



## İçindekiler

- Takdim** 5 *Tahire Erman*
- Makaleler** 16 *Mustafa Kemal Bayırbağ*  
**Local Entrepreneurialism and State Rescaling in Turkey**
- 50 *Tahire Erman*  
**Küresel ve Yerel Dinamikler Altında 'Anadolu Kapları' Kentleri**
- 74 *Ayşe Nur Şenel*  
**City Museums and Globalization**
- 86 *Hayat Zengin - Gökçen Kılınc Ürkmez*  
**Yaratıcılık, Yaratıcı Stratejiler ve Anadolu Kentleri:  
Kayseri Üzerinden bir Değerlendirme**
- 112 *Reyhan Varlı-Görk*  
**Branded or Scarred: Antalya's Representation in the Global  
Market**
- 150 *Sevin Aksoylu*  
**Kentin Pazarlama ve Markalaşmasına Yönelik Eylemlerin  
Turizme Etkilerinin Eskişehir Örneğinde İncelenmesi**
- 170 *Özgür Sarı*  
**Kent Markalamasında Konya ve Mevlana Örneği**
- 180 *Çiğdem Varol - Tanyel Ecerel*  
**Denizli Tekstil Sanayi: Yerel Kalkınmada Bir Başarı Hikâyesi mi?**
- 200 *Pınar Savaş Yavuzçehre*  
**Küreselleşmenin Artan Etkisinde Denizli**
- 228 *Sebla Arın*  
**Bursa'da 1960 Sonrası Kentsel Dönüşüm:  
Emek ve Akpınar Mahalleleri Örneği**
- 250 *Abdullah Topçuoğlu - Gamze Aksan*  
**Yardımlaşma ve Dayanışma Ağlarını Bir Kent  
Yoksulluğu Örneği Üzerinden Okumak: Konya**
- 270 *Murat Sezik*  
**Neo-Liberal Belediyecilik ve Malatya Belediyesi Örneği**



## Contents

- Editorial** 5 *Tahire Erman*
- Articles** 16 *Mustafa Kemal Bayırbağ*  
Local Entrepreneurialism and State Rescaling in Turkey
- 50 *Tahire Erman*  
**'Anatolian Tiger' Cities under Global and Local Dynamics**
- 74 *Ayşe Nur Şenel*  
City Museums and Globalization
- 86 *Hayat Zengin - Gökçen Kılınc Ürkmez*  
Creativity, Creative Strategies and Anatolian Cities:  
The Case of Kayseri
- 112 *Reyhan Varlı-Görk*  
**Branded or Scarred: Antalya's Representation in the Global Market**
- 150 *Sevin Aksoylu*  
The Effects of the City Marketing and Branding Activities on  
**Tourism: The Case of Eskişehir**
- 170 *Özgür Sarı*  
The Case of Konya and Mawlana in City Branding
- 180 *Çiğdem Varol - Tanyel Ecerel*  
Denizli Textile Industry: Is It a Success Story in  
Local Development?
- 200 *Pınar Savaş Yavuzçehre*  
Increasing Influences of Globalization in Denizli
- 228 *Sebla Arın*  
The Urban Transformation in Bursa After 1960: The Emek and  
**Akpınar Cases**
- 250 *Abdullah Topçuoğlu - Gamze Aksan*  
Understanding Solidarity Networks in the Context of Urban  
Poverty: The Case of Konya
- 270 *Murat Sezik*  
Neo-Liberal Municipality and the Case of Malatya Municipality

## Takdim

İdealkent'in bu sayısı Anadolu kentleri üzerinedir; hedef, Anadolu kentlerinin değişen yüzünü göstermektir. Kafamızdaki 'taşra Anadolu kenti' durumu birtakım Anadolu kentleri için geçmişte kalmıştır ve araştırmalarla bunu ortaya koymak önemlidir. Türkiye'de kent çalışmalarında genel odak, büyük kentler ve özellikle İstanbul olmaktadır. 1980 sonrası ekonominin liberalleşmesi ve küreselleşmesi ve bunun bir sonucu olarak kentlerin yeniden yapılandırılması akademik ilgiyi kentlere çekmektedir. Neoliberal etkiler altında oluşan bu olgu, sermayenin kent mekânı üzerinden kendini yeniden üretmesini sağlayan büyük ölçekli kentsel dönüşüm projeleri, üst ve orta gelir gruplarının rüyası olarak sunulan ve kent arazisinin daha bol ve ucuz olduğu kent çeperindeki güvenli sitele, çok lüks ve ayrıcalıklı/ayırıcı 'butik' projeler ve kent merkezine üst sınıfları çekme ve 'uygun olmayan' gruplardan 'arındırma' sonucu ortaya çıkan soylulaştırma projeleri ile kent mekânlarında kendini göstermektedir. Ayrıca, kentleri üretim mekânları yerine tüketim ve eğlence mekânları hâline dönüştürme eğilimi içinde alışveriş merkezleri (AVM) inşa edilmekte, eski fabrikalar müzelere, kültür merkezlerine, sanat galerilerine dönüştürülmektedir. Bu süreçte küreselleşmenin etkileri ön plandadır.

Peki, 1970 sonlarından itibaren küresel ekonominin yeniden yapılanması ile üretimin kapitalist sistemin merkez ülkelerinden çeper ülkelerine taşınması ve buna paralel olarak 'yerel'in yeni ekonomik güç ve rol kazanması sonucu birtakım Anadolu kentlerinde oluşan sermaye birikimi, bu kentlerde ne gibi değişikliklere yol açmaktadır? Büyük kentlerde görülen sermaye ve orta sınıf odaklı dönüşüm bu kentlerde tezahür etmekte midir? Cevap evetse, ne düzeyde ve ne biçimlerde yer almaktadır? İdealkent'in bu sayısında bu sorulara cevap aranmaktadır.

Konu böyle tanımlandınca bazı Anadolu kentleri bu sayının çerçevesi dışında kalmaktadır. Ama bu demek değildir ki bu kentler çalışılmaya değer değildir. Van da, Kars da, Tunceli de, Sivas da, Adıyaman da, Samsun da araştırmalara konu edilmelidir. Farklı bir kuramsal çerçeve içinde ele alınması gereken bu kentlerimiz, diğer bir İdealkent sayısının konusu olacaktır.

Bu sayıda önce 'Anadolu kaplanı' kentlerinin ortaya çıkışını anlamaya yönelik bir makale yer almaktadır. Mustafa Kemal Bayırbağ "Entrepreneurialism and State Rescaling in Turkey" ("Türkiye'de Yerel Girişimcilik ve Devletin Yeniden Ölçeklenmesi") makalesinde Gaziantep kenti üzerinden 'Anadolu kaplanı' kentlerinin oluşmasında yerel girişimcilerin izlediği siyasal stratejilerin nasıl bir rol oynadığını göstermektedir. Yazarın argümanı, birtakım Anadolu kentlerinde sermaye birikiminin oluşmasının ekonomik liberalleşmenin doğal bir sonucu olmadığı, merkezin zayıflayarak yerelin kendini yaratması imkânını yakalaması ve İslâm'ın gelişen Anadolu ekonomisinde rol oynaması ile sermaye birikiminin Anadolu'ya kayması fikrinin bu gelişmeleri açıklamakta yetersiz kaldığı yönündedir. Dr. Bayırbağ araştırmasında, yerel sermayenin temsilcileri olan örgütlerin [Gaziantep Ticaret Odası (GTO), Gaziantep Sanayi Odası (GSO), Gaziantep Genç İşadamları Derneği (GAGİAD)] neoliberal sistemin temel taşı olan girişimcilik anlayışını siyasal alanda

nasıl hayata geçirdiklerini ele almaktadır. Çalışma, kentin iktisadi gelişmesine destek sağlamak amacıyla bu örgütlerin, farklı mekânsal ölçeklerde faaliyet gösteren kamu kurumlarının izlediği politikaları etkileyebilmek için geliştirdiği stratejileri incelemektedir. Yerel sanayi ve ticaret örgütlerinin bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeylerde kentlerinin promosyonunu yaparak yerel kuruluşların güvenilir, dolayısıyla 'iş yapılabilir' olduğu imajını yaratmaları ve böylece kente uluslararası sermayeyi çekmeleri ve yeni iş ortaklıkları içine girmeleri, kentin iktisadi gelişimi için önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu sayıdaki diğer makaleler, bir makale dışında, çeşitli 'Anadolu kaplanı' kentlerine odaklanmaktadır. Bu gruptaki "Küresel ve Yerel Dinamikler Altında 'Anadolu Kaplanı' Kentleri" başlıklı ilk makalede Dr. Tahire Erman, Gaziantep, Denizli, Kayseri, Konya, Çorum ve Malatya üzerinden kentsel dönüşümlere bakmakta, sermaye birikiminin bu kentleri nasıl değiştirdiğini genel hatlarıyla göstermeyi hedeflemektedir. Bu kentlerde de AVM'ler, güvenli siteler vardır; zenginleşen kentliler toplumsal statü göstergesi olarak bu mekânlarda varlık göstermektedirler. Öte yandan, bu kentlerde yoksulların yaşadıkları mahalleler de vardır ve buralara belediye-TOKİ işbirliği çerçevesinde uygulanan kentsel dönüşüm projeleri ile müdahale edilmektedir; böylece çoğunlukla iş umudu ile bu kentlere göç etmiş olan kent yoksullarının evleri yıkılmakta, büyük kentlerdeki kentsel dönüşüm projelerinde ortaya çıkan sorunlar buralarda da kendini göstermektedir. Bu kentlerde, büyük kentlerden farklı olarak yerel burjuvazinin görünürlüğü fazladır. İş adamları kurdukları ilişki ağları ile kentlerine yön vermeye çalışmakta, kentin önde gelen 'hayırsever' aileleri kentlerinde müzeler, üniversiteler açarak kültürel sermaye oluşumuna katkıda bulunmaktadır. 'Sanayici ve İş adamları Dernekleri' (SİAD) kentleri için vizyon arayışları içine girmekte, girişimci belediyeler kentlerini 'marka kent' yapmak ve küresel pazarda rekabet edebilir duruma getirmek için festivaller düzenlemekte, eski

fabrika binaları yerine müzeler inşa etmekte, özel sektör ile işbirliği içine girerek 'modern kent' oluşumunun önünü açmaktadırlar. Bu kentlerde 'kent müzeleri' açma eğilimi de güçlenmektedir.

Bunu izleyen makale kent müzeleri üzerinedir ve "City Museums and Globalization" ("Kent Müzeleri ve Küreselleşme") başlığını taşımaktadır. Ayşe Nur Şenel, makalesi ile yeni bir oluşuma ışık tutmaktadır. Kent müzeleri, sadece Türkiye'de değil, tüm dünyada yeni bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır. Bir görüşe göre, bu müzeler küreselleşmenin tektipleştirici gücüne karşı 'yerel'in ayakta kalma çabasıdır. Diğer bir görüş ise, küreselleşmenin kültürel çeşitlenmeye imkân sağladığı ve kent müzelerinin bu çeşitliliği yansıtan mekânlar olarak ortaya çıktığı şeklindedir. Yazarın belirttiği gibi, nedeni ne olursa olsun, kent müzelerinin geçmiş kadar günün koşullarını da yansıtması önemlidir.

Diğer makaleler sırayla, Kayseri, Antalya, Eskişehir, Konya, Denizli, Bursa ve Malatya üzerinedir. Dr. Hayat Zengin ve Dr. Gökçen Kılınç Ürkmez'in "Yaratıcılık, Yaratıcı Stratejiler ve Anadolu Kentleri: Kayseri Üzerinden Bir Değerlendirme" başlıklı makaleleri, neoliberal sistemin merkezine oturtulan 'yaratıcılık' ve kentlerin kendi ekonomilerini yaratabilmeleri için ihtiyaç duydukları 'yaratıcı stratejiler' üzerinedir. Burada yine, küresel ekonomiye eklenebilmek için kentlerin birbirleriyle olan rekabeti söz konusudur. Anadolu kentleri durumunda, Batı'nın 'yaratıcı kentleri' yerini 'kendini yaratan kentler'e bırakmaktadır. Kayseri'nin yakaladığı başarıyı, kentin 'yaratıcı kapasitesi' olarak tanımlanabilecek ahilik geleneği, hayırseverlik kültürü ve kendine özgü kamu-özel sektör ilişkileri ile açıklamak mümkündür. Ancak bir kentte yaratıcılığa imkân verecek ortamın oluşabilmesi için hoşgörü, yetenek ve teknoloji üçlüsünün varlığı gerekmektedir. Kayseri'de eğitime yatırım ve Ar-Ge faaliyetleri üst düzeydedir. Öte yandan, daha çok aile içi ilişkiler ve ev ziyaretleri bağlamında yaratılan sosyal bağlar ve tektipçi kültür, özellikle aile

şirketleri için birlikte iş yapma ve dayanışma ağlarını güçlendirirken, kentteki yaratıcılığı üretecek kültürel çeşitliliği ve hoşgörüyü engellemektedir. Çevresel şartlar konusunda ise, Kayseri, içine girdiği büyük çaplı yeniden yapılanma süreci içinde sermayeden yana bir tavır izlemektedir; “kentın ekonomisini yönlendirme gücünü elinde bulunduran toplumsal kesimler”ın lüks konut, AVM, rahat ulaşım ve park gibi talepleri karşılanırken, yoksul kesimlerin ihtiyaçları hayırseverlik mekanizmasına bırakılmıştır.

Dr. Reyhan Varlı-Görk’ün “Branded or Scarred: Antalya’s Representation in the Global Market” (“Bir Dünya Markası ya da Gönül Yarası: Antalya’nın Küresel Pazarda Temsili”) başlıklı makalesi kent markalaması üzerinedir ve eleştirel bir yaklaşım sunmaktadır. Kent artık metalaşmış, piyasada satılacak bir ürüne indirgenmiştir. Diğer kentlerle rekabet içindedir ve ulusal ve uluslararası sermaye ve turistler tarafından daha çok rağbet görebilmesi için cazip hale getirilmesi, imajının bu doğrultuda kurgulanması gerekmektedir. Yazarın belirttiği gibi, bu pazarlama süreci içinde kentler yeniden yaratılmakta, yeniden yazılmaktadır; ‘kent mitleri’ oluşturulmaktadır. Dr. Varlı-Görk, Batı’da ve özellikle ABD’de yaygın olan ‘büyüme koalisyonu’nun (*growth coalition*) kente yaklaşımını, Antalya örneğinde koalisyon gruplarından kişilerle gerçekleştirdiği derinlemesine mülakatlarla araştırmıştır. Antalya Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO), Antalya Sanayici ve İşadamları Derneği (ANSİAD), Antalya Tanıtım Vakfı (ATAV), Dünya Ticaret Merkezi Antalya Şubesi (WTC), Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (AKTOB), Antalya Serbest Bölgesi (AFZ), Türkiye Sinema ve Kültür Vakfı (TÜRSAK) ile Akdeniz Üniversitesi tarafından oluşturulan, hatta İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin de dahil olduğu ve ‘rantier sınıf’ olarak tanımlanabilecek müteahhit, emlakçı ve bankacıların da bulunduğu, Antalya Büyükşehir Belediyesi’nin liderliğindeki kent koalisyonu, ‘kentın ortak sermayesi’ni girişimci bir yaklaşımla küresel pazarda temsil

etmek için Antalya'yı bir 'kültür kenti' markasına dönüştürme projesi ile ortaya çıkmaktadır. Ancak bu yaklaşım kentin özgün 'kentsel ortak sermayesi'ni tahrip etmekte, Antalya'nın 'kültür kenti' olarak markalaştırılmasının sürdürülebilir olması için gereken kentsel ürünlere zarar vermektedir.

Sevin Aksoylu tarafından yazılan "Kentın Pazarlama ve Markalaşmasına Yönelik Eylemlerin Turizme Etkilerinin Eskişehir Örneğinde İncelenmesi" başlıklı makale kentin marka hâline getirilmesi projesi ve bu bağlamda kentte gerçekleştirilen projeler üzerinedir. Porsuk nehrinin Venedik ve Amsterdam gibi Avrupa kentlerindeki kanallar görünümüne kavuşturulması, müze ve kültür merkezlerinin, tiyatro ve opera binalarının, bilim ve teknoloji parkının açılması, yaya yolları ve yeşil alanların sayılarının arttırılması, sokak konserleri, tiyatro, dans ve moda günlerinin düzenlenmesi ve hatta gondol, tramvay, masal kulesi, korsan gemisi, şehir-i aşk adası gibi dikkat çekici ve sembolik unsurların oluşturulması ile kente gelen turist sayısında önemli artışlar sağlanmıştır. Turistik bir kent olma özelliği ön plana çıkan Eskişehir'de silo binası otele, mezbaha binası restorana dönüştürülmüş, hal binası restore edilerek 'Gençlik Merkezi' olmuştur. Ancak yerel halkın ve kentin doğal çevresinin bu gelişmelerden nasıl etkilendiği önemli bir sorudur. New York'da ortaya çıkan ilk 'kent markalama' deneyiminin (1977), kente turist çekme ve dolayısıyla gelir sağlama açısından yararlı olduğu, ancak kentteki yoksulların ve kentin sorunlarının varlığını sürdürdüğü unutulmamalıdır. Markanın gerçek ürünün yerini aldığı günümüzde, sanal olarak yaratılan kentin gerçek kenti unutturmasına izin verilmemelidir.

Diğer bir makale de kent markalaşması üzerinedir. Dr. Özgür Sarı, "Kent Markalamasında Konya ve Mevlana Örneği" başlıklı makalesinde Konya'nın 'hoşgörü kenti' imajı üzerinden nasıl pazarlandığını anlatmaktadır. Konya'da kent kimliği çoklu projeler yerine, tek bir kişi (Mev-



lana) ve onun felsefesi (Mevlevilik) üzerinden kurgulanmaktadır. Kentin girişimci büyükşehir belediyesi, Konya'nın diğer kentlerle olan rekabetinde elini güçlendirmek için kente özgün bir kimlik yaratma çabası içine girmekte ve bu süreçte tüm dünyada tanınan Mevlana, Konya kent kimliğinin merkezine yerleştirilmektedir. Bu kent kimliği, günümüzün siyasal koşullarına uygun düşmekte, İslâm'ın hümanist yönü gösterilerek Batı'da güçlenen İslâm'a karşı olumsuz önyargıların aşılması ideali de kente olan ilgiyi arttırmaktadır. Öte yandan, 'otantik' ve 'mistik' gibi öğelerle turistlere pazarlanan Mevlana ve Mevlevilik, içi boşaltılarak metalaştırıldığında yerel halk ve özellikle Mevleviler tarafından hoş karşılanmamaktadır.

Denizli üzerine iki makale bulunmaktadır. Dr. Çiğdem Varol ve Dr. Tanyel Eceral tarafından yazılan "Denizli Tekstil Sanayi: Yerel Kalkınmada bir Başarı Hikayesi mi?" başlıklı ilk Denizli makalesi, kentin ekonomisinin ana taşıyıcısı olan ve Denizli'yi öncü bir Anadolu kaplanı kenti hâline getiren tekstil sanayisinin gelişimini ve ekonomik krize karşı verdiği tepkiyi irdelemektedir. Yazarlar dört ana dönemden bahsetmektedir. Tekstil sanayisi, kentteki yerleşik üretim kültürü ve güvene dayalı sosyal ilişkiler ile 1980'lerde, özellikle küçük üreticilerin fason üretim ile dış pazara katılımı sonucu, kent ekonomisine ivme kazandırmış; ekonominin kurumsallaşma döneminde, DESİAD (Denizli Sanayici ve İşadamları Derneği), BASİAD (Babadağlı Sanayici ve İşadamları Derneği), DEĞİAD (Denizli Genç İşadamları Derneği), DETGİS (Denizli Tekstil ve Giyim Sanayicileri Derneği) gibi sanayi ve işadamları dernekleri oluşturulmuş; kriz dönemi sonrası ise, yazarların ifade ettiği gibi, "daha az ortaklı, birbirini yakından tanıyan ve güvene dayalı, kuvvetli ilişkilerin yer aldığı, 'hem manevi hem de ekonomik çıkarların paylaşıldığı' daha kapalı bir grup" ortaya çıkmıştır. Bu gelişmelerin Denizli toplumunda ve mekânında yaratmakta olduğu yeni eşitsizlikleri gözlemlemek önemlidir.

Denizli üzerine ikinci makale, doğrudan kent mekânına odaklanmaktadır. “Küreselleşmenin Artan Etkisindeki Denizli” başlığını taşıyan makalede Dr. Pınar Savaş Yavuzçehre, kentteki dönüşümleri küreselleşme bağlamında ele almaktadır. Küreselleşme dinamikleri altında artık ‘Sümerbank’ ‘SümerPark AVM’ olmuştur; kentin özelliği olan çıkmaz sokaklar üzerindeki evler yok olmakta, yeni gözde mekânlar olarak korunaklı siteler ortaya çıkmaktadır. Denizli’ye yeni iş imkânları için göç edenlerin oluşturdukları kaçak mahalleler, diğer birçok kentte olduğu gibi, belediyenin TOKİ ile oluşturduğu işbirliği sonucu yıkılmaktadır. Özetle, bir yandan Denizli’deki kentsel ayrışma derinleşmektedir; öte yandan ise, kent kendine özgü özelliklerini hızla kaybederek küreselleşmenin etkisi altında teptileşmektedir. Ayrıca, kentin tüketim odaklı dönüşümü de söz konusudur. Bu dinamiklerde kentsel rant belirleyicidir. Burada şu noktayı belirtmekte yarar vardır. Bugün eğitilmiş ve kültürel donanımlı 3. kuşak genç sanayiciler küresel pazara doğrudan eklenilebilmekte, markalaşma çabası içine girmekte ve kentlerine küresel sermayeyi bir ölçüde de olsa çekebilmektedirler. Ancak kentin dönüşümünde söz sahibi olanlar, kentte yaşayanlardan çok küresel sermaye aktörleridir.

Sebla Arın tarafından yazılan “Bursa’da 1960 Sonrası Kentsel Dönüşüm: Emek-Akpınar Mahalleleri Örneği” makalesinde odak noktası kent ölçeği yerine kentin bir bölgesi olmaktadır. Yazar iki mahallede zaman içindeki değişikliklere bakarak günümüzdeki kent dönüşümüyle ilgili önemli noktalara parmak basmaktadır. Bursa’da 1960 sonrası sanayileşmeye paralel olarak kente göç edenlere konut sağlamak için ‘gecekondu önleme bölgesi’ olarak devlet tarafından inşa edilen toplu konutlar kısa zamanda orta-alt ve orta gelir gruplarına açılmıştır. Nizami bir plan üzerine inşa edilmiş bu blokların bitişiğinde ise gecekondu plansız olarak yayılmış, yazarın ifadesiyle, “tezat bir görünüm arz etmesine sebep olmuştur.” Bugün ise, aynı bölgede güvenli siteler/kapalı konut yerle-

şimleri inşa edilmektedir ve bölgenin belediye tarafından 'kentsel dönüşüm alanı' olarak ilan edilmesi söz konusudur. Yazar iki önemli noktanın altını çizmektedir. Birincisi, güvenli sitelerin durumunda da, gecekondularda olduğu gibi, imar planına aykırılık, yani yasa dışılık söz konusu olabilmektedir. İkincisi ise, güvenli sitelerinin kentin bir zamanlar pek de makbul olmayan bir bölgesine, kimi zaman yasaları çiğneyerek yapılmaları sonucunda sınıfsal bir yerinden edilme söz konusu olmakta, bir zamanlar kendi hallerine bırakılan alt gelir grubu ya da enformel konut mahalleri, bölgedeki üst gelir gruplarına yönelik gelişmeler karşısında varlığını sürdürememekte, yoksulluk mekân değiştirmektedir.

Zenginleşen 'Anadolu kaplanı' kentlerinde yoksulluk madalyonun diğer yüzü olarak ortaya çıkmaktadır. Dr. Abdullah Topçuoğlu ve Dr. Gamze Aksan makalelerinde Konya'daki yoksulluğu, kentteki dayanışma ve yardımlaşma ağları üzerinden incelemektedirler. Büyük ölçüde 2009 yılında gerçekleştirilmiş bir saha araştırmasına dayalı makale, bir 'Anadolu kaplanı' kentinin yoksullukla baş etme stratejilerini göstermesi açısından yararlıdır. Kentteki zenginliğin 'halkın öz kaynakları ile' oluşturulduğu Konya'da, kentteki yoksulluk da yerel olarak çözülmektedir. Konya'da sivil inisiyatif güçlüdür; kentte gönüllülük esası ile çalışan birçok dernek ve vakıf bulunmaktadır. Bir 'Anadolu kaplanı' olan Konya'da ortaya çıkan girişimci sınıf, ekonomik sermayesi yanında 'sosyal sermaye'ye de sahiptir; ahilik felsefesi üzerinden inanç temelli olarak oluşturulan yardımlaşma ve dayanışma ağları ile kent yoksulları kollanmaktadır. Böylece birbirine kenetlenmiş muhafazakâr bir kent ortaya çıkmaktadır. Ancak yazarların ifade ettiği gibi, "kent yoksullarının neredeyse yarısına yakını yeterli sağlık koşullarına sahip olmayan ve yapısal anlamda sorunları olan yerlerde barınmaktadır." Büyük çaplı bu yardımların yoksulları çalışmaya teşvik edici olmayacağı endişesi de mev-

cuttur. Ayrıca, bu denli yerele bağı/bağımlı olmanın toplumsal ve siyasal sonuçları sorgulanmalıdır.

Neoliberalizm kentleri sadece mekânlarında dönüşümler yaratarak değil, kent yönetiminde de yapısal değişiklikler yaparak etkilemektedir. Artık belediyeler bir yandan yeni işlevler kazanarak güçlenmekte ve belli bir özerklik kazanmakta, öte yandan ise özelleştirme sonucunda çalıştırdığı elemanlar açısından küçülmektedir. Çok aktörlülüğü ifade eden 'yönetişim' (*governance*) artık belediyelerin yeni politikaları olarak benimsenmektedir. Bu sayıdaki son makale bu konu üzerinedir. "Neoliberal Belediyecilik ve Malatya Belediyesi Örneği" başlıklı makalesinde Murat Sezik, bu konuyu Malatya belediyesi üzerinden incelemektedir. 1970'lerde toplumcu belediyecilik anlayışını benimsemiş olan Malatya belediyesi, 1980 sonrası özelleştirme ve esnekleştirme anlayışları içinde, piyasacı mantık ile yeniden yapılandırılmış, belediyeye ait kimi kurumlar özelleştirilerek, yerel hizmetleri görmek üzere 'Belediye İktisadi Teşekkülleri' kurulmuş, ya da bu hizmetler taşeron firmalara ihale edilmiş ve böylece belediyede çalışan kadrolu işçilerin sayısı önemli derecede azaltılmıştır. Ayrıca belediyelerin borçlanma ihtiyacının bir kısmı İller Bankası yerine, piyasa koşullarına göre çalışan bankalardan yapılmış, böylece borçlanma denetimi merkezi yönetimin kontrolünün dışına çıkarılmıştır. Paradoksal olarak, bir yandan belediye neoliberal anlayış ile işlerken, öbür yandan yoksul halka sosyal hizmet götürmektedir. Bu durumun sosyal belediyecilik mi olduğu, yoksa neoliberal politikalar ile dezavantajları artmış kesimleri siyasal olarak kendisine bağlamak için belediyenin geliştirdiği popülist politikanın sonucu mu olduğu sorusu can alıcı noktadır. Yazarın belirttiği gibi, yerel katılım ve denetim üzerine inşa edilen yönetim anlayışı ise Malatya örneğinde söylemden öte gidememiştir.

Yukarıda çizilen panoromaya bakıldığında, neoliberalleşmenin etkileri 'Anadolu kaplanı' kentlerinde de gözlemlenmektedir. Makalelerde ortaya konduğu gibi, sürecin temel aktörleri olan girişimci belediyelerin ve kent büyüme koalisyonlarının kent pazarlaması ve marka kent yaratma girişimleri ile kentlerini sermaye ve tüketim odaklı dönüştürme çabaları hâkim eğilim olarak ortaya çıkmaktadır. Bu eğilimin farklı kentlerde başarıyı yakalama şansı ve bu başarıyı sürdürebilme düzeyi, ve daha da önemlisi bu 'başarı'nın farklı toplumsal kesimler için ne anlama geldiği kapsamlı ve derinlemesine çalışmalarla araştırılmalıdır. İdealkent bu sayısıyla, bir anlamda kapıyı aralamıştır.

Tahire Erman  
Sayı Editörü