

## **Ana Akım Medya ve Kentsel Tasavvur: 31 Mart Seçimi'nde Sabah Gazetesi'ndeki İstanbul**

Kentler, tarih boyunca hem ekonomik hem de siyasal değişim/dönüşümlerin göstergesi ve sahnesi olagelmışlerdir. Lefebvre'in de ifade ettiği gibi, Antik Yunan kentinin politik kent olarak karakterize olması, Ortaçağ kentlerinin merkantilizmin mekânı olarak temerküz etmesi, modern/sınai/kapitalist toplumun kentlerde yeşermesi ve boy atması tesadüfi değildir. II. Dünya Savaşı sonrasında sermayenin akışkanlığının artması ve sermayenin çok merkezli karakter kazanmasıyla, alt-kentleşme ve çok merkezli kent kurgusu arasında da doğrudan ilişki bulunmaktadır. Harvey'in tespit ettiği üzere, kapitalizmin krizi en berrak biçimde kentlerde gözlemlenebilmektedir. Sanayisizleşmiş kentlerde gayrimenkul spekülasyonu ve kent kültürü pazarlamacılığının kol kola ilerlemesi, sistemik krizlerin kentlerdeki etkisinin ve bunu aşmaya yönelik stratejilerin ürünüdür.

Bu çalışma, özetlenen çerçevede günümüzdeki kentsel tasavvur ve bu tasavvurun medya dolayısıyla biçimlendirilmesini ele alacaktır. Bu doğrultuda, İstanbul örneği üzerinden kentsel ve kültürel politikaların, ekonomi ve siyasetle ilişkisi ana akım medya içeriği üzerinden incelenecektir. 30 Mart 2014 yerel seçimlerinde kentin egemen siyasal akıl tarafından tanımlanış ve yeniden-üretiliş biçimi ile iktidar medyasında kent temsili arasındaki ilişkiye yoğunlaşılacaktır. Neoliberal akıl tarihsel bir süreklilik içinde, kenti ekonomik sermayenin mekânına dönüştürme gayretkeşliği içindeyken, aynı şekilde sembolik sermaye üzerinden de kent taarruzu altında tutmaktadır. Bir taraftan inşaatçılık ile dar ekonomizm sınırları içinde çıkış aranırken, diğer taraftan da küresel sermayeye cazip görünme, turizm gelirlerinden pay kapma ihtirasıyla kent, Bauman'ın ifade ettiği gibi, mekân savaşlarının cephesi durumundadır.

Günümüz kentlerindeki yerel-küresel "mekân savaşları"nın özünü, küreselleşmenin etkisiyle biçim değiştiren sermaye birikimi oluşturmaktadır. İşçi sınıfının yaşadığı semtler, etnik/kültürel/politik azınlıkların yaşadığı gettolaşmış merkezler, seks işçiliğinin hüküm sürdüğü mahalleler artık yeni sermayenin yatırım alanları haline gelmeye başlamıştır. Kent içindeki kimi mekânlara yönelik gelişen bu ilginin temelinde sermaye akışlarının hızlanması, buna bağlı olarak da insan ya da bir başka deyişle işgücü dolaşımının yoğunlaşması yatmaktadır. Sermayenin ve işgücünün bu hareketliliği ise son yıllarda gözlenen kentsel değişimin dinamiğini oluşturmaktadır. Bu yeni ekonomik ve toplumsal biçimlenme, beraberinde yeni bir kentsellik ve kent yönetimi anlayışını getirmektedir. Böylesi koşullar altında birbirleriyle rekabete giren kentlerde gözlenen sonuç ise ayrışma, dışlama ve mekân savaşları olarak gözlenmektedir (Hansen, 2006).

Tüm bunları billurlaştırmak için 2014 Yerel Seçimleri'nin yapıldığı mart ayında, Sabah Gazetesi incelenmiştir. Mart ayının zamansal sınır olarak belirlenmesi, 30 Mart'ta seçim yapılacak olmasından ötürü, seçim konuşmalarının, mülâkatların, tasarıların daha yoğun biçimde gerçekleşeceği önkabülünden temellenmiştir. Sabah Gazetesi, daha önce hükümetle yakından ilişkili Çalık Grubu'na aitken, 17 Aralık sonrasında ortaya çıkan görüşme kayıtlarının doğruladığı üzere, yine hükümete yakın işadamları tarafından oluşturulmuş bir konsorsiyuma devredilmiştir. Ayrıca 300 binin üzerinde bayi satış rakamıyla Türkiye'de en çok satılan dördüncü gazetedir.

## Sistemik Krizler ve Kent

Artık dünya nüfusunun yarısını barındıran kentlerde olan bitenleri anlamının, dünyayı kavramanın önemli bir parçası olduğunu ileri sürmek abartılı olmaz. Bu kavrayış, üretim biçimindeki değişimden azade bir perspektifle mümkün olamaz. O nedenle de kentlerin karakteri, üretim biçimlerine paralel seyretmektedir. Ortaçağda ticaretle ayakta kalan ve gelişen kentler, kapitalizmle birlikte sanayi üretiminin merkezleri haline gelmiştir. Ancak günümüzde “sanayi kenti” olarak bilinen kent sayısı giderek azalmakta, bu durum hem bu kentlerin, hem ilişkide olduğu diğer kentlerin ve bir zincir halinde de bölgelerin kaderini değiştirmektedir. Öte yandan 1970’lerle birlikte kapitalizmin krizi (Harvey, 1999) kentler üzerinde daha derin ve sarıh biçimde görülebilir hale gelmiştir. Bu nedenle de kentlerin yeni varlık sürdürme biçimlerine ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Kentsel alanlar giderek sanayisizleşmesi, kentlerin kapitalizmin krizinin en açık ve doğrudan biçimde gözlenebildiği mekânlar olması, küreselleşmenin sermaye akışlarının önündeki engelleri büyük bir güçle yıkmasıyla birlikte kentler, yeni birtakım gelişmelerin sahnesi haline gelmeye başlamıştır.

Sermayenin 1970’lerden itibaren uluslararası alanda akışkanlık kazanması, üretimin esnek metod ve biçimlere dönüşmesi, endüstriyel üretimin yerine hizmet sektörünün ağırlık kazanması durumu neoliberalizmin milâdı (Harvey, 1999) olarak değerlendirilir. Bir başka deyişle üretim Fordist biçimden, post-Fordist biçime evrilmiştir. Kentlerin de yüzü bu değişim paralelinde değişmeye başlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri’nde 1970’lerde, Avrupa’da ise yoğun olarak 1980’lerde gözlenen bu değişim “dünya kenti”, “küresel kent” gibi tanımlamaların doğmasına neden olmuştur. 1970’lerden itibaren kapitalizmin krizini çözmek ve bu krizin kentler üzerindeki etkilerini azaltmak amacıyla, esnek üretim metodları geliştirilerek, sermayeye akışkanlık kazandırılarak, sanayi üretiminin yanında hizmet/finans sektörüne yönelerek ülke ve kent ekonomilerinin canlandırılması dünyanın değişik coğrafyalarında gözlenen bir durumdur. Bu noktada, kentler hem uzamsal hem de kültürel açıdan önemli bir işlev üstlenmektedir. Ekonomik büyümenin ve tüketimin sürekliliği, kentler üzerinden sağlanmaya çalışılmaktadır. Bu da, kentin kendisini pazarlanabilir bir meta durumuna dönüştürmektedir. Pazarlama ve halkla ilişkiler uzmanları, kent yöneticileriyle birlikte kenti “satma”nın yollarını ararken, akademisyenler de bu yaklaşımlara teorik çerçeveler çizmektedir. Kentlerin pazarlanabilir olduğuna dair güçlü bir inanış ve “işbirliği” etki alanını genişleterek yayılmaktadır. Bu yayılımın retoriği olarak ise “paydaş” sözcüğü son yıllarda sıklıkla kullanılmış ve büyülü hale gelmiştir.

“Kentın paydaşları” retoriğiyle kentin pazarlanmasını, Harvey kentsel girişimcilik olarak tanımlar (Harvey, 2001). Harvey’e göre “kentsel girişimcilik” anlayışının sanayi sonrası kentlerde baskın hale gelmesiyle ortaya çıkan kent yönetimi ve planlamasında şirketlerin, gayrimenkul piyasası ile bu piyasanın halkalarının egemen hale geldiği görülür. Kentsel girişimcilik, kamu kesimi, özel girişim ve gönüllü kesimlerden oluşan çıkar gruplarının bir “uzlaşma” çerçevesinde, çeşitli kaynakları kullanma biçimidir. “Paydaşlar”dan meydana gelen kentsel yatırımcılık, kent yönetiminde devlet güçlerinin (yerel, metropolitan, bölgesel, ulusal veya uluslararası) sivil örgütlerin (ticaret odaları, eğitim kurumları, araştırma merkezleri, STK’lar vb.) ve özel çıkarların (şirketler veya bireyler) biraraya getirilmesini ve yönetimini ifade etmektedir. “Paydaşlar” etrafında oluşturulan kentsel politikalar ise doğrudan neoliberal küreselleşme ile ilişkilidir. Harvey küreselleşmeyi, ekonomik yapı ile mekan ilişkisi üzerinden tanımlar. Buna göre küreselleşme, küresel kapitalist faaliyet ve ilişki kalıplarının

coğrafi boyutta eklemelenmesi olarak tanımlanabilir. Akışkanlık kazanan sermayenin her zaman için ucuz işgücü arayışı içinde davranışlarını düzenlediği iddia etmek mümkün değildir. Bu nedenle de kapitalizm, coğrafi bir nitelik kazanmıştır. Kentsel mekân üzerinden rant elde etmek bu dönüşümün bir ürünüdür. Dünya kenti ya da küresel kent olarak tanımlanan mekânların karşısında, bu niteliğe uymayan kentler, kendilerini farklılaştırma yarışına girerler. Bu süreçte kentlerin “dönüşmesi”, pek çok kültürel ve toplumsal sorunu da beraberinde getirir. Ortaya çıkacak faydalardan da belli bir kesim yararlanabilmektedir. Kent, istenmeyen kültürel, toplumsal, siyasal unsurlardan temizlenirken, turistler, kentli orta sınıf ve yatırımcılar için güvenli ve açık hale getirilir (Harvey, 2001). Kentin satılması olarak adlandırılabilir bu proje, bir kent imgesi yaratarak, bütün bir kent imgesini oluşturan anlamlar, değerler, algıların metalaştırılarak pazarlanmasından başka bir şey değildir. Pazarlanan nesne sadece kentin fiziksel mekânı değildir; fiziksel varlığın ardındaki bütün simgesel değerler, imgelemler de parasal değere dönüştürülür. Tüm bu metalaştırma süreci sadece uluslararası, küresel yatırımcıları, ziyaretçileri, turistleri etkilemek ve çekmek amacıyla değil, öte yandan kentin yerleşiklerini de cezbetme amacı taşımaktadır. Kentsel alanın pazarlanması sürecinin en önemli taşıyıcılarından medya, incelikle planlanmış stratejilerle kente ilişkin olarak yaratılan imgeler üretir, varolan imgeleri yeniden-üretilecek dolaşıma sokar. Böylelikle, herkesin yaşamak, çalışmak veya ziyaret etmek isteyeceği, diğerlerinden farklılaştırılmış, “biricik”leştirilmiş bir kent imgesi ve miti yaratılır.

### **Ekonomik ve Kentsel Politikalar Ekseninde İstanbul**

İstanbul'un günümüzde yüzyüze olduğu sorunlar ve aşınma, öncesiz olmadığı gibi, hiçbir tarihsel olayda olmadığı gibi “bulutsuz bir gökyüzünde aniden çakan bir şimşek” (Marx 2010) gibi de görülemez. Günümüzde yaşanan sorunların, tartışmaların ve politikaların bir soyağacını çıkarmaya ihtiyaç vardır.

Bu noktadan hareketle İstanbul'un modernleşme süreci ekseninde, önce sanayi kenti ve sonrasında da sanayisizleşmiş kent olarak bu gidişattan payını aldığı söylenebilir. İstanbul'un, 19. yüzyıldan itibaren bir Avrupa kentine benzemeye çalışmasının en önemli ayağı ekonomik dinamiklerdir. İmparatorluk sınırları içinde, yabancı tüccarlara tanınan çeşitli imtiyazlar ve vergi kolaylıkları sonucunda ticaret dengelerinin değişimi nedeniyle, devlet eliyle sanayi kurma girişimi başlamıştır. Bu çabalar sonucunda, Haliç kıyılarında, Zeytinburnu ve Bakırköy sahillerinde, ayrıca Boğaz kıyılarında tekstil üretiminden gemi yapımına, sanayi ürünlerinden çiniye dek çeşitli kollarla üretim yapan işyerleri kurulmuş, buralarda çalışan işçilerin barınabileceği “işçi barınakları” inşa edilmiştir. Bu sayede de kentin çehresinde birtakım değişimler gözlenmiştir (Çelik 2000; Kuban 2000). Hatta bir yabancı gözüyle durum “bir Türk Manchester ve Leeds'i, bir Türk Birmingham ve Sheffield'ı yaratma” arzusu olarak nitelenmiştir (Macfarlane 1850'den aktaran Çelik 2000, 30).

Kentin, Cumhuriyet dönemindeki gelişimi de, dönemsel kırılmalar ve iniş- çıkışlar göz ardı edilecek olursa bu minval üzeredir. Uzun bir tarihsel sıçramayla devam edilecek olursa, ülkede olduğu kadar İstanbul'da da en önemli değişimler 1980'lerde yaşanmıştır. 24 Ocak ekonomik kararları ve 12 Eylül darbesinin gölgesinde Türkiye neoliberalizme eklemelenmiş, bu süreçte de İstanbul köprü işlevi görmüştür.

Deregülasyon, devletin ekonomik faaliyetler üzerindeki etkisinin azaltılması, kâr odaklı yaklaşımların palazlanması bu dönemin ürünüdür. Bu mantık çerçevesinde hazırlanan Tasarrufların Teşvik ve Kamu Yatırımlarının Hızlandırılması Kanun Tasarısı kabul edilerek, kamu tesis ve yatırımlarının gelirlerini ve mülkiyet ve işletme haklarını yerli ve yabancı özel ve tüzel kişiliklere devretmenin önü açılmıştır (Ekinci 1994, 42). 1980’lerden günümüze dek uzanan süreçte, İstanbul’u küresel bir kent haline getirmek konusunda geniş bir ittifak ve güçlü bir uzlaşısı bulunmaktadır (Bartu 2000, 44). Sözü edilen bu ve benzeri düzenlemeler, küresel İstanbul’un oluşturulmasının önemli adımları olarak kabul edilebilir. Bora’ya (2000) göre küreselleşmenin, sermayeyi zaman ve mekân bağlarından koparmasıyla, kentler sermaye hareketlerinin terminali haline gelmiştir. “‘Ulusal ekonomi’ bağlamından çözülen Türkiye sermayesinin küreselleşme sürecine eklenmesindeki ana bağlayıcı, İstanbul’un böyle bir düğüm noktası olarak örgütlenmesidir” (Bora 2000, 71).

25 Mart 1984’te yapılan yerel seçimlerle, İstanbul’da Anavatan Partisi (ANAP), büyükşehir belediye yönetimini de ele almıştır. İstanbul’un ve aynı zamanda Türkiye’nin ilk alışveriş merkezi, neoliberalizmin Türkiye’deki temsilcisi ANAP’ın ülke ve kent yönetimine hakim olduğu dönemde açılmış, adeta bir mabed haline gelmiştir. “Yatırımcılık” sözcüğünün geçerli en yüce değer haline getirildiği bu dönemde kent, ülkedeki siyasal, kültürel ve toplumsal iklime uygun olarak, fiziksel ve kültürel açıdan dönüşmeye başlamıştır. Menderes dönemindeki Haussman’cı uygulamalar, İstanbul’da bir kez daha sahneye çıkmıştır. İstimlâk edilen binalar, genişletilen ve yeni inşa edilen yollar, Boğaz’a yapılan ikinci köprü ve ona bağlı çevreyolları, “yatırım”ın “yatırımcı”nın kutsandığı bir dönemde, adeta bu kutsallaştırılan bu varlıkların görünür kılınması işlevi gören onlarca katlı, parlak yüzeyli gökdelenler kentin yeni yüzünü oluşturan unsurlardır.

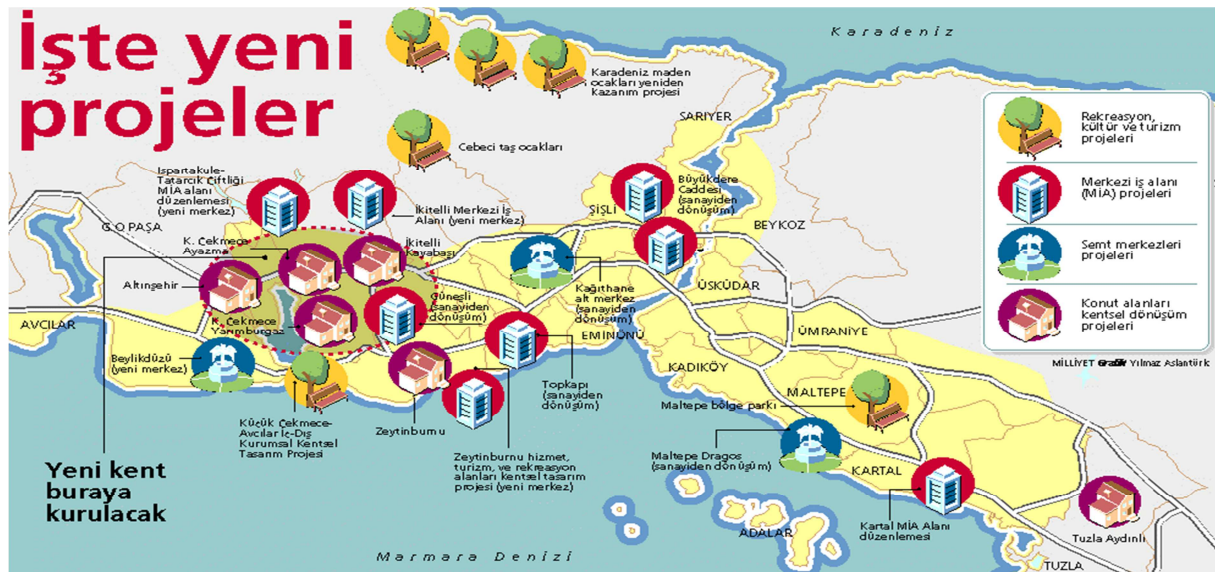
1990’larla birlikte kentteki dönüşüm önemli ölçüde bu izlekte öngörüldüğü biçimiyle gerçekleşmeye başlamıştır. Maslak-Büyükdere bölgesi, büyük bir hızla yapılaşmaya ve finans/hizmet sektörü merkezi olmaya başlamıştır. Bu bölgenin oluşumu ve gelişiminin, hakim küresel kent söyleminin etkisi altında gerçekleştiği, İstanbul’da kentsel politikaların oluşumunda bu söylemin, meşrulaştırıcı bir çerçeve sunmasıyla ilişkili olduğu kabul edilir (Öktem 2005, 39). Pek çok şirket ve holdingin yönetim binası burada konuşlanmıştır. 1980 sonrasında İstanbul imgesi, Maslak bölgesindeki çok katlı işmerkezleriyle kurulur. dönemin Başbakanı ve Belediye Başkanı’nın, gökdelenlerin kenti güzelleştirdiği ve modernleştirdiği yönündeki açıklamaları, Levent’te bulunan Sabancı Center’ın mimarlarının, Amerika Birleşik Devletleri’ndeki Trump Tower’ı incelemeye gönderilmesi bu iradenin somut yansıması olarak gösterilebilir (Öktem 2005, 48).

	Tarım (%)	Sanayi (%)	Hizmet (%)
2004	0.8	42.0	56.7
2005	0.7	43.0	56.4
2010	0.4	40.0	59.6
2011	0.5	39.8	59.7
2012	0.6	36.7	62.7
2013	0.6	35.1	64.3

Tablo 1. İstanbul’da istihdamın sektörel dağılımı. Kaynak: TÜİK

İstanbul için en yıkıcı ve yakıcı dönemin yerel yönetimin Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) elinde olmasının ötesinde, AKP hükümetinin kurulmasıyla başlayan, 2002'den günümüze uzanan süreç olduğu ileri sürülebilir. AKP iktidarının, ekonomik büyüme masalını ören rakamlar, inşaat sektörü ve gayrimenkül spekülasyonu ile ışıltamaktadır. Kent mekânı ve sembolik sermayesi, ekonomi çarkının döndürülmesi için pazarlanmaktadır. İstanbul Büyükşehir Belediyesi İmar Komisyonu'nun çalışma yükü, bu durumun göstergelerinden birisi olarak kabul edilebilir. Komisyon, 2004 yılından 2008 yılına kadar 5.826 toplantı gerçekleştirmiştir. Çalışma saatlerine göre yapılan kaba bir hesaplama ile bu günde ortalama 5 toplantıya denk düşmektedir. 2012 yılında ise, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Meclis Genel Kurulu'na 'ağustos gündemi' olarak 371 dosya gelmiş, bunun 323'ü İmar ve Bayındırlık Komisyonu'na havale edilmiştir. Bu rakamlar Mayıs 2010'da gündeme 246, Ağustos 2010'da 150, Kasım 2011'de 175 ve Nisan 2012'de 214 olmuştur (<http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/21232059.asp>). İstanbul Büyükşehir Belediye Meclisi İmar Komisyonu, Belediye Meclisi'ndeki sayıları 20'yi geçen komisyon arasında en "yoğun çalışan" komisyondur. Planlı konut üretimi gerçekleştirmek amacıyla 1990'larda kurulan Toplu Konut İdaresi (TOKİ), AKP iktidarından 11 ayrı yasal düzenlemeyle, kuruluş amacının dışına çıkarak kentsel rantın üretileceği bir kuruma dönüştürülmüştür. Yine AKP döneminde imar mevzuatıyla ilgili 200'ün üzerinde düzenleme yasalastırılmıştır (Temiz 2013).

Kentsel mekânın rant devşirilecek bir meta olarak görülmesinin bir diğer göstergesi olarak ise İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı olarak kurulan İstanbul Metropolitan Planlama Merkezi kabul edilebilir. İMP, kentin planlamasına ilişkin çalışmalar yürütmektedir. Bu planların, kenti "çok merkezli" bir tasarım olarak yeniden tanımlama çabasında olduğu söylenebilir. Kentin çevresinde yer alan bölgelerde, yoğun nüfusu barındıracak konut alanları ve ticaret alanları yaratılırken, bunun kent merkezinin rantını artırdığı ileri sürülebilir. 2005 yılında açıklanan plan, 600 bin nüfusu barındıracak adeta bir komşu kentten, kentsel dönüşümle "ulusal ve uluslararası ticaret alanı" olarak düzenlenecek alanlardan, turizme açılacak yeni limanlardan ve eğlence merkezlerinden söz ediliyordu (<http://www.milliyet.com.tr/2005/10/22/ekonomi/eko02.html>). 2005 yılında oluşturulan kent modelinin, gündemde olan -kentin kuzey yönünde büyümeye devam etmesine yönelik ranta dayalı 3. Köprü ve Havalimanı inşaatları gibi- kente dair sorun ve tartışmaların nüvelerini taşıdığı ortadadır.



**Şekil 2.** İstanbul Metropolitan Planlama Merkezi'nin hazırladığı plana göre, Milliyet Gazetesi'nde yayınlanan (2005) kent şeması.

### **Sabah Gazetesi'ndeki İstanbul**

1-31 Mart 2014 tarihleri arasında Sabah Gazetesi'nde İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan adaylarıyla ilgili olarak yapılan taramada göze çarpan ilk sonuç kentin sorunlarının ortaya konulması, tartışılması ve çözümler üretilmesine dair herhangi bir refleksin bulunmamasıdır. Aksine, kentin pek çok sorunun göz ardı edildiği, haberlerde yer alan sorunların ise AKP adayının bakış açısından, son derece yüzeyselleştirilmiş biçimde yansıtıldığı görülmektedir. Sadece AKP'nin Büyükşehir Belediye Başkan adayı Kadir Topbaş'la ilgili haberlerin gazetede yer bulması bu durumla ilişkili bir diğer bulgudur. Diğer partilerin adayları, kente yönelik program, değerlendirme ve tartışmalarla gazetede kendisine yer bulamamıştır.

Gazetede diğer adaylardan kendisine yer bulabilen tek aday Cumhuriyet Halk Partisi'nin adayı Mustafa Sarıgül olurken, söz konusu haberler Sarıgül'ü olumsuzlamaya dönük ve kentle ilgili olmayan haberlerdir. 02.03.2014 tarihli "*Sarıgül vatandaşı yumrukladı!*", 15.03.2014 tarihli "*Sarıgül korumasını da tartakladı!*", 26.03.2014 tarihli "*Sarıgül'ün ekibinden okul müdürüne hakaret ve tehdit!*" başlığıyla verilen haberler bu durumun tipik bir göstergesi olup, haberlerin başlıklardan da anlaşılacağı üzere, Sarıgül'ü genellikle fiziksel şiddet kullanmakla itham eden içeriğe sahiptir. Diğer partilerin adayları ise Sabah Gazetesi'nde kendilerine hiç yer bulamamıştır. Bu durum, ilçe belediyeleri adayları için de geçerlidir. İlçe belediyesi adaylarından sadece AKP adayları, kendisine gazetede yer bulabilirken, diğer partilerin adaylarına dair herhangi bir habere rastlanılmamıştır.

Gazetede yer alan ve kent yönetimiyle ilgili tasavvuru içeren haberlerde pazarlamacı retoriğinin kullanılmıştır. Halkla ilişkiler mühendisliğinin ürünü, neoliberal aklın işletmecilik mantığına dayalı ifadelerle bezeli bir dilsel tercih bulunmaktadır. "Proje", "yatırım", "rekabet", "dünya kenti" ifadeleri haber kaynağı tarafından sıklıkla kullanılırken, haber yazım sürecinde editöryal kadro tarafından da çekince gösterilmeksizin aynı şekilde haber metni içine yerleştirildiği görülmektedir. Söz konusu tarama içinde kentin ve kentlinin sorunlarına değinen herhangi bir habere rastlanılmamış, İstanbul herhangi bir sorunun olmadığı ya da kolaylıkla çözülebilir ufak tefek sorunları bulunan bir kentmiş gibi gösterilmiştir. Sadece AKP adayının konuşma, açıklama ve vaatleri çerçevesinde bir gerçeklik algısı yaratılmıştır. İncelenen haberlerde en sık görülen vaat metro inşaatları olmuş, Çatalca'dan Büyükçekmece'ye, Esenler'den Taşdelen'e her yaşam alanında metro vaadinde bulunulurken, İstanbul'un esaslı sorunlarından olan trafik sorunu görünmez ve tartışılmaz kılınmaya çalışılmıştır.

Bu yargıyı destekleyebilecek olan "*Büyükçekmece'ye metrogar yapılacak*" başlığıyla 21.03.2014 tarihinde verilen haber, "*Büyükçekmece'de vatandaşlarla buluşan İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Kadir Topbaş, Türkiye'nin ilk 'metrogarı'nın ilçeyi dünyaya açacağını söyledi*" cümlesiyle başlamakta, "*projelerini birilerinin anlamasının da yetişmesinin de mümkün olmadığını ifade eden Topbaş(...)*" şeklinde devam etmektedir. Proje sözcüğü, bu haberde de gerek haber kaynağı tarafından gerekse editöryal kadro tarafından tercih edilen ifade olmuştur. Yapılması tasarlanan metro inşaatının bilgisine dayalı olarak, "dünyaya açılma", "dünya kenti olma vurgusu" haberin ana motifini oluşturmaktadır. "Topbaş, "Paris'te

hava kirliliği nedeniyle araçların iki günde bir trafiğe çıkması kararı alınırken, İstanbul'da ne hava kirliliği ne de çözülemeyecek trafik var. İstanbul gerçekten çok iyi bir noktada" diye konuştu" cümlesi İstanbul'un "dünya kenti" olma konusunda hayli ileri bir noktada olduğu imâsını, Paris'le kıyaslayarak yapmaktadır. Otomobilin ve otoyolun kutsandığı bir bakışla, bilimsel gerçeklerin ötesinde İstanbul'da hava kirliliği bulunmadığı, Paris'te ise kirlilik sebebiyle trafik sınırlandırılması olması tam da egemen siyasal aklın ifşası gibidir. Karbon emisyonu salımı nedeniyle fosil yakıt tüketimine dayalı ulaşım araçlarının sınırlandırılması, hayati bir hedef olarak tartışılardursun, İstanbul'da "dünya kenti" olma ihtirasıyla daha fazla otomobile kapıların açık olduğu yan anlamı haber metninin içine gömülü durumdadır. 20.03.2014 tarihli "*Hizmette asla ayırımımız yok*" başlıklı haberde de "*dünya kenti*" vurgusu yer almaktadır. Haber içinde yer alan "Yatırımlarla İstanbul'un dünyadaki rekabet gücünün arttığını belirten Topbaş, İstanbul'un 19. yüzyılda dünyanın finans merkezi olduğunu, kenti yine aynı konuma getirerek dünyada etkin kılmaya çalıştıklarını kaydetti" ifadesi "*dünya kenti*" yaratma, iradesenin beyanı olarak belirirken, dünya kentinin temel hattının da "*finans kenti*" olduğu vurgulanmaktadır.

Topbaş tarafından sıklıkla tercih edilen ve aynı sıklıkta haber metinlerinde de söylemsel bir tercih olarak öne çıkan ifade "proje" olmuştur. 18.03.2014 tarihli "*Topbaş'tan 5 büyük proje*" başlıklı haberin spottan sonraki ilk cümlesi "*AK Parti'nin düzenlediği 'Daha yapacak çok işimiz var' konulu basın toplantısında konuşan Büyükşehir Belediye Başkanı Kadir Topbaş, İstanbul'daki yatırım ve yeni projeleri hakkında bilgi verdi*" şeklindedir. Proje sözcüğü ile yatırım birbirini tamamlayıp, sarmalayacak bir bütünlük inşa edecek şekilde kullanılmıştır. Türk Dil Kurumu (TDK)'na göre yatırım, "*parayı, gelir getirici, taşınır veya taşınmaz bir mala yatırma*", "*millî ekonominin veya bir ticaret kuruluşunun üretim ve hizmet gücünü artırıcı nitelikte olan aktif değerlerine yapılan yeni eklemeler*" anlamlarına gelmektedir. Sermaye merkezli, ekonomik çıkarı önceleyen böylesi bir ifadenin haber metninde yer bulması ile siyasi öznenin kent tasavvuru bu anlamda birbirini tamamlayarak, okuyucunun/yurттаşın kentsel/kamusal yaşamla bağlarını koparmaktadır. Aynı haber içinde yer alan ve Topbaş'ın ağzından verilen "*Seçime 5 gün kala açıklayacağım çok farklı beş projem var. İçlerinden birisine bazılarının hayali dahi yetişmeyecek. Son dönemimin bir hediyesi olacak*" ifadesi mütehakkimin lütufkarlığının yansımasıdır. Bu ifade, belediye başkanının kendi sorumluluklarını, kenti ve kentliyi alımlaması açısından önemlidir. Vadedilen icraat, belediye başkanı olmaktan ileri gelen bir sorumluluk olarak değil, gönülden kopan bir yardım, adeta bir sadaka gibi aktarılmaktadır. Haber içinde buna dair herhangi bir sorgulama ya da bu algının okuyucu tarafından farkedilmesine kılavuzluk etmeye yönelik bir ifade göze çarpmamaktadır. Okuyucu neredeyse söz konusu "hediye"nin maliyetinin, Başkan'ın kendisi tarafından karşılanacağını düşünecektir.

## **Son Düşünceler**

Yaklaşık 300 yıllık bir süreç içinde yeşeren modern kentler, modern kentlerde boy veren modern toplum ve modern toplumun en güçlü harç dokusu medya birbiriyle ilintili değişkenler olarak hâlâ önemini korumaktadır. Bireyin yaşadığı hayatla kurduğu dolayımlanmış ilişki, günümüzdeki kentsel hayatın bir sonucu olarak vücut bulurken, "bir hikaye anlatıcısı" olarak medya (Gerbner), hikaye dinleyicisinin anlatıya katılmasına izin vermezken, kendi anlatısını yaşamın kendisi olarak konumlandırmaktadır.

Oysa bu anlatının kurulması, bir ticari gerçeklik olarak vuku bulmaktadır. Herman ve Chomsky, medya içeriğinin 5 filtreden geçerek oluşturulduğunu belirtirken, medya profesyonellerinin bu filtreler üzerinden sansür/otosansür mekanizmaları geliştirdiklerini ifade etmiştir. Bu filtrelerden “sahiplik” medya içeriğinin belirlenmesinde en önemli eşik olarak belirlemektedir. Ticari bir faaliyet olarak tasarılanmış olan herhangi bir kitle iletişim aracının, kamusal sorunlarla, bunların çözümleriyle ilgili bir kaygı taşıması beklenemez. Ticari faaliyetin doğası gereği, öncelenen kârdır. Kârın artırılması için de, kimi ilişkilerin son derece “incelikli” kurulması gerekmektedir.

Sabah Gazetesi'nin AKP iktidarıyla “yakın” olmanın çok ötesine geçen (in)organik bağlantısı kentin sorunları ve kent tasavvuruyla ilgili haberlerde kendisini güçlü biçimde hissettirmiştir. Sahiplik filtresi nedeniyle gazetede, yerel seçim gibi kent hayatıyla yakından ilintili bir dönemde, kent adeta pazara çıkartılan herhangi bir mal gibi sunulurken, bu sunum son derece yanıltıcı ve ışıltılı bir ambalajla gerçekleştirilmiştir. Ticari medyada yer alan ilan/reklam alanlarıyla haber alanı arasındaki sınır neredeyse tamamıyla ortadan kalkmış, haber alanları adeta bir reklam alanına dönüşmüştür.

Küresel kent, dünya kenti, yatırım, proje sözcükleriyle bezeli siyaset dili, aynı şekilde haber diline de sirayet ederek, reklamcılığın dili baskın hale gelmiştir. Kentsel yatırımcılığın kutsal ittifakının önemli bir bileşeni olarak medya, kentlilerin tüm bir hayatı alımlayışında olduğu gibi kentsel gerçekliği alımlayışında da optik kusurlara yol açmaktadır. Bu kusurun üstesinden gelmekse, gözümüzün fizyolojik niteliklerine uygun olmayan gözlükler kullanmak yerine, arada bir de olsa gözlüklerin üstünden çevreye bakabilmekle gerçekleştirebilir. Yakında olanın o kadar da yakında olmadığı, uzakta olanınsa o kadar da uzakta olmadığı ayırdına doğru bir bakışla varmak mümkün olabilir.



## Kaynakça

- Bartu, A. (2000). Eski Mahallelerin Sahibi Kim? Küresel Bir Çağda Tarihi Yeniden Yazmak, *Küresel ile Yerel Arasında*, Ç. Keyder (Der.), İstanbul: Metis Yayınları
- Bauman, Z. (2012). Küreselleşme, Çev. Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Bora, T. (2000). Fatih'in İstanbul'u, Küresel ile Yerel Arasında, Ç. Keyder (Der.), İstanbul: Metis Yayınları
- Ekinci, O. (1994). İstanbul'u Sarsan On Yıl (1983-1993), İstanbul: Anahtar Kitapları
- Çelik, Z. (1998). 19. Yüzyılda Osmanlı Başkenti-Değişen İstanbul, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları
- Gaste Gazetesi. 11.08.2008
- Hansen, A. L. (2006). Space Wars and the New Urban Imperialism, Lund: Lund University
- Harvey, D. (1999). Postmodernliğin Durumu, S. Savran (Çev.), İstanbul: Metis Yayınları
- Harvey, D. (2001). Spaces of Capital Towards a Critical Geography, New York: Routledge
- Harvey, D. (2013). Asi Şehirler, A. D. Temiz (Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Kuban, D. (2000). İstanbul Bir Kent Tarihi, Z. Rona (Çev.), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları
- Lefebvre, H. (2003). *The Urban Revolution*, R. Bonono (Çev.), Minneapolis: University of Minnesota Press
- Marx, K. (2010). Louis Bonaparte'in On Sekiz Brumaire'i, Tanıl Bora (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları
- Öktem, B. (2005). Küresel Kent Söyleminin Kentsel Mekânı Dönüştürmedeki Rolü: Büyükdere-Maslak Aksı ss. 25-77, H. Kurtulus (Ed.), *İstanbul'da Kentsel Ayrışma*, İstanbul: Bağlam Yayınları
- <http://www.milliyet.com.tr/2005/10/22/ekonomi/eko02.html>
- <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/21232059.asp> Erişim tarihi: 20.07.2014
- [www.sabah.com.tr](http://www.sabah.com.tr)
- [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr)