı ve kalıcı gelenekler,

karakteristik davranış tarzı ve kültürü,

gelişiminin sürekliliğini sağlayan “marka” rüyası.⁵⁶

⁵⁶Harvey, D., Bruce, D., *Marka Bilmecesi*. (çev. Aslı Özer) İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, çev. Aslı Özer, s:5, 2010.

Küresel rekabet ortamında tüketilecek ürünlerde yaşanan artış sonucu, ürünlerde marka değerine sahip olma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Rakiplerinden sıyrılıp, farkedilmek amacı doğrultusunda ürünlere kazandırılan marka değerleriyle pazar payları arttırılmaktadır.



Şekil 3.1: Marka Konferansı⁵⁷

Marka, işin değerinin bağlı olduğu, rakipler karşısında rekabet gücünü arttıran şeydir. Harvey marka için,

“Marka, özlemleri, tarihi, uzmanlığı, zaman içerisinde oluşturduğu bilgi ve becerileriyle, bir örgütün temsil ettiği her şeyin ürünüdür. Marka aynı zamanda örgütün kurumsal değerlerini ve kültürünü de yansıtır. Son olarak, ama en az diğerleri kadar önemlisi, marka, işletmenin gerçekleştirmek için yola çıktığı büyük rüyayı somutlar”

ifadelerini kullanmaktadır.⁵⁸

⁵⁷ <http://businews.eu/2011/12/marka-2011-konferansi-15-aralik'ta-basliyor/> (erişim tarihi:12.02.2013)

⁵⁸ David Harvey - Duncan., Bruce, *Marka Bilmecesi*, (çev: Aslı Özer), İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, s:5, 2010.

Saruhan pazarlamanın markanın sembolik ve psikolojik yönleri olduğunu belirtmektedir. Markanın psikolojik yönü ürünün tüketici gözündeki değerini göstermektedir. Tüketici tarafından ürünün “değerli” olarak algılanması ve tüketicinin ürüne sadık bir şekilde bağlanmasının sağlanmasıdır.⁵⁹ Marka değeri oluşturulmasında ürünle tüketici arasında bağ kurularak tüketimin marka üzerinden süreklilik kazanması amaçlanılmaktadır.

Ürünler “marka değeri” yüklenerek prestij ve statü kazandırılarak tüketime sunulmaktadır. Yaratılan markalarla küresel pazarda rekabet eden ürünler gibi kentler de marka değerleri doğrultusunda birbirleriyle rekabet etmektedir. Marka değerleri doğrultusunda tüketicinin zihinlerinde istenen şekilde algılanması sağlanan kentlerde değişim esas alınmıştır.

3.2. Kent markası

Küreselleşmeyle birlikte kentlerarası rekabette kentlerin diğerlerinden farklı olması, sermaye piyasası ve işgücü için çekim merkezi durumuna gelebilmesi için marka değerine sahip olma ihtiyacı doğmuştur. İktidarlar ve yerel yönetimler bu doğrultuda küresel pazara sundukları kentlere marka değeri kazandırmak için farklı tüketim araçlarını kullanmışlar, kentlerin adının bunlarla birlikte anılarak marka değeri kazanmalarını sağlamışlardır. Küreselleşme ihtiyaçları doğrultusunda dönüştürülen “yerellikler ve kültür” marka değeri yaratılması için önemli araçlar durumuna getirilmiş, kentler bu değerler üzerinden kendilerine marka değeri yaratmışlardır. Festival ve panayır yerine dönüştürülen kentlerde tüketime sunulan kültür, kent markası oluşturmakta etkili bir faktör durumuna getirilmiştir.

1985 yılında Orleans’ta yapılan seminerde yedi gelişmiş kapitalist ülkenin sekiz büyük şehrinden akademisyenler, işadamları ve politikacılar biraraya gelerek kapitalist dünyadaki ekonomik ve mali temelleri erozyona uğramış kentlerde kent yönetimlerinin izleyecekleri yollar hakkında çalışmalar yapmışlardır. Verilen kararlar doğrultusunda, kent yönetimlerinin kent dahilindeki nüfusun daha iyi

⁵⁹<http://mehmetsaruhan.com/2010/pazarlama/marka-nedir/> (erişim tarihi: 12.02.2013)

yaşaması için yenilikçi ve girişimci olarak sıkıntılı konumları iyileştirme çalışmaları önem kazanmıştır. Bu doğrultuda gelişmiş kapitalist ülkeler son 20-30 yıldır kentsel yönetimle ilgili yön değiştirmişler, 1960'lı yıllara kadar kent yönetiminde süregelen "idari" yaklaşım yerini, 1970 ve 1980'lerle birlikte "girişimci" hareket biçimlerine dönüştürmüştür. Girişimci yaklaşımı benimseyen kentlerdeki uzlaşmanın sınırları siyasi parti ve ideolojilerin ötesine geçmiştir.⁶⁰

1973 yılında yaşanan ekonomik durgunlukla birlikte kapitalist ekonomiler zorluğa girmişler ve hepsi benzer yönlere sapsmışlardır. Harvey yaşanan bu gelişmeyi;

*"Sanayisizleşme, yaygın ve görünüşe bakılırsa yapısal işsizlik, hem ulusal, hem yerel seviyelerdeki mali tasarruflar ve bütün bunlara eşlik eden yeni muhafazakar bir eğilimle beraber özelleştirme ve pazar rasyonalizmine çok daha güçlü bir çekim, bu benzerliği anlamamız için gerekli zemini oluşturur. Bu kötülüklerle boğuşmakta yerel eylemlerin öneminin vurgulanması, ulus-devletlerin çokuluslu para akışını kontrol etme güçlerinin azalması ile de ilgilidir. Böylece yatırım artan bir şekilde, uluslararası finansal sermaye ile kapitalist gelişmeye cazip olması için bir bölgenin çekiciliğini arttırmaya çalışan yerel yönetimler arasındaki bir anlaşmaya dönüşmektedir."*⁶¹

şeklinde ifade etmektedir.

Ulaşım teknolojilerindeki artış doğrultusunda hammaddeye erişimin kolaylaşmasıyla birlikte, kentlere ait coğrafi özellikler önemini yitirmiş, kenti küresel sermaye için cazip hale getirecek kent girişimciliği önem kazanmıştır. Coğrafi konumun getirdiği stratejik özelliklerin önemini yitirmesiyle, ülkeler küresel sermaye için çekim noktası haline gelebilmek amacıyla küresel rekabet ortamına soktukları kentlerin yönetimlerini önemli konuma getirmişlerdir. Kenti tüketim için cazip hale getirecek yöntemler geliştirecek kent girişimciliği önem

⁶⁰David Harvey, *Semayenin Mekanları*, (çev. Başak Kıcıır, Deniz Koç, Kıvanç Tanrıyar, Seda Yüksel), Sel Yayıncılık, İstanbul, s:407, 2001.

⁶¹David Harvey, *Semayenin Mekanları*, (çev. Başak Kıcıır, Deniz Koç, Kıvanç Tanrıyar, Seda Yüksel), Sel Yayıncılık, İstanbul, s:412, 2001.

kazanmıştır. Kültürün tüketilebilen nesne durumuna gelmesiyle birlikte kent yönetimleri kültür eksenli yatırımlara yönelmişler, kent adıyla birlikte anılan festival ve fuar gibi büyük ölçekli etkinlikler düzenlemişlerdir.

Harvey kent yönetiminin kent idaresinden çok daha fazlasını bünyesinde barındırdığını belirtmekte, kent girişimciliği ile amaçlananları aşağıdaki gibi sıralamaktadır;

- * Uluslararası işgücünün dağılımındaki rekabet ortamında mal ve servis üretimi için avantaj durumuna getirilecek sömürü koşullarını yaratmak,
- * Uluslararası rekabetteki kent bölgesinin konumuna tüketimin mekânsal dağılımına müdahaleler yapılarak iyileştirmek,
- * Festival ve kültürel etkinlikleri arttırarak yatırım etkinliklerinin ilgisini çekmek,
- * Temel kontrol ve yönetim işlerini ele geçirerek, yüksek finans, yönetim ya da bilgi toplanması ve işlenmesindeki kontrole hakim olmak.⁶²

Ulusal kimliğin zayıflamasıyla birlikte kent yönetimleri kentlileri birarada tutacak, farklı bir ait olma duygusu oluşturma çalışmaları yapmışlardır. Kente ait olma duygusunun yaratılması ve kentte gerçekleştirilen dönüşümlerle oluşturulan yeni kentli işlevleri doğrultusunda kent markası oluşturulmuştur. Oluşturulan kentli bilinciyle kentte yapılan değişim ve dönüşümlere sahip çıkmış, küresel rekabet ortamında kentin güçlü duruma getirilmesi “kentli” için ortak amaç olmuştur.

Küreselleşmeyle birlikte bireyin özne durumundan nesne durumuna geçişiyle oluşturulan “kültür endüstrisi”nde bireyler daha fazla mal tüketmek üzere yönlendirilmişlerdir. “Kültür endüstrisi” kavramı ilk defa Adorno tarafından ortaya atılmıştır. “Eski olanla tanıdık olanı yeni bir nitelikte birleştiren kültür endüstrisi”⁶³nde üretilen ürünler kitlelerin tüketimine göre düzenlenmektedir.

Adorno bu durum için;

*“Kültür endüstrisi kasıtlı olarak tüketicileri kendisine uydurur.
Binyıllardır ayrı duran yüksek ve düşük sanat düzeylerini, her ikisinin de*

⁶²David Harvey, *Semayenin Mekanları*, (çev. Başak Kıcıır, Deniz Koç, Kıvanç Tanrıyar, Seda Yüksel), Sel Yayıncılık, İstanbul, s:418-421, 2001.

⁶³Theodor W. Adorno, “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken”, *Cogito*, Yapı Kredi Yayınları, sayı:36, s:76, 2003.

zararına bir araya gelmeye zorlar. Yüksek sanatın önemi, yararı konusundaki spekülasyonlarla yok edilirken, düşük sanatın önemi de, (toplumsal denetim kusursuz olmadığı sürece) içinde barındırdığı isyancı direniş özelliğine dayatılan medeni sınırlamalarla yok edilmektedir. Böylece kültür endüstrisi yönelmiş olduğu milyonların bilincini ve bilinçaltını kuruyor olmasına rağmen, kitleler birincil değil, ikincil role düşerler ve hesaplanabilir nesnelere, makinenin tali parçası olurlar. Tüketici, kültür endüstrisinin bizi ikna etmeye çalıştığı gibi hükmedici ya da özne değil, aksine nesnedir.”

ifadesini kullanmıştır.⁶⁴

İhtiyaçtan fazla miktarda üretilen malların satılması ve tüketimin çekici hale getirilmesi için farklı pazarlama yöntemleri geliştirilmiş, özne durumundaki kişiler nesne durumuna getirilerek tüketim arttırılmıştır. Bu gelişmeler sonucunda kentler de tüketim nesnesine dönüştürülmüş, küresel sermayeyi çekecek, tüketimi arttıracak dönüşümler gerçekleştirilerek, kentlere farklı işlevler dahil edilmiştir. Kültürün de tüketilecek nesne haline getirilmesiyle birlikte, kentte yapılan yenileme çalışmalarlarıyla kent kültür üzerinden pazarlanmıştır. Kentte oluşturulan kültür bölgeleri ve kültürel etkinlikler üzerinden kentin marka değeri oluşturulmuştur.

Kültür endüstrisinin kökeninde yatan kar güdüsü onun ideolojisinin nesnesi haline gelmiş, kültürel malların satılma zorunluluğundan bağımsızlaşmıştır. Kültür endüstrisi şirketler ya da satılabilir nesnelere bağımsız olarak halkla ilişkilere, kendi başına “itibar “üretimine yönelmiş, ortaya tüm dünya için üretilen reklamlar çıkmış ve her ürün kendi kendisinin reklamı haline gelmiştir. Kültür endüstrisi ticarete yakınlığını koruyarak, işleyiş yöntemlerini ve içeriğini insani olmaktan uzaklaştırarak, sözde yüce kişilikleri yaygınlaştırarak işini görmektedir.⁶⁵

⁶⁴ Theodor W. Adorno, “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken”, *Cogito*, Yapı Kredi Yayınları, sayı:36, s:76, 2003.

⁶⁵ Theodor W. Adorno, “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken”, *Cogito*, Yapı Kredi Yayınları, sayı:36, s:78, 2003.

Zukin, üretim odaklı ekonomiden tüketim odaklı ekonomiye geçişle birlikte kentlerin yerel ekonomilerini güçlendirmek amacıyla tüketici kitlesi için çekim noktası haline gelmek üzere bir takım düzenlemelere maruz kaldıklarını belirtmektedir. Güçlü kent markasını oluşturmak amacıyla gerçekleştirilen düzenlemelerde, kentin sahip olduğu kültürel güç önemli rol oynamıştır.⁶⁶ Gelişen dünyada kolay yer değiştirebilen tüketici kitlesi için yaratılan kent markalarında kentteki simgesel ekonomi “semboller” ve “mekanlar” üretilmesini desteklemiştir.⁶⁷

Keyder, küresel kentlerin yaratılmasının, dünya ekonomisine uyum sağlamak amaçlı olduğunu belirtmektedir.⁶⁸

Marka değerine sahip küresel kentlerin oluşturulmasında kentte inşa edilen simgesel nitelikteki mimari yapılar önem kazanmıştır. Kültürün kentin küresel sermaye için çekim merkezi haline getirilmesi amaçlı kullanılmasıyla birlikte, simgesel niteliklere sahip müzelerin tasarlanması gündeme gelmiş, kent markası oluşturulmasında bu müzelerin varlıkları etkili olmuştur.

⁶⁶ Sharon Zukin, *The Cultures of Cities*, Blackwell Publishers, Oxford, 1995.

⁶⁷ Sharon Zukin, *The Cultures of Cities*, Blackwell Publishers, Oxford, 1995.

⁶⁸ Çağlar Keyder, “İstanbul’u Nasıl Satmalı?” *İstanbul Dergisi*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, s: 81-86, 1992.



Şekil 3.2: Londra Tate Modern Müzesi⁶⁹

Küresel kentler festival, bienal, müze, fuar, tiyatro gibi kültür eksenli etkinliklerle tüketimi destekleyen güçlü kent markaları oluşturmuşlar, küresel sermaye için odak noktası haline gelmişlerdir. Avrupa Topluluğu tarafından her yıl bir kentin Avrupa topluluğu “kültür başkenti” seçilmesi de kültür eksenli politikalarla tüketimin desteklenmesi amaçlıdır. Bu doğrultuda Avrupa Kültür Başkenti seçilen kentler, kültürel altyapılarını güçlendirecek yatırımlar yaparak kendilerine güçlü imajlar oluşturmakta, küresel rekabetteki konumlarını güçlendirmektedirler.

Frankfurt Okulu ve Situasyonist Enternasyonel tarafından oluşturulan iki akım tarafından “Kültür endüstrisi” ve “sanatın metalaşması” konularının sorgulanması yolundaki eleştirel birikim oluşturulmuş, Frederic Jameson gibi post-modern dönem düşünürleri tarafından da sorgulanmıştır. Her daim para ile ilişki içinde olan sanat, günümüzde iş dünyasının imajının oluşturulmasında etkili konuma gelmiştir. Kapitalizmle birlikte yeni olana duyulan ihtiyaç doğrultusunda sanat yapıtına meta değeri yüklenmiş, yeni ve daha önce yapılmamış olan değerli kılınmıştır.⁷⁰

⁶⁹ <http://www.londraviaggi.it/> 21.02.2013

⁷⁰ Fırat Arapoğlu, “Sanatın Meta Değeri”, *Genç Sanat*, sayı:187, İstanbul, s:29-37, 2010.

3.3. Kent Markası ve Mimarlık

Postmodernizmle birlikte, kent farklı noktalarının birbirinden ayrı olarak ele alındığı karmaşık bir durumu ifade eder duruma getirilmiştir. Birbirinden bağımsız ve farklı fonksiyonlara sahip bölgelerde kent markası oluşturmak amaçlı yapılan düzenlemelerde, farklı mimari yapılar geliştirilmekte, kent bu binalar ve düzenlemelerle dünya kamuoyunun beğenisine sunulmaktadır. Anıtsal özellikte mimari yapılara sahip çağdaş sanat müzeleri kent markası oluşturmada etkili olmakta, kentin adı bu müzelerle birlikte anılır duruma getirilmektedir. Çağdaş sanat müzelerinin projelendirilmesi yine marka değeri olan mimarlar tarafından gerçekleştirilerek, dünya kamuoyunun ilgisi çekilmektedir.

Postmodernizmle birlikte kent parça bölük olarak ele alınmaktadır. Kente yapılan müdahaleler, bölgesel geleneklere, yerel tarihçelere, tikel istek, ihtiyaç ve fantezilere duyarlı olarak gerçekleştirilirken, müşterinin zevkine göre biçimlenmiş mimari biçimler yaratılarak, kişiselleşmiş mekanlardan, geleneksel anıtsallığa, gösterinin şenliğine kadar uzanan mekanlar tasarlanmaktadır.⁷¹ Harvey postmodernizmle birlikte geliştirilen mekan tasarımı için,

“Postmodernistler için mekan, belki zamandışı ve hiçbir çıkar gözetmeyen bir güzelliğin kendi içinde bir amaç olarak elde edilmesi amacı hariç, her şeyin üzerinde yükselen bir toplumsal amaçla zorunlu hiçbir bağı olmayan estetik hedef ve ilkelere göre biçimlendirilecek bağımsız ve özerk bir şeydir”

şeklinde ifade etmektedir.⁷²

Kentte yaratılan mimari, bir “dil” olarak kabul edildiğinde, Barthes tarafından belirtildiği şekilde, “kent bir söylem, bu söylem de gerçek bir dil”⁷³ ise, kent

⁷¹ David Harvey, 2010. *Postmodernliğin Durumu*, (çev. Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul, s: 84, 2010.

⁷² David Harvey, 2010. *Postmodernliğin Durumu*, (çev. Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul, s: 84-85, 2010.

⁷³ Roland Barthes, *The Pleasure of the Text*, New York, s: 92, 1975.

tarafından söylenmek istenene dikkat edilmesi gerekmektedir.⁷⁴

Postmodern mimar ve kent tasarımcısı, farklı müşteri gruplarıyla çalışmakta, farklı işlev ve zevklere uygun sipariş üzerine tasarımlar gerçekleştirmektedirler.⁷⁵ Jencks, günümüz mimarlar ve kent tasarımcılarını, statü göstergeleri, ticaret, etnik alan, komşuluk göstergeleri ve konfor konusunda duyarlı olduklarını ve farklı türlerde zevk ve ihtiyaçlara hizmet edecek tasarımlar geliştirdiklerini belirtmekte, önceliğin piyasa olması dolayısıyla da kamu ihtiyacı ve yoksullardan çok zengin ve özel tüketime hizmet ettiklerini savunur.⁷⁶ Postmodern mimaride dünyanın farklı bölgelerine ait imgelerden alıntı yapılmaktadır.⁷⁷ Jencks bu durumu, “zihnimizde sinema, televizyon, sergi, gezi, dergi vb. edinilmiş bilgilerden oluşan “*musée imaginaire*” ile dolaştığımız” şeklinde ifade etmekte ve hepsinin insan zihninde aynı anda oynadığını belirtmektedir.⁷⁸ İnsan farklı çağlarda ve kültürlerde yaşama olanağının kendine verilmesiyle, kendini şimdiki zamanla ve yaşadığı yerle sınırlama işinden vazgeçmiştir. Bunlar sonucu ortaya çıkan eklektizmi Harvey, seçim şansı olan bir kültürün doğal evrimi olarak kabul etmektedir.⁷⁹ Harvey'in aktarımında Lyotard,

“Eklektizm çağdaş genel kültürün başlangıç noktasıdır: insan reggae dinler, bir Western seyreder; öğlen yemeğinde McDonald’s yer, akşam yerel mutfak çeşitlerinden; Tokyo’dan Paris parfümü sürer, Hong Kong’da retro giyinir” şeklinde ifade etmektedir.⁸⁰

Farklılaşmış zevk ve kültürlerin coğrafyası bir enternasyonalizm potpurisi haline gelmekte, üretilen imgeler, temsili görünümler, sahnelenmiş etnik festivallerle

⁷⁴David Harvey, 2010. *Postmodernliğin Durumu*, (çev. Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul, s: 85, 2010.

⁷⁵David Harvey, 2010. *Postmodernliğin Durumu*, (çev. Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul, s: 95, 2010.

⁷⁶Charles Jencks, *The Language of Post-Modern Architecture*, Londra, 1984.

⁷⁷David Harvey, 2010. *Postmodernliğin Durumu*, (çev. Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul, s: 107, 2010.

⁷⁸Charles Jencks, *The Language of Post-Modern Architecture*, Londra, 1984.

⁷⁹David Harvey, 2010. *Postmodernliğin Durumu*, (çev. Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul, s: 107, 2010.

⁸⁰Jean F. Lyotard, *The Postmodern Condition*, Manchester, 1984 (David Harveyi *Postmodernliğin Durumu*, çev: Sungur Savran, İstanbul, s: 80, 2010)

gerçek coğrafyanın üzeri örtülmektedir.⁸¹

Harvey günümüzde gelinen noktada kentlerin durumunu “ekmek ve sirk” formülü ile açıklamaktadır.

“Ekmek ve sirk: bu formül, toplumsal denetimin eski ve denenmiş bir biçimini ifade eder. Bir halkın huzursuz ve memnuyetsiz unsurlarını yatıştırmak amacıyla bilinçli olarak sık sık kullanılmıştır. Ama seyirlik gösteri devrimci hareketin de asli veçhelerinden biri olabilir. Unutmayalım Lenin devrimden “halkın şenliği” diye söz etmemiş miydi? Seyirlik gösteri her zaman güçlü bir politik silah olmuştur.”⁸²

Harvey, 1973 sonrası dönemde kentlerarası rekabet ve girişimcilik ortamında seyirlik kentsel mekanların oluşturulmasıyla kentlere imaj kazandırıldığını belirtmektedir. Kente kazandırılan imaja bağlı olarak da kent sermaye ve insanlar için çekici duruma getirilmektedir. Harvey bu durumu,

“Belirli olumlu özellikleri taşıyan bir mahal imajının yaratılması, seyirlik gösteri ve teatralliğin örgütlenmesi, üslupların, tarihsel alıntılamanın, süslemenin ve yüzeylerin çeşitlendirilmesinin eklektik bir karışımı aracılığıyla gerçekleştirilir.”

şeklinde belirtmektedir.⁸³ Zukin bu durumu sanat eseri ve müzenin kentin simgesel ekonomisinin ikonları durumuna geldiği şeklinde yorumlamaktadır.⁸⁴

Bugün gelinen noktada Tate ve Guggenheim gibi müzeler kendi başlarına birer marka olmuşlardır. Bu müzeler buldukları kente statü ve marka değeri katmaktadırlar. Kentler küresel rekabette güç kazanmak amaçlı bu müzelerin bayiliklerini almakta, marka değer sahibi mimarlara çizdirdikleri projelerle kent

⁸¹David Harvey, *Postmodernliğin Durumu*, (çev. Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul, s: 108, 2010.

⁸²David Harvey, *Postmodernliğin Durumu* (çev. Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul, s: 110, 2010.

⁸³David Harvey, *Postmodernliğin Durumu*, (çev. Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul, s: 116, 2010.

⁸⁴Sharon Zukin, *The Cultures of Cities*, Blackwell, Oxford, s:14, 1995.

üzerinde etkili müzelere sahip olarak uluslararası ortamda statü kazanmaktadırlar.

Barselona şehrinin diğer Avrupa şehirlerinden sıyrılıp, farkedilmesinin ardında kentin kendine özgü Katalan tarihi ve geleneğinin gün yüzüne çıkarılması, dikkat çekici sanatsal başarılar ve mimari mirası yatmaktadır. Kentin farkedilmesi çalışmalarında, Norman Foster'ın radyo kulesi, Meier tarafından eski şehir içinde tasarlanan beyaz Sanat Müzesi gibi kente yapılan mimari müdahaleler, liman ve sahilin kullanıma sunulması için yapılan yatırımlar, Olimpik Köy'ün inşasında bölge arazilerin ıslah edilmesi, tehlikeli gece hayatının kentsel gösteri panoramasına dönüştürülerek kent vitrine çıkarılması etkili olmuştur.⁸⁵



Şekil 3.3: Barselona Çağdaş Sanat Müzesi⁸⁶

İspanya'nın Bask bölgesindeki Bilbao kenti, ekonomik açıdan içinde bulunduğu çöküntüden kurtulmak amaçlı kentsel dönüşüm projesi başlatmasıyla birlikte, 1977 yılında açılan, Frank Gehry tarafından tasarlanan Guggenheim Bilbao müzesinin açılmasıyla tamamlanmıştır. Bilbao'daki Guggenheim Müzesi'nde müzeye girmeden önce yapı tüm yönleriyle algılanacak şekilde bir yönlendirme yapılmış,

⁸⁵David Harvey, *Semayenin Mekanları*, (çev. Başak Kıcı, Deniz Koç, Kıvanç Tanrıyar, Seda Yüksel), Sel Yayıncılık, İstanbul, s:479, 2001.

⁸⁶<http://www.timeoutistanbul.com/seyahat/makale/1655/BARSELONA> 21.02.13

çevresinden tamamen farklı olarak tasarlanmış fakat kentten tam olarak da kopmadan, şeffaflıkları ve teraslarıyla kente bağlanmıştır. Bu yönleriyle müze hem kendine hem de kente ait olmuştur. Bilbao kentinin markalaşmasında kentte inşa edilen Guggenheim Müzesi etkili olmuştur.

Bilbao kenti Guggenheim markasını 20 yıllığına kiralamış ve bunun için 20 milyon dolar bütçe ayırmıştır. Bilbao şehrinde Guggenheim Müzesi'nin yarattığı etki sonucu, Abu Dabi de Frank Gehry tarafından projelendirilen Guggenheim Müzesi ile kent markasını güçlendirilmesi amaçlanmaktadır. Tokyo, Rio ve Johannesburg şehirleri de Guggenheim Müzesi'ne sahip olmayı planlayan şehirler arasında listelenmektedirler.⁸⁷



Şekil 3.4: Guggenheim Müzesi - Bilbao⁸⁸

⁸⁷Emel Cantürk, *Kültür eksenli Kentsel Stratejiler: Kentin Büyük Ölçekli Etkinliklerle Sergilenmesi ve Dönüşmesi*, İstanbul Teknik Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, s:20, 2009.

⁸⁸İt.wikipedia.org/wiki/file:Guggenheim_museum_Bilbao.jpg. (erişim tarihi: 11.02.2013)

Marka mimarlar tarafından tasarlanan sanat eseri niteliğindeki müzelerin kent markasının güçlendirilmesindeki etkilerinin farkedilmesiyle birlikte ülkeler canlandırmak istedikleri kentlerde çağdaş sanat müzeleri inşa etmişlerdir. Roma'nın taşrası durumundaki Flaminio mahallesinin canlandırılması amaçlı, Zaha Hadid tarafından tasarlanan MAXXI- 21. Yüzyıl Güncel Sanat Müzesi bu duruma örnek sayılabilmektedir. Hadid tarafından da “müzenin içindeki eserlerden çok müzenin kendisinin deneyimlenmesi” gerektiği vurgulanmıştır.⁸⁹

1977 yılında Paris'te Beaubourg bölgesinin canlandırılması amaçlı Renzo Piano ve Richard Roger tarafından projelendirilen “Centre Pompidou” müzesinin bölgeye olan etkisinin yanısıra küresel rekabet ortamındaki Paris kentinin yeniden gündeme gelmesine de neden olmuştur.⁹⁰

Katar'ın başkenti Doha'da 2008 yılında inşa edilen, I.M. Pei tarafından tasarlanan The Museum of Islamic Arts adlı müzenin web sitesinde “MIA'nın Doha'ya dünyayı getireceği gibi, Dünya'yı da Doha'ya getireceği” vurgulanmaktadır.⁹¹

Kültürel değerler kent ortamında yapılan düzenlemelerden etkilenmekte, kültürler kısmen, “bireysel uyarı durumunun özel bir biçimlenişi ile buradan alınan tepkinin özel bir biçimlenişi” yoluyla değişip dönüşmektedir. Bu değişimler sonucu kent içindeki kültürel evrim gerçekleşmektedir. Kültürel evrimde çevresel düzenlemeler tek başlarına etkili olmasa da, fiziksel ve toplumsal uyarıların düzenlenmesi kültürel evrim ve davranış eğilimlerinin belirlenmesinde etkili bir yöntemdir. Kentsel sistemde yapılan fiziksel düzenlemelere ait kararlar, küçük ve güçlü sınıf tekeli gruplar tarafından alınmakta, kentsel kültür içindeki birkaç küçük etkili alt kültür diğer alt kültürler için düzenlemeler yapmaktadır.⁹²

⁸⁹ Ayşe Köksal, “Bilbao Rüzgarları İstanbul'a Uğrar mı?”, *Genç Sanat*, Sayı:194, İstanbul, s:30, 2011.

⁹⁰ Ayşe Köksal, “Bilbao Rüzgarları İstanbul'a Uğrar mı?”, sayı:194, *Genç Sanat*, Sayı: 194, İstanbul, s:29, 2011.

⁹¹ Ayşe Köksal, “Bilbao Rüzgarları İstanbul'a Uğrar mı?”, sayı:194, *Genç Sanat*, Sayı: 194, İstanbul, s:30, 2011.

⁹² David Harvey, *Sosyal Adalet ve Şehir*, (çev: Mehmet Moralı), Metis Yayınları, İstanbul, s: 81, 2009.

Küreselleşmeyle birlikte, “kültür ve sanat”ın da tüketilebilen nesne haline gelmesiyle, kentler arası rekabet ortamında kültür eksenli stratejiler önem kazanmıştır. Kültür eksenli etkinliklerle kent sermaye ve iş gücü için çekim noktası haline getirilmekte, kent pazarlanan bir metaya dönüştürülmektedir. Kültürün önem kazanmasıyla birlikte kültürel etkinliklerin gerçekleştirildiği yapılar, müze ve sergi mekanlarının tasarımı önem kazanmıştır. Çağdaş sanat müzelerinin kent içinde konumlandırıldıkları yer ve tasarımlarını gerçekleştiren mimar seçimlerinde titiz davranılarak, bunlar üzerinden kent markası oluşturulmaktadır. Anıtsal özelliğe sahip sergi mekanları kentin küresel ortamda “görünen yüzü” durumuna getirilerek dünya kamuoyunun ilgisi çekilmektedir.

4. KÜRESELLEŞME VE KÜLTÜR EKSENLİ POLİTİKALAR

Çalışmanın bu bölümünde tez kapsamında incelenen küreselleşme ve kent üzerindeki etkilerine bağlı olarak kentlerde gerçekleştirilen kültür eksenli stratejiler ele alınmıştır. Kültürün de tüketilebilen nesne durumuna gelmesiyle birlikte küresel rekabet ortamında güçlü kent markası oluşturmak amaçlı olarak gerçekleştirilen kültür odaklı dönüşümler ele alınmıştır. Kentlerde düzenlenen büyük ölçekli festival ve açılan çağdaş sanat müzeleriyle kentler sermaye ve işgücü için çekim merkezi haline gelmektedirler.

4.1. Devletin Sanat Alanındaki Rolünün Değişmesi

Sanatın özel sektörün yönetimine geçmesinde Ronald Reagan ve Margaret Thatcher yönetim politikalarının uygulamaları etkili olmuştur. Bu yönetimlerde devlet tarafından sanata yapılan destek azaltılmış, sanat özel sektöre yönlendirilmiştir. Bu uygulamalar artarak dünya geneline yayılmış, sanat özel sektörün tekeline girmiştir. Sermaye piyasasının sanatı desteklemesinin ardında yaptıkları işe saygınlık kazandırmak, kendi adlarının kültürle birlikte anılmasını sağlamak yatmaktadır. Bu doğrultuda şirketler bütçelerinden önemli bir bölümünü sanat desteğine ayırmakta, aynı zamanda yapılan bu desteği gider olarak bütçelerinden düşmeleriyle, şirketlerine çifte kazanç sağlamaktadırlar.

1981 yılında iktidara gelen Ronald Reagan ve 1979 yılında iktidara gelen Margaret Thatcher yönetimlerindeki kamu harcamalarını azaltarak, özel sektörün genişletilmesini önemsemişleridir. Bu doğrultuda ABD’de ve İngiltere’de devletin ekonomik ve sosyal yaşamın her alanındaki rolü yeniden tanımlanmış, özelleştirme kültür dünyası da dahil olmak üzere birçok alana genişletilmiştir. Daha önceki sosyal demokrat/liberal yaklaşımda kabul edilen, her türlü kamu hizmetinde olduğu gibi sanata erişimin de her vatandaşın temel hakkı olduğu ilkesi terk edilmiş, sanatın devlet tarafından finanse edilmesinde ciddi kesintiler

yaşanmıştır. ⁹³ Her iki yönetim de özel sektörü, sanatı desteklemeye teşvik etmiş, bu doğrultuda çeşitli vergi indirimleri yapmışlardır. ⁹⁴

Özel şirketler sanata sponsor olarak kendilerine sanat için iyi birşeyler yapıyor görünümü vererek, bir yandan devlet desteği alarak diğer yandan da çağdaş kültürün yaşaması için iyi duygular besledikleri görüntüsü vererek kendi şirketlerinin kötü imajlarını olumlamışlardır. Birçok içki ve sigara markası çağdaş kültüre destek olmuş, adlarını sanatla birlikte anılır duruma getirmişlerdir. Üst sınıf gruba ait olmak için sadece mal varlığının yeterli olmaması, kültürel donanımın da gerekli olması dolayısıyla sanata yatırım sermaye grupları için önemli olmuştur.

Pierre Bourdieu'nün "kültürel sermaye" teorisinde belirtildiği şekilde; elitler sanat sponsorluğuna katılarak, kişisel çıkar elde etmektedir. ⁹⁵

Britanya eski sanat bakanı Richard Luce, sanat etkinliklerinden kamunun çekilişini "çoğul finansmana sahip olmak" olarak yorumlamaktadır. "*Çoğul finansman, sanat kurumlarına riski dağıtma olanağı vermekte ve tek bir finansman kaynağına bağımlılıklarını azaltmaktadır*" şeklinde yorumlamaktadır. ⁹⁶

Çağdaş sanata yapılan müdahaleler ve düzenlemelerle sanat sermaye piyasasının güdümüne girmiş, bir yandan itibar kazandıran nesne konumunda işlem görmüş, diğer yandan da sahibi olan kurum ve bireylere itibar kazandırır duruma getirilmiştir. Çağdaş sanatın da bir parçası olan beğeni ve değer sistemi, Fransız sosyolog Pierre Bourdieu tarafından geliştirilen "kültürel sermaye" kuramında ekonomik ve sosyal formasyonların genel yapısı içinde açıklanmıştır. ⁹⁷ Bourdieu iktidar sahipleri himayesindeki kültürel sermayenin, iktidar amaçları doğrultusunda yönetildiğini belirtmektedir.

⁹³ Wu Chin-tao, *Kültürün Özelleştirilmesi*, (çev: Esin Soğancılar), İletişim Yayınları, İstanbul, s.86-88, 2002.

⁹⁴ Wu Chin-tao, *Kültürün Özelleştirilmesi*, İletişim Yayınları, (çev: Esin Soğancılar), İstanbul, s.101-103, 2002.

⁹⁵ Wu Chin-tao, *Kültürün Özelleştirilmesi*, (çev: Esin Soğancılar), İletişim Yayınları, İstanbul, s.212-213, 2002.

⁹⁶ Richard Luce, "Government Goals", *Greater London Arts Quarterly*, sayı:9, s.11, 1987.

⁹⁷ Wu Chin-tao, *Kültürün Özelleştirilmesi*, (çev: Esin Soğancılar), İletişim Yayınları, İstanbul, s:23, 2002.

4.2. Küreselleşmeyle Değişen Müzecilik Anlayışı

“.....Müze, ne bilgiççe düşünceleri toplama yeridir, ne de kültürel keşiflerin düzenli bir dökümü. Müze kendisiyle mücadele halindeki sanatsal yaratmanın, önceden reddedilmiş bir yenilik olarak, her seferinde yeniden görünür olmak için kendisini aradığı düşsel uzamdır.”

Maurice Blanchot

Kamusal alan dönüştürülerek müzelerde kamusal alanın yaşanması sağlanmıştır. Küresel rekabet ortamında sanatın önem kazanmasıyla birlikte, sanatın kendisinde ve sergilenişinde değişim yaşanmıştır. Çağdaş sanat ihtiyaçları doğrultusunda dönüştürülen müzelerin tasarımları da önem kazanmıştır. Çağdaş sanat müzeleri tasarımları marka mimarlar tarafından projelendirilerek, marka müze, buna bağlı olarak da marka şehir yaratmak amaçlanmıştır.

Köksal küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan “iktidar bilgi rejimi”nin müzeyi meta haline getirdiğini belirtmektedir. Kentler arasında yaşanan rekabette kültürün araçsallaştırılması da bunda etkili olmuştur. Kentsel dönüşüm olarak adlandırılan yapılandırılmalarda müze önemli bir konuma getirilmiş, kentte oluşturulacak tüketim peyzajları doğrultusunda müzeler yeniden konumlandırılmıştır. Yeni iktidar-bilgi rejiminde müze kent için oluşturulmak istenen markanın önemli bir bileşeni haline getirilmiştir. İkonik ve sanat eseri niteliğindeki müzeler marka değere sahip mimarlar tarafından tasarlanmış, kültürel tüketimin bir parçası haline getirilmiştir. Kent içinde konumlandırıldıkları bölgenin canlanmasını sağlayan müzeler, kent için sembol niteliğine sahip olmasıyla da kentin küresel ekonomiye açılmasına aracılık etmektedir.⁹⁸

⁹⁸Ayşe Köksal, “Bilbao Rüzgarları İstanbul’a Uğrar mı?”, *Genç Sanat*, İstanbul, sayı:194, s:29, 2011.



Şekil 4.1: Guggenheim Müzesi – New York⁹⁹

Meta toplumuyla birlikte “yeni ürün”e duyulan ihtiyaç doğrultusunda müzeler de değişime uğramıştır. Bürger, meta toplumunun üretilen mallar satıldığı müddetçe var olabileceğini belirtmiş, bu toplum için tanımladığı “yeni” kategorisinin içeriği göstermediğini, görüntüyü belirten bir “yeni” kavramı olduğunu, metaların yeniliğinden kastedilenin metaların sunulma şekli olduğunu savunmaktadır.¹⁰⁰ Bu gelişen yeni kavramıyla birlikte müzeler de işlevlerini değiştirmiş, toplama, koruma, sergileme ve eğitme işlevlerinin yerine var olanın sorgulandığı, geleneksel olandan kopulan bir gelişim süreci yaşanmıştır.¹⁰¹ Yeni sanat yapıtı ölümsüzlüğü sürekli değişimde yakalamaktadır. Sanat yapıtı ve sunulduğu mekanın birbirini etkilemesi dolayısıyla “sorgulayan sanat yapıtı” müzeyi de değiştirmektedir. Yeni sanat anlayışı doğrultusunda sanat yapıtılarının sergilenme şekillerinde yaşanan değişim müzeleri de değiştirmiştir.¹⁰²

Değişen sanat eserleriyle birlikte değişen müzeler kendi duvarlarıyla sınırlı kalmayıp değişmişlerdir. Müzeler gerçekleştirdikleri sergilerin önlerine geçmiş, kendileri de deneyimlenecek duruma gelmişlerdir. Halka yönelik düzenlenen etkili

⁹⁹ <http://www.nybits.com/photos/guggenheim.html> (erişim tarihi:11.02.2013)

¹⁰⁰ Peter Bürger, *Avangard Kuramı*, İletişim Yayınları, İstanbul, 1974.

¹⁰¹ Deniz Balık, *Çağdaş Sanat Müzelerinde “Yeni” mekan deneyimi*, İstanbul Teknik Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, s.:26, 2009.

¹⁰² Deniz Balık, *Çağdaş Sanat Müzelerinde “Yeni” mekan deneyimi*, İstanbul Teknik Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, s.:29, 2009.

sergilerle birlikte müzeler de sergilenen eserlerle birlikte halkla etkileşime girmişlerdir.

Müze deneyiminde amaçlanan müzeye gitmeyi düşünmeye başlanıldığı andan müze gezildikten sonra akılda kalanlarla devam eden bir süreç olması dolayısıyla, müze tasarımı sergileme mekanı olmanın çok ötesine geçmiştir. Müzeye girmeden önce yaşanan hazırlık evresi, müzenin içinde bulunduğu çevrede yarattığı etki, müze içinde sergilenen yapıtlarla müzenin etkileşimi ve çıkışta akılda kalanlarla yaşanan bir deneyim olarak düşünülmektedir.

Güncel müzeler sergilenen eserlerin gezilmesinin amaçlandığı mekanlardan öte kendileri de sergilenen eser durumuna gelmişlerdir. Güncel müzelerde sergileyen ve sergilenen arasındaki ayırım erimiş, müze de içindeki eserlerle birlikte kendisini kamuya sunar hale getirilmiştir. Yaşanan bu gelişmeler sonucunda çağdaş sanat müzeleri markalı mimarlar tarafından anıtsal özelliklere sahip şekilde tasarlanmış, buldukları kentin ikonları durumunda kentin adıyla birlikte anılır duruma getirilmişlerdir. 19. Yy.'dan itibaren prestij yapıları durumundaki müzeler, zamanın durduğu yer olma özelliğinin erimesine karşın kentle olan etkileşimlerinde prestij yapısı olma özelliklerini korumaktadırlar.



Şekil 4.2: Pompidou Müzesi - Paris¹⁰³

¹⁰³ <http://nadinechicken.wordpress.com/tag/paris>. (erişim tarihi: 11.02.2013)

Günümüzde gelişkin müze mekanlarının işlevleri çevre ile olan etkileşimselliklerine göre belirlenmektedir. Yaşanan gelişmeler sonucunda ortaya çıkan çağdaş müzelerde teknolojik düzenlemeler, çevre ve toplumla olan etkileşim önem kazanmakta, müzeye dahil olan mekanlar bu etkileşim ve iletişimler göz önüne alınarak planlanmaktadır.¹⁰⁴

Çağdaş sanat müzeleri yalnızca sergilerin gezildiği alan olma özelliğinden çıkarak farklı işlevleri de bünyelerine dahil etmiştir. Bugün gelinen durumda müzeler yaşanan ve kullanılan kamusal alanlar olarak, sürekli yenilenen sergi salonlarına, farklı yaş gruplarına uygun eğitim birimlerine sahip mekanlar olarak çeşitli konferans ve halka açık bilimsel toplantıların düzenlendiği yerlerdir. Müzeler halka açık kütüphaneleri, yeme içme mekanları, sinema ve sahne gösterimleri, satış mağazalarıyla kent insanının kamusal alanlarıdır. Müzeler sahip oldukları farklı mekanlarla kent bireyleriyle etkileşime girmektedirler. İletişim teknolojilerinde yaşanan artış sonucu müzelerde sanal geziler de yapılabilmekte, müzede satılan ürünler sanal ortamdan alınabilmektedir. Bunun yanı sıra müzede düzenlenen etkinlikler sanal ortamdan da duyurularak daha geniş halk kitlelerine ulaşılabilmekte, ziyaretçi sayıları arttırılmaktadır.¹⁰⁵



Şekil 4.3: New York Guggenheim Müzesi Restaurant¹⁰⁶

¹⁰⁴ Beral Madra, “Çağdaş Müzeler ve Müzeoloji”, *Arredamento Mimarlık*, Boyut Yayınları, İstanbul, s:53-61, 09/2008.

¹⁰⁵ Beral Madra, “Çağdaş Müzeler ve Müzeoloji”, *Arredamento Mimarlık*, Boyut Yayınları, İstanbul, s:53-61, 09/2008.

¹⁰⁶ <http://www.nytimes.com/2010/01/29/arts/29museumfood.html?pagewanted=all> (erişim tarihi: 11.02.2013)

Clifford, müzeler için farklı kamusalılıkların biraraya geldiği, farklı temsillerin karşılaştığı ve bu temsillerden yeni kanalların açıldığı mekan tanımını kullanmıştır.¹⁰⁷

4.3. Sanatın Yönetilmesi

Küreselleşmeyle birlikte dünyada yaşanan gelişmeler sonucunda sanat alınıp satılan metaya dönüştürülmüştür. Sanatın ticari bir ürünü temsil etmesiyle birlikte sanatın yönetilmesine duyulan ihtiyaç doğrultusunda “sanat yönetimi” adı altında üniversitelerde bölümler açılmış, üniversiteler dışındaki farklı kurumlarda da sanat yönetimiyle ilgili seminer ve diğer farklı eğitimlere yer vermeye başlanmıştır. Sanatın alınıp-satılabilirliğinin artmasıyla sanat ticari işletmelerin eline geçmiştir. Üretilen diğer ticari ürünlerde elde edilmesi planlanan “kar” olgusu sanat ürünü için de geçerli duruma gelmiştir. Baudrillard’ın “sanat artık tasarıma, hatta meta dizayna dönüşmüştür” sözleri sanatın yönetilmesi gereken bir işletmeye dönüştüğünü belirtir niteliktedir.

Andy Warhol’un “işlerinin arkasında görünenden başka birşey aranmaması” sözü ardından yaşanan gelişmelerle sanat ve ticaretin birlikte yürütüldüğü duruma geçilmiş, iş dünyası ile sanat dünyası kaynaştırılmıştır. Üniversitelerde “iletişim tasarımı”, “kültür yönetimi”, “sanat yönetimi” gibi bölümlerin açılmasının yanısıra, NGO, “hükümet dışı organizasyon”larca da sanat ve kültür yönetimi programları açılarak eğitim verilmektedir.¹⁰⁸

Andy Warhol yaptığı işte sanat ve ticaret ilişkisini belirtmek için;

*“Sanattan sonra gelen adım ticaret sanatıdır. Reklam sanatçısı olarak başladım, ticaret sanatçısı olarak bitirmek istiyorum.
“Sanat” denen şeyi, ya da ne deniliyorsa işte onu, yaptıktan sonra ticaret sanatına girdim. Sanatın tüccarı(Art Businessman) veya Ticaret Sanatçısı(Business Artist) olmak istedim. Hippie*

¹⁰⁷James Clifford, “An Ethnographer in the Field: James Clifford”, *Site-Specificity: The Ethnographic Turn*, ed. Alex Coles, cilt:4, Black Dog Publishing, Londra, s: 63, 2000.

¹⁰⁸Ali Artun, *Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi*. İletişim Yayınları, İstanbul, s: 103, 2011.

döneminde millet, ticaretle uğraşma fikrini aşağıladı; “para kötüdür”, “çalışmak kötüdür” filan demeye başladı. Oysa, para yapmak sanattır, çalışmak sanattır, en müthiş sanat ticarettir.”¹⁰⁹

ifadelerini kullanmıştır.

1976 yılında “Dünya Arts&Business Platformu” başkanı Philip Spedding tarafından kurulan “Arts and Business” adlı şirket zaman içinde “art as business” stratejisini benimsemiştir.¹¹⁰

Robert Morris, sanatın her zaman bağımlı olduğu güçler birliğine hizmet ettiğini belirtmekte, sanatın her zaman hükümdarlar, papalık, kapitalizm gibi gruplara propaganda aracı olarak kullanıldığını belirtmektedir.¹¹¹ Morris sanatın eğlence endüstrisinin genişlemesi olarak görülmesini müzelerin yürüttükleri politikaların sonucu olduğunu savunmaktadır.¹¹²

Artun “sanat yönetimi”nin 1970’lerdeki neo-liberal politikalarla birlikte ortaya çıktığını belirtmektedir. Bu yeni yönetim stratejileri 1930’lu yıllardaki Taylorist/Fordist yönetim modelinden farklılaştırılarak tanımlanmaktadır. Taylorizm; bir ürünün üretim sürecinin parçalanarak basit işlemlere ayrılmasıdır. Basit işlemler uzmanlaşmış emekçilerle makineler arasında örgütlenmektedir. Taylorizmle “bilimsel işbölümü” ürüne ait tasarım ve üretim aşamalarına ait süreçlerin birbirlerinden ayrılarak denetlenmesi, bilgi ve becerilerin çalışanlardan kopartılarak yönetim bölümünde toplanması amaçlanmaktadır. Taylorizmi fabrikasında uygulayan Henry Ford daha sonra “Fordizm” olarak adlandırılan sistemin yaratıcısıdır. Taylorizm’den yola çıkan Fordizm’le, üretim kadar tüketecek toplumun örgütlenmesi amaçlanmıştır. Yeni bir insan tipinin oluşmasını amaçlayan fordizm, mevcut uygarlık formlarını yıkmış, yeni bir form yaratmıştır. Sovyet Bloku ülkelerinin dağılmasından sonra yaşanan gelişmeler sonucu ortaya

¹⁰⁹ Andy Warhol, Aktaran Kuspit, D., *The End of Art*, Cambridge: Cambridge University Press, 2004, (Ali Artun aktarımı, *Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi*, İletişim Yayınları, İstanbul, s: 103, 2011)

¹¹⁰ Ali Artun, *Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi*, İletişim Yayınları, İstanbul, s: 103, 2011.

¹¹¹ Morris, R., 1980. Notes on Arts as/and Land reclamation, s:102, 10/1980.

¹¹² Morris, R., American Quartet. Alıntı, s:101 (Claude Gintz, *Başka Yerde Başka Biçimde*, (çev. Muna Cedden, Dost Kitabevi, İstanbul, s:95)

çıkan “post-fordizm”le sermaye mekanı sınırsızlaştırılmış, sermaye yeryüzünü tek bir işyeri, tek bir montaj hattı gibi yönetmeye başlamıştır. Taylorizmde oluşturulan iş yerindeki iş bölümü küresel mahiyet kazanmış, küresel işbölümüne dayanan yeni yönetim merkezleri, akışkan mal, para ve bilgi ağları oluşturulmuştur. Post-fordizmle esnek üretim ve tüketim düzeni amaçlanmaktadır. Farklı iş ve işyerleri arasında dolaşan çalışanlardaki toplumsal aidiyet duygusu azalmakta, yersiz-yurtsuz kimlikler oluşmaktadır. Post-fordizmde çalışanlar arasında amaç uzman olmak değil, marifetli olmak, farkedilmek, değişen koşullara uyum sağlayabilmektir.¹¹³

Modern tüketim tarafından insanlara dayatılan sahte ihtiyaç doğrultusunda gelişen meta bolluğu toplumsal ihtiyaçların organik gelişmesindeki kopuş şeklindedir. Metanın birikiminin oluşturduğu “sınırsız yapaylık” bireyleri karşısında çaresiz bırakarak, toplumsal yaşamın tahrif edilmesine yol açmaktadır. Gereğinden fazla üretilen ürünler, tüketici tarafından sahip olunduktan kısa bir süre sonra kutsallığını yitirmekte, tüketici sistemde geliştirilen tüketilmeyi bekleyen diğer nesnelere yönlendirilmektedir. Tatmin aldatmacasıyla bireylerin tüketimine sunulan ürünler birbirleriyle yer değiştirerek sistemin devam etmesi sağlanmaktadır.¹¹⁴

Debord her metanın kendisi için savaştığını, kendini eşi benzeri yokmuşçasına dayatmaya çalıştığını belirtmektedir.

“.....gösteri bu mücadelenin epik şiiridir, Truva'nın düşmesiyle asla sonuçlanmayacak destanıdır. Gösteri, insanları ve silahlarını değil, metaları ve tutkuları över. Bu kör dövüşte her meta kendi tutkusunun peşinden giderek aslında bilinçsiz bir şekilde daha yüce bir şeyi gerçekleştirir: Meta'yı dünya haline getirir; ki bu aynı zamanda, dünyanın meta haline gelmesi demektir. Böylece bir meta mantığı kurnazlığı yoluyla, metanın özgüllüğü de bu mücadele içinde kendini tüketirken, meta biçimi mutlak gerçekleşmesine doğru ilerler”¹¹⁵

¹¹³ Ali Artun, *Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi*, İletişim Yayınları, İstanbul, s:120-124, 2011.

¹¹⁴ Guy Debord, *Gösteri Toplumu*, (çev: Ayşen Ekmekçi, Orhan Taşkent), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s:65-66, 2012

¹¹⁵ Guy Debord, *Gösteri Toplumu*, (çev: Ayşen Ekmekçi, Orhan Taşkent), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s:65-66, 2012.

Debord, tüketicinin metanın egemen özgürlüğüne dinsel bir sevgi duyduğunu belirtmekte, “şeyleşmiş insan”ın meta fetişizmini eski dini fetişizmlerin ihtilatçı ve keramet sahibi kişilerindeki kendinden geçme durumlarına benzetmektedir.¹¹⁶

Kültürel ürünlerin seri üretimden ayrıldıkları nokta onların “biricikliği”ne olan inancın halk arasında yerleştirilmesiyle oluşturulmaktadır. Tüketim odaklı yaşamda diğer ürünlerden üstün olduklarına inanılan kültür ve tasarım ürünlerine sahip olma amacıyla, bu ürünlere sahip olmak özel bir duruma getirilmiştir. Kentler arasında oluşturulan rekabet ortamında metaya dönüştürülen sanat ürünlerinin pazarlanması amacıyla geliştirilen festival ve bienaller önem kazanmıştır. Kentlerde oluşturulan fuar, sergi, festival ve bienal gibi etkinliklerle kentler panayır alanına dönüştürülerek çekim merkezi haline getirilmektedir. Kültürün pazarlanması üzerinden gerçekleştirilen bu süreçlerde kentler küresel rekabet ortamında güçlü duruma gelmektedirler.

Kültür ürünlerinin tüketiminin kişinin oluşturmak istediği imaj üzerinde etkili olması gibi, sanata sponsor olmak da şirket imajları üzerinde etkilidir. Devletin sanat üzerindeki hakimiyetinin yok olmasıyla birlikte özel sektörün eline geçen kültür ürünleri, diğer ticari ürünler gibi tüketilmek üzere küresel pazara sunulmaktadırlar. Sanatında yatırım malzemesi olmasıyla birlikte, kültür ürünlerinin pazarlanması da diğer ticari ürünlerde yaratılan, marka, reklam ve imaj gibi değerler üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu doğrultuda kültür ürünleri ticari değere sahip diğer ürünler gibi pazarlanabildikleri gibi, sponsor olan şirketlerin politikaları doğrultusunda da kullanılmakta oluşturulmak istenen şirket imajı üstünde etkili olmaktadır.

Artun, sanat yönetimiyle ilgili olarak;

“sanat yönetimi sanat etkinliklerinin veya kurumlarının idaresine indirgenemez. “sanat yönetimi”, sanatın korporasyonlara özgü

¹¹⁶ Guy Debord, *Gösteri Toplumu*, (çev: Ayşen Ekmekçi, Orhan Taşkent), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s:65-66, 2012.

yönetim dokusuna eklemlenmesi, esnek işletme sistemlerine emilmesi, veya başka terimlerle post-fordist sevk ve idare disiplinine soğurulmasıdır. Kültürün özelleştirilmesiyle birlikte bütün sanat kurumları işletmeleşmeye başlar; ancak bu dönüşümün en çağdaş, en belirgin ortamları bienallerdir.”

şeklinde ifade etmiştir. Bu doğrultuda;

- Bienaller sanatın ihale edildiği farklı kentler arasında bir ağ oluşturmaktadır.
- Bienaller için çalışmaya hazır durumdaki sanatçılar için küresel bir sanat ve sanatçı havuzundan faydalanılmaktadır.
- Bienaller için farklı kentlere giden sanatçılarda göçebelik, yersiz-yurtsuzluk ve melezlik söz konusu olmaktadır.
- Sanatçılar sadece bienallerde var olup sonradan yok olmaktadır.
- Bienallerde süreklilik geçerli değildir, sadece bienal süresince varoluş gerçekleşmektedir.
- Bienalde yeralacak sanatçılarda aranan özellik ustalıkları ya da tecrübeleri değil, farklı olmalarıdır.
- Dünyanın farklı bölgelerindeki birçok sanatçıyı barındıran bienallerde rekabetçi bir ortam örgütlenmektedir.
- Küratör, esnek yapı gösteren şirketler adına bienalin yönetiminden sorumludur. Küratöryal yönetim küresel korporasyonlar ağını temsil etmektedir.¹¹⁷

Post-Fordist yönetimin uygulandığı, geçici işletmeler olarak kabul edilen bienaller kurumsallaşamamaktadırlar. Bienallerde çalışma süreleri ve oluşturulan kadrolar esnek özellik göstermektedirler. Bienal süresince varolan kadrolar ve mekanlar bienal sonrasında yok olmalarıyla müzeden farklı bir durumu ifade etmektedirler. Küratörler tarafından belirlenen konular dahilinde oluşturulan bienaller, sponsor logoları tarafından sanatın sipariş üzerine oluşturulduğu, mekansal düzenlemelerdir.

¹¹⁷ Ali Artun, *Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi*, İletişim Yayınları, İstanbul, s:126-129, 2011.

5. KÜRESELLEŞMENİN TÜRKİYE'DEKİ ETKİLERİ VE İSTANBUL

Tezin bu bölümünde Türkiye'nin 1980 sonrasında küresel rekabet ortamına dahil olmasıyla birlikte, İstanbul'da gerçekleştirilen kültür odaklı değişim ve dönüştürmeler incelenmiştir. İncelemede zaman sınırlandırılması yapılmış 2000 yılı sonrası ele alınarak araştırma gerçekleştirilmiştir. Türkiye'de çağdaş sanat müzesi adı altında açılan ilk müzenin 2000 yılı sonrasında açılması zaman belirlemede etkili olmuştur.

5.1. Küreselleşmenin Türkiyedeki Etkileri

1980 yılı sonrasında ulusal ekonominin terk edilip, küresel ekonomi şartlarının benimsenmesiyle birlikte, Türkiye'de farklı düzenlemeler ortaya çıkmıştır. Ekonomik liberalleşmeyle birlikte, iletişim teknolojilerinin de artmasıyla Türkiye küresel rekabet ortamında yerini almış, tüketim kültürünü ülke genelinde yerleştirme çalışmalarına başlamıştır.

Küreselleşmeyle birlikte dünyanın kuzey ve güney yarımkürelerinde yaşanan farklılaşmaya (kuzey yarımküre dünyadaki üretim ve tüketimin çoğunluğunu temsil etmekte, güney yarımkürede ise yaşanan açlık ve yoksulluktan doğan mekânsal farklılaşma dünya ölçeğinde küreselleşmenin etkilerini göstermektedir) benzer farklılaşma, Türkiye'de doğu ve batı bölgeleri arasında yaşanmıştır. Mekansal farklılaşmanın kent ölçeğindeki gelişimi metropollerde gözlenmekte, kent merkezinde yönetsel fonksiyonlar toplanırken, reel üretim kent çeperlerine kaydırılmaktadır.¹¹⁸

Küreselleşmeyle birlikte üretim sistemlerinde ve bu sisteme kaynaklık eden

¹¹⁸Hakkı Yırtıcı, *Çağdaş Kapitalizmin Mekansal Örgütlenmesi*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, s:21, 2005.

teknoloji tabanında hızlı değişimler yaşanmıştır. Üretimin uluslararası boyutu öne çıkarılmış, bilgi ve teknolojiye sınırlar aşılmış, dünyada bölgeler arasında ekonomik birleşmeler gerçekleştirilmiştir. Avrupa Birliği, NAFTA ve Pasifik Bölgesi olmak üzere 3 farklı ekonomik güç odağı önem kazanmıştır. 1993 yılında sonuçlanan “Uruguay Görüşmeleri” küreselleşmeyle birlikte yaşanan dünya ticaretinin serbestleşmesi açısından etkili bir adım olmuştur. Dünya Ticaret Örgütü’nün kurulmasıyla imalat sanayi ürünlerinin yanı sıra tarım, hizmetler ve fikri mülkiyet hakları da kapsam alanına alınmıştır. Küreselleşmeyle birlikte sosyal devlet ilkesinin eritilmesi, ulusal ve uluslararası gelir dağılımının bozulmasına neden olmuştur. Enformasyon ve haberleşme teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ekonomik ve sosyal yaşamı değiştirmiş, oluşan rekabet ortamında mal üretimi ve kalitesinde artış olmuş, ürün çeşitliliği artmıştır. Bunlar sonucunda mal-hizmet, finans piyasaları ve şirket örgütlenmelerindeki küreselleşme hızlanmış, yabancı sermaye yatırımları dünya ölçeğinde artmıştır.¹¹⁹

1980 sonrası izlenen politikalar kapsamında Türkiye küreselleşmeden ciddi ölçüde etkilenmiştir. Ülkenin küreselleşmeden etkilenmesinde, içinde bulunduğu coğrafi koşullar, stratejik konumu itibariyle Doğu ile Batı’nın buluştuğu yerde konumlanması, nüfusu dahilinde farklı etnik gruplara ev sahipliği yapması önemli yer tutmaktadır. Türkiye özel sektör ve kamu kuruluşları tarafından belirlenen stratejiler doğrultusunda küresel rekabet ortamında yer almakta, yapısal ve toplumsal dönüşmeler gerçekleştirerek sermaye piyasası için çekim merkezi durumuna gelmektedir.

1980 yılına kadar Türkiye’de izlenen devletçilik politikası 1980 sonrasında terkedilmiş, Türkiye dünya ekonomisine eklemlenmiştir. Dünya ekonomisine eklemlenmesiyle birlikte Türkiye’de sınıf yapısında değişiklikler yaşanmış, yerleşim sistemlerinde dönüşümler gerçekleştirilmiştir. Küreselleşmeyle birlikte üretilen malların ülkeler arasında dolaşımındaki engel kaldırılmış, sermaye hareketi artmıştır. Ulus-aşırı şirketlerle ulus-devletlerin ve uluslararası örgütlerin egemen oldukları yeniden yapılandırılmayla birlikte üretim zincirleri üzerinde sermayeler-arası hiyerarşiler ortaya çıkmıştır. Sermayeler-arası hiyerarşi yeniden

¹¹⁹ İsmail Bircan, “Kamu Kesiminde Stratejik Yönetim ve Vizyon”, <http://ekutup.dtp.gov.tr/planlama/42nciyil/bircanipdf?ref> (erişim tarihi:18.02.2013)

yapılandırmada önemli olmuş, az gelişmiş ülkeler kategorisindeki Türkiye’de yeni bir gelişme aşamasına geçilmiştir. 1980 dönemine kadar izlenen ithal ikameci sanayileşmeden, ihracata yönelik sanayileşmeye geçilmiştir. Türkiye genel olarak “sanayisizleşme” biçimine geçerek, dünya ekonomisine emek-yoğun mallar ihracatçısı ülke olarak eklenmiştir.¹²⁰

1980 sonrasında İstanbul Türk ve yabancı sermaye gruplarına ev sahipliği yapar duruma getirilmiştir.

Türkiye özellikle 2000 sonrasında İstanbul’da küresel rekabet ortamındaki konumunu güçlendirecek hamleler gerçekleştirmiştir. Kentsel planlamada gerçekleştirilen düzenlemelerle tüketimim kent geneline yayılmasıyla “kent” de tüketilir duruma getirilmiştir. Sanata yapılan yatırımlar küresel rekabet ortamındaki gücünü artırır niteliktedir. Kent bir yandan konut bölgeleri, ofis alanları ve farklı alt merkezlerde oluşturulan tüketim mekanlarını planlarken diğer yandan da büyük ölçekli sanat etkinlikleriyle küresel rekabet ortamındaki gücünü arttırmaktadır. Sermaye grupları ve iş gücü için çekim merkezi durumuna getirilen İstanbul’da ulaşımın kolay sağlanması amacıyla da çeşitli projeler gerçekleştirilmiştir.

5.2. Dünya Kenti “İstanbul”

1980 sonrası Türkiye’de izlenen politika doğrultusunda küresel rekabet ortamına katılan Türkiye, İstanbul’da çeşitli dönüşümler ve düzenlemeler yaparak, İstanbul’u Türkiye’nin görünen yüzü durumuna getirmiştir.

Yardımcı, Ulus-devlet politikasının terk edilmesiyle birlikte, İstanbul’un bir vitrin olarak düzenlenerek, küresel pazardaki diğer kentlerle rekabet eder duruma getirildiğini belirtmektedir. Bu doğrultuda kentin ekonomik altyapılarının yanı sıra kültürünü de çağın gereklerine uydurma çalışmaları yapılmıştır. Uluslararası etkinliklerin bulunduğu kent yaşamı, küresel rekabette ön koşullardan biri olması dolayısıyla, İstanbul’da sanat sergileri, galeriler, müzeler ve fuarlarla

¹²⁰Faruk Ataay, F, “Türkiye Kapitalizminin Mekansal Dönüşümü”, <http://praksis.fisek.com.tr> (erişim tarihi: 16.02.2013)

zenginleştirilmiş bir kent yaşamı tasarlanmıştır.¹²¹ 1950'den sonra sanayi merkezi olarak genişlemeye başlayan İstanbul, 1980 sonrası dönemde de küresel kent olma amacıyla gösteriye dönüştürülmüştür.¹²²

Keyder tarafından yapılan aktarımda, Girouard, İstanbul'un her zaman bir "dünya kenti" olduğunu belirterek, diğer küresel kentlerden ayrı tutmaktadır. Binbeşyüz yıldan fazla imparatorluk başkenti olan İstanbul'un, büyüklüğüyle de Batı'daki tüm büyük kentleri gölgesinde bıraktığını ifade etmektedir.¹²³

1980'li yılların başında dönemin İstanbul Büyükşehir Başkanı Bedreddin Dalan, İstanbul'u 21. Yüzyıl için vaatlerle dolu bir metropole dönüştürmek amaçlı birçok kentsel dönüşüm projesini hayata geçirmiş, İstanbul'u tüketim konusunda seyirlik gösteriye dönüştürmüştür.¹²⁴ Dalan tarafından gerçekleştirilen kentsel yenileme projelerinde Beyoğlu ve Tarlabası bölgelerine ayrı önem verilmiş, İstiklal Caddesi'ni yaya trafiğine dönüştürecek projeler hazırlanmış, "Tarlabası yıkımı" olarak adlandırılan yapılandırma, Tarlabası Caddesi araç trafiğine açılarak Taksim Meydanı'na bağlantı yolu yapılmıştır. Tarlabası semtinde gerçekleştirilen bina yıkımları birçok tartışmaya konu olmuş, mimarlar kente ait tarihi mirasın yok edildiğini belirtirken, Dalan bu bölgedeki tarihin Türk kültürü ile ilgisi olmadığını belirtmiştir.¹²⁵

IMF'nin yapısal uyum programı çerçevesinde İstanbul Menkul Kıymetler Borsası açılmış, yerel ekonominin ağırlığı üretimden finans sektörüne kaydırılmıştır. Bu gelişmeler doğrultusunda finans ve danışmanlık konularında çalışan çok uluslu şirketler İstanbul'da şube açmışlar, İzmir, Ankara gibi şehirlerdeki büyük şirketler merkezlerini İstanbul'a kaydırmışlardır. İstanbul içindeki üretim faaliyetleri şehir dışına kaydırılarak, yönetim birimleri kentin belirlenen bölgelerine

¹²¹ Sibel Yardımcı, *Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul'da Bienal*, İletişim Yayınları, İstanbul, s: 68, 2005.

¹²² Sibel Yardımcı, *Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul'da Bienal*, İletişim Yayınları, İstanbul, s: 40-41, 2005.

¹²³ Mark Girouard, *Cities and People: A Social and Architectural History*, New Haven, Conn.: Yale University Press, (Çağlar Keyder s:99, 1985.

¹²⁴ Çağlar Keyder – Ayşe Öncü, "Globalization of a Third-World Metropolis: İstanbul in the 1980s", *Review 17*, no.3, s:383-421, 1994.

¹²⁵ Çağlar Keyder, *İstanbul Küresel ile Yerel Arasında*, (çev: Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul, s: 47, 2000.

konumlandırılmıştır. İstanbul’u “dünya kenti” yapma yolunda adımlar atılmış, kentte iş merkezleri, konut bölgeleri, alışveriş merkezleri gibi işlevlere ait bölgeler yaratılarak, ulaşım sistemleri güçlendirilmiştir.¹²⁶



Şekil 5.1: İstanbul Maslak Bölgesi¹²⁷

Yapılan bu düzenlemeler ve izlenen politikalar doğrultusunda kent sınıf, etnik köken, siyasi ve dini eksenlere bölünmüş, ortaya çıkan yeni kent seçkinleri sınıfı “küresel kültür” öğelerini kullanarak kendilerini toplumun diğer kesiminden ayıştırmıştır. Kentsel düzenlemelerle oluşturulan, sözde yüksek güvenli sitede oturan bu seçkin sınıf İstanbul’un toplumsal mekanından koparak sadece görsel ilişki kurma seviyesine gelmiştir.¹²⁸

¹²⁶ Sibel Yardımcı, *Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul’da Bienal*, İletişim Yayınları, İstanbul, s. 42-43, 2005.

¹²⁷ <http://www.ntvmsnbc.com/id/25391137/> (erişim tarihi: 11.02.2013)

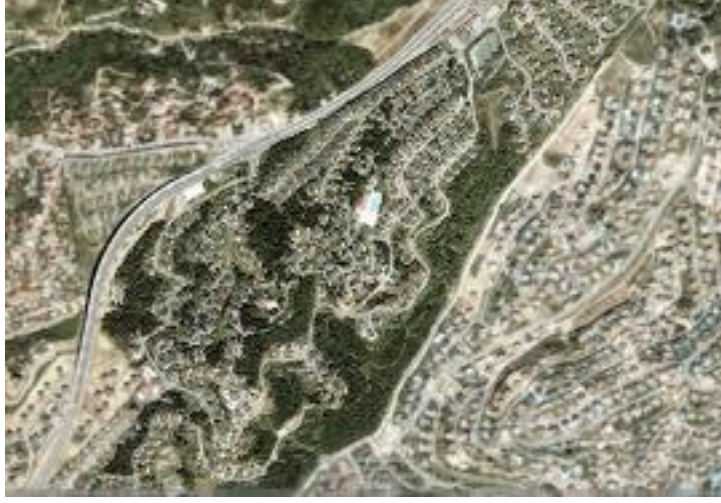
¹²⁸ Sibel Yardımcı, *Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul’da Bienal*, İletişim Yayınları, İstanbul, s: 43, 2005.



Şekil 5.2: Kemer Country Sitesi'nden görünüm¹²⁹

İstanbul küresel kent olma yolunda yaşadığı dönüşümler sonucu artan nüfusuna bağlı olarak farklı kültürlerle ev sahibi olmasıyla birlikte, bu farklı kültürlerin tüketimlerine de hizmet eder duruma getirilmiştir. Ulus devlet bilincinin yok olması, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonucu uzak olanın yakın duruma gelmesiyle İstanbul'da yeni kentli grupları ortaya çıkmıştır. İstanbul'da gerçekleştirilen şehir planlarıyla kentte oluşturulmak istenen kentli profili oluşturulmuştur. Kent merkezi bir gösteri alanına dönüştürülürken, kente dahil olan farklı ekonomik gelir gruplarına ait konut ihtiyaçlarına cevap verilmiş, bu farklı kentli profilleri için oluşturulan farklı kent merkezlerinde tüketimi teşvik edecek alışveriş merkezleri gibi mekanlar inşa edilmiştir.

¹²⁹ <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/10038287.asp> (erişim tarihi: 11.02.2013)



Şekil 5.3: Beykoz Konakları görünüm¹³⁰

Beral Madra 1980 sonrası İstanbul’unda yaşananlarla ilgili, Anadolu’dan gelen halkın oluşturduğu büyük kent kitleleriyle birlikte İstanbul’un megapolleştğini, gecekonduların arttığını belirtmektedir. Gecekondularında yetişen kuşakların kent içinde varlık göstermesi, telefon, televizyon gibi iletişim araçlarının günlük yaşama girmesi, uluslararası ortamda oluşturulan tüketim kültürünün insan yaşantısını ele geçirmesi, geleneklerin yok olmasına ve ulus devlet bilincinin kaybolmasına neden olmuştur. Türkiye yaşanan gelişmeler sonucu homojen yapısını değiştirerek, bir heteropyaya dönüşmüş ve sahip olduğu farklılıkları birarada tutma savaşını vermeye başlamış, bireysel ve kültürel alt yapıları yapıbozumuna başlamıştır.¹³¹

¹³⁰ <http://www.beykozkonaklari.org/icana.asp?step=14> erişim tarihi: 18.02.2013

¹³¹ Beral Madra, “Küreselleştirebilirlik Çağında Türkiye’de Sanat ve Kültür”, *Arrademento Mimarlık*, Boyut Yayınları, İstanbul, sayı:144, s:118-123, 2002.



Şekil 5.4: İstanbul gecekonduları¹³²

Tüketimin farklılaşması ve yaygınlaşması gündelik hayatı etkilemiş, tüketimi teşvik edecek festivaller düzenlenmeye başlanmıştır. Küreselleşme sonucu İstanbul'un kendini dünya kamuoyu tüketimine sunmasıyla birlikte, şehir bir “vitrin” olarak, tüketilebilir bir deneyime dönüştürülmüş, şehir içinde de tüketim teşvik edilmiştir. İstanbul Büyükşehir Belediyesi de hazırladığı projelerle şehri tüketim için projelendirirken yatırım destekleri de aramaktadır.¹³³

İstanbul kentinde yaşayanlar için oluşturulan “İstanbullu” kavramı, seçkinliği, yetkinliği aynı anda hem yoğunlaştıran hem de çağrıştıran bir terim olarak televizyon, gazete ve dergilerde sıklıkla tekrar edilerek zaten bilinen bir terim olarak günlük konuşma dilinin içine sokulmuştur.¹³⁴

Keyder, kent yönetimcileri tarafından İstanbul'u pazarlamak amaçlı geliştirdikleri projeleri “İstanbul'u satmanın” yolları olarak tanımlamaktadır. İstanbul'u, sadece Avrupa ile Ortadoğu'nun ticari çevrelerinin ilgisini çekmekten öte, Avrupa ile Orta Asya pazarlarının birbirine bağlayan köprü olarak tanımlanmaktadır. Kent

¹³² <http://arşiv.ntvmsnbc.com/news/137221.asp?cp1=1> (erşim tarihi:11.02.2013)

¹³³ Sibel Yardımcı, *Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul'da Bienal*, İletişim Yayınları, İstanbul, s. 44-45-46, 2005.

¹³⁴ Ayşe Öncü, “İstanbullular ve Ötekiler- Küreselcilik Çağında Orta Sınıf Olmanın Kültürel Kozmolojisi”, *İstanbul Yerel ile Küresel Arasında*, der. Çağlar Keyder, Metis Yayınları, İstanbul, 2000.

büyük ölçekli etkinliklere ev sahipliği yapma konusundaki girişimlerle adının uluslararası platformda duyulmasını amaçlamaktadır.¹³⁵



Şekil 5.5: İstanbul- İstinye Park Alışveriş Merkezi¹³⁶

London School of Economics ve Brooking Institute tarafından hazırlanan “Global Metro Monitor” adlı çalışma sonucunda İstanbul, resesyon sonrası dönemde en hızlı büyüme gösteren şehirlerin başında yer almıştır. Raporda 1993-2007 yılları arasında 44’üncü, 2007-2009 yılları arasında 143’üncü sırada yer alan İstanbul’un zirveye yükselmesinde 2012 yılına yüzde 5.5 oranındaki gelir artışı ve yüzde 7.3 oranındaki istihdam artışının etkisi olduğu belirtilmektedir.¹³⁷

Tabanlıoğlu Mimarlık tarafından tasarlanan Karaköy’deki “Galataport” projesi

¹³⁵ Çağlar Keyder, “İstanbul’u Nasıl Satmalı?” *İstanbul Dergisi*, sayı:3, İstanbul, s:80-85, 1992.

¹³⁶ <http://www.ampd.org/etkinlikler/default.aspx?sectionId=209> (erişim tarihi: 11.02.2013)

¹³⁷ http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2010/12/02/istanbul_zirvede erişim tarihi: 18.02.2013

kentin tarihi mirasa sahip bölgesinin kültür mahallesine dönüştürülmesi amaçlı bir projedir. Fakat kültürel üretim ve tüketim amaçlı bir mahalle olarak ne denli başarılı olduğu tartışılan bir projedir.

İstanbul çağdaş sanat üzerinden ve sahip olduğu kültürel değerler üzerinden dünya kamuoyuna adını duyururken farklı kesimden sermaye grupları için de çekim noktası haline getirilmiştir. 10 Aralık 2012 tarihli Milliyet Gazetesi Cadde eki'nde haftasonu İstanbul Karaköy'de, Gradiva adlı oteldeki Zelda Zonk restaurantta Chanel'in varisi David Wertheimer tarafından verilen parti haberi yer almaktadır. Haberin sonunda "Fendi" şirketinin sahiplerinin 2013'e İstanbul Anjelique Restaurant'ta gireceğine yer verilirken "İstanbul artık Londra, Paris, New York kadar popüler bir destinasyon" cümlesi İstanbul'da yaratılmak istenen kent markasının başarısını vurgular niteliktedir.¹³⁸

Küresel rekabette İstanbul'un güçlü olması için uluslararası sermaye piyasası için çekim merkezi olmasının ötesinde kendi bünyesinde barındırdığı sermayenin de uluslararası platformda güçlü duruma gelmesi, iletişim ve ulaşım bakımında da güçlü bir alt yapıya sahip olması gerekmektedir. Küreselleşme doğrultusunda yerel olanın eriyip yok edilmesi durumunun yanı sıra, yerel olanın yeni ve özgün form alarak gelişmesi küresel rekabet ortamında çekici ve fark edilir bir güç kazandırmaktadır. Bu durumda İstanbul'a ait yerellikler de küresel rekabet ortamı doğrultusunda kendi özgünlükleri korunarak dönüştürülmekte, İstanbul'un çekici kılınması için kullanılmaktadır.

5.3. İstanbul'da Planlanan Kentsel Dönüşüm ve Restorasyon Projeleri

İstanbul 1980 sonrası Türkiye'de yaşanan küreselleşme politikaları doğrultusunda çeşitli kentsel dönüşüm projeleriyle yeniden tanımlanmıştır. Sanayi kenti olarak tanımlanan İstanbul dünya kenti olma sürecinde çeşitli dönüşümlere maruz kalmıştır.

¹³⁸Çağdaş Ertuna, 10 Aralık 2012 tarihli Milliyet Cadde eki, "Son Durum" köşe yazısı

1980’li yıllar İstanbul Belediye Başkanı Bedrettin Dalan İstanbul’u yeniden yapılandırma amaçlı projeler geliştirmiş, ülkenin önde gelen kenti olmaktan öte bir “dünya kenti” olması doğrultusunda atılımlar yapmıştır. Uygulanmayı bekleyen birçok kentsel yenileme projesi uygulanılmaya konulmuş, kentiçi yeni bağlantı yolları yapılmış, şehirdeki tarihi binalar restore edilerek turizm alanlarına eklenmiş, kent kültürel tüketime doğru biçimlendirilmiştir.¹³⁹

1980’li yılların İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Bedrettin Dalan, döneminde gerçekleştireceği nazım planıyla sanayi kenti İstanbul’u bilgi ve hizmet ağırlıklı bir bilgi çağı metropolüne dönüştürmeyi amaçladıklarını belirtmiştir. Metropole bir gelişim aracı olarak yaklaşan plan İstanbul’un üst kademe metropollüğe yükseltme amaçlıdır. Diren nazım planı için,

“...coğrafi ve bölgesel konumunu avantaja çevirmek amacıyla, planın temelinde kuzey-güney, doğu-batı akslarında; Avrupa, Asya, Afrika, yakın bölgelerde Balkanlar, Kafkasya, Ortadoğu arasında bir köprü; insanlar, mal ve hizmetler arasında transfer ve geçiş noktası ve kültürlerin buluşma yeri olgusunu yerleştirmiştir.”

ifadelerini kullanmıştır. 1996 yılında DPT tarafından hazırlanan 7. Beş Yıllık Kalkınma Planı da benzer ifadeler ek olarak küreselliği ulusal plana dahil etmiştir.¹⁴⁰

¹³⁹ Çağlar Keyder, *İstanbul Küresel ile Yerel Arasında*, (çev: Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul, s:26, 2000.

¹⁴⁰ Murat Diren, “İstanbul, On Yıl Önce On Yıl Sonra”, *İstanbul Dergisi*, sayı:41, s: 100-113, 2002.



Şekil 5.6: Boğaziçi Köprüsü¹⁴¹

1984 yılı sonrasında küreselleşme doğrultusunda İstanbul’da oluşturulan projelerle kent küresel rekabete hazırlanmıştır. Bu doğrultuda kent dahilinde beklenen işgücü artışı ve buna bağlı olarak artacak nüfus için gerekli düzenlemeler de gerçekleştirilmiştir. Kentte yer alan sanayi için oluşturulan bölgelere ek olarak Maslak bölgesi bankacılık ve finans sektörüne ait ofis binaları oluşturulacak şekilde düzenlenmiş, kent içinde ulaşımı kolaylaştıracak çevreyolu, metro sistemleri projelendirilmiştir. Artan nüfusun şehirlerarası ve uluslararası ulaşımını sağlayacak şekilde mevcut havaalanının geliştirilmesinin yanısıra, yeni havaalanları projelendirilmiştir. Artan nüfusa bağlı tek merkezli halden çok merkezli hale dönüşen İstanbul’da yeni konut bölgeleri oluşturulmuş, oluşturulan yeni merkezlerde alışveriş merkezleri inşa edilmiştir. Kent adının kültürel etkinlikler üzerinden duyurulması amaçlı sanat müzelerinin açılması desteklenmiş, kültürel etkinliklerin yeracağı kongre merkezleri inşa edilmiştir. İstanbul adıyla anılan bienal ve sanat fuarlarının daha geniş duyuruları yapılmıştır. Yabancı sermaye Türkiye’ye gelmiş, Anadolu yakasında da Altunizade ve Kozyatağı semtlerinde Maslak bölgesinde yaşanan gelişmeye benzer dönüşüm yaşanmıştır.

¹⁴¹ <http://www.mimarlikforumu.com/showthread.php/21876-Boğaz-Köprüsü-nasıl-yapıldı> (erşim tarihi: 11.02.2013)



Şekil 5.7: İstanbul raylı system planı¹⁴²

Tekeli İstanbul'da gerçekleştirilen kentsel dönüşüm projelerinin kentte yeni akımlar mekanları oluşturmak amaçlı olduğunu ifade etmektedir. Su yollarıyla bölünmüş durumdaki İstanbul'un, boğaz ve Haliç tarafından üçe bölündüğünü belirtmektedir. Kent, Haliç'in güneyinde İstanbul'un batı sektörüne, Haliç'in kuzeyinde kuzey gelişmesine, Boğaz'ın Anadolu kısmında yer alan doğu uzantılarının herbirinin kendi merkezlerinde oluşmuş Merkezi İş Alanlarından çevreye doğru farklı uzaklıklarda farklılaşmalar göstererek yayılmıştır. Kentin en dışında da gecekondular oluşmuştur. İstanbul'un dünya kenti olması doğrultusunda gerçekleştirilen düzenlemelerle, Boğaz köprüleri ve çevreyolları inşa edilmiş, bu doğrultuda kentin parçalı coğrafyası bütünleştirilmiştir, kent bünyesinde yer alan fonksiyonlar yeniden biçimlendirilmiştir. Merkezi kararların verildiği "merkezi iş alanları" 4. Levent'ten başlayan Büyükdere Caddesi boyunca uzanan bölgeye gökdelenler inşa edilerek yerleştirilmiş, Maslak yolu gökdelenler bölgesine dönüştürülmüştür. Oluşturulan bu bölge çevreyollarının inşa edilmesiyle desteklenmiş, çevreyollarına yakın alanlarda yeni alışveriş merkezleri oluşturulmuştur. Maslak bölgesindeki gökdelenlerde ikamet eden yöneticilere yaşam mekanları yaratılması da çevreyollarına yakın bölgelerde lüks konutların inşasıyla sağlanmış, Kemer Country, Beykoz Konakları gibi farklı bölgelerde

¹⁴² <http://www.rayhaber.net/istanbul-metro-ve-metrobus-hatlari-metrobus-duraklari-metro-durak-isimleri/> (erişim tarihi: 18.02.2013)

kentin diğerkesiminden izole edilmiş lüks konutlar inşa edilmiştir. Kentte oluşturulan yeni iş alanları dahilinde Sultanahmet ve Beyoğlu gibi eski yerleşim yerlerinin önem yitirip yok olmaması için bu bölgelerde yenileme çalışmaları yapılarak farklı işlevler getirilmiş, turizm için çekim noktaları oluşturulmuştur. Kuzguncuk, Cihangir ve Galata semtleri orta grup gelir sınıfının konut ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde cazip duruma getirilerek canlandırılmışlardır. Kentte yaşayan düşük gelir grupları da çevreyolunun kuzeyinde yer alan bölgeye yerleştirilmiştir.¹⁴³



Şekil 5.8: Cihangir Senti'nden görünüm¹⁴⁴

¹⁴³ İlhan Tekeli, “Dünya Kenti Olma Süreci İçinde Akımlar Mekanını Yeniden Biçimlendiren İstanbul”, *İstanbul Dergisi*, İstanbul, sayı:37, s:90-93, 2001.

¹⁴⁴ http://tr.wikipedia.org/wiki/Cihangir_beyoğlu (erişim tarihi: 11.02.2013)

Asya ile Avrupa arasında köprü görevini gören İstanbul'un küresel rekabette fark edilir olması amacıyla bulunduğu bölgede kültür merkezi durumuna gelmesi amacıyla çeşitli kentsel dönüşüm projeleri ve restorasyonlar gerçekleştirilmiştir. Kentsel dönüşüm projeleri genellikle kentin tarihi bölgelerinde gerçekleştirilmiş, yeni olan tarihi olanla birlikte kullanılarak çekici hale getirilmiştir. Sultanahmet ve Beyoğlu semtlerinde rehabilitasyon projeleri tasarlanmış, Zeyrek'te bulunan tarihi evlere ait restorasyon projeleri oluşturulmuş, Zeytinburnun'da kültür vadisi projelendirilmiş, Fener-Balat bölgesinde iyileştirme çalışmaları yapılmıştır.

İstanbul'un dünya kenti olması yolunda gerçekleştirilen projeler ve etkinliklerle birlikte İstanbul'da "bölünmüş kent" ortamı oluşmuştur. Kentin bir bölümünde küresel maddi akışlar gerçekleşmekte, bunlar sınıf oluşumu, tüketim kalıpları ve yaratılan istihdam bakımından beklenen sonuçları üretmiş, ancak kentin ikinci bölümündeki insanlar bu akışlardan uzak kalmıştır. İkinci bölümdeki kentli nüfus gecekondualarda yaşamakta, kentin çevresinde kasaba ortamı oluşturmaktadır.¹⁴⁵



Şekil 5.9: Beyoğlu semti görünüm¹⁴⁶

Çağdaş İstanbul görüntüsü yaratma amacıyla İstanbul'da Modern Sanat Müzeleri

¹⁴⁵ Çağlar Keyder, *İstanbul Küresel ile Yerel Arasında*, (çev: Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul, s:36, 2000.

¹⁴⁶ <http://ihaber.istanbul.edu.tr/istanbul/lider-yine-beyoglu-h860.html> (erişim tarihi: 18.02.2013)

ve güncel sanat eserlerinin sergilendiği galeriler açılmıştır. İstanbul'un ilk çağdaş sanat müzesi "İstanbul Modern" açılmak istenilen tarihten çok daha sonra, uzun süreçler sonunda açılabilmiştir. İstanbul Modern ve ardından açılan diğer müze ve galerilerle İstanbul için yaratılmak istenen çağdaş kimliğin oluşturulması desteklenilmiştir.

İstanbul Bienali'yle ilgili olarak Esche ve Kortun; kapitalizmin bünyesinde sanatın çeşitli rolleri olduğunu, sanatın alternatif düşünce için program oluşturarak sistem dahilindeki muhalefet ihtiyacını karşılaması ve muhalif sesler için çıkış noktası haline gelmesini gerçek ve mevcut bir tehlike olarak yorumlamaktadırlar. Mevcut ekonomik sistemin, zengin azınlığın çıkarlarına geliştirilen küreselleşme biçiminin kabul görmesini riske atmadan konuşma özgürlüğü kurgusunu korumakta başarılı olduğunu ifade etmektedir. İstanbul şehri konumu itibariyle bu tür stratejiler için önemli bir noktada olduğundan hareketle, bienallerde gerçekleştirilen işlere farklı bir anlam katılmaktadır. Kapitalizmin denetleme sisteminin İstanbul'da diğer şehirlere oranla daha az güvende olduğunu savunan Kortun ve Esche, marka ürünlerin İstanbul'da görece bir özgürlük içerisinde üretiltiğini ifade etmektedirler.¹⁴⁷

Beral Madra kentte bulunan çağdaş sanat müzesini ve sanatı, "saygınlık ve entellektüel güç" olarak tanımlamıştır.¹⁴⁸

5.4. İstanbul'da Kamusal Alanın Sanat Eksenli Dönüştürülmesi

*"Şehir bir söylemdir;
bu söylem de gerçekten bir dildir;
Şehir sakinleriyle konuşur;
Biz, içinde bulunduğumuz kenti
konuşuruz;
Bunu da orada yaşayarak, orada
dolaşarak, ona bakarak yaparız."*

Roland Barthes

¹⁴⁷ Charles Esche - Vasıf Kortun, "Dünya Senin", 9. İstanbul Bienali'nden Metinler, s:22, 2005.

¹⁴⁸ Beral Madra, "Çağdaş Sanat Açısından İstanbul Bir Yoklar Metropolüdür", *Arredamento Dekorasyon*, Boyut Yayınları, İstanbul, s:94, 01/1997.

Türkiye küresel rekabete ortamına dahil olduğu İstanbul kentinde gerçekleştirdiği dönüşümler, sanat festivalleri ve diğer büyük ölçekli kültürel etkinliklerle dünya kamuoyunun ilgisi çekilmeye çalışmaktadır. Özellikle 2000 yılı sonrasında özel sanat müzelerinin açılması ve sayılarının artması, özel sanat galerilerinde yaşanan artış, bu galerilerde Türk sanatçıların yanısıra yabancı sanatçıların sergilerine de yer verilmesi, sanatla ilgili diğer kurumların sayısında yaşanan artış doğrultusunda düzenlenen seminer ve konferans gibi etkinliklerde yaşanan artış ve tüm bu kurum ve kuruluşların kente eklemlenmesiyle İstanbul sanatla birlikte anılır duruma getirilmiştir. 2000 sonrası dönemde artan özel müzecilikle birlikte sanatın araştırmaları doğrultusunda gelişmesi yaşanmış, küresel rekabette İstanbul'un adı bu müzelerle birlikte anılır hale getirilmiştir. İstanbul'da açılan özel müzelerin şehrin ikonları durumuna getirilmesiyle, kent kültürel olarak deneyimlenmek istenen mekan durumuna gelmiştir. Guggenheim müzesinin Bilbao kentinde açılmasıyla, küresel arenada parlayan Bilbao kenti gibi İstanbul'da 2000 sonrası açılan sanat müzeleri de İstanbul'un adının bu müzelerle birlikte anılmasını sağlamak amaçlı yatırımlar olarak gösterilmektedir.



Şekil 5.10: İstanbul kenti görünüm¹⁴⁹

¹⁴⁹

<http://emlakuncel.com.tr/beyoglundabuyukdegisim> (erişim tarihi: 18.02.2013)



Şekil 5.11: İstanbul Modern Müzesi¹⁵⁰

Urry tarafından yapılan aktarımda Lefebvre'nin kapitalizm ihtiyaçları doğrultusunda mekanların üretildiği belirtilmektedir. Lefebvre, mekanın üretilebilen bir şey olduğunu ve mücadele alanını temsil ettiğini belirtmektedir. Arazi, bölge, yer gibi farklı mekansal görüngüler, mekansallaşma diyalektik yapısının parçası olarak kabul edilmektedir. Oluşturulan yapı, mekansal pratikleri (inşa edilmiş çevre ve peyzaj), mekan temsiliyetlerini (devlet aracılığıyla mekanı örgütleyen pratikler), temsiliyetin mekanlarını içermektedir. Küreselleşmeyle birlikte “doğa” toplumsal yaşamdan ayrıştırılmıştır. Soyut mekan, “yaratılmış mekanlar” a yol açan kapitalist ilişkilerin sonucunda oluşturulmuştur.¹⁵¹ İstanbul da bu doğrultuda kentsel tasarımlarla kapitalizm ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde dönüştürülmüştür.

Avrupa Birliği'ne üye olmayan ülkelere de Avrupa Kültür Başkenti seçilme hakkı tanınmasıyla birlikte İstanbul'un aday olması fikri gündeme gelmiş, 2000 yılında İKSV'nin koordinatörlüğünde on üç sivil toplum kuruluşu ve yerel yönetim temsilcilerinin katılımıyla İstanbul'un Avrupa Kültür Başkenti seçilmesi için çalışmalara başlanılmış, İstanbul 2010 yılı Avrupa Kültür Başkenti seçilmiştir.¹⁵²

¹⁵⁰ http://en.wikipedia.org/wiki/File:Istanbul_Modern_1.jpg (erişim tarihi: 11.02.2013)

¹⁵¹ Henri Lefebvre, *The Production of Space*, Oxford: Blackwell, 1991.

¹⁵² Marmara Boğazlar Belediyeler Birliği, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.



Şekil 5.12: İstanbul Avrupa Kültür Başkenti Afişi¹⁵³

İstanbul'un 2010 yılı Avrupa Kültür Başkenti seçilmesiyle, kenti dünya kamuoyunun beğenisine sunmak amaçlı çeşitli dönüşümlerin yapılması gündeme gelmiştir. Bu dönüşümler ve İstanbul'a getireceği kazanımlar aşağıdaki şekilde sıralanmıştır;

- İstanbul'da kültür varlıklarının korunacağı ve çağdaş bir şekilde sergilemeye imkan veren müzeler kurulacak,
- İstanbul'un kültürel alt yapısı güçlendirilecek,
- İstanbul yeni kültür mekanlarına sahip olacak,
- Avrupa ile kültürel ilişkilerin gelişmesinin yanı sıra ekonomik gelişmeler de artacak,
- Kentsel dönüşüm projeleriyle birlikte kentin çehresi değişerek, kentin yaşam kalitesi yükselecek,
- İstanbul'un adı 2006 yılı itibarıyla kültür sanat gündeminin merkezine oturacak,
- İstanbul'da kentlilik bilinci geliştirilerek, kentte yaşayanlar İstanbul'da olmakla gurur duyacaklar.¹⁵⁴

¹⁵³ <http://avrupakulturbaskenti2010>

¹⁵⁴ İstanbul 2010 AKB Ajansı

İstanbul'da Kültür Başkenti kapsamında yapılması düşünülen kentsel dönüşüm projeleri Tarihi Yarımada, Beyoğlu, Haliç, Zeyrek gibi kent merkezlerinde yoğunlaşmış, bu bölgelerdeki eski yapılar restore edilerek dönüştürülmüşlerdir. Kentte oluşturulan “İstanbullu” söylemiyle kentlilik bilinci oluşturulmuş, kentte yaşayanlarda ortak bir duruş oluşturulmuştur.

Küresel rekabette farkedilmek amaçlı yapılan düzenlemelerde kültür eksenli dönüşümler ön plana çıkarılmış, kent büyük ölçekli çağdaş sanat fuarları ve festivaller düzenlenerek sermaye piyasasının beğenisine sunulmuştur. Sanatın da tüketilen bir nesne durumuna getirilmesiyle, sanat ve sanatçı kent için önem kazanmış, tüketime sunulan diğer kentler gibi İstanbul da çağdaş sanat üzerinden pazarlanır duruma getirilmiştir.

Dünya kenti olma çabasındaki İstanbul'da düzenlenen uluslararası sanat faaliyetleri, bienaller ve sergilerle sanatçılara yeni roller verilmektedir.¹⁵⁵ Sanatsal etkinlikler tüketime sunulan metaya dönüştürülen kenti pazarlama ve satma araçları durumuna getirilmektedir.¹⁵⁶ Geline durumu Beral Madra, *“siyasetçiler kültürü bir aracı gibi, özel sektör bir billboard gibi, medyalar bir sansasyon malzemesi gibi kullanma sürecine girerler”* şeklinde belirtmektedir.¹⁵⁷ Kültür araçsallaşırken, kent mekanı da kültür ve her türlü sanatın sergilendiği bir sahneye dönüştürülmektedir.¹⁵⁸

¹⁵⁵Sibel Yardımcı, *Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul'da Bienal*, İletişim Yayınları, İstanbul, s. 46, 2005.

¹⁵⁶ Çağlar Keyder, “İstanbul’u Nasıl Satmalı”, *İstanbul Dergisi*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, Sayı: 3, 1993.

¹⁵⁷ Madra Beral, “Bir gün, Belki... Ama Nasıl?”, *İstanbul Dergisi*, Sayı 3, s.47-55, 1992.

¹⁵⁸Sibel Yardımcı, *Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul'da Bienal*, İletişim Yayınları, İstanbul, s: 46, 2005.



Şekil 5.13: İstanbul Tasarım Bienali Afışı¹⁵⁹

Ferhan İstanbullu Milliyet gazetesi Cadde ekindeki köşe yazısındaki

*“İstanbul’un kültür-sanat gündemini takip edebilmek ne mümkün!
Yetişemediğim, gidemediğim etkinliklerin posterlerini görmek bile, ne
kadar hareketli bir şehirde yaşadığımı hatırlatıp, beni mutlu ediyor.”*

ifadesi, İstanbul’da kültür sanat etkinliklerine yapılan yatırımları vurgulamaktadır.¹⁶⁰

Beşinci İstanbul Bienalinde düzenlenen bir panelde konuşan Belçikalı sanat eleştirmeni-küratör Barbara Vanderlinden, uluslararası bir serginin düzenlendiği şehir, ülke ve sponsorlar açısından yeni bir harita oluşturması dolayısıyla, sergilerin düzenlendiği yeri politik olarak nitelmiştir. Uluslararası sergilerin düzenlendiği yer adının sergi isminde yer almasının, düzenlendiği şehir ve ülkeye “kültürel ve politik” bir statü eklediğini belirtmektedir.¹⁶¹ Zukin, kentte düzenlenen büyük ölçekli sergilerin kent bütçesinden önemli bir miktar aldığını,

¹⁵⁹ <http://www.narsanat.com/istanbul-tasarim-bianeli-basliyor> (erişim tarihi: 20.02.2013)

¹⁶⁰ 15 Kasım 2012 Milliyet Gazetesi Cadde eki Güncel sayfası

¹⁶¹ Barbara Vanderlinden, “Bienallerin ve Diğer Mega Ergi Modellerinin Eleştirisi ve Savunusu”, *Beşinci Uluslar arası İstanbul Bienali Ek Kataloğu*, İKSV, İstanbul, s.206, 1997.

kültürün, kenti pazarlamanın araçlarından biri olarak “markalı bir ürünün markası” durumuna getirildiğini belirtmektedir.¹⁶²

Esche ve Kortun tarafından yazılan “Dünya Senin” adlı 9. İstanbul Bienali’ne ait metinlerin toplandığı kitapçıkta da İstanbul’da düzenlenen bienali küresel rekabette kenti tüketime sunmak için araç olarak tanımlanmamaktadır. Aksine, bienal ve İstanbul’un etkileşimi için,

“Şehrin fetihçi bir imparatorluğun merkezi olarak tarihinin yanı sıra, şehrin dönüşümünün, dinamik değişimin kutsanması sürecinde çoğu kere gizli kalan, yeni bir eşitsizlikler çeşitliliği de ürettiği düşünüldüğünde, bu süreçte alçakgönüllülükten yoksun bir İstanbulculuğun son derece sorunsal bir hal aldığını anlamak önemli. Bu eğilime tepki olarak, bienal İstanbul’u (aralarında rekabet olan pazarlanabilir şehirler yarışında marka olarak değil) gerçek, yaşanmış bir yer olarak konumlandırıyor. Bu bienal, şehri küresel kapitalizme satmak için bir araç değil, ama onun sakinlerine başkalarına yamuk bir bakışla sunmanın bir aracı.”

ifadesine yer vermektedir.¹⁶³

¹⁶² Sharon Zukin, *The Cultures of Cities*, Blackwell, Cambridge, s.12, 1996.

¹⁶³ Charles Esche - Vasıf Kortun, “Dünya Senin”, 9. İstanbul Bienali’nden Metinler, s:17, 2005.



Şekil 5.14: 9. İstanbul Bienali Afışı¹⁶⁴

Esche ve Korun 9. İstanbul Bienali için, “*İstanbul bu bienalin sadece konusu değil, aynı zamanda da işlem alanı*” şeklinde belirtmişlerdir. Radikal bir akış içerisindeki İstanbul’u özelleştirmeyle yapacağı evliliğe hazırlanan “gelin”e benzetmişler, şehrin bu süreçte büyük çaplı sergilere ve yeni müzelere ev sahipliği yaptığını ifade etmişlerdir. Şehrin farklı noktalarında gerçekleştirilen bienalde, her ziyaretçi potansiyel bir turist olarak kabul edilmiş, sanatçıları yabancı bir zemine yerleştirerek projeyi şehrin günlük temposundan uzaklaştırmışlardır. Bienallerin toplu küresel ürün tanıtımlarının kültürel versiyonları olmaya yönelmeleri dolayısıyla, Venedik’ten Sharjah’a, Sao Paulo’dan Gwangju’ya bienaller benzer organizasyonlara dönüşmüşler, belirli avangard tutkuları tatmin etmeye yönelmişlerdir. Bununla, avangardın sanatla hayatı entegre etme arzusu değil, sanatın küresel serbest piyasa tarafından mutlak tüketimi amaçlanmıştır.¹⁶⁵

9. İstanbul Bienali İstanbul’un Beyoğlu ve Galata Bölgelerine dağılmış işlerden

¹⁶⁴ <http://bienal.iksv.org/tr/arsiv/bienalarsivi/199> (erişim tarihi: 20.02.2013)

¹⁶⁵ Charles Esche - Vasıf Kortun, “Dünya Senin”, 9. İstanbul Bienali’nden Metinler, s:19, 2005.

oluşturularak sanat izleyicisi şehrin içine çekilmiştir. Bienali gezmek sadece eserlerin bulunduğu yerleri gezmenin ötesine çekilmiş, izleyici şehirle birlikte eserleri incelemiştir. Bienal kapsamındaki işler İstanbul'un farklı yerlerine yerleştirilerek izleyici kamusal alana dahil edilmiştir.

Kortun ve Esche,

“Sanat ve siyasal değişim arasındaki ilişkinin koşullarını bir sebep sonuç bağıyla tanımlamak herhalde asla mümkün olmayacak ve kişisel bir düzeyde farklı düşünmeye itenler bile bu kökenlerden tamamıyla haberdar olmayacaklardır”

şeklinde belirtmişlerdir.¹⁶⁶

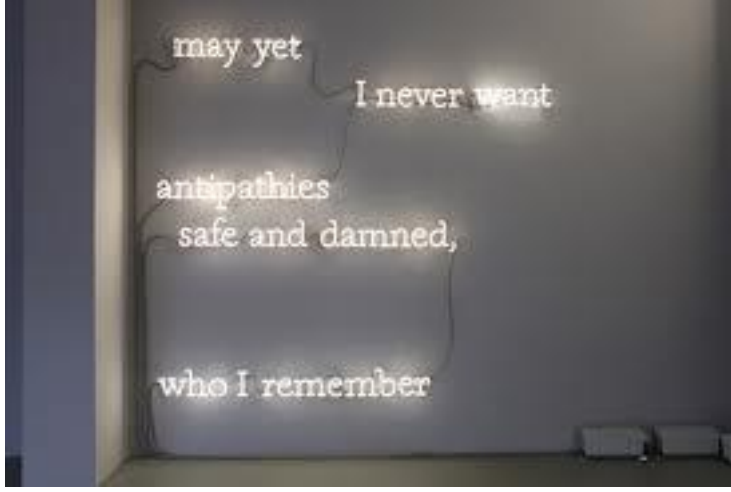
Beral Madra 22.11.2012 - 23.02.2013 tarihleri arasında İstanbul Kuad Galeri'de düzenlenen Joseph Kosuth'a ait yerleştirmelere ait davetiyede,

“..... Onüç yıl sonra tekrar İstanbul'a gelerek Kuad Galeri için bir iş oluşturması, bugün küresel pazarların güdüleyici etkisi altına girdiği ileri sürülen sanatın işlevi, doğası ve statüsü üstüne yeniden düşünme ve sorgulama alanı açacaktır. Kuşkusuz Kosuth gibi bir sanatçının varlığı ve yapıtı günümüzün küresel kenti İstanbul'un çağdaş sanatı çekici bulan izleyicisininin kavrayış ve algısına büyüleyici bir etki yapacaktır. En önemlisi de, günümüzde sanat üretirken disiplinler arası kavramsal, kuramsal ve entellektüel içerik, biçim ve estetik arayışına giren genç kuşağın bigi ve algı süreçlerine büyük katkıda bulunacaktır.”¹⁶⁷

şeklinde belirtmiştir.

¹⁶⁶ Charles Esche – Vasıf Kortun, “Dünya Senin”, 9. İstanbul Bienali'nden Metinler, s:22, 2005.

¹⁶⁷ Beral Madra, Joseph Kosuth, “Uyanma” adlı sergi davetiyes, 2012.



Şekil 5.15: Kuad Galeri- Joseph Kosuth sergisi¹⁶⁸

2000 yılı sonrasında İstanbul'da kültür eksenli politikalar doğrultusunda kent dahilinde birçok yatırımlar gerçekleştirilmiştir. İstanbul'da açılan çağdaş sanat müzeleri, her geçen yıl daha geniş kapsamlı olarak düzenlenen bienaller, çağdaş sanat sergi ve fuarları gibi etkinliklerle kent yaşamı kültürle birlikte anılır duruma getirilmiş, kent gösteri alanına dönüştürülmüştür. İstanbul halkı için hala bir yaşam biçimi haline getirilmese de sanat günlük yaşamın içine girmiştir. İstanbul'da çağdaş sanat etkinlikleri, alışveriş merkezleri, restoranlar, okullar, hastaneler, sokaklar gibi birçok farklı kamusal alanda rastlanılır duruma getirilmiştir.

Keyder, İstanbul'da gerçekleştirilen sanat eksenli dönüşümlerde, kentin dönüşümünden çok, toprak mülkiyetinin el değiştirdiğini belirtmektedir. Daha önce hazine arazisi ya da gecekondü bölgesi olan arazilerin devlet eliyle özel sektöre devrinin söz konusu olduğunu belirtmekte, sanat eseri biriktiren burjuvazinin sergileme amaçlı olarak gerçekleştirmek istedikleri müzelerin kurulmasına yardımcı olduğunu belirtmektedir.¹⁶⁹

¹⁶⁸ <http://www.theguideistanbul.com/agenda/detail/294166> (erişim tarihi: 20.02.2013)

¹⁶⁹ Ayşe Köksal, "Bilbao Rüzgarları İstanbul'a Uğrar mı?", *Genç Sanat*, Milliyet Yayınları, İstanbul. Sayı:194, s:41, 2011.

5.4.1. Kalıcı Mekansal Dönüştürmeler, Müzeler

“Müze, marka değeri ve kültürel sermaye adına medyada dolaşıma giren imge.”

Hal Foster

İKSV tarafından gerçekleştirilen İstanbul Bienal’inin kurumsallaşmasıyla birlikte sürekli bir güncel sanat kurumuna ihtiyaç duyulmuştur. İstanbul Modern ve ardından gelen diğer çağdaş sanat müzeleri bu ihtiyaca karşılık vermek, Türkiye ve dışarıları arasında, yerel ve küresel, yakın ve uzak güncel sanat kurum ve kişileriyle ilişki halinde olan, güncel sanatı ve sergileri kaydeden, araştırma ve yayım yapan, konuşma ve tartışmalarla güncel sanattan haber veren bir kuruma olan ihtiyaç doğrultusunda tasarlanmış ve gerçekleştirilmiştir.¹⁷⁰

Çağdaş sanat müzelerinin kente eklenmesiyle birlikte İstanbul adı çağdaş sanatla birlikte anılmaya başlamıştır. Çağdaş sanat müzelerinde düzenlenen sergi ve etkinliklerle İstanbul kenti dünya kamuoyunun ilgisini çekmektedir. 2000 yılı sonrasında açılan sanat eksenli müzeler, kentin küresel arenadaki gücünün arttırırken diğer yandan da bünyelerinde bulundurdukları restoran ve kütüphane birimleri ve düzenledikleri eğitim programlarıyla kentliyle etkileşime girmekte, kentliyi müzenin parçası haline getirmektedir.

5.4.1.1. Proje 4L

20 Eylül 2001 tarihinde Proje 4L İstanbul Güncel Sanat Müzesi kurulmuştur. 2001-2004 yılları arasında hayatta kalan bu müze Can Elgiz tarafından kurulmuş, yönetimi Vasıf Kortun’a teslim edilmiştir. Proje 4L adlı Çağdaş Sanat Müzesi’nde kar amacı gütmeyen, galerilerde sergileme ve satış şansı çok düşük olan genç ve ismi az duyulmuş sanatçıların eserlerinin sergilenmesi amaçlanmıştır. Kar amacı gütmeyen banka galerileri, güncel sanatın alınıp satılabildiği galeriler Proje 4L’nin kurulmasından sonra ortaya çıkmıştır. Koleksiyoncu kimliğinin ağır basmasıyla

¹⁷⁰Vasıf Kortun, “Çağdaş Sanat Müzesi”, *Arredamento Dekorasyon*. Boyut Yayınları, İstanbul, 01/1997.

birlikte müze 2005 yılında Proje 4L, Elgiz Çağdaş Sanat Müzesi'ne dönüşmüştür.¹⁷¹



Şekil 5.16: Proje 4L¹⁷²

Elgiz Çağdaş Sanat Müzesi 2013 yılında IFEMA Amigos de ARCO tarafından verilen uluslararası koleksiyonerlik ödülünü almaya hak kazanmıştır.¹⁷³

5.4.1.2. İstanbul Modern

11. Aralık. 2004 tarihinde açılan İstanbul Modern Sanat Müzesi Eczacıbaşı topluluğunun müze açmasından öte bir nitelik taşımaktadır. Dr. Nejat Eczacıbaşı koleksiyonunun müzeye dönüştürülmek istenmesi üzerine, 4 No'lu Antrepo kiralanmıştır. Mimari projesi Tabanlıoğlu mimarlık tarafından gerçekleştirilen müzenin açılış tarihi gazete ilanıyla 2005 baharı gibi kararlaştırılmasına rağmen, 17 Aralık 2004 tarihinde Türkiye'nin Avrupa Birliği Müzakereleri'ne başlayacak olması müzenin açılışının daha önce bir tarihe çekilmesine neden olmuştur. Türkiye'nin Çağdaş Sanat Müzesi'ne sahip olmasının yurtdışındaki imajını

¹⁷¹ Burcu Pelvanoğlu, "Koleksiyonları ve Sorunlarıyla İstanbul Müzeleri", *Arredamento Dekorasyon*, Boyut Yayınları, İstanbul, s: 63-64, 09/2008.

¹⁷² <http://www.proje4l.org>

¹⁷³ <http://www.proje4l.org/newsite2011/TR/subpagestr/ifema.html> (erişim tarihi: 21.02.2013)

yükselteceğine olan inanç doğrultusunda açılış hazırlıkları tamamlanmamış olunmasına rağmen, müze müzakere tarihinden 6 gün önce 11 Aralık 2004 tarihinde Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın da bulunduğu bir törenle açılmış, açılış yurtdışında da duyurulmuştur. Açılış hazırlıklarının tamamlanmamış olması, devletin kültür-sanat politikalarından yoksun olması ve devlet tarafından müzenin halkla ilişkiler aracına dönüştürülme çabası İstanbul Modern Sanat Müzesi'ne başlangıçta çok yük getirmiştir.¹⁷⁴



Şekil 5.17: İstanbul Modern Sanat Müzesi¹⁷⁵

Yeni yapıtlar Yeni Ufuklar adlı sergi kataloğunda İstanbul Modern Müzesi'nin Türk ve Dünya çağdaş sanat örneklerini müze bünyesinde barındırdığı belirtilmektedir. Müze 5. Yılında Avrupa Müzeler Formu'nun düzenlediği 32. Avrupa Müze Formu'nda Özel Ödül kazanmıştır.¹⁷⁶

¹⁷⁴ Burcu Pelvanoğlu, “Koleksiyonları ve Sorunlarıyla İstanbul Müzeleri”, *Arredamento Dekorasyon*, Boyut Yayınları, İstanbul, s: 63-64, 09/2008.

¹⁷⁵ <http://istanbul.gov.tr> (erişim tarihi:20.02.2013)

¹⁷⁶“Yeni Yapıtlar Yeni Ufuklar Sergi Katolog Yazısı”, Mas Matbaacılık, İstanbul, s: 4-5-6-7, 2009-2010.

İstanbul Modern, İstanbul’da açtığı çağdaş sanat sergilerinin yanı sıra yurt dışında da çağdaş Türk sanatçılarına ait eserleri içeren sergiler açmış, İstanbul ve Türkiye’yi yurtdışında bu sergilerle temsil etmiştir. 2009-2012 yılları arasında yurtdışında, Berlin, Paris, Salzburg ve Seul gibi şehirlerde sergi açan İstanbul Modern, “kültür ihracatına” Rotterdam’da açtığı sergiyle devam etmiştir. İstanbul Modern Hollanda ve Türkiye arasındaki diplomatik ilişkilerin 400. Kutlamaları dahilinde, Rotterdam’daki Boijmans van Beuningen Müzesi’nde “İstanbul Modern Rotterdam” sergisini açmıştır. Türk Çağdaş Sanatının son 30 yılının özeti durumundaki sergi, kıdemli ve yenilikçi 14 sanatçının yapıtlarını içermiştir.¹⁷⁷

2013 yılında Pekin’de sergi açma çalışmalarını sürdüren İstanbul Modern şef küratörü Levent Çalıkoglu, yurtdışı sergilerinin yeni bir kıta olarak İstanbul’un hem küresel sanat haritasındaki yerine vurgu yaptığını, hem de İstanbul Modern olarak bu konuda aldıkları sorumluluğu,

“2000’li yıllar, global sanat haritasının yönlerden ve iktidar merkezlerinden arındığı bir süreç. İstanbul gibi köklü bir geçmişe, modern ve çağdaş bir kimliğe, farklı sosyokültürel katmanlara, sayısız güncel dinamiğe sahip bir kentin, yeni bir kıta gibi keşfedilmesine ve parıldamasına şaşmamalı. Bugün yaşadığımız başdöndürücü ilişki ve sergi trafiğinin en önemli mimarları şüphesiz sanatçılar.....”

cümleleriyle ifade etmiştir.¹⁷⁸

5.4.1.3. Santral İstanbul

1911 yılında Osmanlı İmparatorluğu’na ait ilk elektrik santrali olarak inşa edilen Silahtarağa Elektrik Santrali, 2004 yılında Bilgi Üniversitesine üniversite ve çağdaş sanat ve kültürel etkinliklerin düzenlenmesine imkan veren bir kompleks şeklinde tasarlanması üzere verilmiştir. Mimari tasarımı Han Tümertekin, Nevzat Sayın ve Emre Arolat tarafından gerçekleştirilen, “Santral İstanbul” adlı

¹⁷⁷Evrin Altuğ, “İşlek İki Sanat Limanı: İstanbul-Rotterdam”, *Sanat Dünyamız*, Yapı Kredi Yayınları, sayı:128, Mayıs- Haziran 2012.

¹⁷⁸Evrin Altuğ, E, “İşlek İki Sanat Limanı: İstanbul-Rotterdam”, *Sanat Dünyamız*, Yapı Kredi Yayınları, sayı:128, Mayıs-Haziran 2012.

komplekste, Enerji Müzesi'nin yanı sıra, kültürel etkinliklerin gerçekleştirilmesine imkan veren mekanlar, kütüphane ve butik otel yer almaktadır.¹⁷⁹



Şekil 5.18: Santral İstanbul¹⁸⁰

Santral İstanbul bünyesinde barındırdığı ana galeriyle birlikte barındırdığı Enerji Müzesi, eğitim birimleri ve sosyal alanlarıyla kent hayatına bir bütün olarak eklemlenmiş, kentin dünyaya yüzünü dönen sanat mekanı olmasının yanı sıra aynı zamanda da akademik bir alandır. Sergileme politikası üretip, sergileyip, uluslararası alanda paylaşmak üzerinedir. Kentin önemli endüstriyel miraslarından olan elektrik santralının bilim ve sanat üreten mekana dönüştürülmesiyle de kent için ayrı bir önem kazandırmaktadır.¹⁸¹

¹⁷⁹ Emel Cantürk, *Kültür Eksenli Kentsel Stratejiler: Kentin Büyük Ölçekli Etkinliklerle Sergilenmesi ve Dönüşmesi*, İstanbul Teknik Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2009.

¹⁸⁰ <http://www.santralistanbul.org> (erişim tarihi: 20.02.2013)

¹⁸¹ Neslihan Uçar, “Sanat Odaklı Özel Müzeler: İstanbul’a İlişkin Bir Değerlendirme”, *Artist Modern*, İstanbul, s:65, Aralık/Ocak 2011/2012.



Şekil 5.19: Santral İstanbul Enerji Müzesi¹⁸²

8 Eylül 2007 tarihinde “Modern ve Ötesi” adlı sergiyle açılış yapan Santral İstanbul koleksiyon oluşturmayı reddeden bir kurumdur. Selma Germaner, Fulya Erdemci, Orhan Koçak ve Zeynep Rona¹⁸³ tarafından hazırlanan Modern ve Ötesi adlı sergiye ait tanıtım kataloğunda,

“1983 yılına kadar elektrik üretmiş olan Silahtarağa Elektrik Santrali’ni kültür, sanat, eğitim ve sosyal sorumluluk platformuna dönüştürme sürecini başlatırken, “santral” sözcüğünün işaret ettiği maddi hayatı dönüştürme misyonu tinsel ve zihinsel hayata doğru genişletme kararını da vermiş oluyorduk aynı zamanda. Kültür dünyasının özgün bir yoğunlaşma bölgesi olarak “sanat”la ilişkimizin, “santralistanbul’un yeni misyonuna biçim verecek çetrefil ve zorlu alanlarından biri olacağının farkındaydık. Bununla daha işin başında yüzleşmek istedik. Çünkü Silahtarağa Santrali’nin İstanbul’un maddi hayatını köklü biçimde dönüştürdüğü 20.yy. boyunca sanatın

¹⁸² <http://mimarlik.bilgi.edu.tr> (erişim tarihi: 20.02.2013)

¹⁸³ Burcu Pelvanoğlu, “Koleksiyonları ve Sorunlarıyla İstanbul Müzeleri”, *Arredamento Dekorasyon*, Boyut Yayınlar, İstanbul, s: 63-64, 09/2008.

kendisi de olduğu yerde kalmamış, kullandığı araç-gereç, üretiliş koşulları, tanımlanış ve algılanış biçimleri bakımından varoluşsal dönüşümlere uğramış, geleneksel nesnesi olan insani ve toplumsal haller kadar kendi kendisiyle de uğramış, sınırlarını zorlamıştı”¹⁸⁴

ifadelerini kullanmışlardır.

5.4.1.4. Pera Müzesi

8 Haziran 2005 yılında Suna ve İnan Kırac Vakfı tarafından geniş ölçekli kültür-sanat hizmeti vermek amaçlı kurulmuş, Tepebaşı’nda bulunan tarihi Bristol Otelinin cephesi korunarak inşa edilmiştir. İlk mimarisi Achille Manoussos tarafından gerçekleştirilen bina, Sinan Genim tarafından tasarlanan revizyon projesiyle, Suna ve İnan Kırac Vakfı koleksiyonuna dahil “Anadolu Ağırlık Ölçüleri”, “Kütahya Çini ve Seramikleri” koleksiyonlarının yanısıra çeşitli sergilere de ev sahipliği yapmaktadır. Pera Müzesi tarafından düzenlenen dönemli sergilerde “Rembrandt”, “Niko Pirosmani”, “Joan Miro”, “Frida Kahlo”, “Goya” gibi sanatçıların yapıtları sergilenmiştir. Her yıl ulusal ve uluslararası eğitim ve sanat kurumlarıyla işbirliği yaparak genç sanatçıları destekleyen sergiler düzenlenmektedir. Pera Müzesi’nde tüm sergiler kitap, sözel etkinlikler ve çocuk eğitim programlarıyla desteklenmektedir.¹⁸⁵

5.4.1.5. Salt

Nisan 2011 yılında Garanti Bankası desteğiyle kurulan “Salt Beyoğlu”nun ardından Kasım 2011 yılında “Salt Galata” açılmıştır. İstiklal Caddesi üzerinde yer alan SALT Beyoğlu 1850-1860 yıllarında inşa edilen “Siniosoglou Apartmanı”nın Han Tüemertekin tarafından yeniden projelendirilmesiyle gerçekleştirilmiştir. 1130 metrekarelik sergileme alanına sahip binada, sergi, etkinlik, sinema, café ve mağaza bölümleri bulunmaktadır. Fransız asıllı Levanten

¹⁸⁴ *Santralistanbul. Modern ve Ötesi: 1950-2000.* İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2007.

¹⁸⁵ <http://peramuzesi.org.tr>. Erşim: 11.03.2013

mimar Alexandre Vallaury tarafından tasarlanan, 1892 yılında hizmete açılan Bank-ı Osmani-i Şahaneadlı bina Ham Tümertekin tarafından restore edilmiştir. Sergileme alanlarının yanısıra 219 kişi kapasiteli oditoryuma da sahip binada atölyeler, açık arşiv, kafe, restoran ve dükkan bulunmaktadır.¹⁸⁶

5.4.1.6. Arter

Eylül 2009 yılında İstiklal Caddesi'nde açılan, Vehbi Koç Vakfı projesi olan "Arter" sanat için alan amaçlı bir kurumdur. 1910'lu yıllarda mimar Petraki Meymaridis Efendi tarafından tasarlanan Arter, Mimar Fahrettin Ayanlar tarafından revizyon edilmiş, sanat üretimini desteklemekte, sunum imkanlarına da katkıda bulunmaktadır. Yeni üretimlere destek vermek amaçlı kurulan Arter, bu üretimlerin sergilenmesi, sanatçılar ve yapıtlarının görünür kılınması amaçlı bir kurumdur. Müze niteliğinde olmayan bina İstanbul'da sanat için yeni bir alan amaçlı, üretim, sergi ve etkinlikler düzenlemektedir. Arter'de VKV Çağdaş Sanat Koleksiyonu'ndan eserlere yer verildiği gibi, uluslararası kurumlarla birlikte düzenlenecek ortak yapımlara da yer verilmektedir. VKV Arter ile kurmayı hedeflediği müze için araştırma amacı gütmektedir.¹⁸⁷

5.4.1.7. İmoga

İMOGA- İstanbul Grafik Sanatlar Müzesi, 2004 yılında Süleyman Saim Tekcan tarafından kurulmuştur. 2000 metrekare Alana sahip bina 6 kattan oluşmaktadır. Müze bünyesinde üç kat sergi salonlu olarak ayrılmış, buna ilave olarak Süleyman Saim Tekcan Atölyesi, Ali Teoman Germaner Atölyesi ve çok amaçlı sergi ve konferans salonu bulunmaktadır. Ayrıca müzeye dahil olarak yurtdışından gelen konuk sanatçıların konaklamaları için suit daireler tasarlanmıştır.¹⁸⁸

5.4.1.8. Rezan Has Müzesi

Kadir Has Üniversitesi Cibali yerleşkesi bünyesinde yer alan "Rezan Has Müze"si

¹⁸⁶ <http://saltonline.org.tr> erişim.11.03.2013

¹⁸⁷ <http://arter.org.tr> erişim 12.03.2013

¹⁸⁸ www.ekavart.tv

2002 yılında “Cibali Tütün ve Sigara Fabrikası”nın Kadir Has Üniversitesi’ne dönüştürülmesiyle birlikte kurulmuş bir müzedir. Tarihi binanın alt kısmında yer alan Osmanlı Dönemi Hamam kalıntısı ve Bizans Dönemi su sarnıcının gün yüzüne çıkmasıyla elde edilen mekan Rezan Has Müzesi’ne dönüştürülmüştür.¹⁸⁹

Müzedede Türk ve yabancı sanatçıların sergileri düzenlenmekle birlikte, müze bünyesinde yurtiçinden ve yurtdışından gelen eğitimcilerin seminerlerine de yer verilmektedir.

5.4.1.9. Banka Galerileri

Çağdaş Sanatın alınıp satılabilirliğinin artması, kent genelinde sanat söyleminin etkili olmasıyla birçok banka sanata sponsor olmaya başlamış, bazıları da sanat galerileri açarak sanatı kendi bünyelerine dahil etmişlerdir. Beyoğlu’ndaki Yapı Kredi Kazım Taşkent Galerisi, İş Bankası Sanat Galerisi, Ziraat Bankası Tünel Sanat Galerisi, Garanti Galerisi GG-Platform Garanti Güncel Sanat Merkezi, Aksanat Galerisi, Gayrettepe’de Türk Ticaret Bankası Sanat Galerisi banka galerilerine örnek olarak gösterilmektedir.

5.4.1.10. Borusan Contemporary

Borusan Holding Yönetim Merkezi’nin Rumelihisarı’ndaki Yusuf Ziya Paşa Köşkü 2011 yılında “Borusan Contemporary” adıyla ilk ofis müzesine dönüştürülmüştür. Mimari projesi Hakan Kıran tarafından tasarlanan bina, haftaiçi ofis olarak faaliyet göstermekte, haftasonları müze ve sergi için ev sahipliği yapmaktadır. Binada Borusan Çağdaş Sanat Koleksiyonu’nun yanısıra çeşitli sergiler de düzenlenmektedir.¹⁹⁰

5.4.1.11. İstanbul’da Çağdaş Sanat Galerileri

Çağdaş sanatın İstanbul söylemine yerleşmesiyle birlikte kent genelinde birçok

¹⁸⁹ <http://rhm.org.tr/> erişim: 27.03.2013

¹⁹⁰ <http://borusancontemporary.com> erişim tarihi: 27.03.2013

galeriler açılmış, daha önceleri varolanlar da bünyelerine seminer, yurtdışı sanatçılarıyla birlikte gerçekleştirilen workshop gibi etkinlikler eklemiştir. Kent genelinde bazı bölgelerde yoğun olarak sanat galerilerinin bulunduğu kültür alanları oluşturulmuştur. Sanat etkinlikleri kent merkezinde konumlandırılırken, oluşturulan kültür mahallelerinde galerilerin topluca düzenledikleri etkinlikler faaliyet göstermiştir. Tophane bölgesinde yoğunlaştırılan çağdaş sanat galerileri yılın belli dönemlerinde “Tophane Art Walk” etkinliği çerçevesinde kentliyi bu bölgede toplamaktadır.

5.4.2. Periyodik Sanat Etkinlikleriyle Gerçekleştirilen Dönüşümler

Periyodik sanat etkinlikleri, İstanbul’da zamansal olarak sürekliliği olan, belirli zaman dilimlerinde, belirli aralıklarla düzenli olarak gerçekleştirilen sanatsal etkinliklerdir. Bienal, Contemporary İstanbul gibi etkinlikler belirli zaman aralıklarında gerçekleştirilmekte, İstanbul ve İstanbullu bu dönüşümlere hazırlanarak, beklemektedir. Büyük organizasyonlar dahilinde gerçekleştirilen bu dönüşümler, sermaye grupları için de sponsor olmaları bakımından önemli etkinliklerdir. Sermaye grupları bu etkinliklere sponsor olarak kendi markalarının reklamlarını yaptıkları gibi, kültür eksenli etkinliklerle adlarını duyurarak etkili bir konum kazanmaktadırlar. Periyodik olarak gerçekleştirilen bu dönüşümler için dünyanın farklı bölgelerinden gelen sanat yatırımcıları da kente dahil olmakta, kenti yaşamaktadırlar. Kent panayır yeri gibi sanat etkinliklerine hazırlanmakta, yurtdışından gelen yatırımcı ve sanatçı için çekici kılınmak amaçlı dönüştürülmektedir.

5.4.2.1. Bienaller

Bienallerle kent arasındaki iletişim eserlerin sergilendiği alandan çok daha fazlasını kapsamaktadır. Bienal sergileri uzunca bir dönem İstanbul’un tarihi yarımadasında gerçekleşmiştir. Böylelikle sergiler özgün mekanlarda düzenlenmiş, bu sergi mekanlarıyla da kentin tarihsel özellikleri vurgulanılmıştır. Piyasa mantığının kültürün tüm alanlarını teslim almış olması dolayısıyla, tarihsel

mekarlarda sergi dñzenlenmesi “tarihsel miras endñstrisi”nden ayrı dñřñnñlememektedir.¹⁹¹ Guy Debord tarafından belirtildiği şekilde “ gñsteri toplumunda tarihi mekanlar da giriş kapıları olan birer gñsteriye dñnñřmñřlerdir.

İstanbul Bienali

İlk olarak 1987 yılında İstanbul Kñltür Sanat Vakfı (İKSV) tarafından dñzenlenen çağdaş sanat etkinlikleri, 1. Uluslararası Çağdaş Sanat Sergileri adı altında dñzenlenmiřtir.

11. İstanbul Bienalinde önceki bienaller incelenmiştir.¹⁹²Beral Madra 12. İstanbul Bienali kapsamında 1. Bienal ile ilgili olarak yaptığı değerlendirmede

“yñnettiđim bienaller bir başlangıç oluşturdu: Bu bienaller, bir yandan, yñzyılı içine kapanarak geçirmiş, kendini yalıtılmış ve ulus devlet ideolojisinin kalıplaştırdığı kñltür politikasının etkisindeki sanat ortamına yeni ölçñtler getirmek gibi bir anlam taşıyordu.”¹⁹³

şeklinde belirtmiştir. İlk bienallerdeki deneyimsizlikler dolayısıyla yurtdışından kñratörlerin olduğu bir danışma kurulu İstanbul’a davet edilmiş, çağdaş sanat ortamı olmayan bir kenti yabancı sanatçı için çekici duruma getirmek, oryantalizm üzerinden gerçekleştirilmiş, “tarihsel mekanlar” kullanılmıştır.¹⁹⁴

Tarihlerle İstanbul Bienali

1. Uluslararası Çağdaş Sanat Sergileri 1987 “Geleneksel Yapılarda Çağdaş Sanat”

Genel Koordinatör Beral Madra

¹⁹¹ Sibel Yardımcı, *Kentsel Değişim ve Festivalizm: Kñreselleřen İstanbul’da Bienal*, İletişim Yayınları, İstanbul, s: 49-50-51, 2005.

¹⁹² Beral Madra, *12. İstanbul Bienal Kataloğu*, s:24, 2011.

¹⁹³ Beral Madra, *12. İstanbul Bienal Kataloğu*, s:30, 2011.

¹⁹⁴ Beral Madra, *12. İstanbul Bienal Kataloğu*, s:32, 2011.

2. Uluslararası Çağdaş Sanat Sergileri 1989 “Geleneksel Yapılarda Çağdaş Sanat”

Genel Koordinatör Beral Madra

3. Uluslararası İstanbul Bienali 1992 “Kültürel Farklılıklar”

Yönetmen Vasıf Kortun

4. Uluslararası İstanbul Bienali 1995 “Orient /Aktion”

Küratör René Block

5. Uluslararası İstanbul Bienali 1997 “Yaşam, Güzellik, Çeviriler/ Aktarımlar ve Diğer Güçlükler Üstüne”

Küratör Rosa Martinez

6. Uluslararası İstanbul Bienali 1999 “Tutku ve Dalga”

Küratör Paolo Colombo

7. İstanbul Bienali 22 Eylül- 17 Kasım 2001 “Egokaç-Egofugal”

Küratör Fulya Erdemci

7. İstanbul Bienali katalog önsöz yazısında Şakir Eczacıbaşı;

“Geçtiğimiz dönemlerde ekonomik, toplumsal, siyasal ve sanatsal alanlarda ortaya atılan kuramlar, başvurulan uygulamalar yeni oluşumda geçerliliğini yitirecek. Yeni uygarlığın insanları ve toplumları alışlagelenden çok başka davranışlara yönelerek, değişik ilişkiler kuracak” şeklinde belirtmiştir.¹⁹⁵

Aynı kataloğa açılış makalesi yazan bienal küratörü Yuko Hasegawa küreselleşmenin temel meselesinin bilinç olduğunu belirterek, Hans Magnus Enzenberger, Jürgen Habermas, Jean Baudrillard ve diğer birçok sosyal eleştirmenin bilinci yeni bir sanayi ürünü olarak kabul ettiklerini belirtmektedir.¹⁹⁶

¹⁹⁵Şakir Eczacıbaşı, 7. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu, 2001.

¹⁹⁶Yuko Hasegawa, 7. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu, s.14, 2001.

8. Uluslararası İstanbul Bienali 20 Eylül- 16 Kasım 2003 “Şiirsel Adalet” “Poetic Justice”

Küratör Dan Cameron

Küratör Dan Cameron katalog için yazdığı yazıda

“Küresel adaletsizlik tartışmasının çekirdeğinde küreselleşme denen çelişkili fenomen ve onun gerisinde gizlenen üstü örtülü imparatorluk parametreleri vardır. Dünya ticaretinin hızla artan bir yüzdesinin, sayıları giderek azalan çok uluslu şirketlerin denetimi altına girdiği önermesi çok yeni yada tartışma yaratacak bir görüş değildir. Ne-de bu mega-ortakların çıkış noktasının ABD olması şaşırtıcıdır. İşin gerçeği serbest piyasa diye adlandırılan şey giderek daha çok, büyük ülkelerin ve şirketlerin daha küçük olanların aktiflerini ele geçirdiği bir ortam olmuş, bu ortamda su ve elektrik gibi kamusal kaynaklar da özel girişime satılmıştır; bunlar da binlerce mil uzaktaki yabancı şirketlerdir. Daha küçük yada ekonomisi istikrarsız uluslar, kendilerini serbest piyasanın taleplerine uydurmakta zorlanmışlar ve giderek daha çoğu maliyelerinin denetimini IMF ve Dünya Bankası'nın eline bırakmak ve sonuçta sosyal hizmetler konusunda fedakarlıkta bulunmaya en hazır olan bu ülkeler en şiddetli kesintileri yapmak zorunda kalmışlardır”¹⁹⁷

şeklinde ifade etmiştir.

9. Uluslararası İstanbul Bienali 16 Eylül- 30 Ekim 2005 “İstanbul”

Bienal küratörleri, Vasıf Kortun ve Charles Esche tarafından yazılan katalog giriş yazısında bienalin şehrin belirli yerlerine dağılmış sergi alanlarından oluşmasının ardında sergiyi gezenlerin kentle karşılaşması arzusunun yattığını belirtmişlerdir. Farklı mekanlar arasında yürüyen kişilerin kentle karşılaşacaklarını belirtmişlerdir. *“Bienalin, İstanbul'a başkalarının gözünden bakarak, başkasının İstanbul'a samimi bir bakışını katmanın bir yolu olarak anlaşılacağını umuyoruz”¹⁹⁸* şeklinde

¹⁹⁷ Dan Cameron Dan, 8. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu, s.14, 2003.

¹⁹⁸ Charles Esche – Vasıf Kortun, 9. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu, Alkım Kağıt Sanayi ve Ticaret A.Ş., İstanbul, s.8, 2005.

ifade etmişlerdir.

10. uluslararası İstanbul Bienali 8 Eylül- 4 Kasım 2007

“İmkansız Değil, Üstelik Gerekli: Küresel Savaş Çağında İyimserlik”

Küratör Hou Hanru katalog giriş yazısında

“İstanbul bienali hem iç kültürel gelişme hem de uluslararası statü arayışındaki Türkiye'nin modernleşme projesinin bir parçası olarak anlaşılmalı. Küresel perspektiften bakıldığında ise İstanbul Bienali, Üçüncü Dünya projesinin yeniden doğuşunun da bir parçası olarak görülmeli ve anlaşılmalı.”¹⁹⁹

10. Uluslararası İstanbul bienali kapsamında İstanbul'da modernliğin vurgulanması amaçlı, AKM, İMÇ, Antrepo, santralistanbul ve KAHEM'in bulunduğu modern binalar sergi alanları için seçilmişlerdir. Bu bina ve mekanlar; şehrin kentsel modernleşmesinin çeşitli yüzlerinin ve modellerinin simgesel ve fiziksel aynaları ve siyasi, kültürel, ekonomik, endüstriyel ve kültürel dünyaları temsil etmektedirler.²⁰⁰

11. Uluslararası İstanbul Bienali 12 Eylül- 8 Kasım 2009

“İnsan Neyle Yaşar?- What keeps mankind alive?”

11. İstanbul Bienali küratörü; Sabina Sabolovic'tir.

11. İstanbul Bienalinde önceki bienaller incelenmiştir. İstanbul Bienali ilk olarak 1987 yılında “1. Uluslararası İstanbul Çağdaş Sanat Sergileri” adı altında düzenlenmiştir.²⁰¹Beral Madra 12. İstanbul Bienali kapsamında 1. Bienal ile ilgili olarak yaptığı değerlendirmede

“yönettiğim bienaller bir başlangıç oluşturdu: Bu bienaller, bir yandan, yüzyılı içine kapanarak geçirmiş, kendini yalıtmış ve ulus devlet ideolojisinin kalıplaştırdığı kültür politikasının etkisindeki sanat ortamına yeni ölçütler getirmek gibi bir anlam taşıyordu.”²⁰²

¹⁹⁹ Hou Hanru, *10. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu*. Ofset Yayınevi, İstanbul, s:18, 2007.

²⁰⁰ Hou Hanru, *10. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu*. Ofset Yayınevi, İstanbul, s:19, 2007.

²⁰¹ Beral Madra, *12. İstanbul Bienal Kataloğu*, s.24, 2011.

²⁰² Beral Madra, *12. İstanbul Bienal Kataloğu*, s:30, 2011.

şeklinde belirtmiştir. İlk bienallerdeki deneyimsizlikler dolayısıyla yurtdışından küratörlerin olduğu bir danışma kurulu İstanbul'a davet edilmiştir. Çağdaş sanat ortamı olmayan bir kenti yabancı sanatçı için çekici duruma getirmek, oryantalizm üzerinden gerçekleştirilmiş, “tarihsel mekanlar” kullanılmıştır.²⁰³



Şekil 5.20: 11. İstanbul Bienali Afışı²⁰⁴

12. İstanbul Bienali 2011

“İsimsiz- Untitled”

Küratörler Adriano Pedrosa- Jens Hoffmann

Bienal ve İstanbul'un etkileşimi eserlerin sergilendiği mekanlardan öte bir şey, bienalin sahnesidir. Bienalin medya sponsorlarının kentte pompaladıkları reklam panoları ve tanıtımlarla kent tarihi ve kültürü tekrarlanarak işlenen pazarlama malzemesi durumuna getirilmektedir. Bienalin pazarlama ve tanıtım süresince geliştirilen söylem de etkinliklerin kentle kaynaşmasını vurgular niteliktedir. Kentin değişik alanlarına asılan reklam panolarındaki afişlerde temsili bir kent içindeki sanata göndermeler vardır.²⁰⁵ Baudrillard'ın belirttiği şekilde “*her yerde*

²⁰³ Beral Madra, *12. İstanbul Bienal Kataloğu*, s.:32, 2011.

²⁰⁴ <http://homoinurrectus.wordpress.com> (erişim tarihi:20.02.2013)

²⁰⁵ Sibel Yardımcı, *Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul'da Bienal*, İletişim Yayınları, İstanbul, s: 52-53, 2005.

*gerçeğin estetik bir yanılısaması içinde yaşıyor” olmamızı vurgular niteliktedir.*²⁰⁶

Özellikle 1980 sonrası dönemde İstanbul Bienali siyasetçiler, sermaye sahipleri ve aydınlar tarafından İstanbul’u bir dünya kenti olarak pazarlamak amaçlı desteklenmiştir. Bienal ve benzeri kültürel etkinliklerle, “kıtalar arası köprü”, “medeniyetler arası bir kesişme noktası”, “imparatorluklar başkenti” gibi söylemlerle, İstanbul’un dünya kamuoyunun dikkatini çekecek özellikleri dolaşıma sokularak, kent için kültür üzerinden farklı tanımlamalar yapıp, “kültür” pazarlama stratejisinin bir parçası durumunda kullanılmaktadır.

Sanat ve geniş bir halk kitlesinin arayüzleri olan bienaller, sanatın gezegen çapında dağıtımında ayrıcalıklı araçlar haline gelmişler ve yeni dünya ekonomisinde şehirleri aklama görevi görmektedirler. Kentlerin güncel kültürün parçası olma arzusu doğrultusunda, kentin kendine ait olanı kendi nüfusu ve turistlerle paylaşma ihtiyacına bağlı olarak bienaller var olmaktadır.²⁰⁷

İKSV, İstanbul’u küreselleşme doğrultusunda geliştirilen kültür politikalarında yer almak amaçlı bir kuruluştur. Bu doğrultuda İKSV tarafından gerçekleştirilen festivallerde İstanbul bir mekan ve imge olarak temel alınmakta, İstanbul üzerinden Türkiye’nin dünya kamuoyuna tanıtılması amaçlanmaktadır.²⁰⁸

Bienaller, kentte marka yaratma ve pazarlama süreçleri adına gerçekleştirilen dönüşümlerin katalizörü olmaları dolayısıyla eleştirildikleri gibi kamusal alanda buluşma yaratmalarıyla da kamusal alana yeni anlamlar yüklemektedirler.²⁰⁹

İstanbul Çocuk ve Gençlik Sanat Bienali

İstanbul Çocuk ve Gençlik Bienali 2010 Avrupa Kültür Başkenti Ajansı tarafından desteklenmiş, ilk olarak 25 Kasım- 25 Aralık 2010 tarihleri arasında Antrepo 5

²⁰⁶ Jean Baudrillard, *Simulations*, SEmiotext, New York, s:148, 1983.

²⁰⁷ Charles Esche – Vasıf Kortun, “Dünya Senin”, 9. *İstanbul Bienali’nden Metinler*, İstanbul, s:18, 2005.

²⁰⁸ Sibel Yardımcı, *Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul’da Bienal*, İletişim Yayınları, İstanbul, s. 67, 2005.

²⁰⁹ <http://bienal.iksv.org/tr> (erişim tarihi:16.03.2013)

(Sanat Limanı), Haydarpaşa Garı ve Tuzla İdris Güllüce Kültür Merkezi'nde düzenlenmiştir. İstanbul Çocuk ve Gençlik Bienali yenilikçi bir yönetim stratejisine sahip olmanın yanı sıra, sanat ve eğitim alanında çalışma yapan, özel kamu kurumu ve Sivil Toplum Kuruluşları'ndan oluşan etkili bir Danışma Kuruluna sahiptir. Düzenlenen ilk bienalde beşbinden fazla genç ve çocuğun ürettikleri işler sergilenmiş, sergi, etkinlik ve atölyelere katılan öğrenciler dışında, yazarlar, sanatçılar, sanat severler, öğretmenler, öğrenciler, veliler ve medya mensupları tarafından oluşan geniş bir izleyici kitlesi tarafından izlenmiştir.²¹⁰

9 Kasım – 23 Kasım 2012 tarihleri arasında düzenlenen ikinci bienal, Kadıköy Meydanı, Şehir Hatları Vapurları, Şirket-i Hayriye Sanat Galerisi, Kadıköy Merkez Sanat Galerisi ve Beşiktaş Belediyesi Mustafa Kemal Kültür Merkezi'nde gerçekleşmiş, yaklaşık beş bin öğrencinin hazırladığı işler sergilenmiştir. Bienal dahilinde plastik sanatlar disiplinlerinin çağdaş sanat uygulama ve düzenlemeleriyle, panel, sanatçı sunumu, performans, video gösterimi, enstalasyon, atölye çalışmaları ve birçok müzik grubunun yer aldığı sahne performansları gerçekleştirilmiştir.²¹¹

İstanbul Tasarım Bienali

İlk olarak 2012 yılında düzenlenen bienal,

“yaratıcı alanlardaki meslekler için profesyoneller arasında toplumsal düzeyde ve yönetsel kademelerde farkındalık sağlayabilmek için, İstanbul'un kültür yaşamına bir Tasarım Bienali”

ihtiyacı duyulması dolayısıyla gerçekleştirilmiştir. Tasarım kavramı, mimarlıktan kentsel tasarıma, endüstriyel tasarımdan moda, grafik tasarıma kadar birçok farklı mesleği çatısı altında buluşturmakta, bu yönüyle de insan hayatının her köşesine nüfus etmektedir. Tasarım Bienali programı oluşturulurken yaratıcı alanlarda iş ve hizmet üreten tüm birimler ile işbirliği yapılması amaçlanmış, oluşturulan Akademi Programı ile Türkiye'de daha önce gerçekleşmemiş, kapsamlı bir akademik topluluk bienal hakkında düşünmeye teşvik edilmiştir. Kente yayılan onlarca seminer ve etkinlikle odaklanılan konu “İstanbul olmuş,

²¹⁰ www.cocukgenclikbienali.org/hakkımızda erişim tarihi 06.12.2010

²¹¹ 18 Kasım 2012 *Sabah Gazetesi Eki*

İstanbul'un geleceğe bakan, yaratıcı ve ilham verici en özgün haline odaklanılmıştır.”²¹²

İstanbul Tasarım Bienali kapsamında ön etkinlik olarak Kadir Has Üniversitesi'nde gerçekleşen Uluslararası İstanbul Tasarım Sempozyumu'nda ele alınan “neden tasarım, neden Bienal” konuları öncesi konuşan İKSV başkanı Bülent Eczacıbaşı, bireylerin etrafında yer alan herşeyin tasarım ürünü olması, hayatı, siyasal ve entellektüel boyutlardaki yaşamı dahil yaşamının birçok alanı tasarım süreçlerinden etkilenmesi dolayısıyla Uluslararası Tasarım Bienali'nin gerçekleşmesine ihtiyaç duyulduğunu belirtmektedir. Tasarımın içinde yaşadığı kültürün izlerini taşıdığını ve parçası olduğu kültüre yön vererek onu dönüştürdüğünü belirten Eczacıbaşı, kültür ve sanatla derin ilişkide olan tasarım konusunun bienal kapsamında ele alınmasından mutluluk duyduğunu belirtmektedir.²¹³

5.4.2.2. Contemporary İstanbul

2012 yılında 7.si düzenlenen “Contemporary İstanbul” adlı uluslararası çağdaş sanat fuarında 55'i yutdışından, 45'i yurtiçinden olmak üzere toplam 100 çağdaş sanat galerisi ve 600 sanatçı katılmıştır. İstanbul Lütfü Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı ve İstanbul Kongre Merkezinde düzenlenen fuar boyunca çağdaş sanatın bugünü ve yarınının tartışıldığı CI Dialogues Konferans serisi gerçekleştirilmiştir. Fuar özel davetler, açılış ve kapanış partileri gibi etkinliklerle şehri gösteri alanına dönüştürmüştür.²¹⁴

²¹² Özlem Y. Özkaraoğlu, *1. İstanbul Tasarım Bienali Program Kitapçığı*, Ofset Yapımevi, İstanbul, s: 8-11, 2012.

²¹³ Bülent Eczacıbaşı, *İstanbul Tasarım Bienali Ön Etkinlikleri-1*. İKSV Yayınları, İstanbul, 2012.

²¹⁴ Milliyet.com.tr. 25.09.2012.



Şekil 5.21: 2012 yılı Contemporary İstanbul Afişi²¹⁵

Sabah Gazetesi Ekonomi sayfasında “Sanata 120 Milyon Dolar” başlığı altında “Contemporary İstanbul” etkinliğinde sanata yapılan yatırımları incelemiştir. 2011 yılında Türkiye’deki çağdaş sanat piyasasının büyüklüğünün 300 milyon dolar olduğunu belirtilen piyasasıyla ilgili olarak Contemporary İstanbul Yönetim Kurulu Başkanı Ali Güreli, 2012 yılında bu rakamın 500 milyon dolara ulaştığını belirtmekte ve bunun nedeninin yeni ürünlerin piyasaya girmesinin yanı sıra eski eserlerin fiyatlarının artması olduğunu belirtmektedir. 22 Kasım – 25 Kasım 2012 tarihleri arasında gerçekleştirilen etkinliğe birçok yerli ve yabancı galeriler katılmıştır. Etkinliğe, “Marlborough Gallery” gibi dünyanın en önemli galerilerinden biri de katılmış, dünyanın en büyük üçüncü müzayede evi Phillips’in sahibi Simon de Pury gibi önemli koleksiyonerler de fuar kapsamında İstanbul’a gelmiştir. Ali Güreli, küresel rekabet ortamında kentlerin birbirleriyle yarış halinde oldukları sanat fuarları arasında İstanbul’un avantajlarını,

“Küresel krize rağmen Türkiye’deki olumlu gidişat sanatta da gözlerin İstanbul’a çevrilmesine neden oldu. İstanbul olarak çevre ülkelerden koleksiyoner ve galerilere ev sahipliği yapıyoruz. İstanbul’un yakın gelecekte dünya sanat takviminde önemli bir yer tutacağını düşünüyorum”

²¹⁵ <http://www.contemporaryistanbul.org> (erişim tarihi: 20.02.2013)

şeklinde ifade etmiştir. Güreli ayrıca “Çağdaş Sanatı Destekleme Vakfı”nın kurulma çalışmalarının yürütüldüğünü de bildirmiştir.²¹⁶

5.4.2.3. Artistanbul

2012 yılında ilk defa düzenlenen çağdaş sanat haftası “Art İstanbul” adlı projeye İstanbul’a yurt içinden ve yurt dışından çok sayıda sanatla ilgili kişi ve kurumlar çekilmiştir. 19-25 Kasım 2012 tarihlerinde İstanbul’da gerçekleştirilen bienalle İstanbul adı bir kez daha sanatla dünya kamuoyunun ilgisini çekmeyi başarmış, kent birçok kültürel etkinlik ve eğitimlere ev sahipliği yapmıştır. İstanbul’daki sanat kurumları, galeri ve müzelerce düzenlenen etkinliklerle Türkiye’de gerçekleştirilen çağdaş sanat etkinlikleri küresel sermayeye duyurulmuştur.



Şekil 5.22: 2012 yılı 1. Artistanbul Afışı²¹⁷

CNN Türk’ün internet sitesinde 14.11.2012 tarihinde kültür sanat başlığı altında “Art İstanbul” etkinliğine yer verilmiş, İstanbul’da sanat kurumları, galeriler, müzeler ve kültür kurumlarının birlikte düzenlediği etkinliklerin ortak bir yapı içinde sunulacağı bir etkinlik olarak belirtilmiştir. Art İstanbul’un tanıtım toplantısında konuşan “Contemporary İstanbul” yönetim kurulu başkanı Ali

²¹⁶18 Kasım 2012 *Sabah Gazetesi* ekonomi sayfası.

²¹⁷ <http://www.artistanbul.org> (erişim tarihi:20.01.2013)

Gürel, bu etkinliğin Türkiye'nin dünya kamuoyunun dikkatini çekmesinde çok önemli olduğunu vurgulamıştır. Dünya genelinde insanların dikkatini çekecek, Türkiye'nin de çağdaş sanat çevrelerince daha iyi tanınmasını sağlayacak bir etkinlik olduğunu belirtmiştir. Dünyadan 30'un üzerinde galerinin Art İstanbul'u izlemeye geleceğini belirten Ali Gürel, *“Ülke ekonomisi ne kadar güçlenirse güçlensin, sanat ve kültürün aynı oranda güçlenmemesi bu başarının sürdürülebilirliğini olumsuz etkiler”* şeklinde belirtmiştir. Gürel bu projelerle Türkiye'ye her yıl binlerce insanın gelmesini hedeflediklerini belirtmiştir. Akbank Sanat Müdürü Derya Bigalı İstanbul'un dünyanın önemli sanat merkezlerinden biri olduğunu söyleyerek

“Önemli olan yurt dışından gelenlerin sadece bize miras kalan tarihi kültürü görmek için değil, bu sanat etkinliklerini görmek için gelmeleri ve bizim onun üstüne bir şey koyabilmemizdir”

şeklinde belirtmiştir.²¹⁸

2012 yılında ilk defa düzenlenen Artİstanbul kapsamında İstanbul'daki sanat kurumları, galeriler, müzeler ve kültür kurumlarının düzenlediği etkinlikler ortak bir yapı içerisinde yerli ve yabancı ziyaretçiler için hazırlanmış; Fransız Kültür Merkezi, İstanbul Modern, Galata Rum Okulu, Masumiyet Müzesi, Pera Müzesi, İstanbul Galeri Nev, Galeri Apel, Galeri Artist gibi mekanlar bu etkinliğe dahil edilmiştir.²¹⁹

Artİstanbul etkinliği ile amaçlanan çağdaş sanat ortamının İstanbul üzerinde daha görünür kılmak, bununla birlikte dünya kamuoyunda İstanbul'un adını çağdaş sanatla birlikte duyurmaktır.²²⁰

5.4.2.4. İstanbul Design Week

İlk olarak 2010 yılında gerçekleştirilen “İstanbuldesignweek” adlı organizasyonda bir hafta süresince tüm dünyadan gelen tasarımcılar tasarımlarını sergilemişlerdir. İstanbul'un kentsel gelişiminde doğu ile batının kesiştiği tasarım kavramının

²¹⁸ www.cnnturk.com/2012/kultur.sanat/

²¹⁹ www.haberturk.com/kultur-sanat/haber. 15. Kasım.2012.

²²⁰ www.radikal.com.tr/Radikal. Radikal Hayat. 20.Kasım2012

üstlendiği rol üzerinde yapılandırılan etkinlikle İstanbul ve Türkiye'nin tüm dünyaya tanıtılması amaçlanılmıştır.

İstanbul Design Week etkinliği kapsamında Rahmi Koç Müzesi, Hasköy İplik Fabrikası ve Eski Şapka Fabrikası kullanılmıştır.²²¹

26-30 Eylül 2012 tarihinde düzenlenen İstanbul Design Week konusu “Tasarım ve Kent”tir. Etkinlik kapsamında kentin tasarıma ve tasarımın kente etkileri sergi ve konferanslarla irdelenmiştir. Marka tasarımcıların konferanslarına da yer verilen etkinlikte, birçok ürüne ait tasarımlar sergilenmiştir.

5.4.2.5. İstanbul Sanat Fuarı

TÜYAP tarafından düzenlenen İstanbul Sanat Fuarı, Artİst her geçen yıl bir öncekine göre daha büyük ölçekli düzenlenmektei yurtiçi ve yurtdışında geniş duyurumu yapılmaktadır.

17-25 Kasım 2012 tarihinde 22.'si düzenlenen Büyükçekmece'deki Tüyap Fuar ve Kongre düzenlenen Uluslararası İstanbul Sanat Fuarı'na yaklaşık 1000 sanatçının eserlerinin sergilendiği, 150 galeri, 30 bağımsız grup, 150'ye yakın genç sanatçı katılmıştır.²²²

5.4.2.6. Art Bosphorus

2008 yılından itibaren düzenlenen Art Bosphorus, yurtiçinden ve yurtdışından birçok galerinin katılımıyla gerçekleşmekte, resim, heykel, video-art ve enstalasyon projelerini kapsamaktadır. Ayrıca etkinlik kapsamında performans gösterileri, eğitim programları ve çocuklara yönelik çalışmalar da gerçekleştirilmektedir.

²²¹ www.istanbuldesignweek.com erişim.12.03.2013

²²²18 Kasım 2012 *Sabah Gazetesi* Ekonomi sayfası

5.4.3. Geçici Sanat Eksenli Dönüştürmeler

İstanbul'da çeşitli dönemlerde farklı mekanlarda “geçici sanatsal dönüştürmeler” için düzenlemeler yapılmaktadır. Mekansal ya da zamansal sürekliliği söz konusu olmayan bu etkinliklerde kentli sanatla buluşturulmaktadır. Alışveriş merkezleri, iş merkezleri ya da sokaklarda gerçekleştirilen bu sergilerle kentli sanatla yakınlaşmakta, sürpriz bir şekilde sanatla karşılaşmalar yaşanmaktadır. Bu etkinliklerde sergilenen işler kadar sergilenme şekli ve sergi mekanı da etkili olmaktadır.

Hasköy İplik Fabrikası, Eski Şapka Fabrikası, Feshane, Tophane-i Amire gibi tarihi özelliğe sahip binalar geçici sanat etkinliklerine ev sahipliği yapmaktadırlar. İstanbul'un kentsel dönüşüm projesi dahilinde kullanılmayan birçok eski bina restore edilmiş, sanat etkinlikleri düzenleme amaçlı dönüştürülmüşlerdir. Bunların yanısıra tarihi birikime sahip olmayan birçok binada geçici sanatsal etkinlikler düzenlenmektedir. Çiftçi Towers'a ait şantiye binasında oluşturulan sergi mekanı, alışveriş merkezlerinde düzenlenen sergiler bu tip etkinliklere örnektirler. İstanbul'da sokakta gerçekleştirilen sergiler de bu tip etkinlikler dahilindedir. Belirli süre için kentin sokaklarının bir kısmı sergi alanı olarak düzenlenmektedir. Sergi mekanının sokak olması sokaktan geçen kentlinin sanatla iletişim içine girmesini sağlamakta, kentli sokakta günlük yaşam temposunda sanatla karşılaşmaktadır.

5.4.3.1. İstanbul'da AVM'de Çağdaş Sanat

İstanbul'da sanat eksenli gerçekleştirilen dönüşümlerin alışveriş merkezleri üzerinde de etkileri olmuştur. Kamusal alanın dönüştürülmesiyle boş vakit değerlendirme görevi üstlenen alışverişmerkezleri de kendi aralarında fark yaratmak amaçlı farklı fonksiyonları bünyelerine dahil etmişlerdir. İstanbul'da gerçekleştirilen çağdaş sanat etkinliklerinin sayısında yaşanan artış sonucu alışveriş merkezleri de sanat etkinlikleri ve sergiler düzenleyerek konumlarına farklı bir özellik eklemekte, adlarının sanatla birlikte anılmasını sağlamaktadır. Bu doğrultuda İstanbul'da birçok alışveriş merkezi çeşitli sanat etkinlikleri ve sergiler düzenleyerek adlarının sanatla anılmasını sağlayarak farklı bir prestije sahip

olmayı amaçlamaktadırlar.

İstanbul Etiler semtinde yer alan Akmerkez adlı alışveriş merkezi bünyesinde 2003 yılında açılan “Sanat Akmerkez” adlı galeride çeşitli sergiler gerçekleştirilmektedir. Akmerkez’de 23 Mayıs- 10 Eylül 2012 tarihleri arasında düzenlenen “Türkiye’nin Çağdaşları” adlı sergide 78 sanatçının 87 eseri sergilenmiştir. Akmerkez Marka Müdürü Nur Ziyaoğlu Aytekin “Sanat Akmerkez’de” sergileriyle ilgili olarak;

“Türkiye’nin Çağdaşları isimli sergimizde çoğunluğu tuval üzerine yağlıboyardan oluşan resimlerin yanısıra, plastik sanatlardan yola çıkan ve Cumhuriyet kültür tarihinin bir bölümüne ışık tutan görsel bir okuma önerisi de sunuluyor.”

ifadesini kullanmıştır.²²³



Şekil 5.23: 2011 yılında Akmerkez’de düzenlenen sergi afişi²²⁴

Cities alışveriş merkezi 5. Katını Toprak Sanat Galerisi’ne kiralarak alışveriş merkezi bünyesinde farklı sergilerin düzenlenmesini, sanatla ilgili kişilerce alışveriş merkezinin ziyaret edilmesini ve adının sanatla birlikte anılmasını sağlamıştır.

²²³ <http://www.akmerkez.com> (erişim tarihi:21.02.2013)

²²⁴ http://www.akmerkez.com.tr/web/93-845-1/-akmerkez/ajanda/aylar/eylül_2011 (erişim tarihi: (21.02.2013)



Şekil 5.24: İstanbul Cities alışveriş merkezi, Toprak Sanat Galerisi afiş²²⁵

İstinye Park Alışveriş merkezinde de dönüşümlü olarak farklı sergiler gerçekleştirilmekte, alışveriş merkezi ziyaretlerinde sanatla buluşması sağlanılmaktadır.

20 Şubat 2013 yılında Palladium alışveriş merkezinde açılan “Benim İstanbul’um” adlı fotoğraf sergisinde 20 ünlü ismin objektifinden İstanbul fotoğrafları sergilenmiştir.

²²⁵ <http://iku.edu.tr> (erişim tarihi: 21.3.13)



Şekil 5.25: “Benim İstanbul’um” adlı sergiden²²⁶

5.4.3.2. İş Merkezlerinde Çağdaş Sanat

Mobil genel müdürü Herbert Schmertz,

“Sanat hamiliğinin, piyasanın bir başka cephesi olduğunu kanıtlamalıyız, hamilik, mal ve hizmetlerimizi satmak ve piyasadaki payımızı büyütmek için başvurduğumuz yollardan biri”

sözleriyle özel sektörün sanata olan ilgisinin ardında yatanları açıklamaktadır.²²⁷

Sanatsal etkinliklere sponsor olan şirketler, bu sanat etkinliğinin sınırlı süresi dahilinde varlık göstermektedirler. Öte yandan bir sanat kurumunun şirket binalarında kiracı olması durumunda ya da şube açması durumunda şirket bu sanat kurumu üzerinde ciddi bir denetim imkanı kazanmakta, reklam ve tanıtım için çaba harcamak zorunda kalmamaktadır.²²⁸

Şirketlerin bünyelerinde sanata yer ayırması ABD’de devlet eliyle desteklenmiş, çeşitli vergi indirimleri ve imar yasalarındaki değişikliklerle bugünkü durumuna

²²⁶ <http://www.sinematur.com> 21.02.13

²²⁷ Herbert Schmertz, “Patronage That Pays”, broşür, New York: BCA, s:7, 1987.

²²⁸ Chin-tao Wu, *Kültürün Özelleştirilmesi*, (çev: Esin Soğancılar), İletişim Yayınları, İstanbul, s:302, 2002.

gelmiştir. ABD’de kamuya hizmet edecek unsurlar bulunduran binalarda %20 oranında kat yüksekliği artışına izin verilmiştir.²²⁹

ABD’de başlayan bu yöntem, şirketlerin bünyelerinde sanata yer ayırmaları Türkiye’de de model olarak alınmış, uygulanmaya başlamıştır.

Büyük sermaye grupları sanata sponsor olarak, sanata yatırım yaparak ya da bünyelerinde sanat eksenli etkinlikler düzenleyerek adlarının sanatla anılmasını sağlamaktadırlar. Şirketler nüfus alanlarını genişletmek ve hümanist değer sistemini paylaştıklarını göstermek amaçlı sanata yatırım yapmakta, evrensel bir ahlak sergilemektedirler. Bu doğrultuda ofis binalarına ait birçok plazada sergi alanları yaratılarak, çağdaş sanat sergileri düzenlenmektedir.

Maslak-Levent hatında yer alan İş Bankası ofis binaları bünyesinde “İş Sanat Kültür Merkezi” ve “Kibele Sanat Galerisi”ni bulundurmaktadır. Kibele sanat galerisinde düzenlenen sergilerden dolayı İş Bankası Ofis binaları sanatla birlikte anılmaktadır.

2009 yılında Sabancı Holding bünyesinde çalışanlar tarafından Sabancı Center’da ilk fotoğraf sergisi açılmıştır. 28 farklı şirket çalışanları tarafından çekilen 42 fotoğrafın yer aldığı sergi için Sabancı Holding Yönetim kurulu başkanı Güler Sabancı “*Bu fotoğraf sergisi, Sabancı çalışanlarının sadece iş yaşamlarındaki başarıyla değil, sosyal yanlarıyla da farklarını ortaya koyduklarının bir kanıtı*” ifadelerini kullanmıştır.²³⁰

Beybi Giz Plaza’da yer alan Proje 4L Can Elgiz tarafından 2001 yılında Güncel Sanat Müzesi olması amacıyla kurulmuş, 2005 yılında da Elgiz Çağdaş Sanat Müzesine dönüştürülmüştür.

²²⁹Chin-tao Wu, *Kültürün Özelleştirilmesi*, (çev: Esin Soğancılar), İletişim Yayınları, İstanbul, s:305, 2002.

²³⁰<http://www.sabanci.com/tr/basin-odasi/basin-bultenleri-sabanci-calisanlari-fotograf-toplulugu-ilk-sergisini-acti/i-1416> (erişim tarihi:21.02.2013)



Şekil 5.26: Proje 4L- “Teras Sergileri” afişi²³¹

Zincirlikuyu’da inşaatı bulunan Çiftçi Towers adlı yapının inşaatı süresince oluşturulan sergi mekanı çeşitli sanatçıların sergilerine ev sahipliği yapmaktadır.

5.4.3.3. İstanbul’da Üniversitede Çağdaş Sanat Mekanları

Küreselleşen dünyada sanatın ayrı bir değere sahip olmasıyla birlikte üniversiteler de eğitim programlarına sanat ağırlıklı bölümler ilave etmişlerdir. Bunun yanısıra üniversite bünyesinde sergiler açılmasına olanak sağlanarak üniversite adına sanat ilave edilmektedir.

Karaköy’de bulunan Minerva Han, Sabancı Üniversitesi’ne ait iletişim binasıdır. Binanın bodrum katında yer alan eski kasa dairesi galeriye dönüştürülerek sergi düzenlenmesine olanak sağlanılmış, “Kasa Galeri” olarak adlandırılan mekanda 1999 yılından itibaren yabancı ve Türk birçok sanatçının eserleri sergilenmiştir.

²³¹ <http://www.atolyeguzelsanatlar.com> (erişim tarih: 21.02.2013)



Şekil 5.27: Kasa Galeri sergi afişi²³²

Işık Üniversitesi bünyesinde de “Galeri Işık İstanbul” ve “Galeri Işık Şile” adlı galeriler bulunmaktadır. Işık Üniversitesi bünyesinde yer alan bu galeriler ulusal ve uluslararası sanat etkinliklerine ev sahipliği yapmaktadırlar.



Şekil 5.28: Galeri Işık sergi afişi²³³

²³² http://vacd.sabanciuniv.edu/news_detail/23371 (erişim tarihi:21.02.2013)

²³³ http://kircaalihaber.com/?pid=3&id_news=4785 (erişim tarihi:21.02.2013)

Marmara Üniversitesi bünyesinde 2008 yılında açılan “Marmara Üniversitesi Cumhuriyet Müzesi”nde Marmara Üniversitesi’nin 50. Yılında açılan “Çağdaş Türk Gravür Sanatı” sergisine ait eserler yer almaktadır.²³⁴



Şekil 5.29: Marmara Üniversitesi Cumhuriyet Müzesi ve Sanat Galerisi²³⁵

Bilgi Üniversitesi kampüsü içinde yer alan “Santral İstanbul”da çağdaş sanat ve kültürel etkinlikler düzenlenmektedir. Santral İstanbul bünyesinde yer alan eğitim birimleri de akademik alan içindeki sanat birimleridir.

²³⁴ <http://www.marmara.edu.tr> (erişim tarihi:21.02.2013)

²³⁵ <http://www.trivago.com.tr> (erişim tarihi:21.02.2013)



Şekil 5.30: Santral İstanbul'a ait afiş²³⁶

Türkiye’de özellikle 2000 sonrası üniversite programlarında sayıları artan Erasmus programı kapsamında üniversite öğrencileri yurtdışına gitmekte, yurtdışından da farklı bölgelerden öğrenciler Türkiye’ye gelmekte farklı görgü ve deneyimler birbiriyle karşılaşmaktadır. Birçok üniversite bünyesinde “sanat yönetimi” ve sanat üretimini destekleyecek diğer eğitim programlarını bünyelerine dahil etmektedirler. Pazar işleyişi ve kültürün özelleştirilmesi sonucunda sanatçıların da küresel ekonominin kurallarını bilmeleri gerekli olmuştur.²³⁷

Kadir Has Üniversitesi bünyesinde yer alan sanat galerisi çeşitli sergilere ev sahipliği yapmakta, üniversite öğrencilerini sanatla buluşturmaktadır.

5.4.3.4. İstanbul’da Hastanede Çağdaş Sanat

2008 yılının Kasım ayında VKV Amerikan Hastanesi bünyesinde, Türkiye’de

²³⁶ <http://cumhuriyet.com.tr/?hn=262756> (erişim tarihi: 21.02.2013)

²³⁷ Rıfat Şahiner, “Eğitim Kurumlarında Sanat Mekanları”, *Sanat Dünyamız*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, sayı :117, s:41, 2010.

hastane içindeki ilk galeri olma özelliğine sahip “Operation Room” adlı galeri açılmıştır. VKV Amerikan Hastanesi internet sayfasında “sanat galerisi” bölümüne de yer vermekte, arşiv de dahil olmak üzere güncel sergilerini detaylı bir şekilde açıklamaktadır.²³⁸



Şekil 5.31: 25.02-19.04.2009 tarihlerinde Amerikan Hastanesi Operation Room’da açılan Björn Melhus sergisinden²³⁹

Acıbadem hastaneleri bünyesinde de sanat sergilerine yer verilmektedir.

²³⁸ <http://www.amerikanhastanesi.org>

²³⁹ <http://www.americanhospitalistanbul.com/TR/SanatGalerisi/Details.aspx> (erişim tarihi:21.02.2013)



Şekil 5.32: Fotoğraf Sanatçısı Handan Hacıhaliloğlu'nun Acıbadem Hastanesi'nde düzenlediği “Her Damlası Hayat” adlı sergi afişi²⁴⁰

5.4.3.5. İstanbul'da Sokakta Çağdaş Sanat

2000'li yıllar İstanbul'unda sanatın sokakta da rastlandığı yıllar durumuna getirilmiştir. “Yaya Sergileri” adı altında düzenlenmeye başlanan sergileri diğer sergiler de takip etmiş, halk sokakta da sanatla buluşturulmuştur.

2009 yılı Contemporary İstanbul kapsamında gerçekleştirilen Alexander Berg'in “One Shot İstanbul” adlı fotoğraf sergisi, İstanbul Metrosu duvarlarında gerçekleştirilmiştir. Sergi kapsamında İstanbul halkına ait fotoğraflar metro duvarlarında sergilenmiştir.²⁴¹

²⁴⁰ <http://www.acibadem.com.tr/EtkinlikArsivi.asp?t=2012> (erişim tarihi:21.02.2013)

²⁴¹ <http://www.ntvmsnbc.com/id/25001262/> (erişim tarihi: 21.02.2013)



Şekil 5.33: Alexander Berg, “One Shot” adlı İstanbul sergi afişi²⁴²

Nişantaşı semtinde belirli dönemlerde düzenlenen sergilerle sanat günlük yaşamın içine taşınmakta, sokaklara farklı işlevler getirilmektedir. Sokak sergileri konusu kapsamında farklı tasarımcıların eserleri Nişantaşı sokaklarına yerleştirilmektedir.

²⁴² <http://www.yesimmutlu.com> (erişim tarihi:21.02.2013)



Şekil 5.34: 2003 yılında düzenlenen Ömer Uluç, Rıfat Özbek, Kezban Arca Batıbeki gibi sanatçılara ait 37 eserin bulunduğu Nişantaşı Bahar dönemi sokak sergisinden görünüm²⁴³

1980 sonrası izlenen politikalar doğrultusunda küresel pazar ortamına dahil olan Türkiye, İstanbul şehrini küresel rekabet ortamına dahil etmiş, bu doğrultuda kenti dünya kamuoyunun tüketimine sunmuştur. Tüketilmek üzere gösteri alanına dönüştürülen İstanbul'da "İstanbul markası" yaratmak amaçlı çeşitli düzenlemeler yapılmış, bu doğrultuda kültür araçsallaştırılmıştır. Kültür eksenli politikalar doğrultusunda diğer kentlerle olan rekabet ortamına katılan İstanbul, özellikle 2000 yılı sonrasında yapılan dönüşüm ve etkinliklerle dünya kamuoyunun ilgisini çekmektedir.

Uluslararası İstanbul Bienali Ön Etkinlikleri kapsamında konuşan Uğur Tanyeli, bir Alman film yapımcısıyla olan konuşmasına yer vermiştir.

"20 yıldır İstanbul'da yaşıyorum, 20 yıl önce İstanbul'da yaşadığımı Avrupa'da söylediğim zaman genellikle aldığım tepki a a, nereden"

²⁴³ <http://www.yapi.com.tr> (erişim tarihi: 21.02.2013)

çıktı, öylesine bir cesaret nereden gerçekleşti”

şeklinde olduğu, fakat son yıllarda bunu söylediğinde “*ne kadar ilginç, allah allah*” şeklinde tepkiler aldığını belirtmiştir. Bu sözlerle İstanbul’un dünyadaki değişen kimliğine yer veren Tanyeli, İstanbul’un dünya kamuoyunun ilgisini çektiğini belirtmiştir.²⁴⁴

Tanyeli, İstanbul’un küresel konumu dolayısıyla diğer metropollerden ayrıldığını belirtmektedir. İstanbul’u yüzlerce yıldır varlığını sürdüren eski oryantalist klişelerin küresel ölçekte yeniden üretildiği bir metropol olarak tanımlamaktadır. Küresel dünyada İstanbul için “*çelişkilerin metropolü*”, “*en batıdaki doğu kenti*”, “*Doğu ile Batı’nın kesiştiği yer*” gibi konumunun önemini belirten söylemler geliştirilmiştir.²⁴⁵

Vasıf Kortun ve Charles Esche tarafından yazılan katalog giriş yazısında bienalin şehrin belirli yerlerine dağılmış sergi alanlarından oluşmasının ardında sergiyi gezenlerin kentle karşılaşması arzusunun yattığını belirtmişlerdir. Farklı mekanlar arasında yürüyen kişilerin kentle karşılaşacaklarını belirtmişlerdir. “*Bienalin, İstanbul’a başkalarının gözünden bakarak, başkasının İstanbul’a samimi bir bakışını katmanın bir yolu olarak anlaşılacağını umuyoruz*”²⁴⁶

Küratör Hou Hanru katalog giriş yazısında

“İstanbul bienali hem iç kültürel gelişme hem de uluslararası statü arayışındaki Türkiye’nin modernleşme projesinin bir parçası olarak anlaşılmalı. Küresel perspektiften bakıldığında ise İstanbul Bienali, Üçüncü Dünya projesinin yeniden doğuşunun da bir parçası olarak görülmeli ve anlaşılmalı.”

²⁴⁴Uğur Tanyeli, *Uluslararası İstanbul Tasarım Bienali Ön Etkinlikleri-1*. İKSV Yayınları, İstanbul, 2012.

²⁴⁵Uğur Tanyeli, *Uluslararası İstanbul Tasarım Bienali Ön Etkinlikleri-1*. İKSV Yayınları, İstanbul, 2012.

²⁴⁶Charles Esche - Vasıf Kortun, *Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu*, Alkım Kağıt Sanayi ve Ticaret A.Ş., İstanbul, s:8, 2005.

İstanbul sürekli yenilenen küresel sanat ve kültür düzenine dahil olmak amaçlı, sürekli yenilediği kendi yerelliklerini üretmektedir. Kendine özgü yerelliklerle gelişen dünyada “marka kent” olarak adını duyurma savaşında düzenlediği bienallerde, İstanbul’a özgü stratejileriyle küresel sanat ve kültür dünyasına dahil olmaktadır.²⁴⁷

Hanru, İstanbul şehrinin küresel alanda “marka kent” olma yolunda son yıllardaki büyüme ve gelişmesini “*şehir usulü patlayıcı bir kentsel gelişme, modernleşmenin en görünür ve çarpıcı işareti*” olarak tanımlamaktadır. İstanbul’da yaratılan kendine özgü şehir planlamacılığını geleneksel yöntemlerden ayrı tutmaktadır. Asya ve Avrupa’ya yayılan çok katmanlı tarihini kent markası oluşturmada kültür eksenli politikalar doğrultusunda kullanan İstanbul, yaşanan gelişmeler doğrultusunda farklı kültürlerle ait nüfusları çekmesiyle melez bir görünüm kazanmış, “karmaşık” bir metropoldür.²⁴⁸

10. Uluslararası İstanbul bienali kapsamında İstanbul’da modernliğin vurgulanması amaçlı, AKM, İMÇ, Antrepo, santralistanbul ve KAHEM’in bulunduğu modern binalar sergi alanları için seçilmişlerdir. Bu bina ve mekanlar “*şehrin kentsel modernleşmesinin çeşitli yüzlerinin ve modellerinin simgesel ve fiziksel aynaları ve siyasi, kültürel, ekonomik, endüstriyel ve kültürel dünyaları temsil ediyorlar*”²⁴⁹

²⁴⁷ Hou Hanru, *10. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu*. Ofset Yayınevi, İstanbul, s.18., 2007.

²⁴⁸ Hou Hanru, *10. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu*. Ofset Yayınevi, İstanbul, s:18-19, 2007.

²⁴⁹ Hou Hanru, *10. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu*. Ofset Yayınevi, İstanbul, s.19, 2007.

Sonuç

Tez kapsamında küreselleşmeyle birlikte değişen kent kavramı incelenmiş, kentin değişen anlamında kültür ve mimarlıkla olan ilişkisi çerçevesinde araştırma yapılmıştır. Tüketim odaklı yaşama geçişle birlikte kentlerin de tüketilmek üzere küresel rekabet ortamına sunulmalarıyla geliştirilen pazarlama yöntemleri dahilinde çağdaş sanatın rolü araştırılmıştır. Dünya üzerinde küreselleşmeyle birlikte ihtiyaçtan fazla ürünün üretilmesiyle geliştirilen “tüketim kültürü” kentleri ve içinde yaşayan insanları dönüştürmüştür. Tezde küreselleşme sonucu, küreselleşmenin Türkiye’deki etkileri doğrultusunda İstanbul kentinde gerçekleştirilen sanat eksenli dönüşümler, 2000 yılı sonrası dönem ele alınarak eleştirel olarak analiz edilmiştir.

Ulaşım ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonucunda küreselleşmenin dünya üzerinde hakimiyetini kurmasıyla tüketim kültürü, marka değerleri, para, zaman, tüketim toplumu, sanatın araçsallaştırılması, marka kentler gibi kavramlar somutlaştırılmıştır. Yaşanan bu gelişmeler kenti ve kentliyi etkilemiş, tüketim kültürünün yaygınlaştırılmasıyla kamusal alan dönüştürülmüş, bu doğrultuda farklı mekansal düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Kentler, kent ve tüketimin birlikte ele alınmasıyla kentin tüketilmesi amacıyla oluşturulan marka değeriyle küresel arenadaki diğer kentler arasına katılmıştır.

Oluşturulan küresel kapitalizmde kentler bağlı oldukları ülkelerden ayrı bağımsız tüketim ve yönetim birimleri olarak yer almaktadırlar. Kent markası oluşturmanın küresel rekabet ortamındaki önemi doğrultusunda başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın söylemlerine de dahil olan “marka kent” kavramı, İstanbul’da gerçekleştirilen dönüşümler üzerinde etkili olmaktadır. 2012 yılında Beyoğlu Belediyesi desteğiyle Aydın Üniversitesi’nde “Marka Şehirler Akademisi Yüksek

Lisans Programı” hayata geçirilmiştir.²⁵⁰ İstanbul’da oluşturulmak istenen etkili marka konsepti için ihtiyaç duyulan insan kaynağının oluşturulması yönünde etkili bir adım olmuştur.

Marka kent kavramının konuşma diline yerleştirilmesiyle birlikte marka kentlerde yaşayan insanlar arasında yaratılan birliktelik üzerinden kentler küresel arenaya sunulmaktadır. Marka kentlerde yaratılan kentlilik kavramının yerleştirilmesiyle kentin küresel rekabet ortamında güçlü duruma gelmesi amaçlanmaktadır. Kentleşmeyle birlikte güçlü duruma getirilen yerel yönetimlerde kentsel girişimcilik önem kazanmış, kentin küresel boyutta tanınması, sermaye ve işgücü için çekim noktası olabilmesi amaçlı mekansal dönüşümler gerçekleştirilmiştir. Mekansal dönüşümler üzerinden kentin diğer kentlerden ayrılması sürecinde mimari yapılar önem kazanmış, marka mimarlar tarafından tasarlanan binalar kentin görünen yüzleri durumuna getirilmiştir. Kentte gerçekleştirilen mekansal düzenlemelerle kentlinin tüketime yönlendirilmesindeki amaç doğrultusunda kent ve mimarlık arasında güçlü bir bağ oluşturulmuştur. Tüketime sunulan kentlerde boş zaman geçirme fonksiyonlarının da planlanması amacıyla farklı mimari düzenlemeler gerçekleştirilmiştir.

İstanbul’da yaşanan kentsel dönüşümlerde “çağdaş sanat” her geçen gün daha etkin rol oynamaktadır. Her geçen yıl bir öncekine göre galeri sayısı ve kültürel etkinlik sayısında artış yaşanmakta ya da önceki yıllara göre daha etkili ve geniş kapsamlı etkinlikler düzenlenmektedir. Kent kültürel değişimler üzerinden dünya kamuoyuna sunulmaktadır.

İstanbul’da çağdaş sanata yatırım hergeçen yıl bir öncekine göre daha fazla olmaktadır. Çağdaş sanat etkinlikleri ayrıcalık sembolü olarak kabul edilmekte, bu etkinliklere dahil olmak kişinin kendi üzerinde oluşturduğu marka değerinde de etkili olmaktadır. İstanbul’da gerçekleştirilen sergi ve etkinlikler belirli bir nüfus dahilinde gerçekleştirilse de kent söylemine dahil olan kültürel söylem kentin diğer kesiminde de kısmen etkili olmaktadır. İstanbul Modern ve Sabancı Müzesi’nde çocuklara yönelik ücretsiz etkinlikler daha geniş halk kitlelerinin de

²⁵⁰ <http://beyoglu.bel.tr> (erişim tarihi: 01.04.13)

müzeyle dahil olmasını sağlamakta, ücretsiz etkinliklere çocuklarını getiren veliler de ücretsiz olarak müzeyi gezebilmekte bu doğrultuda sanatla tanışmaktadırlar. Monet, Picasso, Dali gibi dünya çapında ün sahibi sanatçıların eserlerinin İstanbul'a gelmesi ve geniş duyurularının yapılmasıyla halk arasında merakla karışık ilgi ve değer olgusunun oluşturulmasıyla geniş halk kitleleri müzeyle çekilmektedir. Genel olarak bakıldığında küçük bir grup arasında gerçekleştirilen çağdaş sanat etkinlikleri müzeler üzerinden yürütülen çalışmalar doğrultusunda çok az bir bölümünden de olsa farklı kesimleri de sanatla buluşturmaktadır.

Müzelerde yer alan satış bölümleri ve yeme içme mekanları da halkı müzeyle çekmekte etkili olmaktadır. Müzelerde oluşturulan çocuk atölyeleri, müze shoplar kent kültürü ve kentlilik bilinci oluştururken mimarlık bilincinin de oluşmasında etkili olmaktadır. İstanbul'da gerçekleştirilen sanat söyleminin etkili olması bir yandan gelecek için ümüt vermenin yanı sıra ulaştığı halk kitlesinin sayısı kent geneline oranlandığında düşündürücüdür.

İstanbul söylemine eklenen sanat söyleminin kent genelindeki etkisi, kent genelinde kültürün etkin olduğu doğrultusunda yaratılan inanç, somut kavramlar incelendiğinde düşündürücüdür. Yine de kent genelinde sanat etkinliklerinin duyurulması, billboardlarda sergi reklamlarının yer alması kentin sanatla birlikte düşünülmesine neden olmakta bu da hoş bir durum yaratmaktadır. Çocuklar üzerinden gerçekleştirilen etkinlikler çocukları küçük yaşta sanatla buluşturmakta, çocukların sanatı anlamaları, hayatlarına dahil etmeleri yolunda umut verici adımlar olarak değerlendirilmektedir. Küçük yaşta sanatla tanışan çocuklar, sanatın günlük yaşamın parçası olduğu, sanatın kent genelinde oluşturulan söylemin ötesinde yaşama biçimi olarak hayata dahil olduğu bir gelecek olabileceği konusunda umutlandırıcı gelişmelerdir.

Sergi mekanlarının kent üzerinde güçlü söyleme sahip olması yolunda geliştirilen çalışmalar mimarlık kültürünün algılanmasında ve kentli üzerinde mimarlık bilinci oluşturulmasında etkili olmaktadır. Kentin simgesi durumunda etkili tasarımlara sahip binaların kendileri de görülen, bakılan, izlenen nesne durumuna getirilmekte, bu doğrultuda binanın kendisi de bir bakıma öğretmen durumunda konumlandırılmaktadır. Mimari yapıların üzerinde yaratılan biliç mimarlık kültürünün oluşturulmasında da etkili olmaktadır.

Kentin bir yanında yaşanan umut verici oluşumların yanısıra diğer yanında ise yaşayan geniş halk kitleleri yok sayılmakta, tez genelinde de bahsedildiği üzere diğer kesimle aralarında görünmez duvalar örülmekte yapılan düzenlemelerle birbirlerinin yaşamlarına dahil olmadan farklı hayatlarını sürdürmeleri sağlanmaktadır.

2000 yılı sonrasında daha geniş kapsamlı gerçekleştirilen kültürel etkinliklerle birlikte daha önce kente dahil olmayan müze ve galeriler ve yeni kültürel etkinlikler kent yaşamına dahil olmuştur. Bu doğrultuda İstanbul'a dahil olan fonksiyonlar, kalıcı mekansal dönüştürmeler, periyodik sanat etkinlikleriyle gerçekleştirilen dönüştürmeler ve geçici sanat eksenli dönüştürmeler olarak üç bölümde ele alınmış, bu etkinliklerin gerçekleştirildikleri mekanlar harita üzerinde konumlandırılarak kent içinde yoğunlaştıkları bölgeler araştırılmıştır.

KAYNAKÇA

- Abercrombie, Nicholas, Turner, Bryan, Hill, Stephan, 1994. *The Penguin Dictionary of Sociology* (London: Penguin), aktaran: Karadağ, A., (2003), *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, ISSN 0378-2921, Volume 58, Issue 3, s:171-195.
- Adorno, W. Theodor. (2003) “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken”, *Cogito*, Sayı: 36, Yapı Kredi Yayınları, s: 76-78.
- Altuğ, Evrim. (2012) “İşlek İki Sanat Limanı: İstanbul- Rotterdam”, *Sanat Dünyamız*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 05/06.
- Arapoğlu, Fırat. (2010) “Sanatın Meta Değeri”, *Genç Sanat*, Sayı: 187, İstanbul, s:29-37.
- Artun, Ali. (2006) *Müze ve Modernlik: Tarih Sahneleri- Sanat Müzeleri 1*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Artun, Ali. (2011) *Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Balık, Deniz. (2009) *Çağdaş Sanat Müzelerinde “Yeni” Mekan Deneyimi*, İstanbul Teknik Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, s:26-29.
- Barthes, Roland. (1998) *Çağdaş Söylemler*, (çev: Tahsin Yücel) Metis Yayınları, İstanbul.
- Barthes, Roland. (1975) *The Pleasure of the Text*, New York, s: 92.
- Başkaya, Fikret. (2005) *Kavram Sözlüğü*, Özgür Üniversite Yayınevi, Ankara.

- Baudrillard, Jean. (1983) *Simulations*, New York: SEmiotext, s:148.
- Benhabib, Seyla. (1996) “Kamu Alanı Modelleri”, *Cogito*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, s:241-255.
- Berman, Marshall. (1994) *Katı Olan Herşey Buharlaşıyor*, (çev: Altuğ, Ü., Peker, B.), İletişim Yayınları.
- Bürger, Peter. (1974) *Avangard Kuramı*, İletişim Yayınları.
- Cameron, Dan. (2003) 8. *Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu*, İKSV, s: 14.
- Cantürk, Emel. (2009) *Kültür Eksenli Kentsel Stratejiler: Kentin Büyük Ölçekli Etkinliklerle Sergilenmesi ve Dönüşmesi*, İstanbul Teknik Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, s:20.
- Clifford, James. (2000) “An Ethnographer in the Field: James Clifford”, *Site-Specificity: The Ethnographic Turn*, ed. Alex Coles, cilt: 4. Black Dog Publishing, Londra.
- Debord, Guy. (2012) *Gösteri Toplumu*, (çev: Ekmekçi, A., Taşkent, O.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Dinçer, Yüksel – Dinçer, İclal. (2003) “Küresel Kent ve Mimarlık”, *Arredamento Mimarlık*, Boyut Yayın, İstanbul, 12/2003, s:56.
- Diren, Murat. (2002) “İstanbul, On Yıl Önce On Yıl Sonra”, *İstanbul Dergisi*, Sayı:41, s:100-113.
- Eczacıbaşı, Bülent. (2012) *İstanbul Tasarım Bienali Ön Etkinlikleri-1*, İKSV Yayınları, İstanbul.

- Ertuna, Çağdaş. (10.12.2012) “Chanel’in Varisinin Karaköy’deki Partisi”, Son Durum, *Milliyet Gazetesi Cadde eki*.
- Esche, Charles - Kortun, Vasıf. (2005) “Dünya Senin”, 9. *İstanbul Bienalinden Metinler*, İKSV.
- Gintz, Mike. (2010) *Başka Yerde & Başka Biçimde*, (çev:Muna Cedden), Dost Yayınları, İstanbul.
- Girouard, Mark. (1985) *Cities and People: A Social and Architectural History*, New Haven, Conn.: Yale University Press.
- Görmez, Kemal. (1991) *Şehir ve İnsan*, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, İstanbul.
- Habermas, Jürgen. (1995) “Kamusal Alan: Ansiklopedik Bir Makale”, *Birikim*, Birikim Yayınları, Şubat, sayı:70, İstanbul, s:62-66.
- Hanru, Hou. (2007) *10. Uluslararası İstanbul Bienal Kataloğu*, İKSV, Ofset Yayınevi, İstanbul.
- Harvey, David. (1989) *The Condition of Post Modernity*, Cambridge MA & Oxford UK, Blackwell Publishers, UK.
- Harvey, David. (1990) *Postmodernliğin Durumu*, (çev. Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul.
- Harvey, David. (2001) *Sermayenin Mekanları*, (çev. Başak Kıcıır, Deniz Koç, Kıvanç Tanrıyar, Seda Yüksel), Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Harvey, David. (2009) *Sosyal Adalet ve Şehir*, (çev. Mehmet Moralı), Metis Yayınları, İstanbul.
- Harvey, David, Bruce, Duncan. (2010) *Marka Bilmecesi*, (çev: Aslı Özer) İş

Bankası Kùltür Yayınları, İstanbul.

Harvey, David, (1985) *The Geopolitics of Capitalism*, in Derek Gregory and John Urry (der) *Social Relations and Spatial Structures*.

Hein, Heinrich. (2004) *Museums: From Objects to Experience, in Aesthetics:The Big Question*, Blackwell Publishing, Great Britain.

İstanbul 2010 AKB Ajansı

İstanbul Modern. (2009-2010) *Yeni Yapıtlar Yeni Ufuklar*, Sergi Katalog yazısı, Mas Matbaacılık, İstanbul.

Jencks, Charles. (1984) *The Language of Post-Modern Architecture*, Londra.

Kearns, Gerard – Philio, Chris. (1998) *Selling Places*, Oxford: Pergamon.

Keyder, Çağlar. (1992) “İstanbul’u Nasıl Satmalı?”, *İstanbul Dergisi*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, Sayı:3, İstanbul, s:81-86.

Keyder, Çağlar, Öncü, A. (1994) “Globalization of a Third-World Metropolis: İstanbul in the 1980’s”, *Review 17*, No.3, New York, s:83-421.

Keyder, Çağlar. (2000) *İstanbul Küresel ile Yerel Arasında*, (çev: Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul.

Kortun, Vasıf. (1997) “Çağdaş Sanat Müzesi”, *Arredamento Dekorasyon*, Boyut Yayınları, İstanbul, 01/1997.

Kotler, Philip - Armstrong, Gary. (2001) *Principles of Marketing*, Prentice Hall International, New York.

Köksal, H. Ayşe, (2011) “Bilbao Rüzgarları İstanbul’a Uğrar Mı?” *Genç Sanat*, İstanbul, Sayı: 194, s:29-41.

- Kuban, Doğan. (2000) “Küreselleşme ve Mimarlık”, *Arradamento Mimarlık*, sayı:129, s: 39-43.
- Lefebvre, Henri. (1991) *The Production of Space*, Oxford: Blackwell.
- Lütticken, Sven. (2007) “Gizlilik ve Kamusalılık: Avangardı Yeniden Harekete Geçirmek, Olasılıklar, Duruşlar, Müzakere-Güncel Sanatta Kamusal Alan Tartışmaları”, (der. Pelin Tan, Sibel Boydik), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Marx, Karl. (1973) *Grundrisse: Foundations of the Critique of Political Economy* (translated by Nicolaus, M.), Harmondsworth: PenguinBooks, (Komünist Parti Manifestosu, 1998, çev: Erdost, M., İ., Sol Yayınları)
- Lynch, Kevin. (1960) *The Image of the City*, The MIT Press, Cambridge.
- Lyotard, Jean, François. (1984) *The Postmodern Condition*, Manchester. (*Post Modern Durum*, 2000, (çev.Ahmet Çiğdem), Vadi Yayınları, İstanbul)
- Madra, Beral. (1992) “Birgün, Belki.....Ama Nasıl?”, *İstanbul Dergisi*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, Sayı:3, s:47-55.
- Madra, Beral. (1997) “Çağdaş Sanat Açısından İstanbul Bir Yoklar Metropolüdür”, *Arredamento Dekorasyon*, Boyut Yayın, İstanbul, 01/1997, s:94.
- Madra, Beral. (2002) “Küreselleştirebilirlik Çağında Türkiye’de Sanat ve Kültür”, *Arradamento Mimarlık*, Boyut Yayınları, İstanbul, sayı:144, s:118-123.

Madra, Beral. (2008) “Çağdaş Müzeler ve Müzoloji”, *Arredamento Mimarlık*, Boyut Yayınları, İstanbul, 09/2008, s:53-61.

Madra, Beral. (2011) *12. İstanbul Bienal Kataloğu*, İKSV, s: 24-32.

Madra, Beral. (2013) “Uyanma”, Kosuth, J., sergi davetiyesi.

Milliyet gazetesi, Cadde eki, 15.11.2012

Öncü, Ayşe. (2000) “İstanbulcular ve Ötekiler- Küresellik Çağında Orta Sınıf Olmanın Kültürel Kozmolojisi” *İstanbul Yerel ile Küresel Arasında*, der. Çağlar Keyder, Metis Yayınları, İstanbul.

Özkaraoğlu, Y. Özlem. (2012) *İstanbul Tasarım Bienali Kitapçığı*, İKSV, Ofset Yapımevi, İstanbul.

Pelvanoğlu, Burcu. (2008) “Koleksiyonları ve Sorunlarıyla İstanbul Müzeleri”, *Arredamento Dekorasyon*, Boyut Yayınları, İstanbul, 09/2008, s:63-64.

Riley, J.M., Worth, S. (2004) Preface in *Aesthetics: The Big Question*, Ashgate Publishing Limited, England.

Richard, Stroup, L. (1987) “Government Goals”, *Greater London Arts Quarterly*, sayı:9.

Sabah Gazetesi Eki, 18.11.2012

Sabah Gazetesi, 18.11.2012

Santral İstanbul. (2007) *Modern ve Ötesi: 1950-2000*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Sassen, Saskia. (1991) *The Global City, New York, London, Tokyo*, Princeton

University Press, Princeton, New Jersey.

Schaeffer, K., Robert. (2005) *Understanding Globalization: The Social Cosequences of Political, Economic and Environmental Change*. Rowman and Littlefield Publishers, 3rd Edition, New York.

Schmertz, Herbert, (1987) "Patronage That Pays", broşür, New York, s:7.

Sennet, Richard. (1991) *The Conscience of the Eye: The Design and Social Life of Cities*, Faber and Faber, Londra.

Sennett, Richard. (2011) *Ten ve Taş Batı Uygarlığında Beden ve Şehir*, (çev: Birkan, Tuncay), Metis Yayınları, İstanbul, 2011.

Simmel, Georg. "Georg Simmel", aktaran, Ümit Tatlıcan,

Sommer, Robert. (1969) *Personal Space: The Behavioral Basis of Design*, Englewood Cliffs, New Jersey.

Süer, Dürrin, ve Yasemin Y. Sayar. (2002) "Lüks Konut Siteleri", *Mimarlık ve Tüketim*, Boyut Yayın Grubu, İstanbul, s:39-67.

Şahiner, Rifat. (2010) "Eğitim Kurumlarında Sanat Mekanları", *Sanat Dünyamız*, Yapı Kredi Yayınları, 2010, Sayı:117, s:41.

Tanyeli, Uğur. (2012) *Uluslararası İstanbul Tasarım Bienali Ön Etkinlikleri-1*, İKSV Yayınları, İstanbul

Tek, Şinasi, (2012) "Dünya'nın, Kentin, Kültürün, Üretim Yeri Olarak Sokak", *Sanat Dünyamız*, Yapı Kredi Yayınları, Sayı:129.

- Tekeli, İlhan. (1991) *Kent Planlaması Konuşmaları*, TMMOB Mimarlar Odası Yayınları, Ankara.
- Tekeli, İlhan, (2001) “Dünya Kenti Olma Süreci İçinde Akımlar Mekanını Yeniden Biçimlendiren İstanbul”, *İstanbul Dergisi*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, sayı:37, s:90-93.
- Timur, Taner. (2008) *Habermas'ı Okumak*, Yordam Kitap, İstanbul.
- Tomlinson, John. (2004) *Küreselleşme ve Kültür*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Uçar, Neslihan, (2011-2012) Sanat Odaklı Müzeler: İstanbul'a İlişkin Bir Değerlendirme, *Artist Modern*, Aralık/Ocak, s:65.
- Uluoğlu, Belkıs, (2003) Kitlesele ve Gündelik, Tikel ve Özele Karşı, *Arrademento Mimarlık*, sayı:159, s: 77-81.
- Urry, John. (1999) *Mekanları Tüketmek*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, çev: Rahmi G. Öğdül.
- Vanderlinden, Barbara. (1997) “Bienallerin ve Diğer Mega Dergi Modellerinin Eleştirisi ve Savunusu”, 5. *Uluslararası İstanbul Bienali, Ek Kataloğu*, İstanbul.
- Waltl, Christian. (2006) *Museums for Visitors: Audience Development- A Crucial Role for Successful Museum Strategies*, International Committee on Management Conference on “New Roles and Missions for Museums”, Taipei, Tayvan
- Warhol, Andy, Aktaran Kuspit, D. (2004) *The End of Art*. Cambridge: Cambridge University Press. (Artun, A., Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi)

Weber, Max. (2000) *Şehir Modern Kentin Oluşumu*, (çev: Musa Ceylan), Bakış Yayınları, İstanbul.

Woodward, Kath. (2002) *Understanding Identity*, Arnold, London.

Wu, Chin-tao. (2002) *Kültürün Özelleştirilmesi*, (çev: Esin Soğancılar), İletişim Yayınları, İstanbul.

Yardımcı, Sibel. (2005) *Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul'da Bienal*, İletişim Yayınları, İstanbul.

Yırtıcı, Hakkı, (2009) *Çağdaş Kapitalizmin Mekansal Örgütlenmesi*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Zukin, Sharon. (1992) "The City as a Landscape of Power" in L., Budd and S. Whimster, *Global Finance and Urban Living*, London: Routledge./Landscapes of Power, Berkeley: University of California Press.

Zukin, Sharon. (1995) *The Cultures of Cities*, Blackwell, Oxford.

11. *İstanbul Bienal Kataloğu*, "İnsan Neyle Yaşar", İKSV, 2009, Ofset Yayınevi, İstanbul

2010 yılı Birleşmiş Milletler Nüfus İstatikleri

KAYNAK İNTERNET SİTELERİ

<http://bienal.iksv.org/tr/arsiv/haberarsivi/p/1/628> (erişim tarihi: 16.02.2013)

<http://cocukgenclikbienali.org/> (erişim tarihi: 06.02.2013)

<http://umittatlican.com/files/George%20Simmel> (erişim tarihi: 08.01.2013)

<http://milliyetcom.tr> (erişim tarihi: 20.02.2013)

<http://www.contemporaryistanbul.org> (erişim tarihi: 20.02.2013)

<http://www.cnnturk.com> (erişim tarihi: 15.11.2013)

<http://www.haberturk.com> (erişim tarihi:15.11.2012)

<http://www.radikal.com.tr> (erişim tarihi: 20.11.2012)

<http://www.istanbuldesignweek.com> (erişim tarihi: 12.03.2013)

<http://www.akmerkez.com> (erişim tarihi:21.03.2013)

<http://www.iku.edu.tr> (erişim tarihi: 21.03.2013)

<http://mehmetsaruhan.com/2010/pazarlama/marka-nedir/> (erişim tarihi: 12.02.2013)

Bircan, İ., Kamu Kesiminde Stratejik Yönetim ve Vizyon.

<http://ekutup.dtp.gov.tr/planlama/42nciyil/bircanipdf?ref> (erişim tarihi:18.02.2013)

<http://praksis.fisek.com.tr> (erişim tarihi:16.02.2013)

<http://homoinsurrectus.wordpress.com> (erişim tarihi:20.02.2013)

http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2010/12/02/istanbul_zirvede (erişim tarihi:
18.02.2013)

<http://www.proje41.org>

<http://peramuzesi.org.tr> (erişim tarihi: 11.03.2013)

<http://saltonline.org.tr> (erişim tarihi: 11.03.2013)

<http://arter.org.tr> (erişim tarihi: 12.03.2013)

<http://rhm.org.tr> (erişim tarihi: 27.03.2013)

<http://www.marmara.edu.tr> (erişim tarihi: 21.02.2013)

<http://borusancontemporary.com> (erişim tarihi: 27.03.2013)

<http://www.ntvmsnbc.com> (erişim tarihi: 21.02.2013)

<http://www.amerikanhastanesi.org> (erişim tarihi: 21.02.2013)

<http://www.sabanci.com> (erişim tarihi: 21.02.2013)

ŞEKİL KAYNAKLARI

- Şekil 2.1:<http://www.mimtek.comtr/references/referans.html> (erişim tarihi: 12.02.2013)
- Şekil 2.2:<http://iksv.org> (erişim tarihi: 21.02.2013)
- Şekil 2.3:<http://politikaakademisi.org/?p=387> (erişim tarihi:12.02.2013)
- Şekil2.4:<http://www.skyunhaber.com/haberdetap/14975/thy-teknolojinin-yeni-devi-ni> (erişim tarihi:13.02.2013)
- Şekil 2.5:<http://btaiko.wordpress.com/2010/06/22/dubai-mcdonalds/> (erişim tarihi: 12.02.2013)
- Şekil2.6:<http://www.gtaturk.com/forum/gta-iv-genel/gta-4'unsehri-new-york/> (erişim tarihi: 13.02.2013)
- Şekil2.7:<http://www.bienaliksi.org/arsiv/bienalarsivi/213> (erişim tarihi: 21.02.2013)
- Şekil 3.1:<http://businews.eu/2011/12/marka-2011-konferansı-15-aralık'ta-basliyor/> (erişim tarihi:12.02.2013)
- Şekil 3.2:<http://www.londraviaggi.it/> (erişim tarihi: 21.02.2013)
- Şekil 3.3 :<http://www.timeoutistanbul.com/seyahat/makale/1655/BARSELONA> (erişim tarihi:21.02.2013)
- Şekil 3.4: http://www.It.wikipedia.org/wiki/file:Guggenheim_museum_Bilbao.jpg (erişim tarihi: 11.02.2013)
- Şekil 4.1:<http://www.nybits.com> (erişim tarihi: 11.02.2013)
- Şekil 4.2:<http://nadieschicken.wordpress.com/tag/paris> (erişim tarihi: 11.02.2013)
- Şekil 4.3:<http://www.nytimes.com/2010/01/29/arts/> (erişim tarihi:11.02.2013)
- Şekil 5.1:<http://www.ntvmsnbc.com.com/id/25391137/> (erişim tarihi: 11.02.2013)
- Şekil 5.2:<http://www.hurriyet.com.tr/gundem/10038287.asp> (erişim tarihi: 11.02.2013)
- Şekil 5.3:<http://www.beykozkonaklari.org/icana.asp?step=14> (erişim tarihi: 18.02.2013)

Şekil 5.4: <http://arsiv.ntvmsnbc.com> (erişim tarihi: 11.02.2013)

Şekil 5.5: <http://www.ampd.org/etkinlikler> (erişim tarihi: 11.02.2013)

Şekil 5.6: <http://www.mimarlikforumu.com> (erişim tarihi: 11.02.2013)

Şekil 5.7: <http://www.rayhaber.net> (erişim tarihi: 18.02.2013)

Şekil 5.8: http://tr.wikipedia.org/wiki/Cihangir_beyoglu (erişim tarihi: 11.02.2013)

Şekil 5.9: <http://ihaber.istanbul.edu.tr> (erişim tarihi: 2013)

Şekil 5.10: <http://emlakgüncel.com.tr> (erişim tarihi: 18.02.2013)

Şekil 5.11: <http://en.wikipedia.org> (erişim tarihi: 11.02.2013)

Şekil 5.12: <http://avrupakulturbaskenti2010> (erişim tarihi: 18.02.2013)

Şekil 5.13: <http://www.narsanat.com> (erişim tarihi: 20.02.2013)

Şekil 5.14: <http://bienal.iksv.org> (erişim tarihi: 20.02.2013)

Şekil 5.15: <http://www.theguideistanbul.com> (erişim tarihi: 20.02.2013)

Şekil 5.16: <http://www.proje4l.org> (erişim tarihi: 21.02.2013)

Şekil 5.17: <http://istanbul.gov.tr> (erişim tarihi: 20.02.2013)

Şekil 5.18: <http://www.santralistanbul.org> (erişim tarihi: 20.02.2013)

Şekil 5.19: <http://mimarlik.bilgi.edu.tr> (erişim tarihi: 20.02.2013)

Şekil 5.20: <http://homoinsurrectus.wordpress.com> (erişim tarihi: 20.02.2013)

Şekil 5.21: <http://www.contemporaryistanbul.org> (erişim tarihi: 20.02.2013)

Şekil 5.22: <http://www.artistanbul.org> (erişim tarihi: 20.01.2013)

Şekil 5.23: <http://www.akmerkez.com.tr> (erişim tarihi: 21.02.2013)

Şekil 5.24: <http://iku.edu.tr> (erişim tarihi: 21.03.2013)

Şekil 5.25: <http://www.sinematur.com> (erişim tarihi: 21.03.2013)

Şekil 5.26: <http://www.atolyeguzelsanatlar.com> (erişim tarihi: 21.02.2013)

Şekil 5.27: <http://vacd.sabanciuniv.edu> (erişim tarihi: 21.02.2013)

Şekil 5.28: <http://kircaalihaber.com> (erişim tarihi: 21.02.2013)

Şekil 5.29: <http://www.trivago.com.tr> (erişim tarihi: 21.02.2013)

Şekil 5.30: <http://cumhuriyet.com.tr> (erişim tarihi: 21.02.2013)

Şekil 5.31: <http://americanhospitalistanbul.com> (erişim tarihi: 21.02.2013)

Şekil 5.32: <http://www.acibadem.com.tr> (erişim tarihi: 21.02.2013)

Şekil 5.33: <http://www.yesimmutlu.com> (erişim tarihi: 21.02.2013)

Şekil 5.34: <http://www.yapı.com> (erişim tarihi: 21.02.2013)

EKLER

Guggenheim Müzelerinin bulunduğu ülkeler;

ABD- New York



ABD- Las Vegas

Guggenheim Hermitage Müzesi²⁵¹



²⁵¹ <http://www.examiner.com>

Íspanya-Bilbao



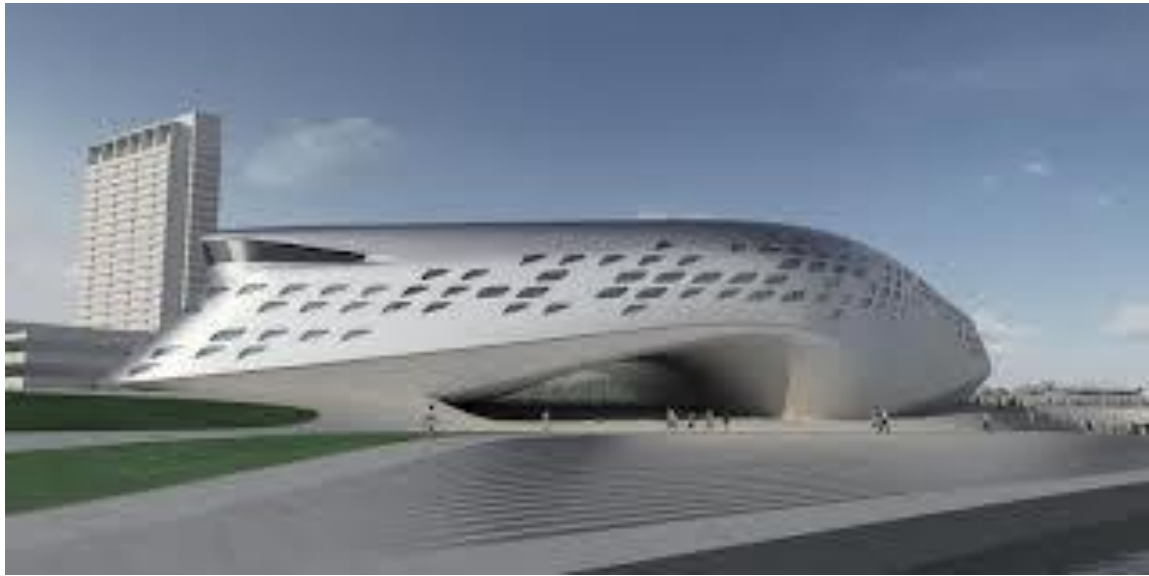
İtalya- Venedik



BAE- Abu Dabi



Litvanya- Guggenheim



Almanya- Berlin



GALERİLER

Bakırköy

Kültür Üniversitesi İncirli Yerleşkesi Sanat Galerisi- Bakırköy

Beşiktaş

Simya Galeri- Ortaköy

Alkent Actuel Art Galerie-Etiler

Stüdyo- 19- Akatlar

Terakki Vakfı Sanat Galerisi-levent

Inhouse Sanat Galerisi-Etiler

Evin Sanat Galerisi- Bebek

Galeri Artist-Fulya

İş Sanat Kibele Sanat Galerisi- Levent

Mustafa Kemal Merkezi-Akatlar

Passion Sanat Galerisi-ulus

Leonardo Sanat Galerisi-Levent

Mabeyn Galeri-Beşiktaş

Nylon Gallery-Ortaköy

Beşiktaş Belediyesi Sergi Salonu-Levent

Galeri 19-Akatlar

Beyoğlu

Sabancı Üniversitesi Kasa Galeri- Karaköy

The Marmara Pera Galeri- Beyoğlu

Tarık Zafer Tunaya Kültür Merkezi

Tünel Sanat Galerisi- Tünel

Yapı Kredi Kazım Taşkent Sanat Galerisi-Beyoğlu

Yedi Sanat Galerisi-Beyoğlu

Piramid Sanat –Taksim

Rodeo Galeri- Tophane

The Empire Project-Taksim

Ziraat Bankası Tünel Sanat Galerisi

Schneidertempel Sanat Merkezi- Karaköy

Taksim Cumhuriyet Sanat Galerisi- Taksim

Tophanei Amire-Fındıklı

Tunca Sanat Galerisi-Beyoğlu

Vakıflar Bankası Sanat Galerisi-Beyoğlu

İstanbul Modern-Karaköy

PG Art Gallery- Tophane
Kasa Galeri –Karaköy
Osman Gürsoy Sanat Galerisi-Elmadağ
İstanbul Sanayi Odası Sanat Galerisi- Beyoğlu
MarjinART-Beyoğlu
Akustik Sanat Galerisi-Fındıklı
Meke Sanat-Fındıklı
Pera Müzesi Sanat Galerisi-Tepebaşı
İş Bankası Sanat Galerisi-Beyoğlu
Ormo Sanat Galerisi-Gümüşsuyu
Pera Sanat Galerisi
Pi Works-Tophane
Denizati Sanat Galerisi-Beyoğlu
C.A.M. Contemporary Art Marketing-tünel
Ak Sanat- Beyoğlu
ALAN İstanbul-Tünel
Arte İstanbul Sanat Merkezi- Beyoğlu
Borusan Sanat Galerisi-Beyoğlu
Dulcinea Sanat Galerisi-Beyoğlu
Elipsis Gallery- Karaköy
Galeri Dürer-Beyoğlu
Galatea Art-Beyoğlu
Emlak Sanat Galerisi-Beyoğlu
Fransız Kültür Merkezi-Beyoğlu
Galeri Apel –Galatasaray
Galeri-X-Tünel
Doğançay müzesi-Beyoğlu
Eren Sanat Galerisi-Beyoğlu
F Sanat Evi-Beyoğlu
CDA Projects- Beyoğlu
ArtCenter- Beyoğlu
Galerist-Beyoğlu
ArtSumer Gallery-Beyoğlu

Eminönü

Armaggan Art& Design Gallery-Nuriosmaniye

Eyüp

Santral İstanbul- Eyüp

Fatih

Rezan Has Müzesi

Kadir Has Üniversitesi Sanat Galerisi-Cibali

Kadıköy

Sevimce Sanat Galerisi- Feneryolu
Ayşegül Bayrak Sanat Galerisi-Moda
Artev Sanat Galerisi-Feneryolu
Tuze Sanat Evi- Suadiye
Üçüncü Göz Sanat Galerisi- Moda
RED Art İstanbul
Seher Sanat Galerisi- Moda
Siemens Sanat –Fındıklı
Zerrin Türen Sanat Galerisi- Bostancı
Simurg Art Galeri- Kadıköy
Tolga Eti Sanat Evi- Selamiçeşme
Ürün Sanat Galerisi-Caddebostan
Koşuyolu Sanat Galerisi-Kadıköy
Olçay Art –Caddebostan
Hobi Sanat –Kadıköy
Meb Sanat Galerisi-Göztepe
Mine Sanat Galerisi-Kadıköy
Om Sanat Evi
Palet Sanat Galerisi-Caddebostan
Dega sanat Galerisi-Suadiye
Bahariye Sanat Galerisi- Kadıköy
Pastoral Sanat Evi-Göztepe
Ares Sanat Galerisi-Fenerbahçe
Kızıltoprak Sanat Galerisi-Kadıköy
Merve Art Galeri-Moda
Art Hall Galerisi- Kozyatağı
Caddebostan Kültür Merkezi-Caddebostan

Sarıyer

Elgiz Sanat Galerisi-Proje 4L- Maslak
Sakıp Sabancı Müzesi Sanat Galerisi- Emirgan
Atmosfer Sanat Galerisi- Yeniköy

Şile

Galeri Işık -Şile

Şişli

Teşvikiye Sanat Galerisi- Nişantaş
Türker Art- Teşvikiye

Alif Art -Nişantaşı
V Sanat Galeri- Nişantaşı
Galeri Binyıl –Nişantaş
Galeri Espas-Teşvikiye
Galeri Bonart-Teşvikiye
Galeri Miz- Teşvikiye
Galeri Eksen-Nişantaşı
Rh+ art Galeri- Nişantaşı
Derinlikler Sanat Merkezi-Teşvikiye
Deyim Sanat Galerisi-Nişantaş
Galeri Baraz-Kurtuluş
Doku Sanat Galerisi-Nişantaşı
Galeri Işık-Nişantaş
Galeri Nev-Maçka
Galeri Merkür- Nişantaşı
Dirimart- Nişantaş
Eltürk Art Gallery-Harbiye
Galeri Tantekin- Nişantaşı
Galeri Linartgalerisi-Şişli-Nişantaşı
Güneş Sanat
Fusun İnan Sanat Galerisi-Nişantaşı
Artemis Sanat Merkezi-Osmanbey
Dpart-Teşvikiye
Ekvator Sanat Galerisi-Nişantaşı
Artisan Sanat Galerisi-Nişantaşı
Artspace Gallery-Teşvikiye
Art Galerim-Nişantaşı
Çağla Cabaoğlu Art Gallery-Teşvikiye
Chalabi Art Gallery-Nişantaşı
Tatart Sanat ve Araştırma Merkezi- Maçka
Tem Sanat Galerisi- Nişantaşı
Troy Sanat Galerisi-Teşvikiye
Art Point Gallery-Teşvikiye
Cef Sanat Galerisi-Nişantaşı
Cumalı Sanat Galerisi-Teşvikiye
Akyol Sanat Evi-Teşvikiye
Portakal Sanat- Nişantaşı
Çatı Sanat Evi- Nişantaşı
Renart Sanat Galerisi- Nişantaşı
Tepe Art Auction&Gallery- Teşvikiye
Rönesans Sanat Galerisi-Teşvikiye
Seven Sanat Galerisi-Teşvikiye
Simurg Art Sanat Galerisi-Maçka
Urant Sanat Galerisi- Nişantaşı

Hobi Sanat Galerisi-Nişantaşı
Mac Art Gallery-Nişantaşı
Maça Modern Art Galeri
Milli Reasürans Sanat Galerisi –Teşvikiye
Narsist Art Galeri-Teşvikiye
Özden Sanat-Maça
Kare Sanat –Nişantaşı
Maça Art& Design Galeri- Nişantaşı
Maça Sanat Galerisi- Nişantaşı
Mine Sanat Galerisi-Nişantaşı
Nelli Sanat Evi-Teşvikiye
Niş Art Gallery- Teşvikiye
Pınar Art- Nişantaşı
İlayda Sanat Galerisi-Teşvikiye
Artam Global Art Galeri-Maça
Nadya Sanat Galerisi-Teşvikiye
Alta Fine Arts-Nişantaşı
C.A.M. Contemporary Art Marketing-Nişantaşı
Galeri Kent –Teşvikiye
Galeri Modernist-Teşvikiye

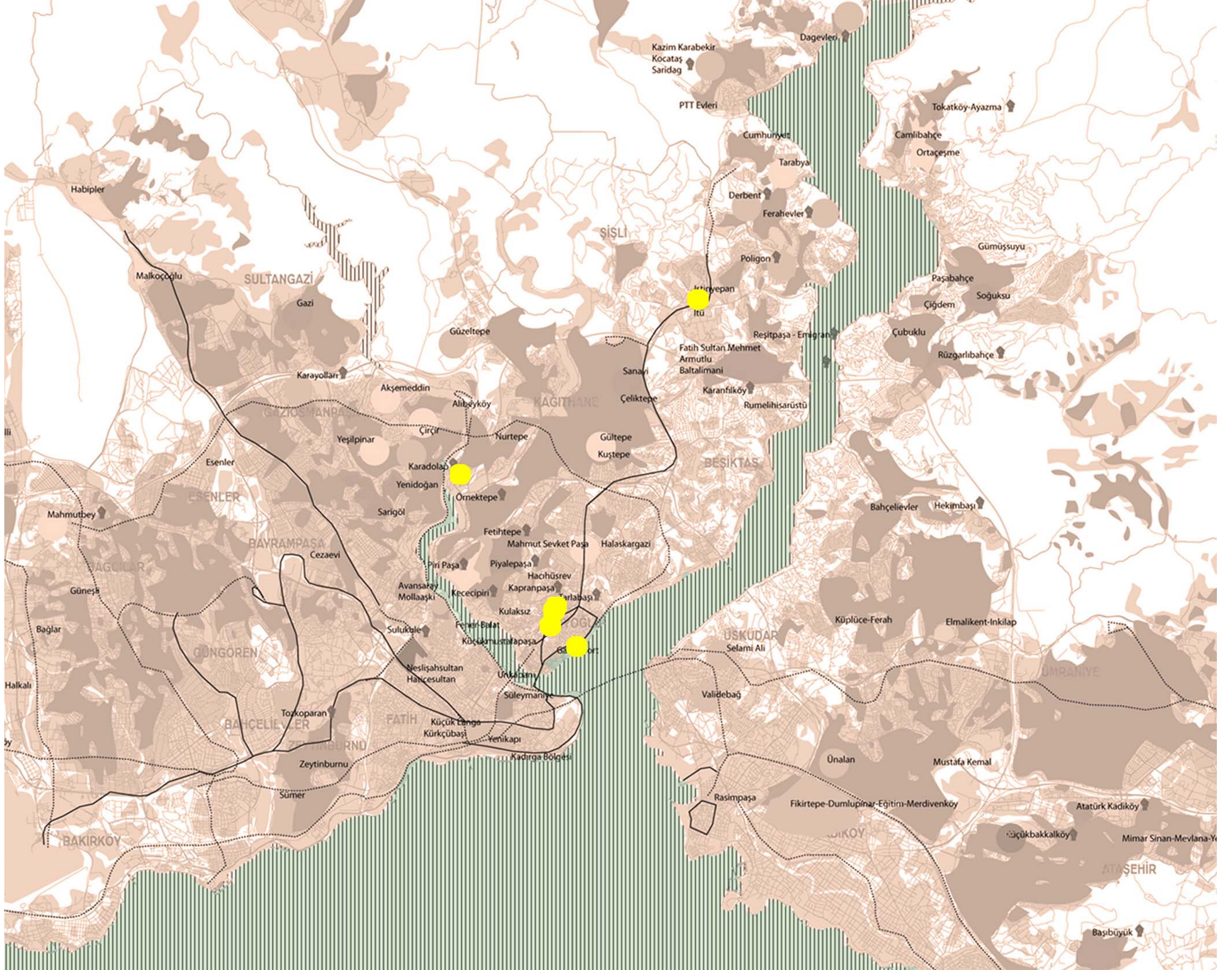
Ümraniye

Live Sanat Galerisi-Dudullu
Bedri Rahmi Eyüboğlu sanat Galerisi-Ümraniye

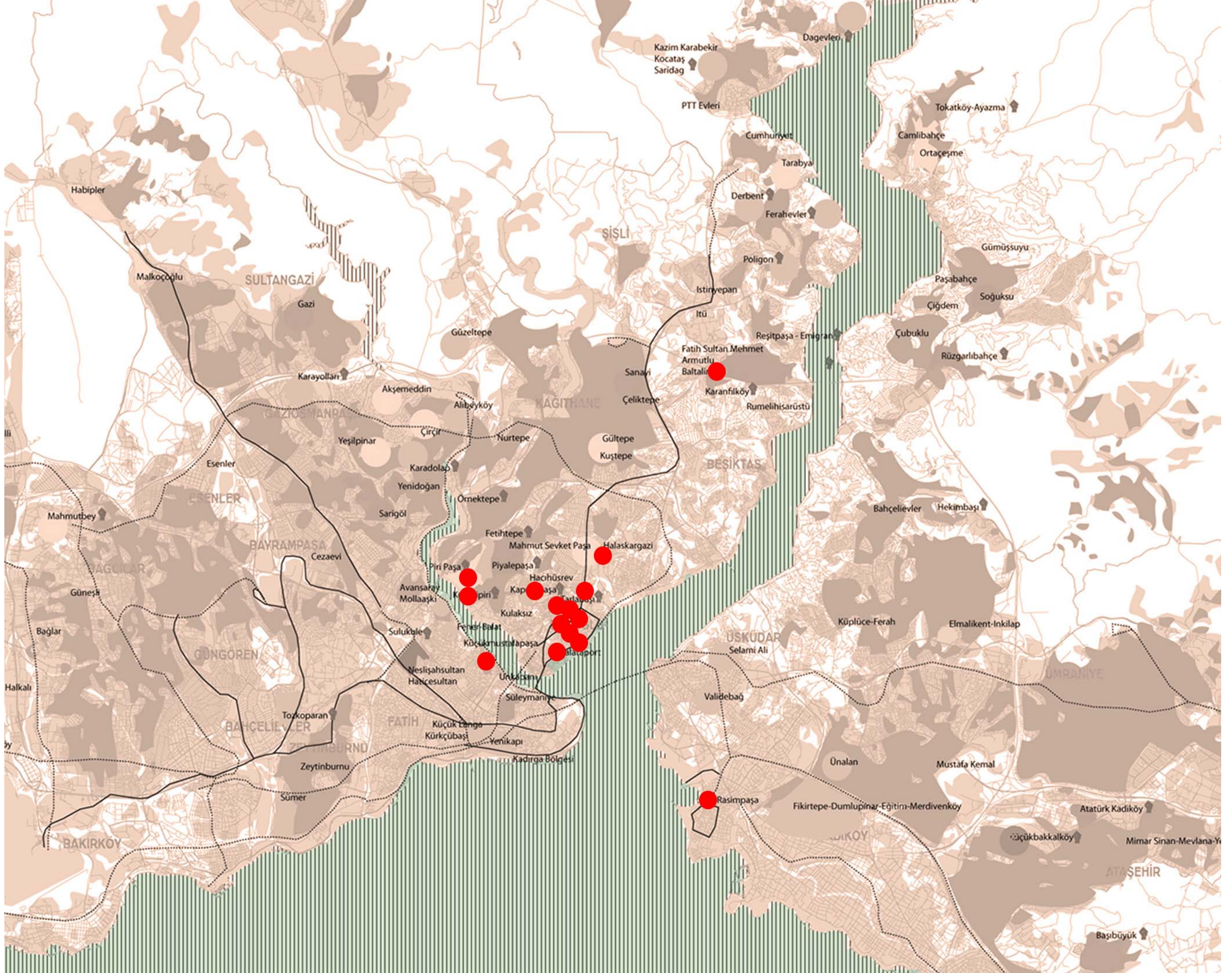
Üsküdar

Mavi Tutku-Kuzguncuk

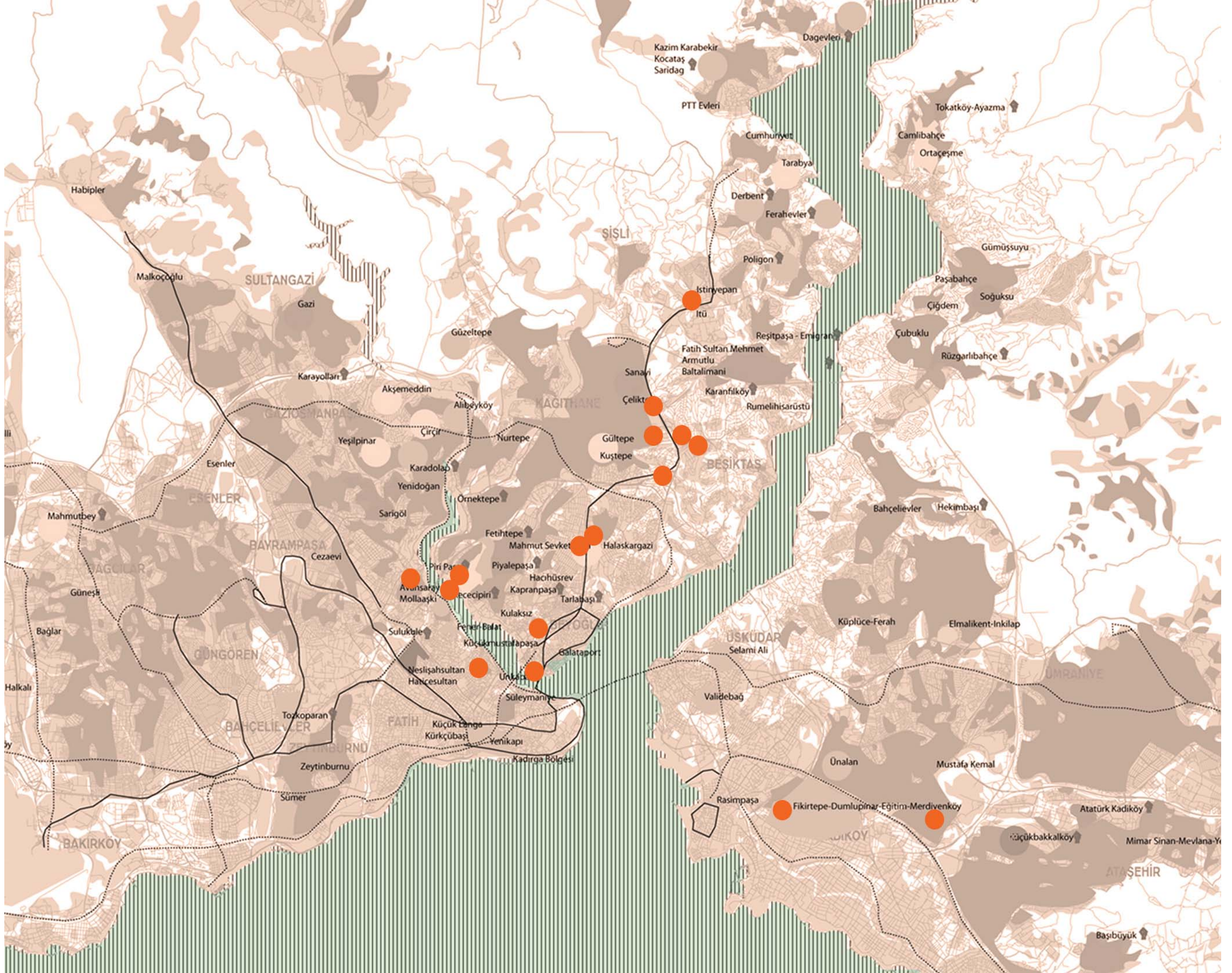
Kalıcı Mekansal Dönüştürmeler Harita



Periyodik Sanat Etkinlikleriyle Gerçekleştirilen Dönüştürmeler



Geçici Sanat Eksenli Dönüştürmeler



Habipler

Malkoçoğlu

SULTANGAZI

Gazi

GAZİOSMANPAŞA

Esenler

ESENLER

Mahmutbey

AGCIAR

Güneşli

Bağlar

BAYRAMPASA

Cezaevi

GÜNGÖREN

BAHÇELİEVLER

Tozkoparan

Zeytinburnu

Sümer

BAKIRKÖY

Güzeltepe

Karayolları

Akşemeddin

Yeşilpınar

Esenler

Çirçir

Karadolap

Yenidoğan

Sarıgöl

Örnektepe

Fetihtepe

Mahmut Sevket

Piyalepaşa

Hacıhüsrev

Kapranpaşa

Tarlabası

Kulaksız

Fener-Balat

Küçük Mustafa Paşa

Balataport

Neslişah Sultan

Hancı Sultan

Ünvan

Süleymaniye

Küçük Lango

Kürkçübaşı

Yenikapı

MAGİTHANE

SİŞLİ

Sanayi

Çeliktepe

Gültepe

Kuştepe

Halaskargazi

Fatih Sultan Mehmet

Armutlu

Baltalımani

Karanfilköy

Rumelihisarüstü

ÜSKÜDAR

Selami Ali

Validebağ

Rasimpaşa

Önalan

Mustafa Kemal

Atatürk Kadıköy

Küçükbakkalköy

Mimar Sinan-Mevlana-Yeni

Kazım Karabekir
Kocataş
Sarıdag

PTT Evleri

Dagevleri

Cumhuriyet

Tarabya

Derbent

Ferahevler

Poligon

Istinyeapan

İtū

Resitpaşa - Emirgan

Fatih Sultan Mehmet

Armutlu

Baltalımani

Karanfilköy

Rumelihisarüstü

Bahçelievler

Hekimbaşı

Küplüce-Ferah

Elmalikent-Inkılâp

ÜSKÜDAR

Selami Ali

Validebağ

Rasimpaşa

Önalan

Mustafa Kemal

Atatürk Kadıköy

Küçükbakkalköy

Mimar Sinan-Mevlana-Yeni

ATAŞEHİR

Başıbüyük

Camlibahçe

Ortaçeşme

Tokatköy-Ayazma

Gümüşsuyu

Paşabahçe

Çiğdem

Soğuksu

Çubuklu

Rüzgarlibahçe

Bahçelievler

Hekimbaşı

Küplüce-Ferah

Elmalikent-Inkılâp

ÜSKÜDAR

Selami Ali

Validebağ

Rasimpaşa

Önalan

Mustafa Kemal

Atatürk Kadıköy

Küçükbakkalköy

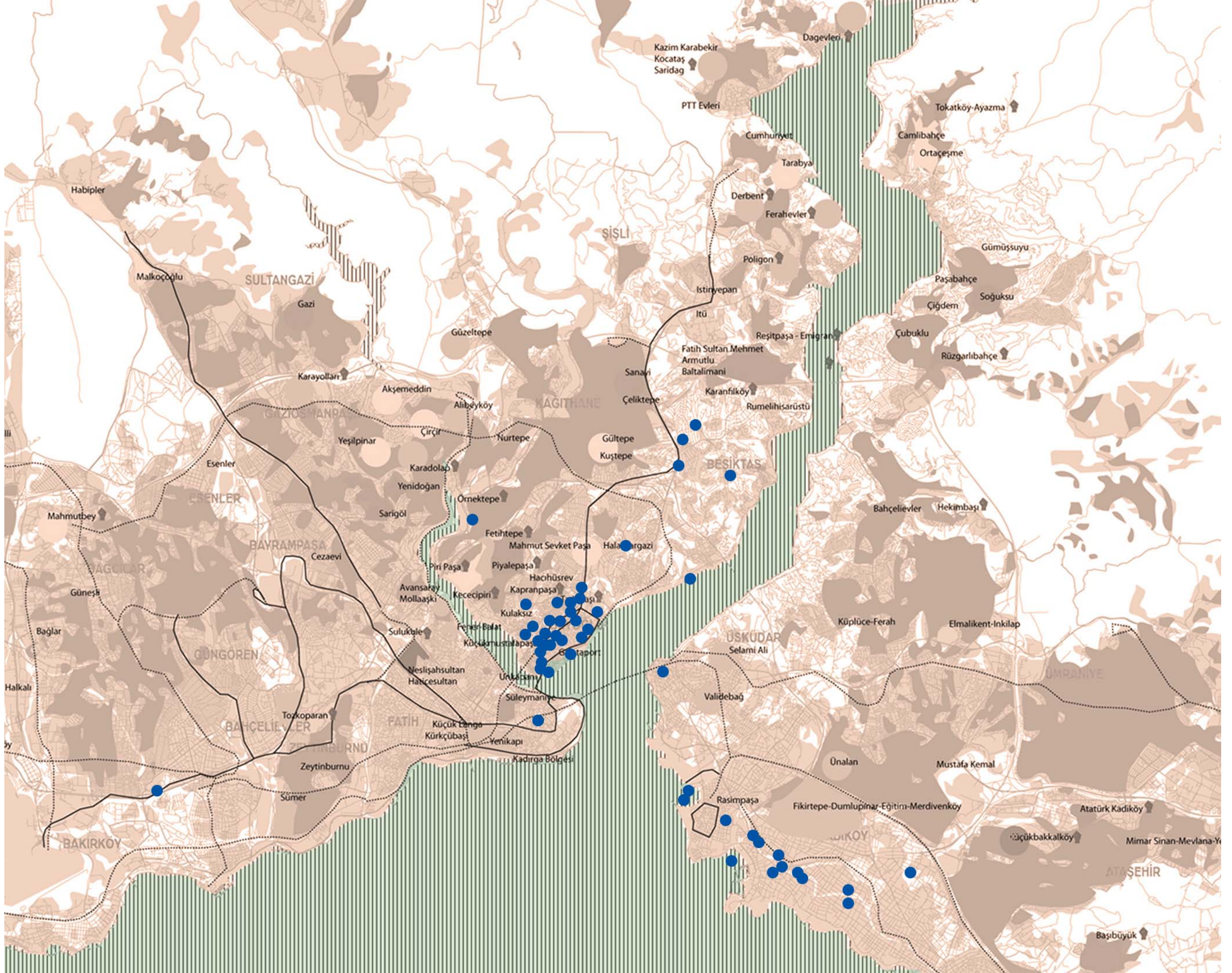
Mimar Sinan-Mevlana-Yeni

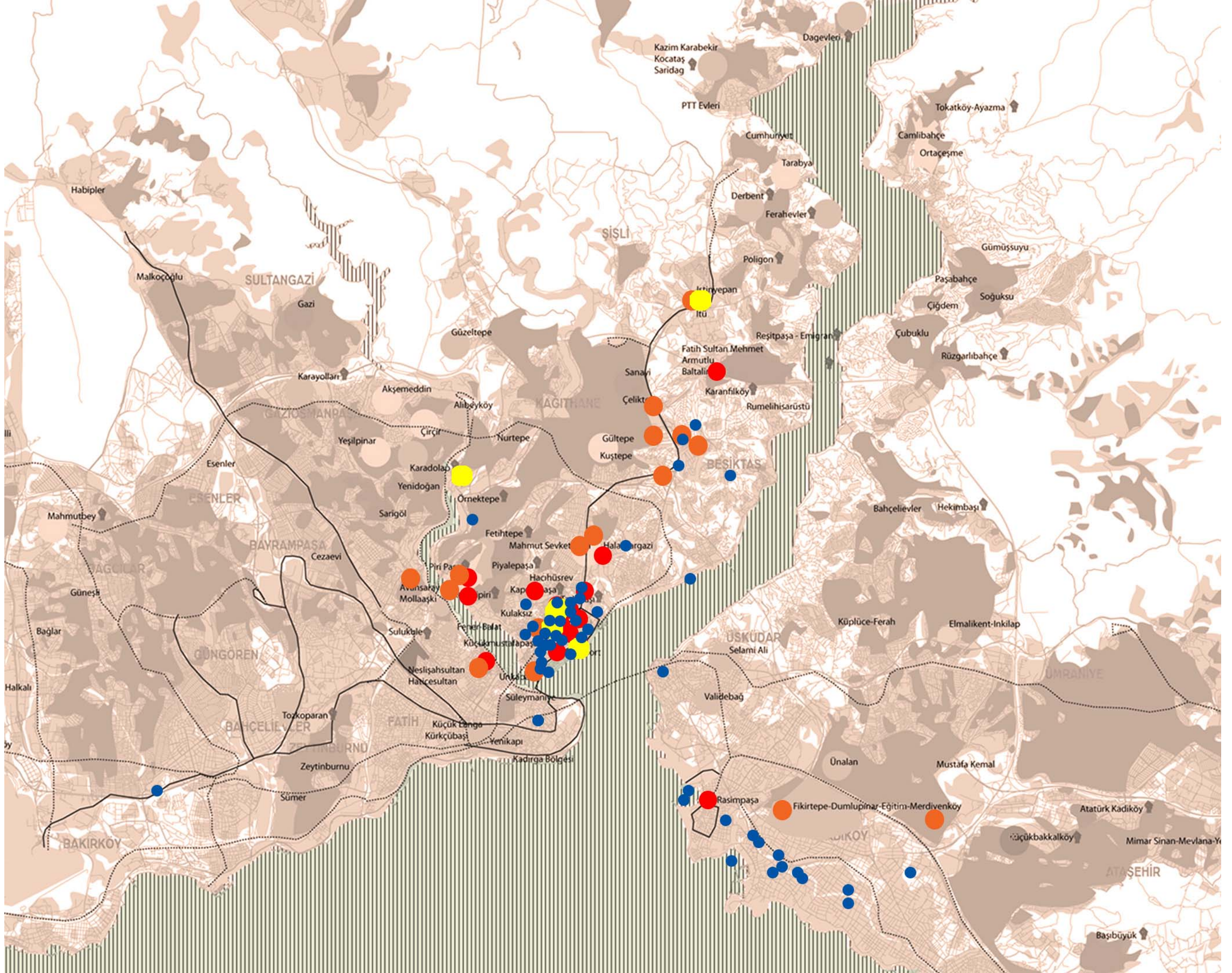
ATAŞEHİR

Başıbüyük

Fikirtepe-Dumlupınar-Eğitim-Merdivenköy

Galeriler





ÖZGEÇMİŞ

1974 yılında Lüleburgaz'da doğan Berna Karaevli 1992 yılında F.M.V. Özel Işık Lisesi'nden mezun olmuştur. Aynı yıl başladığı İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi'ndeki eğitimini 1996 yılında tamamlamıştır. Mezun olduktan sonra çeşitli mimarlık bürolarında ve daha sonra Sabancı Holding İnşaat dairesinde profesyonel iş hayatını sürdürmüştür.

2010 yılında F.M.V. Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi, Sanat Kuramı ve Eleştiri Yüksek Lisans Programı'na başlamıştır. Evli ve iki çocuk annesidir.