

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**TÜKETİM KÜLTÜRÜNÜN MEKANSALLAŞMASI:
BODRUM ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gizem ESMER

Mimarlık Anabilim Dalı

Mimari Tasarım Programı

HAZİRAN 2012

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**TÜKETİM KÜLTÜRÜNÜN MEKANSALLAŞMASI:
BODRUM ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Gizem ESMER
(502091056)**

Mimarlık Anabilim Dalı

Mimari Tasarım Programı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. İpek AKPINAR

HAZİRAN 2012

İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü'nün 502091056 numaralı Yüksek Lisans Öğrencisi **Gizem ESMER** ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı “**TÜKETİM KÜLTÜRÜNÜN MEKANSALAŞMASI: BODRUM ÖRNEĞİ**” başlıklı tezini aşağıda imzaları olan jüri önünde başarı ile sunmuştur.

Tez Danışmanı : **Yrd. Doç. Dr. İpek AKPINAR**
İstanbul Teknik Üniversitesi

Jüri Üyeleri : **Prof. Dr. Uğur TANYELİ**
Mardin Artuklu Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Hüseyin
KAHVECİOĞLU
İstanbul Teknik Üniversitesi

Teslim Tarihi : **04 Mayıs 2012**
Savunma Tarihi : **08 Haziran 2012**

Dedeme,

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim sırasında bitmeyen enerjisi ve bilgisiyle zorlu ama bir o kadar da heyecan verici ve öğretici bir süreç yaşamamı sağlayan, sabrıyla her an yanımda olan tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. İpek Akpınar'a yürekten teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca, bu süreçte anlayışı ve güleryüzüyle hiçbir zaman yardımını esirgemeyen Doç. Dr. Nurbın Paker Kahvecioğlu'na da teşekkür etmek isterim.

Zor anlarımda yanımda olan ve beni yalnız bırakmayan sevgili arkadaşlarıma ve birlikte geçirdiğimiz lisans ve yüksek lisans eğitimi boyunca hüznümü ve sevincimi paylaştığım Tuğba Öztürk'e desteği için çok teşekkür ederim.

Yaşamım boyunca maddi manevi tüm gücü ve sevgisiyle yanımda olan anneme ve varlıklarıyla hayatıma anlam katan aileme çok teşekkürler.

Mayıs 2012

Gizem ESMER
(Mimar)

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	ix
KISALTMALAR.....	xi
ÇİZELGE LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİL LİSTESİ.....	xv
ÖZET.....	xvii
SUMMARY.....	xix
1. GİRİŞ	1
1.1 Çalışmanın Amacı ve Bağlamı.....	2
1.2 Çalışmanın Yöntemi.....	5
2. TÜKETİM KÜLTÜRÜNÜN MEKANSALLAŞMASI.....	7
2.1 Tüketim ve Tüketim Toplumu Kavramı.....	8
2.1.1 Tüketim kültürü ve yaşam tarzı.....	12
2.2 Göstergeler Yoluyla Tüketim: Turist Bakışı.....	17
2.3 İmge ve Anlatı.....	19
2.3 Tüketimin Mekansallaşması	21
3. BODRUM'UN TARİHSEL VE MEKANSAL GELİŞİMİ	25
3.1 Tarihsel Gelişim	27
3.2 Turizmle Tanışma (1960-1980 Aralığı).....	31
3.3 1980 Eşiği ve Küreselleşmenin Etkileri	37
3.4 Bodrum Evi ya da Bodrum'da Bir Ev	41
3.4.1 Geleneksel Bodrum Evi	41
3.4.1.1 Musandıralı ev	42
3.4.1.2 Sakız tipi ev	42
3.4.1.3 Kule tipi ev	43
3.4.2 İkinci Konutların Yükselişi.....	43
4. BODRUM ANLATISINI OLUŞTURAN İMGELER VE TÜKETİMİ	47
4.1 Bir Kentin Keşfi	48
4.2 Tüketim Kültürünün Etkisinde Bodrum İmgesi.....	52
4.3 Sosyal Aktörlerle Yapılan Görüşmeler.....	61
4.3.1 Görüşmelerin yöntemi	61
4.3.2 Görüşmelerin değerlendirilmesi	62
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	73
KAYNAKLAR.....	77
EKLER.....	81
ÖZGEÇMİŞ	121

KISALTMALAR

BODTO : Bodrum Ticaret Odası

TBMM : Türkiye Büyük Millet Meclisi

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 3.1 : Bodrum ve Muğla'nın karşılaştırmalı nüfus tablosu	36
Çizelge 3.2 : Bodrum ilçe merkezinin yıllara göre nüfus artışı	36

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1.1 : Çoklu teknik kullanımı, Kümbetoğlu (2005)'ten uyarlanmıştır	6
Şekil 3.1 : Bodrum yarımada haritası	25
Şekil 3.2 : Bodrum 1946 yılı imar planı, Bodrum belediye arşivi	26
Şekil 3.3 : Antik dönemde Halikarnas haritası	27
Şekil 3.4 : Antik dönemde Halikarnas kentine tepeden bakış	28
Şekil 3.5 : 1847'de Kaptan Spratt tarafından çizilen harita	30
Şekil 3.6 : Turizm bakanlığı tarafından basılan Fransızca broşür	31
Şekil 3.7 : 17.07.1961 tarihli Bodrum'da turistik pazar haberi	32
Şekil 3.8 : 25.07.1966 tarihli Tarihi eser kaçırın turistlerle ilgili haber	32
Şekil 3.9 : Yıkılan kilise ve yerine yapılan Halk Eğitim binası	33
Şekil 3.10 : 16.09.1979 tarihli Bodrum'da bir tatil köyünün gazete ilanı	35
Şekil 3.11 : Yıllara göre kurul kararları	35
Şekil 3.12 : 13.05.1983 tarihli Bodrum'da tatile gidenlerle ilgili gazete haberi	38
Şekil 3.13 : Bodrum'un eski minibüs ve otobüs garajı	39
Şekil 3.14 : Yat limanı civarından bir görünüm	39
Şekil 3.15 : Bodrum'da yapısal dönüşüm sürecine bakış	40
Şekil 3.16 : Geleneksel evlerin araziye uyumu	42
Şekil 3.17 : Musandıralı ev tipi	42
Şekil 3.18 : Sakız tipi ev, Bektaş	43
Şekil 3.19 : Bodrum'un ilk tatil sitesi Aktur'dan görünüm	44
Şekil 3.20 : İki katlı binalar tek düze halleriyle on katlı gibi görünmektedir	44
Şekil 3.21 : Yeni orta sınıfın konut anlayışına örnek	45
Şekil 3.22 : Lüks tüketim nesnesi olarak Bodrum'da konut	45
Şekil 4.1 : Bodrum'un girişinde yer alan tabela	49
Şekil 4.2 : Günlük hayat	49
Şekil 4.3 : Kilise yıkılmadan önce	50
Şekil 4.4 : 26.04.1966 tarihli görülecek yerlerin gazeteler aracılığıyla tarifi	51
Şekil 4.5 : İlk açılan barlardan Hadi Gari Bar	51
Şekil 4.6 : Eğlence mekanlarının sanat aracılığıyla yaratılan temsili	52
Şekil 4.7 : Bodrum karikatürü	53
Şekil 4.8 : Bir kartpostal	53
Şekil 4.9 : Huzurlu, sakin Bodrum sokaklarına dair bir kartpostal	54
Şekil 4.10 : 07.09.1976 tarihli yazlık ev reklamlarına bir örnek	54
Şekil 4.11 : Bodrum Hakimi film afişi	55
Şekil 4.12 : 06.1979 tarihli Bodrum'a gelen ünlülerle ilgili haberi	55
Şekil 4.13 : 13.08.1984 tarihinde Altan Erbulak'ın gazetede ki köşesi	56
Şekil 4.14 : 13.05.1983 tarihli haberde Bodrum'un turistik eşyaları	57
Şekil 4.15 : Bodrum'dan önce ve Bodrum'dan sonra	57
Şekil 4.16 : Latif Demirci karikatürü	58
Şekil 4.17 : Pahalılıkla ilgili bir karikatür	58
Şekil 4.18 : Bodrum mandalinası	59

Şekil 4.19 : Bir Bodrum markası olarak Herodotos	59
Şekil 4.20 : Bodrum'un imgesel dönüşüm sürecine bakış	60
Şekil 4.21 : Yılmaz Geçkin'in Bodrum'u	63
Şekil 4.22 : Ahmet Yunt'un Bodrum'u	64
Şekil 4.23 : Mehmet Özalın'ın Bodrum'u	65
Şekil 4.24 : Ersen Gürsel'in Bodrum'u	67
Şekil 4.25 : Bodrum kentinin yaşadığı dönüşüme bakış	69
Şekil B.1 : 1970'lere kadar gazete haberleri.....	118
Şekil B.2 : 1970'lerde çıkan gazete haberleri.....	119
Şekil B.3 : 1980'lerle çıkan gazete haberleri.....	120

TÜKETİM KÜLTÜRÜNÜN MEKANSALLAŞMASI: BODRUM ÖRNEĞİ

ÖZET

Çalışma, dünyanın geçirdiği dönüşüm ve yansımalarını Türkiye'nin kıyı kasabası Bodrum üzerinden incelemeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda, tüketim kültürünün Bodrum imgelerini araçsallaştırması ve bunun kent mekanına yansımına odaklanılmıştır.

Tüketim kültürünün her şeyi metalaştırdığı günümüzde sözcükleri göstergeler olan yeni bir iletişim dili kurulmuştur. Bu yeni dil ile ürün ve hizmetler ihtiyacın ikinci plana itilerek gösterge değeriyle tüketilmesine yol açmıştır. Üst ölçekteki ekonomik değişimlerin sonucu olan bu süreç, hem toplumsal hayatı hem de kent mekanlarını etkilemiştir. Küreselleşmenin getirisi olarak yerel değerler ön plana çıkarılmaya başlamıştır. Turistik ve ekonomik çekim merkezi olabilmek için yere ve yerele ait herşey gibi anlatılar da estetize edilerek gösterge değeri kazanmıştır.

Bu noktada Bodrum, birçok turistik bir kıyı yerleşiminden farklı bir süreç yaşamıştır. Yerel mimari özellikleriyle imgelenebilirliği yüksek bir kent olarak Bodrum, bir sürgün yeri olduğu yıllardan tüketim ve turizm cenneti olduğu günümüze hızlı bir dönüşüm geçirmiştir. Bodrum'u 'keşfeden' sanatçıların anlatıları aracılığıyla inşa edilen Bodrum imgesi ya da imgeleri popüler kültür ve medya aracılığıyla kentin reklam sloganına dönüşmüştür. Ancak, Bodrum'u turist bakışı ve yaygın söylemlerden başka bir biçimde deneyimleyen birçok insan için bu imgeler, oldukça değişkendir. Bu nedenle, kente dair sağlıklı bir okuma yapabilmek için bu tez, Bodrum denince akla gelen imgelerin altını kazımayı ve Bodrum'un dönüşümüne imgesel ve mekansal bir süreç olarak yeniden bakmayı önermektedir. Yöntem olarak, arşiv, medya, yazılı kaynak, fotoğraf taramasının yanı sıra, farklı Bodrum imgelerine ulaşabilmek için sosyal aktörlerle yapılan derinlemesine görüşmeler ve gözleme de yer vermiştir.

Mekansal ve imgesel süreçleri birbiriyle ilişkili olarak gören çalışmanın yapısı, ikili bir kurguda ilerlemektedir. Kavramsal bölümün ardından, Bodrum kentinin 'tipik' tarihsel ve mekansal değişimi aktarılmıştır. Bu bölümde, kent mekanıyla ilgili kurul kararları, çeşitli haritalar ve kent için kritik aşamalar verilmiştir. İkinci olarak ise, kent tarihini başka bir biçimde kuran edebi eserlere, şarkılara, filmlere ve gazetelere değinilmiştir. Söyleşiler kısmında ise deneyimlerle oluşturulan farklı Bodrum imgelerinin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir.

Mimarlığı yalnızca bir yapı üretim pratiği olarak görmeyen disiplinler arası birçok çalışma gibi bu çalışma da, mekan üretimini tetikleyen nedenleri araştırmaya yönelmiştir. Bu bakış açısı ile tüketim toplumunun ve turizmin etkisinde yaratılan Bodrum imgesinin (imgelerinin) mekansallaşmasının izini sürmek, kenti anlamak için alternatif bir yol olarak da görülebilir.

Bodrum'un bugünkü durumuna dair olumlu veya olumsuz bir yargıya varmaktan kaçınan tez, popüler söylemin ve turist bakışının ötesindeki Bodrum'u araştırmıştır.

Ancak, imgesel ve mekansal olarak bir bütün olan kentin, ilişkide bulunduğu insanlarla şekillenen organik ve etkileşimli bir alan olduğu özellikle vurgulanmıştır.

Sonuç olarak, tek bir Bodrum imgesi olmadığı gibi, anlatılarla kurulan ortak imgelerin olduğunu söylemek de mümkündür. Kent mekanları ise tüm bu imge dünyalarının ortak hafıza mekanlarıdır. Bu nedenle, kent mekanlarındaki dönüşümün tüketim odaklı ve kısa vadeli olarak değil, kentliyle beraber ve çok katmanlı kimlik yapısına uygun biçimde düşünülmesi gerekmektedir.

SPATIALIZATION OF CONSUMPTION CULTURE: BODRUM

SUMMARY

This study aims to analyze the transformation the world is going through and its reflections via Bodrum, a coast town in Turkey and its transformation. Within this thesis, it is assumed that the consumption culture, which especially revealed its effects after 1980, transformed Bodrum urban space and traces of this issue are being tracked. While doing the urban reading, it is acknowledged that historic process transmissions, claiming to be objective, are actually subjective and eclectic, and through this, it is thought that the narratives of inhabitants, who are in contact with the city, are sometimes more “realistic”.

The times when early modern planners and architects perceived cities as passive and moldable places are now left behind. Cities are accepted as places which are affected by upper scale political-economic changes and are in organic contact with their inhabitants. For this reason, Bodrum urban reading is approached with both structural and imaginary point of view. Bodrum, that nowadays has made a name for itself as a tourism paradise, which harbors every brand with its night life, beaches, and luxury houses, is an image that is established in a whole other meaning for its inhabitants. For those who have experienced the times full of economic difficulties, when highway transportation was not easy, this place is as a city that has gone through a fast transformation. Even though, in the globalising world, the transformation of coast towns in the hands of consumption culture and tourism is now a common reality, Bodrum, with narratives which started before tourism, has not fully gone through a “touristic” transformation. Bodrum image, which was established with the narratives of writer Cevat Şakir Kabaağaçlı (Fisherman of Halicarnassus), who was in exile before the region met tourism, got diversified with contributions of other artists. These representations, which sometimes appear as a song, painting or inscription, have become more common with tourism and established an image world of “things that come to mind when it comes to Bodrum”. What is critical at this point is, as transforming to signs with the effects of consumption culture and tourist view, the contribution of these naive narratives about Bodrum to the consumption of the “place”. In fact, even a mere imaginary transformation can be seen as an urban reading. However, within this study, it is thought that understanding the city constitutes a structural and imaginary whole and basically a binary speculation is being pursued.

Subsequent to the conceptual part, the “typical” historical and spatial alteration of the city of Bodrum has been conveyed. In this part, analyses about the urban space, various maps and critical stages for the city have been presented. Secondly, literary works, songs, movies, and newspapers, which have established the history of the city in a whole other way, have been referred to. And in the conversations part, different Bodrum images, constituted with experiences, have been aimed to be brought to light.

Even for these people who predicted that the narratives they created would make the region attractive and transform it with tourism rooted consumption, tourism was inevitable. For them, this situation is, beyond economic transformation, an obligation stemming from knowing one's own history and values and conserving them. This idea defended by these people, also known as the Bluists (Blue Anatolia) movement, anticipates recognizing civilizations of Anatolia and glorify Anatolia independent from a specific religious-ethnic point of view. Moreover, if regarded as an Anatolia project, it can be suggested that an Anatolian reform was aimed.

Local folk, as a benefit of such a process, opened up their local values to tourism and presented them to tourist point of view. At that period, home pensions, that emerged as an answer to accomodation needs, and limited numbers of entertainment venues, are signals of passage from hospitality to tourism.

Bodrum, that went through a very slow spatial transformation until 1960s, entered into a new process after the years when locals of İstanbul and Ankara were no longer "able to endure the discomfort of rural areas". The increasing attention of intellectual community as local tourists triggered this process. Famous entertainment venues like Halicarnassus Disco, Hadi Gari Bar, Mavi Bar, Veli Bar were put into service during these years. Selim İleri's work "Her Gece Bodrum" reveals yet another aspect of Bodrum for citizens as much as it emphasizes spatial beauties. Thus, Bodrum nights and entertainment conditions were included to nature and history descriptions of narratives, with the contribution of caricatures and picture postcards.

When it came to 1980s, with the effects of politics of that period, expansion manners and speed of both narratives and localization changed. This region, wich became "İstanbul's countryside" with the increasing transportation opportunities, gained reputation, via media and popular culture, as an entertainment venue at night and a sea and sleep - relaxation - venue during the day. MFO's song "Bodrum Bodrum" is a product of this period. Community structure, which was in the impulse of "always more" together with consumption culture, went through a change with the birth of the new middle class and luxury consumption. During these years, narratives, apart from describing the place and emotions, started to transform into signs in the manner of lifestyle expressions. With the effects of protection verdicts towards urban space and establishment of new city halls, bays were opened to structuring. Bodrum's increasing popularity increased housing demands, entertainment and food & beverage venues and bays dissociated according to lifestyles of choice. Türkbükü became famous as St. Tropez of Turkey and transformed with luxury housings of high-income groups and branches of worldwide known entertainment venues. Gümüşlük, with its limited structuring due to being a protected area and its fisherman restaurants, answered to the intellectual's search for a peaceful environment where they could meet with the nature. During this process, narratives gave birth to venues and venues gave birth to new narratives.

When examining the reflections of this situation on conversations, it appears that Bodrum image is about where you stand during this process and what kind of a backround you possess. There are different images of Bodrum from the eyes of those who inhabit it, who visit bodrum periodically, and who settled down afterwards. For a person who settled in 1980s, Bodrum represents entertainment and consumption. But for another person who experienced Bodrum during his childhood days, when the town was strugling with difficulties, Bodrum respresents improvement and innovation. For that matter, just like the image of the past and the present of the same

city is different for each individual, expectations towards the future would also be different. Thus, while doing urban reading, images formed towards the city have been approached with their narrative layers. Each narrative, just like it expresses the dynamics of its period, can acquire characteristics of a sign with the effect of consumption culture and can itself become a dynamic that can transform the place.

Also, secondary housings, which proliferated with liberal politics which were implemented in the country after 1980s, scattered all around the peninsula. Regulations that protect the traditional Bodrum House in order to organize the structuring, has reduced the Bodrum House to a copied template architecture. This copy architecture has started to transform Bodrum House image to a house in Bodrum. With 1990s, new type housings have replaced cooperatives as luxury consumption objects. Narratives towards conventional Bodrum house has transformed into a city decoration. After this point, what was being marketed was not the dream of a Bodrum house, but the dream of a brand new life in Bodrum.

This study, like many interdisciplinary studies which do not perceive architecture as just a construction production practice, has headed towards inquiring the reasons that triggered venue production. With this point of view, tracking the spatialization of Bodrum image (images), created under the influence of consumption culture and tourism, can also be regarded as an alternative way towards understanding the city.

In this study, where the urban space is approached as an interactive and organic space which is shaped by the people the city is in contact with, a positive or a negative judgement about the present state of Bodrum has especially not been indicated. Because, approaching with a nostalgic point of view to cities that transform with the changes in economic and social life is also regarded as quite a problematic understanding.

This thesis, which handles Bodrum city as an imaginary and spatial whole, has researched into Bodrum beyond popular discourses and tourist view. Bodrum, when looked into spatial and imaginary collectivity, bears the traces of the new era, which Urry conceptualized as “tourism is everywhere and nowhere”. Everything belonging to the place, sometimes including people, serves to tourist view by being presented in an aestheticized way. Moreover, in the race of brand city, narratives, by turning into signs, become the advertising slogan of the place.

As a result, just like there is not just one image of Bodrum, it is observed that images regarding the city are established via various narratives relevant to spatial structure. For this reason, it is believed that a consumption oriented and a reductive understanding would in the long run damage Bodrum and cities like Bodrum that have multilayered backgrounds. That the urban intervention is decided within common sense with the citizen, has a critical importance on behalf of realizing the transformation in a good light.

1. GİRİŞ

Bu çalışma, dünyanın geçirdiği dönüşüm ve yansımalarını Türkiye'nin kıyı kasabası Bodrum ve dönüşümü üzerinden incelemeyi hedeflemektedir. Tez kapsamında, özellikle 1980 sonrası etkisini gösteren tüketim kültürünün Bodrum kent mekanını dönüştürdüğü varsayılmakta ve bunun izleri aranmaktadır. Kent okuması yapılırken, nesnellik iddiasındaki tarihsel süreç aktarımlarının öznel ve seçmeci olduğu kabulü üzerinden, yaşayanların, kentle ilişkide olanların anlatılarının bazen daha 'gerçekçi' olduğu düşünülmektedir.

Erken modern dönem plancı ve mimarlarının, kentleri edilgen, şekillendirilebilir yerler olarak gördükleri zamanlar artık geride kalmıştır. Kentler, üst ölçekteki siyasi-ekonomik değişimlerden etkilenen, yaşayanlarıyla organik etkileşimde yerler olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle, Bodrum kent okuması da hem yapısal hem imgesel olarak ele alınmaktadır. Günümüzde eğlence hayatı, plajları, lüks evleriyle her markanın bulunabileceği bir turizm cenneti olarak adından söz ettiren Bodrum, yerli halkı için başka anlamları ile kurulmuş bir imgedir. Karayolu ile ulaşımın zor olduğu ekonomik güçlüklerle dolu yılları bilenler için bu yer, dönüşümün hızlı yaşandığı bir kenttir. Küreselleşen dünyada tüketim kültürü ve turizm eliyle kıyı kasabalarının dönüşümü artık sıradan bir gerçeklik olsa da turizmden önceki yıllarda başlayan anlatılarla Bodrum, tam olarak 'turistik' bir dönüşüm geçirmemiştir. Yörenin henüz turizmle tanışmadığı yıllarda sürgüne gelen yazar Cevat Şakir Kabaağaçlı'nın (Halikarnas Balıkcısı) anlatılarıyla kurulan Bodrum imgesi, başka sanatçıların katkısı ile çeşitlilik kazanmıştır. Kimi zaman şarkı, resim ya da yazı olarak hayat bulan bu temsiller turizm ile daha da yaygın hale gelerek 'Bodrum denince akla gelenler' olarak bir imge dünyası kurmuşlardır. Bu noktada kritik olan ise, Bodrum'a dair bu naif anlatıların tüketim kültürü ve turist bakışının etkisiyle göstergelere dönüşerek 'yer'in tüketimine yaptıkları katkıdır. Aslında salt imgesel dönüşüm bile bir kent okuması olarak görülebilir. Ancak, bu çalışma kapsamında, kenti anlamanın yapısal ve imgesel olarak bir bütün oluşturduğu düşünülmekte ve tezde temel olarak ikili bir kurgu izlenmektedir.

1.1 Çalışmanın Amacı ve Bağlamı

Yirminci yüzyılın ikinci yarısıyla birlikte dünya yeni bir sürece girmiştir. Postmodern dönem veya geç modern dönem olarak adlandırılan sürecin eskisinden farklı olduğunu hem kültürel hem iktisadi alanın artık farklı çözümler gerektiren değişimlerinden anlıyoruz. Yeni döneme ilişkin birçok tarif arasında öne çıkan nokta, kapitalizmin yeni bir evreye girdiği üretim ve tüketim ilişkilerinin değişimi ve küresel ölçüğe yayılmasının etkisidir. Bu etki, kısaca artan uluslararası mal, para, insan, bilgi ve imaj akışı olarak da izah edilebilecek küreselleşmeyi işaret etmektedir. Mesafeler kısalıp, akış arttıkça dünyanın homojenleştiğini veya aynılaştığını öne sürenlerin yanı sıra yerel kültürlerin daha fark edilir olduğunu söyleyen yaklaşımlar da bulunmaktadır. Aslında bu iki duruma yakından bakıldığında iç içe geçen karmaşık dengenin bir parçası olduğu görülmektedir.

Buna paralel olarak, endüstri çağının üretimi teşvik eden ilerlemeci anlayışı üretimin 'bolluk' dönemine ulaşmasıyla yerini tüketimin yüceltiği bir döneme bırakmıştır. 'Esnek üretim modeli'nin getirisi olarak kitlesel tüketimin yerine farklılık ve yaşam tarzını ifade eden bireysel tüketime geçilmiştir. Medya ve reklamlarla teşvik edilen bu durum, Baudrillard'ın belirttiği gibi, doğal ihtiyaçların mal ve hizmetler aracılığıyla tatmin edilmesi olarak değil, kodlar ve kurallarla düzenlenmiş global ve tutarlı bir göstergeler sistemi olarak yorumlanması gereken bir tüketim biçimidir (Baudrillard, 1997). Artık önemli olan nesnenin kullanım değeri değil, onun simgesel değeri ve getirdiği prestij ile, ikinci anlamıdır.

Günümüz dünyasını ve ihtiyaçlarını betimleyen tüm bu sosyo-ekonomik süreç, insanların tüketim anlayışı değişirken mekanın değişimini anlamamız için de anahtar niteliği taşır. Çünkü, küreselleşmenin etkisinde, yerel değerlerin ön plana çıkarılması vurgusu, oluşturulan imgelerin 'yer'in yüceltilmesinin ötesinde tüketim kültürünün mekansallaşmasına hizmet etmektedir. Kevin Robins'in tanımıyla gerçekte küreselleşme, yeniden yer seçimine ait yeni dinamiklere eşlik eder. Küresel mekan ile yerel mekan arasındaki yeni ve karma karışık ilişkilere, yeni bir küresel-yerel bağın kotalarına yöneliktir. Küreselleşme bir yapboz bulmacanın parçalarını birleştirmek gibidir: yeni bir küresel sistem görüntüsüne yerellikler çokluğunu sokma sorunudur (Urry, 1999). Sistem böyle işlerken yerelin değerini arttırmak ve dikkat çekici hale getirmek için onu yeniden sunmak kaçınılmaz hale gelmiştir. Çünkü,

küreselleşme, aslında bir pazar, bir üretim sistemi ve bir kültür anlayışının uzantısıdır. Kapitalizmin görsel medyalar aracılığıyla kurduğu egemenliğin ayrıca bir altyapıyla tüm dünyaya yayılması tasarımıdır (Kahraman, 2007, s.129). Bu anlamda, yerelin kültürel ve tarihsel imgelerinin öne çıkarılması eleştiriye açık bir noktada durmaktadır. Urry'nin (1999) belirttiği gibi, "mahallenin artan önemi, mimarının uluslararası modern biçiminin popülerliğindeki düşüşü izleyen, yerel ve yerli (*vernacular*) biçemlerin ortaya çıkışıyla birlikte yer ve konuma ait simgelerin kalıcı önemi; ve yerel olarak yönelimli kültür ve politikaların özellikle yapılı çevrenin korunması kampanyaları çevresinde canlanışıdır." İlk planda olumlu görünen bu dönüşüm, postmodern çağın tüketim kanalları ve küresel dünyanın ekonomik düzeniyle 'yer'i pazarlanabilir bir ürün haline getirmektedir. Aslında, değer kazanan "yerel" özellikler, küresel ölçekte yaşanan kültürel krize uyum sağlamanın araçlarıdır. İşlevi ve hizmeti küresel olan yeni tüketim mekanlarının yerelliği de göstergeler ve simulasyonlar aracılığı ile üretilir. Artık yerel olan bir pazarlama nesnesi/aracı olarak ön plana çıkmaktadır. Bu durumun en iyi örnek alanlarından biri, ulaşım teknolojilerinin gelişimi ile birlikte mekansal mesafelerin ve sınırların kaybolmasından en fazla yararlanan turizm sektörüdür (Süer ve Sayar, 2002).

Küresel ekonominin mekanı dönüştürürken kullandığı araçlardan biri olan turizm, hizmet tüketiminin bir biçimidir. Ulaşım olanaklarının artmasıyla 'keşfedilen' yerlerin sayısı artması, turistik bir imgeye dönüşerek metalaşan ürünlerin 'pazar'da yerini alması anlamına gelmektedir. Yerlerin değişiminin, dünyanın değişiminden bağımsız düşünülmemeyeceği de aşıkardır. Bu nedenle, turizm yöre için hem bir şans hem de şanssızlık olabilmektedir.

1960'larda başlayan turizm hareketinin 1980'lerde ülkenin kültür ve turizm politikalarıyla iyice hissedildiği ve mekansallaşmaya başladığı Bodrum, küreselleşme etkilerinin görüldüğü çoğu kıyı yerleşimi gibi olumlu ve olumsuz yanlarıyla bu süreci yaşamaktadır. Dünyanın endüstri sonrası çağa geçişi, iletişim ve ulaşım sistemlerinin gelişmesiyle ekonomik, politik ve toplumsal değişimler yaşanmıştır. Üretim toplumundan tüketim toplumuna doğru ilerleyen süreçte bireyler, geçim kaynaklarının hizmet sektörüne kayması ile dönemin getirdiği tüketim alışkanlıkları ve yaşam şekillerinde yaşanan değişikliklerine uyum sağlamaya çalışmıştır. 1940'lara kadar ulaşım imkanlarının kısıtlı olduğu bir sahil kasabası olan Bodrum, deniz yoluyla gelenlerin dışında fazla ziyaret edilmeyen bir

yerken, çoğu sahil kasabası gibi geçimini balıkçılık ve süngercilikten sağlamaktadır. Ulaşım ve iletişim imkanlarının gelişmesiyle eşzamanlı olarak turizmin yöreye gelişinden sonra hizmet sektörü de halkın gelir kaynakları arasında yerini almıştır. Ayrıca bu süreç, küreselleşmenin getirdiği, bir durum olarak yerelin ön plana çıkmaya başladığı bir döneme işaret etmekte Urry'nin 1970'lerin sonunda 'yer' anlayışının değişimi ve 1980'ler birlikte ekonomik bakımdan neredeyse her yerin dönüşümü olarak tariflediği çerçeveye de uymaktadır.

Türkiye'nin ve dünyanın turizmle tanışan diğer kıyı yerleşimlerinin yaşadığı değişimlerle birçok ortak noktası olsa da Bodrum bir takım farklılıklar göstermektedir. Uğur Tanyeli bu durumu, özellikle İstanbul'da 1960'larda banliyö işlevi gören Kumburgaz, Selimpaşa gibi yerlerin yerini 1980'lerle birlikte yükselişe geçen Bodrum'a bırakmasıyla açıklamaktadır. Ona göre, Bodrum'u bir turistik belde saymak ve böyle çalıştığını söylemek yanlış olur. Bodrum, tatile, dinlenilmeye gidilen 'başka' bir yer değil, İstanbul'un bir kesiminin taşındığı uzak bir 'sayfiye semti'dir (Tanyeli, 2004). Esasen 1940'lara nazaran üç katına çıkan kış nüfusu ve ikinci konut sayısının her geçen gün artışı, Tanyeli'nin tespitinin doğruluğunu ve meseleye yalnızca turizm ekseninden bakılamayacağı da açıktır.

Bu çok bileşenli değişim sürecinin diğer önemli belirleyicisi de Featherstone'un (1996) simge üretim uzmanları olarak tanımladığı entelektüeller ve sanatçılardır. Yörenin ününü kitle iletişim araçları henüz etkin değilken kulaktan kulağa yayan, üzerine yazdıkları hikayeler, şarkılarla ve yaptıkları Bodrum evi, Bodrum Kalesi ve manzara resimleriyle pekiştiren sanatçıların, Bodrum anlatısına yaptıkları katkı küçümsenemez niteliktedir. 'Kullanımın simgesi olan olarak algılanan kullanım'ın yaratılması ve tüketimin sözcükleri olan göstergelerin üretimini kolaylaştırmıştır.

Burada dikkat edilmesi gereken ve tüketimin diliyle ilişkilendirilen nokt ise 'tarihi' kale, 'eşsiz' manzaralar, 'pırıl pırıl' plajlar, 'küçük-şirin-beyaz' evler ve 'çılgın' gece hayatı gibi etiketlerin yarattığı etkidir. Betimlemeler, Bodrum'u eşsiz bir noktaya taşır gibi görünse de aslında genel çerçeveden bakıldığında bilinen bir sürecin işaretçileridir. Turistik yerlerin üretimiyle ilgili yerel ve olumlu gözükten bu süreç, Culler'in(2009) de söylediği gibi, "bu gösterge mekanizmalarının genel çerçevesi ve ürünü, yani turistik kod, geniş bir ölçeğe yayılmış modern bir mutabakat, dünyaya dair sistematikleştirilmiş ve değer yüklü bir bilgidir". Kaldı ki bu sıfatlar, sanatçıların ifade biçimleri eşliğinde daha duygu yüklü anlamlarla

süslenerek, kullanımı ve 'değiş tokuşu' daha da yaygın hale gelen göstergesel bir nitelik kazanırlar.

Ancak bu bakış açısı, dünya teknolojik ve ekonomik olarak değişip, gelişirken, koruma adına nostaljiye bağımlı kalma fikri de mantıklı ve tutarlı görünmemektedir. Geçim kaynaklarının ve ekonomik dengelerin değişimiyle birçok kıyı kasabası da aynı sürece girmiştir. Kritik nokta ise, değişimin kaçınılmaz olduğu bir dünyada turizmin ve tüketim toplumunun 'yer'i ne yöne doğru dönüştüğüdür. Gerek uygulanan ülke çapında ve yerel politikaların etkisi, gerek alınan koruma ve turizm kararlarıyla taleplerin o yer için olumluya çevrilip çevrilemediğidir.

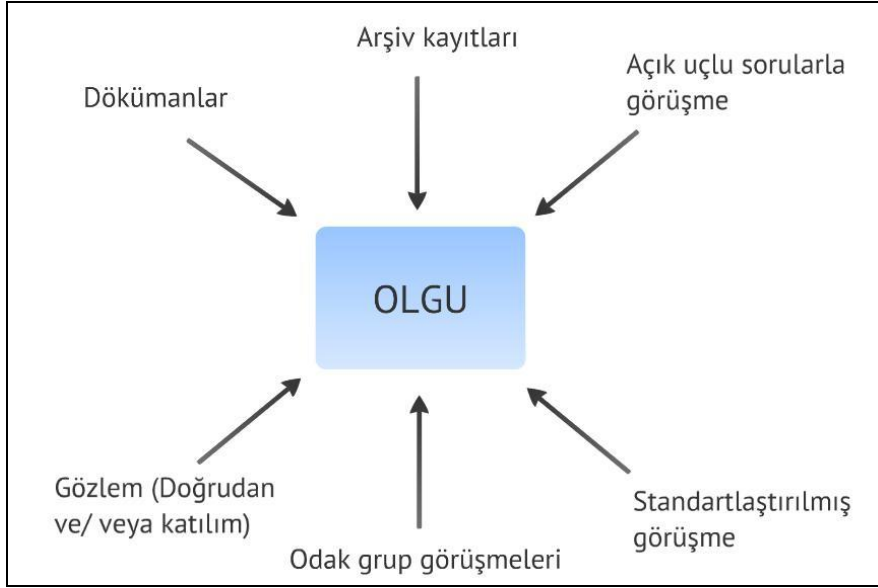
Tüm bu gelişmelerden Bodrum'un merkezi kadar Bodrum'un koyları gelişmelerden farklı etkilenmiştir. Merkez için alınan koruma kararlarının etkisiyle koyalara sıçrayan yapılaşma sürecinde buralarda da nüfus artışı gözlenmiştir. Gerek yalnızca yazın gelenler, gerekse kışı da burada geçirmek isteyenlerin ilgisiyle koylar farklı karakteristiklerle evrilmiştir. Yaz nüfusunun kışa oranla neredeyse beş kat arttığı Bodrum'da bir diğer konu da alt yapının yetersizliğidir. Tarihi yerleri ve doğal alanları koruma, kamusal alan yaratma gibi konularla birleşince bu durum gerçekçi ve güçlü bir planlama bölgenin en temel meselesi haline gelmiştir. Urry'nin (1999) turizmin günlük hayatla alışılmamış olan arasındaki ikili durumdan beslendiği vurgusuna referansla başlangıçta masum veya bölgeye yararlı görünen turistik olma halinin doğal ve kültürel kaynakları tüketmemesi için planlanması şarttır.

1.2 Çalışmanın Yöntemi

Araştırma, sosyal aktörlerle derinlemesine görüşmelerin yanı sıra önceden yapılmış çalışmalara yönelik arşiv, yazılı kaynak ve imaj taraması ve gözleme dayalı bir yöntem izlemektedir (Şekil 1.1).

Çalışma ikinci bölümde tüketim kültürünün mekansallaşmasını kavramsal olarak açıklamaktadır. Bodrum ve Bodrum'un tarihsel-mekansal dönüşümünü, küreselleşme ve tüketim kültürüyle tanışma öyküsü üçüncü bölümde aktaran tez, klasik tarih anlatısına bağlı kalmaktadır. Dördüncü bölüm olan son bölümde ise, Bodrum tarihi bu kez anlatılar yoluyla aktarılmaya çalışılmıştır. Medyada, edebiyatta, sinemada yani sanatçıların üretimlerinde Bodrum imgesi nasıl inşa edilmiştir sorusuna cevap aranmaktadır. Bu bölümün ikinci kısmında, yapılan söyleşilerle, günlük hayattan

sosyal aktörlerle Bodrum'a bakılmıştır.. Bodrum'a dair karma bir yöntem kullanan tez bu yolla, farklı bakış açılarından aktardığı Bodrum imgelerini sunarak, tek bir tarihsel bakış açısıyla hareket etmekten kaçınmıştır.



Şekil 1.1 : Çoklu teknik kullanımı, Kümbetoğlu (2005)'ten uyarlanmıştır.

Bu çerçevede çalışmanın amacı, üst ölçekte dünyanın geçirdiği dönüşümle gelişen tüketim kültürünü ve bunun mekansal yansımalarını ortaya çıkarmaktır. Araştırmanın konusu olan Bodrum kent mekanı, sahip olduğu güçlü kent imgesiyle, kente dair üretilen anlatıların zamanla tüketim kültürü tarafından araçsallaştırılmasına iyi bir örnek olarak görülmektedir. Anlatıların göstergelere dönüşerek mekansallaştığı Bodrum'a bakmak, turizm ekseninde hem mekansal hem imgesel bir rota izlemeyi gerektirmektedir.

2. TÜKETİM KÜLTÜRÜNÜN MEKANSALLAŞMASI

Bu bölümde, tezin kavramsal alt yapısını oluşturan kavramların açıklanması hedeflenmektedir. Tüketim kültürü, turist bakışı ve anlatıların kurduğu imgelerin mekana yansımalarını içermektedir.

Son yıllarda dünyanın girdiği süreç, hem sosyo-ekonomik, hem kuramsal anlamda yeni tartışmaların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ekonomik anlamda, teknolojinin gelişmesi ile üretim hızlanmış, Fordist sanayi toplumu bir sonraki aşama olan esnek üretim modeline dayalı enformasyon toplumuna evrilmiştir. Böylelikle, kitlesel üretim ve tüketim biçimi, bireysel yaşam tarzlarını ortaya çıkartacak şekilde özelleşmeye başlayarak tüketim anlayışının dönüşüme uğramasını sağlamıştır.

Tüketim alanındaki çok sayıda gelişme arasında ikisi önem bakımından öne çıkar. Seçkin piyasalardan farklı olarak kitle piyasalarında modanın seferber olması, tüketimin temposunu sadece giyimde, süsleme ve dekorasyonda değil, aynı zamanda hayat tarzlarını ve dinlenme faaliyetlerini de (boş zaman ve spor alışkanlıkları, pop müzik türleri, video oyunları ve çocukları vb.) kapsayan geniş bir alanda hızlandırmanın aracı haline geldi. Bir ikinci eğilim ise mal tüketiminden hizmet tüketimine doğru bir kayıştı (Harvey, 1997). Turizm gibi hizmet odaklı sektörlerde talebin artması, seyahatin gelişen teknoloji ile gereksinimden çıkıp bireyselliğin dışı vurumu ve bir göstergeler bütünü olarak değerlendirilmesi sonucu yerlerin dönüşümü kaçınılmaz olmuştur.

Hizmet temelli ekonomiye kaymanın bir diğer etkisi de, küreselleşmenin getirisiyle yeni bir tüketici grubu, üst orta sınıf olarak adlandırılan yüksek ücretli profesyonellerin ortaya çıkmasıdır. Özellikle, 1980'lerle birlikte, Türkiye'de ve dünyada politikaların küreselleşme üzerinden özel sektöre daha fazla yer açmasıyla ortaya çıkan bu sınıf, tüketici olarak dönüşümün hızlanmasında etkili olmuştur. Ekonominin yaşadığı değişim, postmodern dönemin 'muğlak ve geçici' zeminiyle birleştiğinde ortaya çıkan tablo Bauman (1999) tabiriyle, esnek ve değişim potansiyeli taşıyan bireysellikleri işaret etmektedir. Tüketimin sürekliliği açısından bu durum, bulunmaz bir fırsattır.

Harvey'in aktarımına göre (1997) yaratılan 'kullan-at' toplumu ile değerlerin hayat tarzlarının, istikrarlı ilişkilerin, şeylere, binalara, yerlere, insanlara ve eyleme ve olma konusunda öğrenilmiş tarzlara bağlılığın da atılabilmesi sağlanmaktadır.

Bocock'a (1997) göre ise tüm bu bireyselleşme ve hayat tarzı kurgusu, Simmel'e kadar uzanan metropol ve banliyöleşmenin bir sonucudur.

Yerin bir biçimde dönüşmesi ve modern hayatın hız kazanmasına dayanmaktadır. Tüketimin insanların kimliklerini ifade eden biçimi modern hayatın bir sonucudur. Simmel'in belirttiği 'kendisini ele geçirmeye çalışan toplumsal güçler karşısında, varlığının özerkliğini ve bireyselliğini koruyabilme'' endişesine karşı bireyin verdiği bir cevaptır (Bocock, 1997). Aynı durumu, bireysel ölçekten küresel ölçüğe taşıdığımızda ise, küreselleşen dünyada 'mahallenin artan önemi'nin nedenselliğini basit anlamda böyle bir bakış açısıyla anlamaya çalışmak yanlış olmayacaktır. Bireyin modern hayatla tetiklenen psikolojik ve sosyolojik reaksiyonlarını iktisadın yararına kullanan sistemin, mekanı dönüştürmesi kaçınılmazdır.

2.1 Tüketim ve Tüketim Toplumu Kavramı

Yaşadığımız geç modern çağın, tüketim toplumu ve kültürünü anlayabilmek için tüketim kavramının dönüşümünü incelemek gerekmektedir. Tüketim kavramı birçok disiplinin ilgi alanına giren bir kavram olmakla beraber, sosyolojik ve iktisadi alandaki açılımlarını incelemek, mekana yansımalarını analiz edebilmek için özellikle daha önemlidir. Bu kapsamda tanımlara bakılacak olursa iktisadi anlamda tüketimi tanımlayan Yavuz Odabaşı, belirli bir ihtiyacın tatmin edilmesi kapsamında, üretilen bir ürünü ya da hizmeti edinme, ona sahip olma olarak tanımlanmaktadır (Özcan, 2007). Bu noktada Bauman'ın (1999) belirttiği gibi bugünkü süreç öncekilerden farklıdır.

Eski tip modern toplum, üyelerini en başta üretici ve asker olarak görürdü; onları üreticiler ve askerler olarak şekillendirirdi. Bu toplumun üyelerine dayattığı norm, bu rolleri oynama kabiliyeti ve istekliliği idi. Ancak mevcut geç modern (Giddens), ikinci modern (Beck), Sürmodern (Balandier) ya da postmodern evrede, modern toplumun kitlesel endüstriyel işgücüne ve zorunlu askerliğe pek ihtiyacı kalmamıştır; toplum üyelerini tüketiciler olarak değerlendirme ihtiyacındadır artık.

İnsanlar yüzyıllardır ihtiyaçlarını karşılamak için tüketmektedirler. Ancak, günümüze kadar hiçbir toplum, tüketim toplumu ifadesiyle adlandırılmamıştır. Endüstri çağında

üretici olarak nitelendirilen toplumun, endüstri sonrası dönemin işaretleri olarak tüketim toplumuna evrilişi elbette belirli bir sürecin sonucudur. Endüstri Devrimi ile başlayan süreçte üretimin biçim ve hız değiştirmesi bu anlamda önemli bir dönüm noktası olmuştur. Fordist üretim anlayışıyla birlikte seri üretim bandı ve kitlesel üretim anlayışı, standardizasyon ve kitlesel tüketim gibi kavramları doğurmuştur. Bu durum, hem sosyal yapıda hem de kentsel alanda birçok değişime sebep olmuştur. Modern hayat anlayışına ait birçok özellik, üretimin ve beraberindeki tüketimin biçim değiştirmesi ile ilişkilidir. Böyle bir ortamda, hız kazanan üretim karşısında, tüketimin de aynı oranda hızlanması gerekirken, İkinci Dünya Savaşı sonrası patlak veren ekonomik buhran ile tüketim, iyice yavaşlamıştır. Bu durum kapitalist sistemi yeni üretim ve tüketim modelleri arayışına itmiştir. Harvey'in daha önceki bölümde de bahsedilen esnek birikim süreci ve hizmet temelli tüketimin ortaya çıkışıyla yeni orta sınıfın doğuşu olarak tariflediği iki önemli gelişmeyi tarif etmektedir (Süer ve Sayar, 2002). Satın alınan bir malın yerine yenisini almak için belirli bir süre gerekirken, hizmet tüketiminde bu süreye genellikle ihtiyaç duyulmaz. Spor salonuna gitme veya kültürel bir etkinliğe katılma gibi boş zaman etkinliklerinin tüketimi kısa ömürlüdür. Bu bakımdan, boş zaman etkinliklerinin kapitalist sistem için önemi büyüktür.

İkinci gelişme ise ekonomik sistemin yeniden düzenlenmesi ile ortaya çıkan 'beyaz yakalı' kesimdir. Yüksek maaş alan bu yeni orta sınıfın doğuşu ile hayat tarzı ve moda gibi kitlesel tüketimden farklı, 'bireysel tüketim' anlayışının ortaya çıkışına sebep olmuştur (Süer ve Sayar, 2002). Harvey'e göre (1997), sürecin istenilen biçimde yönetilmesi için zevkler ve fikirler üzerinde manipülasyona ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bakımdan, yeni gösterge sistemleri ve imajların yaratılmalıdır. Reklamcılık dünyasının başarısı da bu noktada devreye girer. Konuyla direkt ilgili olmasa da bir takım gösterge ve imajları ürün veya hizmetle birlikte sunarak yeni bireyselliklere göz kırparlar. Böylelikle, metalaşan imaj pazarda yerini bulur ve pazaryerinde bir kimlik yaratmaya hizmet eder.

Bu çerçevede, günümüz toplumunun tüketime yüklediği anlamı çözümlemek için giriş bölümünde sözü edilen Baudrillard'ın post modern döneme ilişkin, tüketim tarifine tekrar bakmak gerekmektedir. Ona göre tüketim, doğal ihtiyaçların mal ya da hizmet aracılığıyla tatmin edilmesi olarak değil, kodlar ve kurullarla düzenlenmiş global ve tutarlı göstergeler sistemi olarak yorumlanmalıdır. Bu anlamda tüketim, dil

gibi ya da ilkel toplumlardaki akrabalık sistemi gibi bir anlamlandırma düzenidir (Baudrillard, 1997). Tüketimin ihtiyaçların ötesinde anlamlar taşımaya başlamasının modernleşmenin etkisi olarak yorumlayan Bocock'a göre ise artık insanların kim oldukları, kim olmak istedikleriyle ilgili duyarlılıklarını ve bu duyarlılıklarını korumalarını sağlayan yöntemleri etkilemekte der ve bunun kimlik duygusuyla ilişkisine vurgu yapar (Bocock, 1997). Bu durum, tüketilen mal ya da hizmetin sembolik yanının önemini yansıtmaktadır. Göstergeler aracılığıyla kurulan kimlik ve toplumda böylelikle statü ve saygınlık kazanma çabası meselenin yalnızca ekonomik değil, sosyolojik boyutlarının olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Baudrillard'ın (1997) "arzunun metaforik ya da dolaylı olarak dışavurumu, farklılaştırıcı göstergeler üzerinden toplumsal değerler kodunun üretilmesi" olarak bahsettiği bu durum, tüketimi bir iletişim kanalı olarak görülmesi gerekliliğinin yanı sıra, tüketim-haz ilişkisinin çıkmazını da sorunsallaştırmaktadır. Farklılık ihtiyacı, tüketimde hazzın giderilmesine yönelik değil, 'yadsınması' yöneliktir. Çünkü, haz sonlu bir tüketimi ifade eder ve 'nesnesi olmayan bir arzu' olarak betimlenen günümüz tüketimciliğinde yeri yoktur. Önemli olan, giderilemez bir arzuyla hazzı beklemektir. Tüketiciler toplumundaki tüketiciler için hareket halinde olmak, aramak, bulamamak, daha doğrusu henüz bulamamış olmak, marazi bir durum değil, bir mutluluk vaadidir; belki de mutluluğun kendisidir. "Onlarınki, varışı lanete dönüştüren umutlu bir yolculuktur" (Bauman,1999).

Kendiliğinden sürekli hale gelemeyeceği durumlarda tüketim fikrinin teşvikine en önemli katkı kuşkusuz medya, televizyon ve reklamlardır. Önceki dönemlerde olumsuz olarak algılanan tüketim kelimesinin, medya ve reklamlar aracılığıyla mutlulukla ilişkilendirilmesi de yine aynı gösterge sisteminin bir ürünüdür. Burcu Özcan'ın (2007) belirttiği gibi, mutluluk kavramının tüketimle ilişkilendirilmesi 1929'daki İktisadi Buhran sonrasında azalan talebin gelişen o yıllarda reklamcılık sektörünün etkisiyle mutlulukla ilişkilendirilmesine dayanmaktadır. Bu yolla, tüketim kavramının çağrışımı hem özgürleşme hem de mutlulukla birlikte anılarak değişime uğramaya başlamıştır. Böylelikle, mutluluk ve haz gibi yan anlamları barındıran nesnelere edinerek kendini kuran tüketim toplumunun dili de göstergelere indirgenmiş olur.

Tüketimcilik, hem ekonomik patlama dönemlerinde ve hem de durgunluk dönemlerinde modern kapitalizmin geçerliliğini koruyan en önemli ideoloji haline

gelmiştir. Patlama dönemlerinde tüketim malları ve deneyimleri bazıları için yaşamın anlamını, yani bir şeyler tüketmeyi ifade eder. Durgunluk dönemlerinde ise, güzel günlerin hemen köşenin ardında olduğuna dair verilen söz yinelenir – sabır başka bir yüksek tüketim dönemiyle ödüllendirilecektir (Bocock, 1997). Bunun yanı sıra, Baudrillard’ın vurguladığı diğer bir durum ise, mutluluk kavramının ideolojik gücü, toplumsal ve tarihsel olarak modern toplumlarda mutluluk söyleninin eşitlik söylenini devşiren ve canlandıran söylem olmasından ileri gelir. Eşitlik söyleninin sanayi devriminden ve 19. Yüzyıl devrimlerinden bu yana üstlendiği politik ve sosyolojik güç ‘mutluluk’a devredilmesi olmuştur (Baudrillard, 1997).

Tüm bu nedenlerden dolayı, her dönemin tüketim anlayışı teknoloji ve medyanın değişimi ölçüsünde farklılaşmıştır. Modernliğin iki evresi arasındaki fark ise sadece, vurguları ve öncelikleri arasındadır; ancak bu vurgu değişikliği toplumun, kültürün ve bireysel hayatın hemen her veçhesinde muazzam bir fark yaratır (Bauman, 1999). Tüketim artık yaşamsal bir önem kazanmıştır. Tüketim toplumundaki tüketicinin, alışkanlıkları her an değişmeye ve hızlıca yerine yenisini koymaya hazır bir biçimde hem post modern dönemin kaygan ve muğlak zeminiyle hem de küreselleşmenin ‘geçici, esnek, parça başı’ karakteriyle örtüşür. Küresel rekabetle birlikte mal ve hizmetlerin tüketimi teşvik edecek çekicilikte olmaları gerekmektedir. Bauman bunu, günümüz endüstrisinin cezbetme ve ayartmaya dayalı oluşuna bağlarken, arzunun tatminden sonra sürmemesi gibi, ayartmanın da ayartılanın teslimiyetinden sonra devam etmeyeceği şeklinde açıklar. Arzu ve tatmin arasındaki ilişki, tüketicuyu içine çeken bir paradoksa dönüşür. Bu kurgu içerisinde, sürekli bir arzudan diğerine koşan tüketici fark etmese de tatmini arzulamaz, bir kısır döngü şeklinde ‘en kısa sürede’ diğer bir arzuya koşar (Bauman, 1999). Satılan malın ya da hizmetin tüketiminin uzun sürmesi de ‘tüketime endeksli ekonomi’ bakımından istenmeyen bir durumdur, o nedenle kısa süreli doyumun anında gerçekleşmesi yani hızla unutulması esastır.

Sürekli peşinden koşulan arzunun bulunması hedefe hiç varılmayan bir süreci beraberinde getirir. ‘Tüketim toplumu kültürü, öğrenmeyle değil, ekseriyetle unutmayla ilgilidir’. Bu noktada esas olan, tüketilecek malların uzun hazırlığı ya da beceriyi gerekmeden tüketimin hızını olabildiğince arttırmasıdır. Ulaşıldığı noktada son bulması gereken doyum ise bir sonraki tüketimi tetikleyecek biçimde unutulmaya açık olmalıdır (Şekil 2.1).



Şekil 2.1 : Kullanılan kavramlar.

2.1.1 Tüketim kültürü ve yaşam tarzı

Toplum, kapitalist dönemin yansımalarıyla beraber tüketim tavrını belirlerken, bunu kültürel olarak da içselleştirir. Bu noktadan hareketle Bocock'un (1997) dediği gibi artık tüketim, insanların kim oldukları, kim olmak istedikleriyle ilgili duyarlılıklarını ve bu duyarlılıkları korumalarını sağlayan yöntemleri etkilemekte: Kimlik duygusunun gelişimini çevreleyen olgularla çok iç içe geçmiş bir durumda. Bu nedenle tüketim, ekonomik olduğu kadar, aynı zamanda toplumsal, psikolojik ve kültürel bir olgu olmaya da devam edecektir (Bocock, 1997).

Tüketim kültürü terimini kullanmak demek, ürünler dünyasının yapılanma ilkelerinin günümüz toplumunun anlaşılması açısından merkezi bir yer işgal ettiğini vurgulamak demektir. Featherstone'a (1996) göre bu vurgunun iki odağı vardır:

Kültürel ürünlerin iktisadını oluşturan kavramlardan, yaşam tarzı öne çıkar. Kişinin beğenilerini dahası bireyselliğini öne çıkararak terimin giderek artan kullanımı ve tüketim kültürüyle ilişkisi göz ardı edilmemelidir. Yaşam tarzı ile kastedilen, kişinin beğenileri, kullandığı ürünler, gittiği tatil beldeleri ile inşa ettiği üslup yansımalarıdır.

Tüketim kültürüne bu açıdan bakıldığında, bireyler ihtiyaçlarını gidermekten öte bir kimlik anlamı atfettikleri tüketim eylemini, toplumda bir iletişim aracı olarak kullanırlar. Onun göstergelerini kullanarak statü ve yaşam tarzlarını inşa ederler.

Böylelikle, bir yandan bireysel ve özgür tercihleriyle mal veya hizmet satın alarak, farklılığa yönelik bir hamle yapan tüketiciler, diğer taraftan kullandıkları yöntem ile ortak bir dil oluşturmuş olurlar. Baudrillard bunu, 'bireylerin kendilerini ayrıklaştırırken bile uzlaştıkları bir kod ve genel model' olarak tarifler. Daha açık bir anlatımla, tüketimin artık nesnelere işlevsel pratiği, mülkiyet vb. olarak değil, basit bir birey ya da topluluk prestiji olarak da değil, iletişimin ve değiş tokuş sistemi olarak durmadan verilip alınan ve yeniden yaratılan göstergeler kodu olarak, bir dil olarak tanımlandığı nokta anlatılmaktadır (Baudrillard, 1997).

Yaşadığımız konut, kullandığımız araba, giysilerimiz yalnızca bir ürün olarak değil, bir dilin sözcükleri olarak işlev görmektedir. Aldığımız konutla ait olduğumuz ya da olmayı umduğumuz topluluğa göstergeler yoluyla kendimizle ilgili yazılı olmayan bir mesaj veririz. Bu nedenle, bir hizmeti veya malı satın almak kadar 'sergilemek' de önem taşır. Kullanım değeri ise tüm bunların yanında zaten olması gereken, sıradan ve standart bir girdi olarak kabul edilmektedir.

2.2 Göstergeler Yoluyla Tüketim: Turist Bakışı

Tüketim sosyolojisi maddi nesnelere farklı satın alımı, kullanımı ve simgesel anlamıyla ilgilenmiştir. Bu tür nesnelere sadece konutu değil; giysileri, otomobilleri, elektrikli eşya, mobilya ve benzerlerini de içermektedir (Urry, 1999). Baudrillard ve Urry'nin nesne veya hizmetin ikinci anlamı ve göstergeler aracılığıyla tüketilmesi konusundaki çalışmalarından önce, Adorno da bu konuya kültürün metalaşması kavramıyla değinmiştir. "Adorno, mübadele değerinin başatlığının bir kez malların orijinal kullanım değerini yok etmeyi becerdikten sonra, metanın ikincil ya da yapay bir kullanım değeri edinecek şekilde özgürleştiğinden bahseder "(Featherstone, 1996). Özellikle reklamlar bu durumu sömürmeye meyillidir olup bulaşık makinesi, otomobil gibi sıradan tüketim mallarına arzu, güzellik, bilimsel ilerleme ve iyi hayat imajları iliştirirler (Featherstone, 1996). Bu yönüyle tüketilen mal veya hizmetin yerini her şeyin doldurabileceği aşikardır. Yeni modeli çıkan bir telefon alındığında 'karizmatik biri olduğunu' düşünme hali, bir kol saati alarak da sağlanabilir. İhtiyacın anlamının değişmesi de durumun başka bir boyutuna işaret eder. Artık bir saate ihtiyaç duymanın ötesinde belli bir marka saate ve onun getirdiği yan anlama 'ihtiyaç' duyulmaktadır. Böylelikle, saatin işlevi, ikinci anlamına indirgenir.

Baudrillard'ın (1997) belirttiği üzere, gerçeklik duygumuzu yitirmemize yol açan imaj ve enformasyon bombardımanı gerçek ile hayal arasındaki ayrımı silikleştirerek, anlamlar dünyasında simülasyonların (hipergerçeklerin) ortaya çıkmasını sağlar. Kendi dışında bir şeyi temsil eden ve dolayısıyla bu temsil ettiği şeyin yerini alabilecek nitelikte olan her çeşit biçim, nesne, olgu vb. olarak tanımlanan göstergelerin (Rıfat, 1992) tüketim toplumu ile ayrılmaz bütünlüğü bu noktada devreye girer. Baudrillard (1997) bu durumu şöyle aktarmıştır:

Tüketim kazazedesi de simulakr nesnelere ve mutluluğun karakteristik göstergelerinden oluşan tüm bir aygıt işlerliğe sokar ve ardından (bir ahlakçının umutsuzca diyeceği tarzda) mutluluğun konmasını bekler (...) Buradaki inanç, göstergelerin mutlak-gücüne duyulan inançtır. Bolluk ve 'refah' aslında yalnızca mutluluk göstergelerinin birikimidir.

Göstergelerin yığılmasıyla oluşan bu simülasyon dünyası, gerçekliğin tüm belirtilerini gösterir, gerçekle sahte arasındaki ayrımı yok etmeye çalışır.

İmgenin medya itkisiyle inşası ve ortaya çıkan ikinci anlamlarla birlikte, artık gösterilenin var olmadığını belirten Baudrillard'a karşın Gottdiener, meselenin toplumsal bağlamına işaret etmektedir. Gottdiener, yeni gösterilenler, toplumsal etkileşim ve yaşanmış deneyim yoluyla insanlarca sürekli yeniden yaratılmaktadır (Gottdiener, 2005). Yani imgenin kurulumunda toplumsal göstergebilim, bir üst okuma olarak sunulur. Harvey (1997) ise bu süreci, Fordizmden esnek birikime geçişin zaman-mekan üzerindeki etkileri olarak yorumlamaktadır. Süer ve Sayar'ın (2002,) aktardığına göre "Harvey, zaman-mekan sıkışmasının beş etkisine işaret etmiştir: kısa ömürlülük, elden çıkarılabilirlik, geçicilik, gösterge ve imajlar, simulakrumlar". Bu etkilerden, zaman-mekan sıkışmasını mimarlık bağlamında en iyi örnekleyenler, bir kısım simulakrum üretimini de kapsayan gösterge ve imajlardır.

Göstergelerin aşırı üretimi ve imajların simülasyonlarla yeniden üretimi, istikrarlı bir anlam yitişine ve izleyiciyi istikrar duygusunun ötesine taşıyan çarpıcı kolajların sonsuz akışından kitlelerin büyülenmesiyle *gerçekliğin estetikleştirilmesine* yol açar. Gerçeğin estetikleştirilmesi ise üslubu ön plana çıkarır (Featherstone, 1996). Bu yeniden üretim hali, 'kültürel' olarak da içselleştirildiği için gerçek ihtiyaçların ne olduğu belirsizleşir. İhtiyaçların belirsizliği, üretim ve tüketimin devamlılığı bakımından istenen zemini oluşturmaktadır.

Featherstone'un (1996) gündelik hayatın estetikleştirilmesi olarak kavramsallaştırdığı ve birkaç yönüyle incelediği bu durum, Adorno ve Baudrillard'ın teorilerine yaslanmaktadır. Meta, kullanım değeri yerini mübadele değerine bırakmakla kalmamış, ikinci anlamı ile, 'gösterge değeri' (sign value) edinmiştir. Böylelikle, imajlarla körüklenen arzular, kitle iletişim araçlarıyla estetik bir hal almıştır. Sanat ve gündelik yaşamın ayrımı neredeyse ortadan kalkmıştır. Modernist işlevcilik yerini postmodernin karmaşasına ve 'yüzergezer'liğine terk etmiştir.

Televizyon, radyo ve bilgisayar teknolojileri aracılığıyla günümüz toplumu üzerinde oluşturulan görsel ve duyuşsal ileti bombardımanı insanların tepkisizleşmesine yol açmıştır. Artık, önemli ve önemsiz iletiler ve göstergeler birbiri ardına yerleştirilmektedir. Böylelikle içerik kendini ileti olarak sunabilmekte ve toplumsal eğilimler üzerindeki etkisini gizleyebilmektedir. Kitle iletişim araçları, bir yandan birbiri ile benzemeyen olayları türdeş hale getirirken, iletinin içerikle gizlenmesini de sağlamaktadır. Baudrillard'a göre (1997), televizyonun aracılık ettiği şey, teknik örgütlenmesi yoluyla kolayca görselleştirilebilir, kesilebilir ve imgelerde okunabilir bir dünya fikridir. Gerçeğin estetikleştirilmesi ile onu yalnızca tüketilmeye hazır ve sıradan bir hale getirmiş oluruz. Ortada duran gerçek ne olursa olsun, onu tek bir kültürel durum altında ve bir camının arkasından seyrederek gibi seyretmeye başlarız (Featherstone, 1996).

Susan Sontag'ın (2008) bahsettiği gibi, bu durum bir 'estetik tüketimcilik' halini alarak tecrübe etmek ve fotoğraf çekmek yer değiştirir. Aynı şekilde bir olayı tecrübe etmek ise o durumun fotoğrafına bakmakla eş değer hale gelir. Yaşanılan tecrübe, bir görme biçimine dönüştürülür. Bu durumun yansımalarını kent mekanında görebilmek için ise, kenti bir araya getiren olgulara bakmamız gerekmektedir. Sanayi sonrası toplumlardaki kent mekanlarında üretim ve tüketimin dönüşümüne bağlı olarak gelişen bu estetikleştirme hali, yalnızca fiziksel bir çevre olarak nitelendirilmeyeceğimiz kent mekanının üretiminde de önemli bir yerde durmaktadır.

Banu Tomruk'un tezinde bahsettiği ve birçok kentsel ve kültürel kuramcının işaret ettiği gibi, kent mekanı yalnızca coğrafi ve fiziksel olarak değil aynı zamanda kentsel tahayyül (urban imaginary) ve kültürel temsilin değişebilen çehreleri üzerinden de üretilmektedir. Kentin fiziksel özellikleri (mimarisi, kent planı, caddeleri, kamusal mekanları) kadar, filmlerde, dergilerde, televizyonda ve diğer kitlesel iletişim araçlarında görüntülenme biçimi ile kent üzerine üretilen söylemler de kentsel

tahayyülü (imgelemi) şekillendirir ve reel yapılı çevreyle birlikte kenti var eder (Tomruk, 2010). Bu nedenle, Bodrum'un dönüşümünü incelerken kent mekanının fiziksel değişimi kadar insanların aklındaki Bodrum imgesinin değişimine de bakmak gerekmektedir. Niceliksel araştırma yöntemlerinin ortaya çıkarmakta zorlanacağı, istatistiksel olmayan bu tarz bir incelemede 'kent tahayyülü'nün inşa edilmesine katkıda bulunan yazılı ve görsel taramaların önemi büyüktür. Dönemin politik, kültürel ve ekonomik eğilimlerini okuyabilmenin bir yolu da oluşturulan görme biçiminin çözümlemesini yapmaktır. Bodrum'un dönüşümünde eşiklerden biri olan turizm ve beraberinde getirdiği yeni görme biçimi kenti anlamak için kritik önemdedir.

Ancak bu görme biçimini anlamak için turizme ve turist bakışına değinmek gerekir. Dinlenme, gezme veya görme amaçlı yapılan seyahat olarak nitelendirilebilecek turizm kelimesi modern döneme ait bir terimdir. Endüstri Devrimi öncesi toplumlarda, seyahat etmek, gezginlere ve varıl küçük bir sınıfa aittir. Demir yolu ve okyanus ötesi gidebilen gemilerin yapıldığı Endüstri Devrimi sonrasında ise seyahat kitlesel bir hale gelmiş ve 'demokratik'leşmiştir (Culler, 2009). Ancak, bu değişimin önemi yalnızca ulaşım ve teknoloji imkanlarının gelişmesiyle ifade edilemeyecek başka arka planları barındırmaktadır. Urry'nin (1999) aktarımına göre Thompson, zamana doğru bir yönelimin endüstriyel kapitalist toplumların can alıcı karakteristiği olduğunu ileri sürmüştür. Bu noktada, turizmin beslendiği kaynak, boş zaman kavramıdır.

Kapitalist sistemin sürekliliğini sağlaması için tüketimin teşvik edilmesi gerekmektedir. Zaman odaklı yeni emek ve üretim kurgusu ile çalışma zamanını düzenleyen kapitalizm, çalışma dışı zamanlara da 'sızarak' devamlılığını sağlamaktadır. Böylelikle, boş zaman da tüketim ile özdeşleşmiş ve aynen çalışma zamanı gibi, 'bölünebilir, hesaplanabilir, planlanabilir' bir hal almıştır (Özcan, 2007). Bir boş zaman faaliyeti olarak turizm de çalışma hayatının dışında yani gündelik deneyimlerin dışındaki farklı, haz verici deneyimler vaadiyle öne çıkmaktadır. Hümanur Bağlı'nın (2001) aktarımına göre Boorstin, antik dönemde seyahati, alışıldık ve bilindik olmayı görmek olarak tanımlamaktadır. Modern anlamda turizm ise, çalışma zamanının tersi olarak görülen boş zaman etkinliklerinin başında gelen bir oluşumdur ve iki zaman diliminin zıtlığından beslenir. Yani, 'turist olmak' modern bir deneyimdir. Turizmin metalaşmasıyla 'turist olmak' statü

göstergesi haline gelmektedir. Bir yere gitmek tatile gitmek, ev veya araba sahibi olmak gibi tüketim kültürüne ait ikinci anlamları içinde barındırır (Urry, 2009; Bağlı, 2001). Culler'in Boorstin'den aktardığı şekliyle,

Seyyahın bir derdi vardı; turist ise keyif düşkünüdür. Seyyah faaldi; gayret ediyor ve insanların, maceranın ve deneyimin izini sürüyordu. Turist ise edilgendir; başına ilginç şeylerin gelmesini bekler. "Görüntü görmek" ister. Kayıtlara göre ilk kez 1847 yılında kullanılan görülecek yer görme, *sight- seeing*, sözcüğü tam da bu geçiş döneminde ortaya çıkmıştır.

Bu nedenle, Urry'nin (2009) 'turist bakışı' olarak adlandırdığı bu seçmeci bakışa yani görme biçimine dönmek gerekir. Olağan manzaraları ve durumları bile turistik bir nesne ve bakılması gereken bir manzara haline getirmeye meyillidir. Bu bakış, gündelik olanın estetikleştirilmesi de dahil, her şeye 'estetik bir tutumla' yaklaşabilmektedir.

Robbins'in on dokuzuncu yüzyıldaki İngiliz dağcılarına ilişkin yaptığı çalışmanın gösterdiği gibi uzun süredir yolcuların ve yerlilerin kayıtsız kaldıkları dağların estetik hazlar doğurabilecek güzellik nesnelere haline gelmesi süreci, orta sınıflar arasında yeni beğenilerin gelişmesini, öğretilmesini ve kurumsallaşmasını içeren bir toplumsal süreçtir (Featherstone, 1996). Bu bakış, dönemin ve toplumun dinamikleriyle şekillenmektedir ve Bodrum gibi, kendi halinde bir sahil kasabasını 'turizm cenneti'ne dönüştürenlerden biri de bu bakış biçimidir. Urry (2009), bu durumu analiz ederken, konunun birçok açılımı olduğundan bahsetmektedir. Yoğun hazlara ilişkin beklentiyi oluşturan turizm dışı pratiklerle yerler/mekanlar uzun bakışlar için ideal hale getirilir. Film, televizyon, dergiler, fotoğraflar, edebiyat aracılığıyla oluşturulur ve devam ettirilir. Bu araçlarla oluşturulan ve 'haz alınması kaçınılmaz' olan manzaranın fotoğrafı çekilir ve bakış yeniden üretilir. 'Mutlaka görülmesi gereken' yerlerin fotoğrafını çekmek onu, sembolik yolla sahip olunabilecek bir nesne haline dönüştürmek demektir (Sontag, 2008).

Bu noktada kritik olan, göstergeler aracılığıyla kurulan bu turist bakışının, 'turistik mekan üretim mekanizmaları'yla kurduğu ortaklıktır. Küreselleşen dünyadaki turistik mekan üretim mekanizmalarına değinmek gerekmektedir. 1980'lerle birlikte ülkemizde de hissedilen neo - liberal politikaların 'yer'in dönüşümüne katkısı, kuşkusuz küresel - yerel dengelerin değişimi olmaksızın ele alınamaz. Küreselleşme ile bilgi, sermaye, mal ve hizmetlerin dolaşımının hızlandığı günümüzde, insan

akışına ve hizmete dayalı bir sektör olan turizm de bu durumdan etkilenmiştir. Devletin kamusal alandan elini giderek çektiği ve küçüldüğü bu dönemde, artık sermaye ve insan dolaşımından pay sahibi olmak isteyen kentler yarış içerisine girmiştir (Kiper, 2004). Yerel yönetimlerin yine yere değerleri yarıştırmakla ‘marka’ olma yarışına girdikleri böyle bir ortamda, elinde turizm kozu olan beldeler bu konuya yoğunlaşmıştır.

Yine giriş bölümünde bahsedildiği gibi Culler’e (2009) göre “turistik yerlerin üretimi, dünyaya dair sistematikleştirilmiş ve değer-yüklü bir bilgidir”. Herşeyin ‘aynılaştığı’ turistlerin ise ‘gösterge avcıları’ olarak ‘sahici’ olanı bulmak için yola çıktıkları bu dünyada, yerel yönetimler ‘yarış’taki yerlerini alabilmek için turizmin göstergelerini ön plana çıkararak yerellik ve otantiklik vurgusu yapmaktadır. ‘El değmemiş balıkçı kasabası’, ‘eşsiz bir manzara’ gibi fazlasıyla yaygın ancak otantiklik vurgusu yapan betimlemelerin yanı sıra kültür araçları olarak nitelendirilebilecek sanatçılar, entelektüellerin de yazılı ve sözlü olarak ‘şiiresel’ bir yorum katmaları da beldeleri turistik çekim merkezi haline getirmektedir.

Asena Günal’a (1998) göre, turizm yerelin ve otantiğin metalaştırılarak sunulduğu alanların başında gelmektedir. Bu metalaştırma anlayışı ile, sadece mekan, el sanatları, turistikleştirilmez, turistik mekandaki insanlar da metalaştırılarak turizmin nesnesi haline gelir. Urry’nin aktarımıyla (2009), MacCannell, turistleri otantikliği arayan bir çeşit çağdaş hacı olarak nitelendirmektedir. ‘Öteki’nin günlük yaşamına duyulan bu merak, ‘sahnelenmiş otantiklik’ olarak tariflenen bir durumda karşılık bulur. Turizm beldesinde yaşayan halk, kendi özel hayatını sahne gerisinde gizlerken, bu meraklı turist bakışının getirisinden sahnelediği gündelikle gelire çevirir. Ancak, bilgi akışının ve teknolojinin neredeyse her yere ulaştığı günümüzde, yeni tip turistin bu arayışta olmadığını söyleyen görüşler de mevcuttur. Hala geçerli olarak, her gittiği yerde, bütünü özetleyecek imgeler arayan turistin, artık otantikliğin farkında olduğu savunulmaktadır. Yine Urry’nin (1999) aktarımına göre,

Feifer’in ‘post turist’i turizmdeki otantikliğin farkındadır ve bunu bir oyun olarak görmektedirler. Görünüştaki otantik balıkçı köyünün, turizm geliri olmaksızın var olamayacağını ya da parlak broşürün, bir pop kültür parçası olduğunu bilir. O, sadece oynanacak bir başka oyun, postmodern deneyimin bir başka pastijli yüzey özelliğidir.

Bu tarz turist bakışı bile, gündelik hayattan farklı olan ve ‘bakılması gereken’e ihtiyaç duymaktadır. Bir hizmet temelli bir iş kolu olan turizm, turist bakışını en

'karlı' biçimde yönlendirmektedir. Herhangi bir şeyin 'kutsallaştırılarak' bir cazibe nesnesine dönüştürülebileceğini belirten MacCannell'a göre, tüm mesele, birinin o nesnenin görülmeye veya ilgiye değer olduğunu bir başkasına söylemesidir (Urry, 2009). Bu işaretleme ya da 'imleme' hali, turistler için oldukça önemlidir. Culler, işaretlenen şeyin, onaylanırken bir yandan kendisinin de göstergesine dönüştüğünü belirtmektedir (Cogito, 2009). Hem işaretlenmiş hem de 'el değmemiş' olma hali birbirine tezat gibi görünse de turist bakışına konu olan nesne için neredeyse hayattır. Çünkü bu, ziyaret edilen yer veya yere ait şeyleri (manzara, yapı, deneyim vb.) 'fotoğraflanabilir veya imaj olarak pazarlanabilir' bir biçimde yeniden üretmektedir. (Mumcu, 2005). Kitle iletişim araçlarının yardımıyla estetikleşen hayatın yerini temsile bırakırken, göstergeler ve imajlar aracılığıyla kurulan bu temsiller, turizmin de kullanımına sunulmaktadır.

2.3 İmge ve Anlatı

Turistik bir beldenin dönüşümüne yönelik bir inceleme yapılırken, tarihsel gelişim sürecinin yanı sıra turist bakışının kurduğu imge dünyası da önemlidir. Göstergelerle kurulan bu temsiller, beldeye tatile gidenlerin zihinlerinde farklı, yaşayanların zihinlerinde farklı bir Bodrum imgesini betimler. İmge, yeniden yaratılmış bir görünüm ya da temsil olarak turist bakışının inşa edilmiş doğasıyla benzeşir. İmgenin saklı tuttuğu görme biçimi, sınırsız görünüm olanakları arasından yapılan seçimin nedenselliğini sorgulamamıza yol açar (Berger, 1978).

İngilizce ve Fransızca'daki "image" sözcüğü dilimize imaj ve imge olarak iki farklı şekilde çevrilmiştir. Günlük hayatta birbirinin yerine kullanılabilen bu sözcükler, Yeşim Alemdar'ın (2009) tezinde belirttiği gibi iki farklı anlama gelmektedir. İmaj kelimesi Türk Dil Kurumu'nun Büyük Sözlüğü'nde, "görüntü" anlamına gelmektedir. İmge sözcüğünün karşılığı ise yine aynı sözlükte, "Zihinde tasarlanan ve gerçekleşmesi özlenen şey, hayal, hülya" olarak belirtilmektedir. Buradan hareketle, bu tez kapsamında imge ve imajın kullanımları da birbirinin yerine değil, bu farka dayalı olarak ilerlemektedir. İmge, yalnızca bir görüntü değil, anlam bütününe ifade eden bir durum olarak ele alınmaktadır. Kastedilen anlam bütünü, tahayyül (imagination) gibi inşa edilmiş bir durumu işaret etmektedir.

Kevin Lynch (2010) çevresel imgeyi, 'kimlik, yapı ve anlam' bileşenlerine ayırmıştır. Kimlikle nesne diğer nesnelere ayırıştırılıp tanımlı hale getirilirken,

yapı onun dokusal ve uzamsal ilişkisini içermektedir. Bütünleyici son parça olan anlam ise, gözlemci için nesnenin duygusal yönünü ifade etmektedir. Lynch, çalışmasında kent imgesinin kimlik ve yapı ağırlıklı kısmı üzerinde dursa da, bu çalışma imgenin anlam bileşenini de önemsemektedir. Anlam, her bireye göre çeşitlilik gösterse de ancak imgenin yeniden ve ‘sonsuz’ biçimde üretime açık halini yansıttığı için ayrıştırılmaz biçimde değerlidir. Bu yönden bakıldığında imgenin kentin yalnızca fiziksel öğeleriyle değil, bireylerin zihninde oluşan haliyle ele alınması gerektiği açıktır. Yine de Bodrum, Lynch’in (2010) bahsettiği, ‘gözlemcide güçlü bir imge yaratma olasılığı taşıyan fiziksel bir objenin niteliği’ olarak imgelenebilirliği yüksek bir kenttir. Bodrum mimarisinin beyaz ve iki katlı evleri, dar sokakları özellikle turistler için akılda kalıcı ve ilgi çekici bir kent dokusu oluşturmaktadır.

Bu noktada imgenin ‘anlatı’ olarak okunması Yeşim Alemdar’ın (2009) tezindeki haliyle ele alınacaktır. Çok katmanlı ve farklı ‘anlatı’lara olanak veren haliyle imge, kentin çeşitli okumalara açık yapısını ortaya koyar. Calvino’nun Görünmez Kentler isimli kitabında fiziksel nitelikleri ortaya konmamış kentleri öznel imgelerimizi kullanarak yaratırız. Tarif edilen kentlerin zihnimizdeki mekan karşılıklarını bulur, kendi kentlerimizi kurarız. Yazın dünyası ile zihinlerde farklı tahayyüllere açık bu gibi durumların yanısıra farklı bireylerin ortak imgelerle tarifledikleri kentler de mevcuttur (Alemdar, 2009). Bu noktada, deneyimlerden önce zihnimizde belirli imgelerin (apriori imgeler) olup olmadığı, bu tezin konusu olmadığından, kültürel kodlar ve göstergeler aracılığıyla inşa edilmiş ortak kent imgelerine yönelmek daha doğru olacaktır.

Barthes’in göstergebilim çalışmalarına dayanarak ‘anlatı’ları çözümleme yöntemi, ‘yer’i tariflerken göstergelerle kurgulanan anlatıların altını kazımakta yardımcı olacaktır. Anlatılar, ayartıcı, ikna edici, dönüştürücü, kandırıcı olabildikleri gibi kurmaca olma olasılığını da her zaman taşırlar (Rıfat, 1992). Tek bir mekan üzerine anlatıların çeşitliliği ancak insanların kendisiyle, başka insanlarla veya yerle kurdukları ilişkinin subjektif yönü dikkate alındığında anlaşılabilir. Zamanla yere dair göstergelerle oluşan anlatılar, kentle birlikte anılan imgeler halini almaktadır. İmgelerin oluşturdukları, toplumun bilinçli ya da bilinçsiz büyük bir kısmı tarafından paylaşılan anlatılar ise kent kimliğini oluşturmaktadır (Alemdar, 2009). Erol Demir’in ifade ettiği gibi,

Mekânlara içkin söz konusu imgeler, simgeler, gösterge ve imajlar, genel olarak “kentsel imge alanı” olarak da adlandırılırlar. Bu mekânlar, bir tür “imge repertuarı” gibidirler. Kent sakinleri için değil, aynı zamanda sanatçıların, şairlerin, yazar ve kitle iletişim araçlarının anlatılarında da temsil edilirler. Bu durum, Lefebvre’ in “temsili mekân” kavramına da denk düşer. Kent araştırmacıları, kentin fiziksel ve sosyal yönünün nasıl inşa olduğu ya da dönüştüğünü, nesnel süreçler kadar imgesel alana bakarak da anlama/açıklama çabası güderler (Aytaç, 2007).

Mimarlık ve imge ilişkisinin kente dair kullanımlarından biri de ‘ilk izlenim’ olarak ifade edilen turizmle tanışan yerler için mimari bir figürün ya da yapının zaman içerisinde kendiliğinden ya da turist bakışı için özellikle vurgulanması durumudur. Paris denince akla gelen Eiffel Kulesi’nde olduğu gibi, bir kentin bir imgeye indirgenmesi de yaygındır (Alemdar, 2009). Ancak böyle yaklaşımlarda imge, kendini deneyimin ötesinde görsel kültürün bir parçası ya da turist gözüne yönelik bir imaj olarak ortaya koyar. Bazı kentlerle birlikte anılan bu tür imgeler ‘gösterge avcısı’ turistlere yöneliktir. ‘Okunabilir ve deneyimlenebilir olandan sadece görülebilir olana geçişi anlatan görsel kültür’ ile birlikte herşey estetikleştirilip fotografik bir imaj olarak sunulmaya hazırdır. Niteliksel tekniklerin içinde bulunduğu karma bir yöntem kullanmayı benimseyen bu tez ise Bodrum imgesini araştırırken deneyimin ve böyle oluşmuş anlatıları da ele almayı hedefler. Çünkü artık, Uğur Tanyeli’nin vurguladığı gibi, kenti bedenlen deneyimlemek ve mekanı duyularla algılamak yerine söylemler (gazete, kitap, dergi gibi) üzerinden deneyimlemek oldukça yaygın bir tutumdur (Tomruk, 2007). Neoliberal ekonominin küresel-yerel dengesinde öne çıkarmak ve pazara dahil etmek istedikleri kentlerin belirli imajlarla sunulması kentin yalnızca bir yönünü öne çıkarmaktadır. Bu durum, tüketim kültürünün mekanı metalaştıran, kısa ömürlü doğasına da uygundur. Böylelikle, mekânın öne çıkan imgesi, gösterge halini alarak olarak ikinci anlamıyla mekânı tüketime açık hale getirmektedir.

2.4 Mekanın Tüketimi ya da Tüketim Mekansallaşması

Lefebvre’nin de (1991) belirttiği gibi mekânın üretimi yansız ve edilgen değildir. Mekan sürekli yeniden üretildiği için mücadele alanını temsil eder. Konunun bu çalışma için kritik yanı ise, kapitalist düzen içerisindeki mekân üretimi ile ilgilenen Lefebvre’yi yorumlayan Shields’in bakış açısıdır. Shields, Lefebvre’nin mekânın kendisiyle değil onun kültürel nosyonu ve mekân üretim pratiklerinin üretim

süreçleriyle ilgilendiğini öne sürmektedir. Dahası, toplumsal mekansallaşma olarak kavramsallaştırdığı durumla, toplumsal imgelem düzeyinde ‘mekansalın toplumsal kuruluşunu’ yani kültürel bir kuruluşun var olduğunu ifade eder. Aynı yere ilişkin birbirinden farklı ve çelişen ‘yer-söylenceleri’nin varlığına işaret eder (Urry, 1999). Bu durum, mimari üretim pratiklerinde kent kimliğine indirgemeci yaklaşmanın kentin dönüşümüne sorunlu bir bakış olacağı da ortaya çıkarmaktadır. Kent kimliğini anlamaya yönelik çalışmaların, yapılı çevre, tarih, iklim, topografya, sosyo-ekonomik verilerin yanısıra yaşayanların veya ziyaretçilerin zihinsel imgelerinin de dikkate alınması gerekmektedir.

Yere ait anlayışın 1970’lerde değişime uğradığını, 1980’lerle birlikte ekonomik açıdan her yerin dönüştüğünü vurgulayan Urry’e göre neredeyse tüm büyük toplumsal ve kültürel kuramlar yerin biçimde tanımlanmasına dayanmaktadır (Urry, 1999, s.10). Ancak, bu dönemde mekanın üretimine artan ilgi kadar, mekanın tüketimine ve bunun araştırılmasına da ilgi artmıştır. Mumcu’ya (2000) göre, ‘‘yerler artan biçimde mübadelelerin gerçekleştiği tüketim merkezleri haline gelirken, yere mahsus değerler de (kültür, tarih, doğa, endüstri gibi) hızla tüketilmeye başlanmıştır’’. Mekanın tüketimi, görsel açıdan olabileceği gibi, gerçek anlamda da (endüstri, çevre, tarih, yazın, binalar) olasıdır. Küresel-yerel dengelerin öne çıkardığı bir durum olarak ‘mahallenin artan önemi’ bazı kimliklerin tüketilmesi ile yere dair herşeyin tüketime açık hale gelmesi mümkündür (Urry, 1999). Özellikle turizmin etkili olduğu sahil kasabalarında ise mekanın tüketimi daha hızlı gerçekleşmektedir. Turist bakışına açılan ‘yer’in her yönüyle göstergeler ekonomisine hizmet edecek biçimde dönüşmesi turizmin tüketim kültürü eşliğinde mekana yansımalarındandır. Dahası, kişilerin yaşam tarzını ifade ettiği ölçüde metalaşan mekanın böylelikle tüketim nesnesi haline geldiği de görülmektedir (Süer ve Sayar, 2002). Bu durumu kıyı bölgelerinde en kolay okuyabileceğimiz alanlardan birisi olarak ikinci konutlar, mekanın dönüşümünün yapısal alanda en somut örnekleridir.

Turizmin gelişiyiyle yeni gelir kaynaklarına kavuşan beldelerin, önce görsel olarak tüketilmesiyle turistik eylemlerle kendini hissettirmektedir. Yerel mimariyi, doğayı ve yörede yaşayan insanları otantik bir nesne olarak fotoğraflamaktadır. Görsel olarak indirgenen ve turist bakışına hazır hale getirilen bu imajın kitle iletişim araçları (basın-yayın, medya organları, reklamlar gibi) kanalıyla yayılması ile ‘estetik tüketimcilik’ tetiklenmektedir.

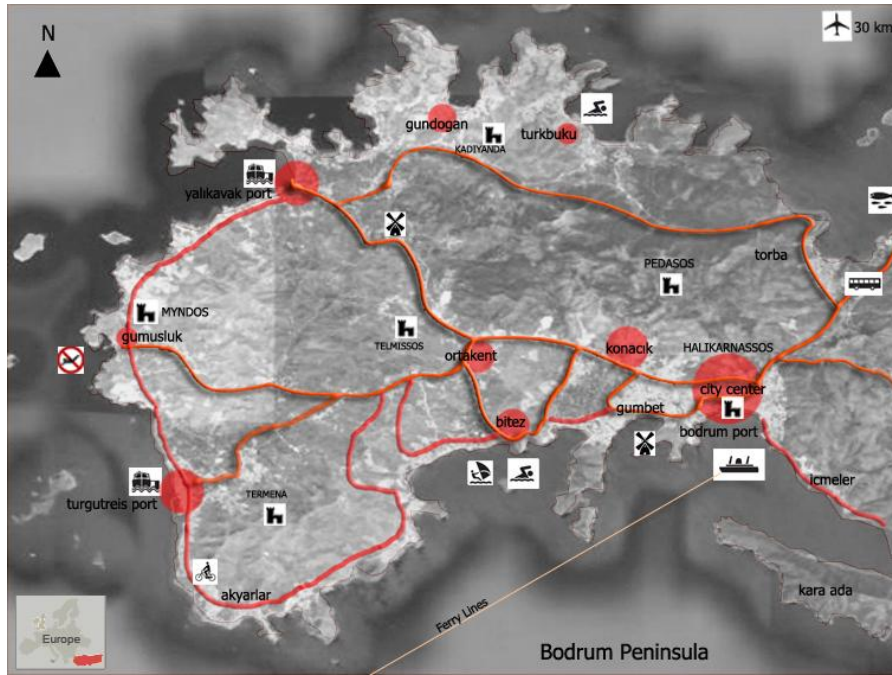
İnsanlar, daha sonra görsel olarak nesneleştirilen ya da fotoğraf, kartpostal, filmler, modeller vb. aracılığıyla ele geçirilen bir bakış üzerinde oyalanırlar. Bunlar, bu bakışın sonsuz olarak yeniden üretilmesini ve yeniden ele geçirilmesini sağlarlar (Urry, 1999). Fotoğraflar ve diğer turistik temsil nesneleriyle bir parça da olsa elde edilip tüketilen turistik beldeler için bu nokta, turizmin ve tüketimin dönüştürdüğü mekanın yalnızca bir yönüdür. Beldenin yayılan ünü ile artan talebi karşılamaya yönelik açılan işletmelerle kent mekanı ekonomik olarak yeniden yapılandırılmaya başlar. Ancak bir süre sonra fotoğrafın doğasındaki görece demokratik mülkiyetin yerini üst gelir grubuna sahip ziyaretçilerin yöreden yöreden yaz kullanımına yönelik mülk edinme çabası almaktadır. İkinci konutlar ise yeni geçici ‘yerliler’ yaratırken, arazi değerlerini arttırarak rantın artışına ve mülkiyetin el değiştirmesine dolayısıyla mekanın dönüşümüne neden olmaktadır.

1960’lardan günümüze gelen süreçte diğer disiplinler ile göstergebilim arasında olduğu gibi birçok alanda, disiplinler arası çalışmalar yapılmıştır. Bu nedenle, tüketim toplumunun ve turizmin etkisinde yaratılan Bodrum imgesinin (imgelerinin) mekansallaşmasının izini sürmek, yalnızca mimarlık disiplinini değil, diğer disiplinleri de ilgilendiren bir durumdur. Bodrum gibi, turizm ve tüketim eksenli hızlı bir dönüşüm geçiren kenti incelerken üçüncü bölümde nesnel ve tarihsel sıralama içeren bir yaklaşımla kent mekanı tariflenmiştir. Bu verilerle tasvir edilen kent mekanı, imge olarak karşılığını yaşayanların ve ziyaret edenlerin anlatıları -resimler, karikatürler, şarkılar, edebi eserler de dahil olmak üzere- ile dördüncü bölümde bulmaktadır.

3. BODRUM'UN TARİHSEL VE MEKANSAL GELİŞİMİ

Bir kentin dönüşüm sürecini incelerken, o kentin coğrafi konumu, tarihsel arka planı, demografisine bakmak, kentsel mekanı 'olabildiğince' tariflemek zihinsel imgenin inşa edildiği koşulları anlamak açısından önemlidir. Ayrıca, üst ölçekte yaşanan siyasi ve ekonomik kararlar, yerel yönetimlerce yapılan uygulamalar da kent mekanını dönüştüren dinamiklerden bir başkasıdır. Bu nedenle, Bodrum'un coğrafi, tarihsel ve sosyo-ekonomik koşullarının aktarılması hedeflenmiştir.

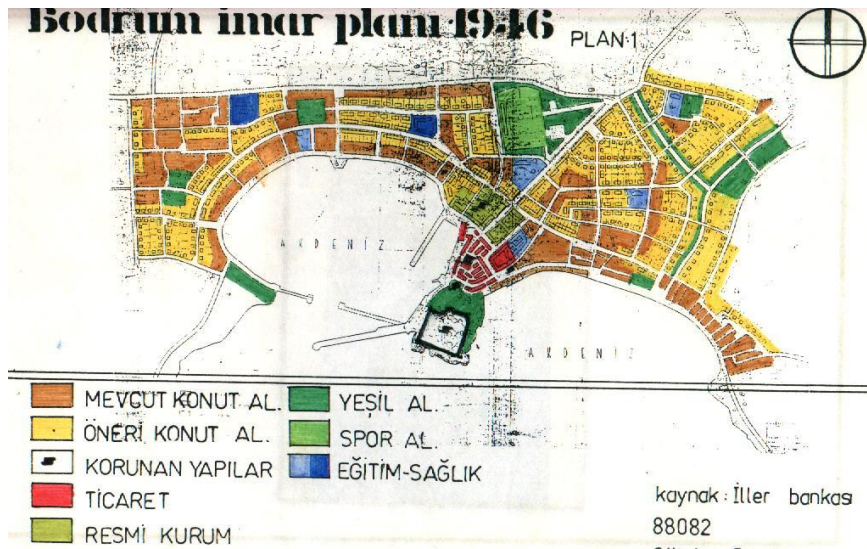
Bodrum, Türkiye'nin güney batısında, Ege Denizi'nin doğusunda yer alan bir yarımadadır. Yaklaşık 680 km²'lik bir alanı kaplayan yarımadanın kıyı uzunluğu 174 km.'dir. İdari olarak bağlı bulunduğu Muğla iline uzaklığı 110 km.'dir. Kara ve deniz yoluyla ulaşılabilen ilçeye, 30 km. uzaklıktaki Milas Havaalanı'ndan da ulaşım sağlanabilmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2011 verilerine göre Bodrum genelinde 130.990, merkezinde ise 34.866 kişi yaşamaktadır. Yaz aylarında bu rakam yarımada genelinde bir milyon kişiye ulaşmaktadır (Şekil 3.1).



Şekil 3.1 : Bodrum yarımada haritası.

1881 yılında belediye teşkilatı kurulan Bodrum, 1944 yılında ilçe olmuştur. Geçmişte sadece Merkez ve Turgutreis Belediyelerine sahip olan Bodrum'da bugün 11 belediye bulunmaktadır (Kiper, 2004). Bunlar, Bodrum Merkez, Gümüşlük, Göl Türkbükü, Turgutreis, Mumcular, Yahşi, Yalıkavak, Gündoğan, Konacık, Bitez, Ortakent belediyeleridir.

Bodrum'un merkezi üç kısımda ele alınabilir (Şekil 3.2). Kalenin doğusunda daha çok Girit'ten ve diğer Ege Adaları'ndan göç edenlerin yerleştikleri Rum Mahallesi ya da Kumbahçe Mahallesi vardır. Kalenin batı kısmında ise Türk Mahallesi ve bu iki kısım arasında 1930'lara kadar mezarlık olan Çarşı semti bulunmaktadır. (İmar Planı, 2001). Rum ve Türk Mahallelerinin geçim kaynakları ve yaşam biçimleri farklılık göstermektedir. Bu durum, mekansal yerleşimlerine de yansımıştır. Geçimini topraktan kazanan Türk kesiminde, yapılar dağınık ve genellikle bahçelidir. Bu kesimde yerleşmenin kıyıya doğru kayması görece yenidir. Kumbahçe Mahallesi olarak geçen kısımda yaşayan insanlar ise daha çok balıkçılık ve süngercilikle uğraşmaktadırlar. Bu nedenle, evler kıyıya yakın, sıkışık ve küçük avlularıyla içe dönük bir yaşam tarzını temsil ederler. Sokaklar ise dar ve gölgelidir.



Şekil 3.2 : Bodrum 1946 yılı imar planı, Bodrum belediye arşivi (2011).

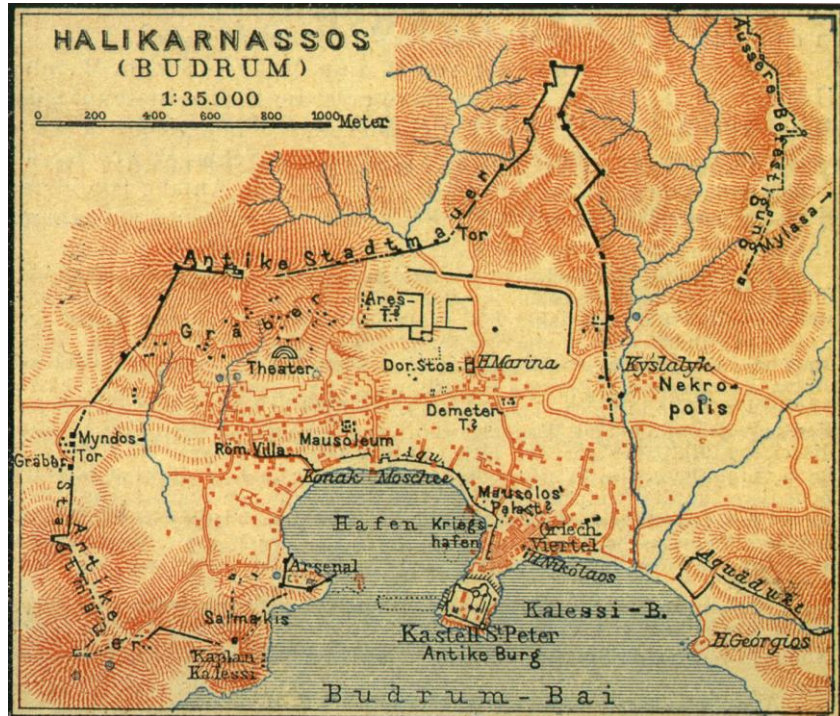
Mekansal yapılaşmanın sosyal hayat ve göçlerle şekillendiği Bodrum, yaklaşık 5000 yıllık geçmişi ile tarihsel olarak da önemli bir yerdedir. Birçok medeniyetin yerleştiği yarımada üzerinde tarihi ve kültürel değere sahip birçok yapı barındırır. Bodrum Kalesi, Mausoleion, Antik Tiyatro, Mars Tapınağı, Mindos Kapısı, Aphrodite ve Hermes tapınağı ile Salmakis çeşmesi, Stadyum, Demeter ve Kore Manastırı gibi

tarihi yapıların yanı sıra geleneksel evleri, yel değirmenleri ve sarnıçlara sahiptir. Ayrıca, antik çağlardan beri önemli bir ticaret limanı olduğu için deniz altında çok sayıda anfora yüklü gemi batığı ile sualtı arkeolojisi için potansiyel taşımaktadır. Bu nedenle 1964 yılında Bodrum Kalesi'nde Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi açılmıştır.

3.1 Tarihsel Gelişim

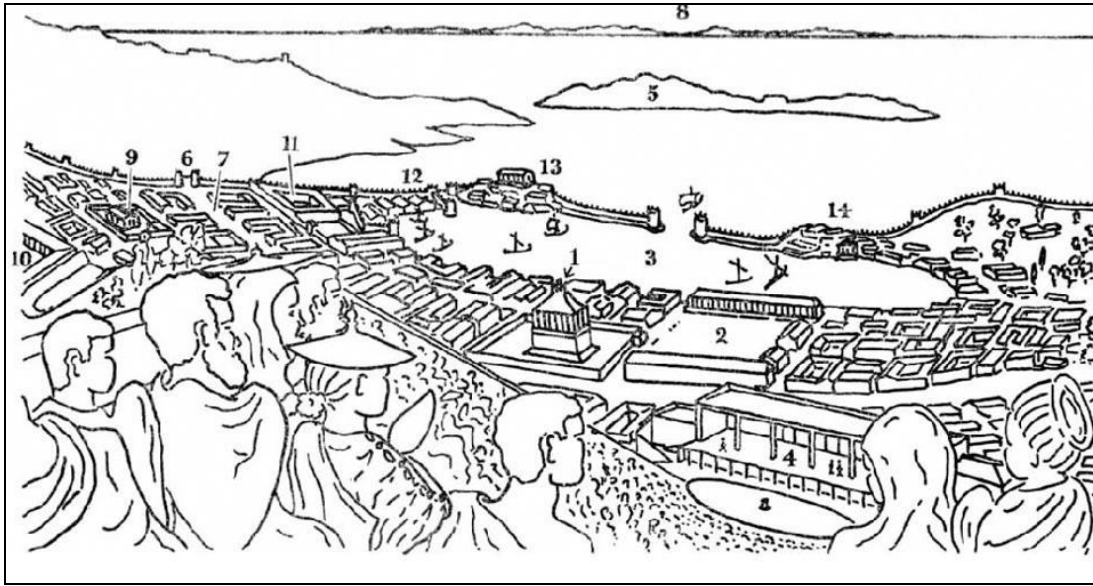
Ünlü tarihçi Herodotos'un doğduğu bu kent, antik çağlarda Halikarnassos (Halikarnas) adıyla bilinmektedir. Anadolu kökenli Kar'ların ve Leleg topluluklarının oluşturduğu bir medeniyet olarak kurulan Halikarnassos, adalardan gelen istilalara maruz kalmıştır (Gündüz, 2001).

Karya medeniyetinin önemli bir kenti olarak Halikarnassos, bu dönemde bir 'tiyatro gibi' gibi inşa edilerek, 7 km.'lik surlarla çevrilmiştir. Kral Mousolos'un ölümüyle eşi II. Artemisia'nın yaptırdığı anıt mezar Mausoleion (M.Ö. 350) ise dünyanın yedi harikasından biri olarak kayıtlara geçmiştir. Bir dönem Pers işgali altında kalan Karyalılar, aynı sırada Büyük İskender ve askerlerinin saldırısına da uğramıştır. Bu esnada, kentte Mousolos'un mezarı dışında her şey yakılıp yıkılmıştır.



Şekil 3.3 : Antik dönemde Halikarnas haritası, Çalışlar (1999).

Yarımada üzerinde yirmi kadar antik yerleşim kalıntısı bulunmaktadır. Bunlardan Termera, Pedasa, Side, Urania, Telmissos, Theangela, Syengela ve Myndos(Gümüslük) Kar şehirleridir (Çalışlar, 1999). Sırayla Roma, Bizans, Menteşe Beyliği'nin hüküm sürdüğü topraklar, Mehmet Çelebi döneminde (1414) Rodos Saint Jean Şövalyelerine verilmiştir. Bu dönemde Sen Petronium Kalesi adıyla kale yenilenmiştir. Yenilenen kalenin yapımında depremde hasar gören Mousoleion ant mezarının taşları da kullanılmıştır (Kiper, 2004). Günümüzde, yalnızca temel taşları kalan Mousoleion'un diğer önemli parçaları da 19. Yüzyılda İngilizler tarafından British Museum'a götürülmüştür (Şekil 3.4).



Şekil 3.4 : Antik dönemde Halikarnas kentine tepeden bakış, [Url-11].

Petronium'un halk dilindeki değişimiyle Bodrum'un, Osmanlı İmparatorluğu idaresine geçmesinden sonra (1522) kent, sakin bir dönem geçirmiştir. Birinci Dünya Savaşı sırasında Fransız donanması tarafından özellikle kale topa tutulmuştur. Hapishane olarak kullanılan kaledeki mahkumlar, iç kısımlara taşınmıştır. Hasar gören kale bu dönemden sonra hapishane olarak kullanılmamıştır (Anıl, 2007). Birinci Dünya Savaşı'nda kaybeden tarafta olan Osmanlı Devleti işgal edilince, Bodrum 1919-1921 yılları arasında İtalyan işgali altında kalmıştır. 1923 Lozan Barış Antlaşması'ndaki Yunanistan ve Türkiye arasındaki Nüfus Mübadelesi gereği Bodrum'daki Rumlar adalara, adalardaki Türkler ise Bodrum'a yerleştirilmiştir (Kiper, 2004). Rüştü Gür'un anlatımına göre (2002) Girit'ten Bodrum'a iki ayrı dönemde göç olmuştur. Biri Kurtuluş Savaşı sonrasında, biri ise çok daha eskidir.

Mübadele ile gelenler Kumbahçe tarafında oturmakta, balıkçılık ve süngercilikle uğraşmaktadırlar. Eskiçeşme tarafında Türk aileler oturmakta ve tarımla uğraşmaktadırlar.

Cumhuriyet'in ilk yıllarında (1927), 1450 haneli ve 4290 nüfuslu bir balıkçı ve süngerci limanı olan Bodrum'da 1930'lu yıllarla birlikte yeni meslekler oluşmaya başlamıştır (Gündüz, 2001). Tekne yapımıcılığında su geçirmezliği sağlamak için kalafat yapma ve kalafatçılık ve taş ustalığının gelişmesi bu döneme rastlamaktadır. Mübadele sonrasında Adalardan gelen taş ustalarının ev yapım tekniklerine yaptığı katkı ve yetiştirdikleri ustalar Bodrum için ayrı bir öneme sahiptir. Bodrum'da evler "Taş yakmak günahtır" diye kireç yerine çamurla sıvanmaktaydı. Rumların yanında kireç yakmayı öğrenen İbrahim Usta, bunu Bodrum evlerine uygulamış ve beyaz evler kasabanın karakteristik bir özelliği haline gelmiştir (Çalışlar, 1999).

Bodrum, kendi ekip biçtiğini yiyen, kendi dokuduğu pamukları Bitez Azmağlı'nın çamuruyla boyayıp giyen, Yunuslar Fırını, Giritli Yunus'un bakkalı ve hamamdan ibaret bir yaşam alanını paylaşan yoksul bir halkın yaşadığı küçük bir kasaba olarak kaldı yıllarca

Yöre için bir diğer dönüm noktası, Cevat Şakir Kabaağaçlı'nın İstanbul'dan Bodrum'a sürgüne gönderilmesidir. Köşe yazarlığı yaptığı gazetede bir yazısından dolayı, İstiklal Mahkemesi'nde yargılandıktan sonra Bodrum'da kalebentliğe (kale içindeki hapis cezası) mahkum edilen Kabaağaçlı, kalenin hasarlı oluşu ile ilçe içerisinde serbest kalır. Böylelikle, gerek yeşil alanların çoğaltılması, gerekse yarımada mavi tur kavramının ortaya çıkmasında katkısı büyüktür. Yurtdışından getirdiği çeşitli tohumları (palmiye, hurma, okalipütüs, kaya gölgesi, vb.) kamusal alanlara dikerek yeşil alanlar yaratmıştır (Kiper, 2004). Yabancı dile hakimiyeti sebebiyle, gelen yabancı turistlere zaman zaman rehberlik de etmiştir. En önemli katkısı ise şüphesiz yazın ile ilgili olan kısımdır. Bodrum anlatısının oluşmasında ve yaygınlaşmasında Kabaağaçlı'nın Bodrum tasvirleriyle dolu kitaplarının önemli bir yeri bulunmaktadır.

Bodrum; hem doğanın olağanüstü güzelliğini, hem de tarihin şanlı hatıralarını kendinde toplayan apak bir Akdeniz köşesidir. Şehrin hilal şeklinde iki limana sevenin sevilen belalıya açılan gönlü sanki denize açılır. Yanyana uzanan iki limanın bitişen yerinde kule üstünde kule – Sen Jan Şövalyeleri'nin Kalesi – yükselir (Anonim 2005, 32. Anma Etkinliği ve II. Halikarnas Balıkçısı Festivali El Kitabı, s. 16, aktaran Besim, 2007)

İkinci Dünya Savaşı'nda taraf olmamasına rağmen sıkıntılı bir dönemden geçen ülkenin durumu Bodrum'a da yansımıştır. Karnelerle verilmeye başlayan besin maddelerinin yanı sıra, adalarla olan ticaret ilişkileri de sekteye uğramıştır. Bu dönemde halk iyice yoksullaşmıştır.

Mansur ve Güler(1999)'in aktarımına göre, Bodrum 1960'lara kadar 1847'de çizilen Kaptan Spratt haritasındaki kentsel alanını korumuş, fazla gelişim göstermemiştir (Şekil 3.5).

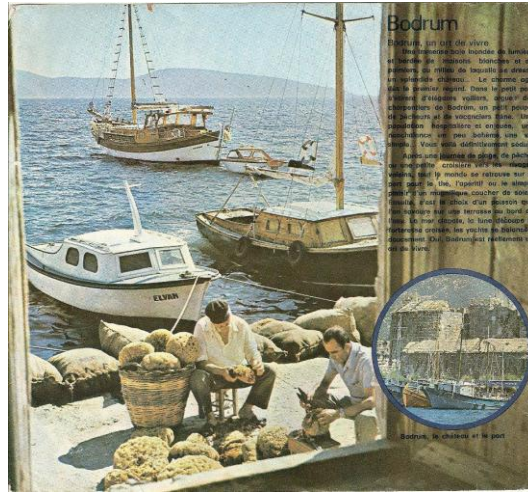


Şekil 3.5 : 1847'de Kaptan Spratt tarafından çizilen harita, Mansur ve Güler (1999).

Narenciye ve süngerciliğin başlıca geçim kaynağı olduğu bu yıllarda, koylardaki narenciye bahçelerinden develerle Bodrum limanına ulaştırılan ürünü İstanbul'a göndermek de hiç kolay olmamaktadır. Karayolu ile ulaşımın çok zor olmasından dolayı Akdeniz seferini yapan vapurların uğraması beklenip, yaklaşık bir haftada ürünler İstanbul'a ulaştırılmaktadır. Süngercilik ise, oldukça zor koşullarda çıkarılıp Yunan Adaları'na satılmaktadır. Dalgıçların yetersiz ekipman ve kötü koşullar nedeniyle hayati tehlikeyi göze alarak yaptıkları süngercilik, düşük bir gelir getirmektedir. Amerika ve Avrupa'da talep gören sünger, Yunan adaları üzerinden bu ülkelere ulaştığından bu nedenle Yunan Adaları'nın ürünü olarak tanınmaktadır (Gür, 2002).

3.2 Turizmle Tanışma (1960-1980 Aralığı)

Bodrum, turizmin etkili olmaya başladığı 1960'lı yıllara kadar (5047 nüfus ile) çok yavaş gelişim göstermiştir. 1960'lı yıllara kadar süngercilik, balıkçılık ve narenciye ile geçimini sağlayan küçük bir kıyı kasabasıdır. Kara yoluyla ulaşımın güç olduğu bu yerde, çıkarılan süngerler yakın civara ve adalara satılmaktadır. 1955-56 yıllarında Bodrum Şehir Kulübü olarak Yunanistan'ın İstanköy Adası'na gezi düzenleyen bir grup, turizmin geçim kaynağı olabileceğine dair fikirle dönmüştür. Bunun üzerine Turizm ve Tanıtma Derneği kurmuşlardır (Gür, 2002). Bu dönemde Bodrum'a gelen turistler çoğunlukla deniz yoluyla gelen yabancı turistlerdir (Şekil 3.6). Denizden gelen ilk yabancı turist kafilesi 1958 yılında Ageon Yunan gemisidir. Geminin, haftada iki kez, üç yıl boyunca günübirlik turları devam etmiştir. Ayrıca, on beş günde bir Deniz Yolları'na ait bir gemi de limana yolcu taşımaktadır (Gür, 2002).



Şekil 3.6 : Turizm bakanlığı tarafından basılan Fransızca broşür, [Url-11].

Rüştü Gür'ün (2002) anlatımına göre Bodrum'a ilk gelen yerli turistler, o dönem Bodrum'da sürgünde olan Cevat Şakir Kabaağaçlı'nın arkadaşlarıdır. Bedri Rahmi Eyüboğlu, Ara Güler, Cengiz Bektaş, Mustafa Kapkın, Fatma Mansur, Oğuz Alpözen o dönem Bodrum'a gelen isimlerdendir. Kasabaya gelen yabancılar için Bodrum halkının 'sıcak, cana yakın ve açık görüşlü' olmasının da önemli bir etken olduğu söylenmektedir. Bu dönem gelmeye başlayan fotoğrafçı, yazar ve müzisyenlerin eserlerindeki anlatımları daha fazla entelektüel yöreye çekmiştir. Sanatçıların ilgisini çekmeye başlayan dönemsel Bodrum tasviri ilerleyen bölümde incelenecektir. Ancak, yöreye gelen sanatçıların anlatımlarıyla Bodrumlular,

yaşadıkları yerin turizm potansiyelinin fark etmeye başlamışlar. Turizm ve Tanıtım Derneği ile Bodrum'un tanıtımı için girişimlerde bulunmuşlar. Mandalina ve süngeri ile İstanbul, Ankara ve İzmir'de tanıtılan Bodrum, gazetelerde çıkmaya başlamıştır (Şekil 3.7).



Şekil 3.7 : 17.07.1961 tarihli Bodrum'da turistik pazar haberi, [Url-5].

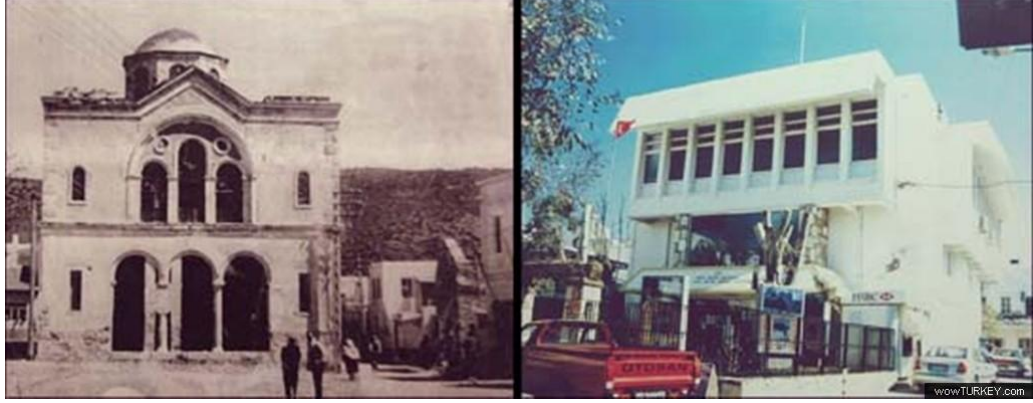
Yine Rüştü Gür'un anlatımına göre (2002), Cevat Şakir'in yardımıyla üç dilde turizm tanıtım broşürleri hazırlanmış, bunlar Yunanistan hattından güneye ugrayan teknelere dağıtılmıştır. Bodrum'un 'turistik cazibesi'ni ortaya çıkarmak için toplantılar yapan dernek, develer ve yöresel kıyafetlerle turistleri karşılamaktadır. Kısıtlı kaynakları olan Bodrumlular'a yöreye gelen fotoğraf sanatçıları da tanıtım için destek olmuştur (Şekil 3.8).



Şekil 3.8 : 25.07.1966 tarihli Tarihi eser kaçıran turistlerle ilgili haber, [Url-5].

Bu süreçte, bazı değerli yapılar yıkılmış, bazı yapılar ise turizme hizmet etmesi için dokuya uyumsuz bir biçimde çok katlı inşa edilmiştir. Bunlardan en önemlisi de,

Bodrum'u Tanıtma ve Turizm Derneği'nin tüm çabalarına rağmen, tarihi değeri olmadığı, onarıma ihtiyacı olduğu gerekçesiyle 1965 yılında yıkılan Aya Nikola Kilisesi'dir. Mübadele sırasında giden Rumlar'ın ardından depo ve sinema olarak kullanılmaya başlayan bu yapının yerine daha sonra Halk Eğitim Merkezi inşa edilmiştir (Şekil 3.9).



Şekil 3.9 : Yıkılan kilise ve yerine yapılan Halk Eğitim binası, [Url-11].

Turizm ile adı duyulmaya başlayan Bodrum'a devlet adamları da gelip gitmeye başlamıştır. Mumcular Karayolunun (Bodrum'un eski yolu) kötü durumu böylelikle, 1968 yılında asfaltlanarak iyileştirilmiştir. Bu dönemde Yarımada'nın merkez dışındaki yerleşimleri köy niteliğindedir ve ulaşım sınırlıdır.

Konaklama tesislerinin yeterli olmadığı bu yıllarda, önceleri gelen turistler evlerde misafir edilmektedir. Başlangıçta misafirlerinden ücret almayan Bodrumlular, talep artışıyla beraber ev pansiyonculuğu yapmaya başlamıştır. Evlerinin bir odasını kiraya vererek turizmden gelir elde etmeye başlayan halk, dernek vasıtasıyla aldıkları kredilerle evlerinde tadilat yapıp bunu bir iş koluna dönüştürmüştür. Daha çok Kumbahçe bölgesinde oturan balıkçı ve süngerci ailelerin geçim kaynağı olmuştur. 1963 yılında 2 adet otel, 3 pansiyon ve 3 ev pansiyonundan oluşan 8 adet konaklama tesisinin toplam yatak sayısı yalnızca 100 iken, bu sayı 1976'da 1659, 1989 ise 16 991'e yükselmiştir (Kiper, 2004; Güner, 1998). Bodrum nüfusunun 5000 kişi civarında olduğu 1966 yılında, karayolunu kullanarak gelen 20.000 turist ağırlanmıştır (Gür, 2002).

1970'lı yıllarla beraber değişim hızlanmıştır. Turizmin yükselişe geçtiği bu dönemde dışarıdan kente gelenlerin yanı sıra para sahibi girişimciler de bölgeyi fark etmişlerdir. Oteller inşa edilmeye ve bir takım turistik tesisler açılmaya başlamıştır. Bankalar da şube açmak için girişimlerde bulunmaktadır. Bodrum'un ilk büyük oteli

TMT, Torba'da ilk tatil köyü ve Halikarnas Disko gibi birçok eğlence mekanı bu yıllarda açılmıştır. İnşaat potansiyelini keşfeden az sayıdaki mimar da şehir dışından Bodrum'a çalışmak için gelmiştir (Gür, 2002). İzzeddin Çalışlar'ın (1999) aktarımına göre, ilk yapılaşma sosyal konut adı altında Bodrum sirtlarında yan yana on ev yapılarak denenmiştir. Evler, yazın gelen turistlere kiralanarak konaklama ihtiyacına farklı bir çözüm sunulacaktı. Ancak, altyapı yetersizliği olan bu yer, rağbet görmemiştir. Alt yapı kurmanın zorluğundan ötürü, Bodrum'da ikinci konut sahibi olmak isteyenler, yerel halkın oturduğu evlere yönelmiştir. Bazı arazi ve evlerin el değiştirmesi de talebi karşılamayınca yeni yapılaşma kaçınılmaz olmuştur.

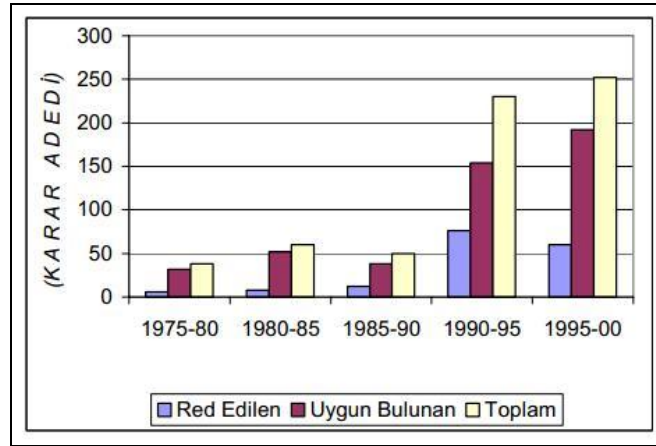
1948 yılında İller Bankası tarafından hazırlanan ilk imar planından sonra, 1974'te ikinci bir imar planı onaylanmıştır. İmar Planı öncesinde, 1971 yılında, Tuğrul ve Necva Akçura tarafından mekansal özellikleri çözümleyen ve kültürel, yerel değerlere dikkat çeken bir rapor hazırlanmıştır. İkinci imar planının raporda belirtilenleri fazla dikkate almadığı da önemli bir ayrıntıdır. Yüksek katlı yapılara ve yoğun yerleşime izin veren bu imar planının esasları kısıtlı sayıda uygulama alanı bulduktan sonra, iptal edilmiştir (Kiper, 2004). Bu konuyla ilgili olarak T.B.M.M.'den Bodrum Kanunu adı altında bir yasa da geçirilmiştir. Böylelikle ortak bir mimari üslup belirlenmiştir (Çalışlar, 1999). 1972 yılında ise üst düzey yöneticilerin ve bürokrasiden isimlerin talepleriyle, Bitez'de Aktur Sitesi'nin yapımına başlanmıştır. Hemen sonrasında, 1973 yılında, Bodrum'un ilk kooperatifi Barış Sitesi yapılmıştır. O dönem arazisi olan herkesin kooperatif yapabilme yetkisi vardır. İlk girişimlerden sonra, ikinci konut talebi artmış ve kooperatifler hızla yayılmıştır.

Bir diğer gelişme ise, dönemsel konaklama sistemi olan devre-mülklerin ortaya çıkışıdır. 1975'te Turgutreis'te Soytaş Tatil Köyü ile başlayan siteler, kısa sürede artmıştır (Kiper, 2004). Artan konut talebine karşılık, evini satanlar başka mahallelere taşınmıştır. Kiraya verenler ise yaptıkları ilave kat ve çıkmalarla çözüm arayışına girmiştir. Bu şekilde Bodrum kent merkezi, çeperlerine doğru genişlemeye başlamıştır. Turizmin etkisi artarken, koruma kurulu ve planlama kararları da ardı ardına alınmaya başlamıştır (Şekil 3.10).



Şekil 3.10 : 16.09.1979 tarihli Bodrum’da bir tatil köyünün gazete ilanı, [Url-5].

1975 yılında alınan ilk koruma kararıyla 773 adet sivil mimarlık örneği, 112 adet anıtsal yapı tescil edilerek eski yerleşme alanı üçüncü derece arkeolojik ve kentsel sit alanı ilan edilmiştir. 1986 yılında yapılan değişiklikle tescil edilen sivil mimarlık yapısı 425’e, anıtsal yapı sayısı da 40’a indirilmiştir (Kiper, 2004). Bu yıllar arasında kent içi yapılaşma sit kararları dolayısıyla duraksamış ve diğer köylere doğru kaymıştır (Şekil 3.11).



Şekil 3.11 : Yıllara göre kurul kararları, Kiper (2004).

Ancak, bir taraftan koruma ve planlama kararları alınırken, diğer taraftan ülkenin izlediği politikalarının etkisi kıyı bölgelerinde hissedilmeye başlamıştır. 1969 yılından beri, kıyı şeridi turizm gelişme bölgesi olarak ilan edilmiş ve bu nedenle ulaşım yatırımları arttırılmıştır (Kiper, 2004). Bu kapsamda, 1976’da tersane bölgesinde, yat limanı işletmeye açılmıştır. 1979’da ise Bodrum’u İzmir’e bağlayan Milas yolu hizmete açılmıştır. Havayolu ulaşımının gelişimi ise öncelikle Dalaman Havaalanı’nın yapımı ile daha sonraki tarihlere rastlamaktadır. Ulaşım kanallarının

geliştirilmesinin de yardımıyla artan nüfus, yeni kamu yapıları ve dinlenme tesisleri de yapılmasına sebep olmuştur. Yıllar içinde artan Bodrum ilçesi nüfusu, bağlı bulunduğu Muğla ili ile kıyaslamalı olarak aşağıda sunulmuştur (Çizelge 3.1-Çizelge 3.2).

Çizelge 3.1 : Bodrum ve Muğla'nın karşılaştırmalı nüfus tablosu, Anıl (2007).

İLÇELER	1940	1945	1950	1955	1960	1965	1970
MUĞLA	72499	46685	49181	41357	45355	50654	54393
BODRUM	19940	20180	22034	22914	24688	25811	27383
İLÇELER	1975	1980	1985	1990	1997	2000	
MUĞLA	56698	60468	65859	71155	79504	83511	
BODRUM	29490	32517	37966	56821	75994	97826	

Çizelge 3.2 : Bodrum ilçe merkezinin yıllara göre nüfus artışı, Bozyer (2010).

Yıllar	Nüfus
1927	4.290
1950	4.701
1960	5.047
1970	6.077
1980	9.799
1990	20.931
2000	32.227
2007	28.575

Çalışlar'ın (1999) anlatımıyla, Bodrum, 1980'lere doğru ülkenin içinde bulunduğu ve daha çok büyük kentlerde hissedilen, siyasal çatışma ortamından kaçan entelektüeller için huzurlu bir adres olmuştur. 1980'li yıllara gelindiğinde ise dünyadaki küreselleşme hareketlerinin ülke politikalarına yansısıyla bu durum yeni bir hal almıştır. Turizmle artan para akışı, turizmin iş kolu olarak ortaya çıkmasına sebep olurken, arazi fiyatları da artmıştır. Çalışlar'a göre (1999),

Bodrum'da bir daha hiçbir şey ucuzlamadı. Hiçbir arsa değer kaybetmedi. Bodrum yarımadası, imar yasalarının en çok ihlal edildiği ve yasal boşlukların da en fazla değerlendirildiği bölge oldu. Tümü sit alanı ilan edilmesine rağmen, son otuz yılda yurdun en yoğun inşaat faaliyetine sahne olan bölgelerinin arasında yer aldı.

Değişen sosyo-ekonomik yaşam, kentsel alanın değişimini de tetiklemiştir. Birinci derece turizm bölgesi ilan edilen Bodrum'da, süngercilik ve balıkçılıkla geçinen

halk, turizmden geçimini sağlamaya ya da arazisini satarak gelir elde etmeye çalışmıştır. Turizmden önceki dönemde tarıma elverişsiz görüldüğü için ailedeki kız çocuklarına verilen kıyılar (yalı) ise turizmle birlikte değer kazanmıştır.

Yapılaşmanın hızla artması, alt yapı sorunları, çevre kirliliği ve kamusal alanlarda sorunlar yaratmıştır. Buna rağmen Bodrum'a talep hiçbir zaman azalmamış aksine, 1980'lerin sonuna doğru verilen Toplu Konut Kredileri ile yapılaşma körüklenmiştir (Kiper, 2004). 1998 yılında yapılan bir araştırmaya göre, yarımadaadaki 700 adet ikinci konutun yarısına yakını 1983 ile 1988 yılları arasında yapılmıştır (Kiper, 2004). Yılın bir iki ayı kullanılan konutlar, aynı zamanda yatırım aracı olarak da görülmüştür. Küreselleşme ve tüketim kültürünün etkisiyle Bodrum'da yazlık sahibi olmak, 'zenginlik göstergesi' ne dönüşmüştür. Yapılaşmanın konut dokusunu etkilememesi için alınan kararlar yeni yapılara getirilen kapı-pencere açıklığı, bina yüksekliği ve rengi ile ilgili kısıtlamalara 'sözde' uyan fazla sayıda yapılan beton taklitlerle yarımadaanın her kesimine yayılmıştır. Önceleri ulaşımın kolay olmamasından dolayı rağbet görmeyen koylar, ulaşımın iyileştirilmesi ve Bodrum kent merkezi sit kararlarından sonra yapılaşmaya ve gelişmeye başlamıştır.

3.3 1980 Eşiği ve Küreselleşmenin Etkileri

1980'li yıllar hem Türkiye hem de Bodrum için önemli değişim yılları olmuştur. Küreselleşmenin iyice hissedildiği bu yıllarda, liberal devlet politikaları uygulanmaya başlamıştır. 1980'lere kadar devlet ekonomik ve toplumsal yaşamın belirleyici gücü olma konumunu sürdürmüştür. 1980'li yıllarda ise askeri darbeler ile sarsılan ülke ekonomisi, serbest piyasa düzenine tam bir geçiş yapmıştır. Kamu alanındaki gücünü özel sektöre bırakarak küçülmüş, uluslar arası kuruluşların ülkedeki faaliyetleri artmıştır. Birçok hizmet devlet eliyle değil, özel kurumlarca verilmeye başlanmıştır (Kiper, 2004). Girişimcilik ve özelleştirme gibi terimlerin fazlasıyla telaffuz edildiği bu yıllarda, Turizm Teşvik Yasaları ile turizme yapılan yatırımlar artmış, yeni tesisler açılmış ya da mevcut tesislere ek yapılmıştır.

Toplu Konut Kredileri ile ekonomide yeni düzenlemeler yapılmıştır. Bu yıllarda, dönüşümün hızına yetişemeyen kanun ve düzenlemelerden dolayı kent mekanı ve kamusal alanlar zarar görmüştür. Kıyı bölgelerine yönelik turizm politikalarından ile tarihi ve kültürel değerleriyle turizm ve dolayısıyla inşaat sektörü hızlanmıştır. Lüks tüketime talebin artmasıyla yapılan konutlar, Bodrum'un mekansal yapısını

değiştirmiştir. Korunması gereken yeşil alanlar planlama yetersizlikleri yüzünden tahrip edilmiştir. Işık'ın (1995) belirttiği üzere,

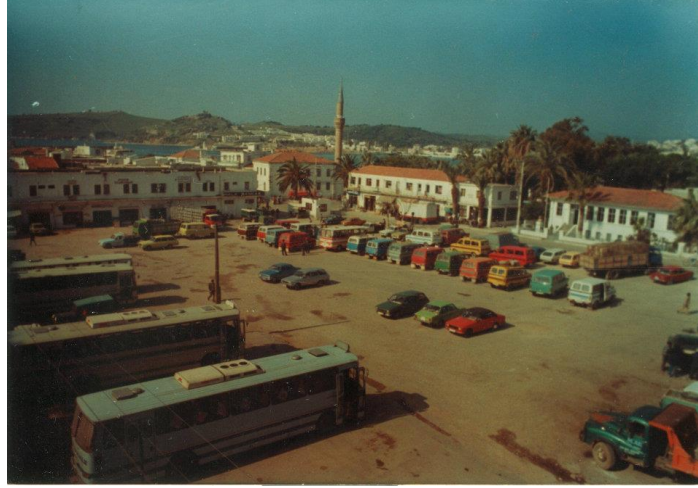
80 sonrası dönemin en temel özelliklerinden sayılması gereken, kıyı alanlarındaki hızlı gelişmeler de rant tabanının genişlemesi çabası olarak da yorumlanabilir. Bu dönemde kıyı alanları sadece büyük ölçekli turizm tesislerine açılmakla kalmamış, ikinci konut olarak anılan yazlık sitelerinde istilasına uğramıştır. Büyük ölçüde kooperatifler eliyle gerçekleştirilen bu gelişme, üst ve orta gelir grupları için özellikle 1980'li yılların ikinci yarısında önemli bir yatırım alanı olmuştur.

Öte yandan, televizyonun günlük hayatın parçası olduğu 1980'li yıllar ile birlikte popüler kültür etkili olmaya başlamıştır. Özel televizyon kanalları kurulmuş, medya ve reklamcılık yükselişe geçmiştir. Turizm bölgelerinin yazılı ve görsel basında haber ve reklamları yapılmaya başlamıştır. Hasan Bülent Kahraman'a göre (2002) bu yıllarda medya yayın organlarının önemli bir işlevi de kamu otoritesini geriletmektir. Bireyi ve bireysel bilinci öne çıkarıp, medya etkisine alınan insanlar, kapitalist sistemin yararına yönlendirilmiştir. Yaratılan popüler kültür ile hep aynı şeyleri isteyen büyük bir kitle yaratılmıştır. Öte yandan Tüketim kültürünün Türkiye'deki doğuşunu da simgeleyen 1980'li yıllarla beraber 'tatil yapmak' bir gösterge haline gelirken, tatil yapılan yer ise kişinin kimliğini yansıtan bir etiket halini almıştır. Bu dönemde artık 'tatile gitmek' önemini yitirmiş, 'Bodrum'a tatile gitmek' önem kazanmıştır (Şekil 3.12).

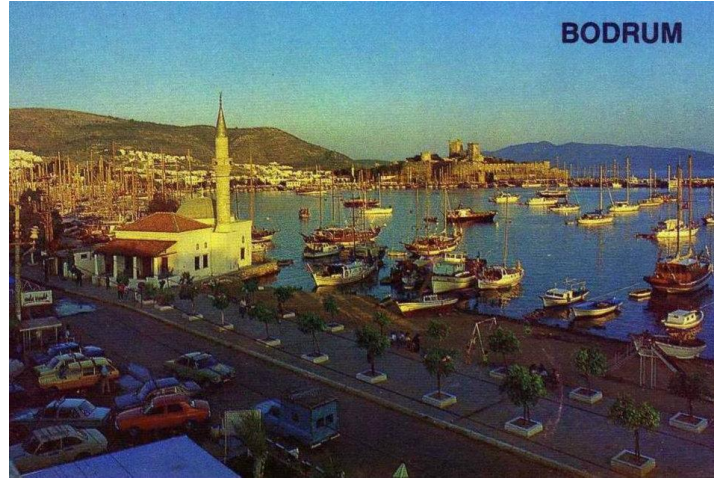


Şekil 3.12 : 13.05.1983 tarihli Bodrum'da tatile gidenlerle ilgili haber, [Url-5].

Bu yıllardaki bir diğerk önemli gelişme ise turizmi canlandırmak için ulaşımında olmuştur. 1982 yılında yapılan Dalaman Havaalanı üzerinden ulaşılabilen Bodrum'a, 1997 yılında Bodrum – Milas Havaalanı yapılmıştır. Böylelikle İstanbul ve Ankara'dan gelenler için yolculuk önemli ölçüde kolaylaşmıştır (Şekil 3.13). Yapılan limanların özelleştirilmesi ile deniz yolu ulaşımına da yatırımlar yapılmaya başlanmıştır (Şekil 3.14).

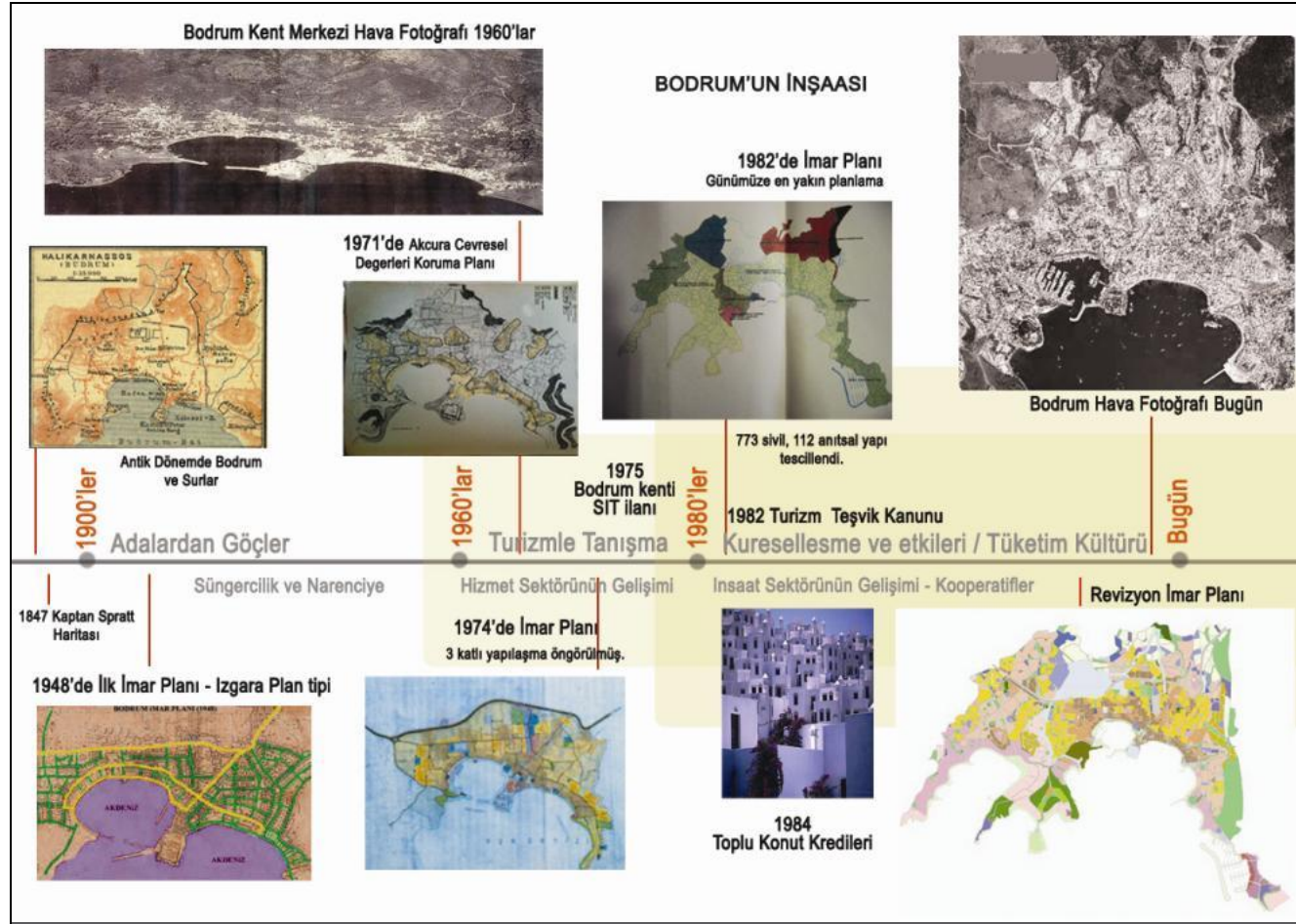


Şekil 3.13 : Bodrum'un eski minibüs ve otobüs garajı, [Url-11].



Şekil 3.14 : Yat limanı civarından bir görünüm, [Url-11].

İkinci Beş yıllık Kalkınma Planına göre 1977 yılında açılan Bodrum merkezindeki yat limanı, 1997'de özelleştirilerek kapasite artırımıyla hizmete devam etmiştir. Ayrıca yeni turizm düzenlemeleriyle 1985 yılında Türkbükü, Yalıçiftlik ve Yalıkavak gibi koylar da turizm merkezi ilan edilmiştir (Kiper, 2004). Böylelikle, kendisine kent içinde yer bulamayan turistik tesisler ve kooperatifler yarımadanın bütününe yayılmıştır. Yapısal dönüşümün genel süreci Şekil 3.15 gösterilmiştir.



Şekil 3.15 : Bodrum'da yapısal dönüşüm sürecine bakış.

3.4 Bodrum Evi ya da Bodrum'da Bir Ev

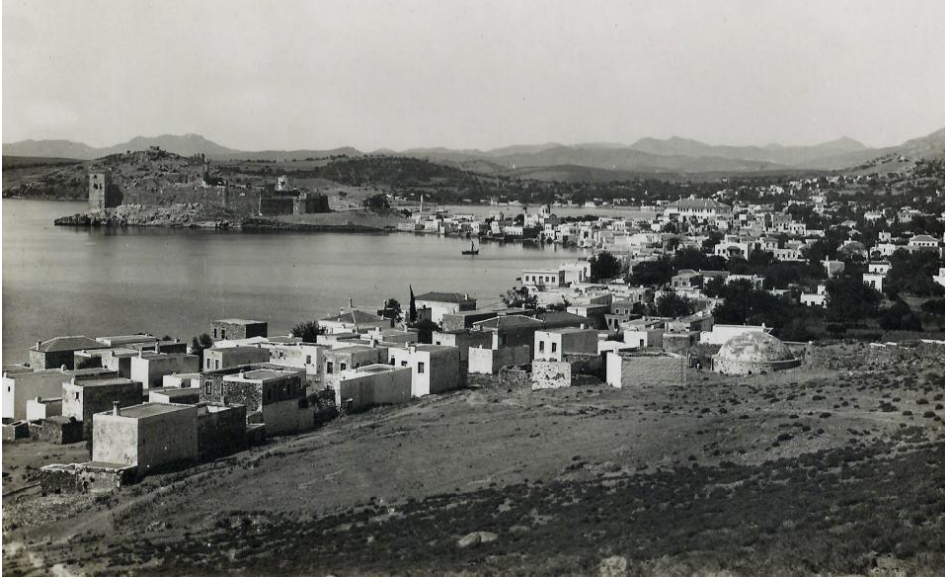
Tüketimin mekana yansımalarının en somut gözlemlenebileceği alanlardan biri olarak mimari üretim pratiği ve mekanı dönüştürmesi, özellikle Bodrum için bu tezin kapsamını aşacak bir konudur. Yine de kötü taklitler için oldukça müsait göstergesel özellikler taşıyan geleneksel Bodrum Evi'ni tanımak, ikinci konutların ortaya çıkışı ve yükselişini incelemek, son olarak lüks konut üretimini aktarmak Bodrum'da tüketimin mekansallaşmasını görmek bakımından oldukça kritik bir önem taşımaktadır.

3.4.1 Geleneksel Bodrum evi

Bodrum Evi, diğer tüm geleneksel konutlar gibi, yere ilişkin yapı bilgisinin birikiminden öte, estetik bakımdan şairlere, ressamalara ilham verecek biçimde 'imgelenebilirliği' yüksek bir mimariye sahiptir. Bu evlerin her birinin tekil olarak değerli mimari çözümler içerdiği kadar biraraya geldiklerinde oluşturdukları uyum da dikkat çekicidir. Bodrum evinin imgesel bir değer kazanmasında oranları ve beyaz renginin yanısıra, 'yer' ile kurduğu ilişkinin de payı büyüktür. Yapı malzemesi taş olan evlerin duvarları beyaz rengini oluşturan kireçle sıvanmıştır. Bektaş (1979) bunu şöyle aktarmaktadır:

Yere uyan, dar gölgeli, çoğunlukla taş kaplı sokaklar, iki metreyi geçen beyaz bahçe duvarları, güzel, oranlı pencereler, kapılar; duvarlardan sarkan mor konsolos çiçekleri, zakkum ve başka çiçekler, nar, incir, dut gibi ağaçlarla, en az ev içlerince güzel, Akdeniz'i yansıtırlar.

Çoğunlukla düz damlı, küçük çivit mavisi kapı ve pencerelere sahip evler, Adalar mimarisini de bir biçimde yansıtmaktadır. İçinde bulunduğu yöreden farklı mimari özellikler gösteren ve Adalar mimarisi ile de tam örtüşmeyen bu yapısından ötürü Kazmanoğlu ve Tanyeli'nin (1979) deyişiyle 'geçiş alanı' mimarisidir. Bodrum, geleneksel konut tipolojisi genel olarak üç farklı ev türü içermektedir. Bunlar Musandıralı ve Sakız tipi ev ile daha eski döneme ait olan Kule tipi ev olarak ayrılmaktadır (Bektaş, 1979). Plan olarak birbirinden farklı olan mimari bu tiplerin kapı, pencere oranları ve kütle etkisi birbiriyle uyumludur. Yapı ustalarının iklim koşulları ve topoğrafyadan edindikleri birikimin aktarıldığı bu yapılar, kışın soğuğu yazın da sıcaklığı hissettirmeyecek biçimde yapılmıştır (Şekil 3.16).



Şekil 3.16 : Geleneksel evlerin araziye uyumu, [Url-11].

3.4.1.1 Musandıralı ev

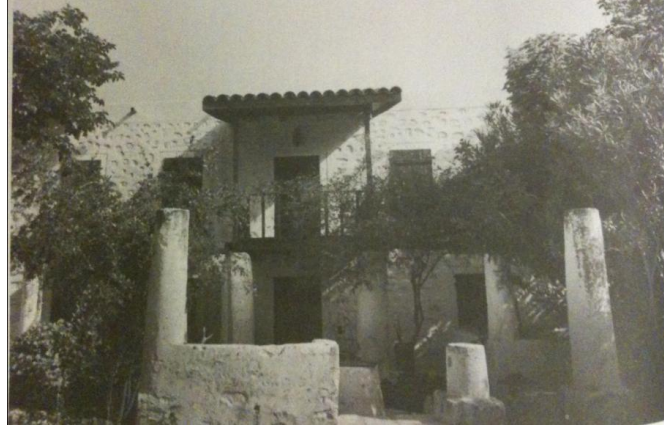
Daha çok toprakla uğraşanların yaptırdığı Musandıralı ev, Bodrum’da en yaygın uygulama alanı bulan tiptir. Daha çok kent merkezinin batısında yer alan Türk Mahallesi’nde yaygındır. Dikdörtgen plan (4.20-4.60 x 5.50-6.50) tipine sahip bu evin özelliği, yarım katlar halinde pişirme, yaşam ve yatma(musandıra) bölümlerinin ayrışmasıdır (Şekil 3.17).



Şekil 3.17 : Musandıralı ev tipi, fotoğraf: Gizem Esmer.

3.4.1.2 Sakız tipi ev

Dış ölçüleri Musandıralı Ev tipiyle yaklaşık olarak aynı olan Sakız tipi eve, uzun kenarın orta kısmından girilir. Giriş yönü sabah güneşini alarak hava değişimini kolaylaştıracak biçimde düzenlenmiştir. Üst katta giriş kapısının üstüne gelen kısımda ayazlık denilen küçük bir balkon bulunmaktadır (Şekil 3.18).



Şekil 3.18 : Sakız tipi ev, Bektaş (1979).

3.4.1.3 Kule tipi ev

Cengiz Bektaş'ın (1979) aktarımıyla iç mekan çözümü musandıralı evlerden pek de farklı olmayan kare ya da kareye yakın plan tipli Kule türü evler, diğer ev türlerinden yüksek olmalarıyla ayrılmaktadırlar. Girişleri sakız tipinin aksine denizin tersi yönde bulunmaktadır.

3.4.2 İkinci konutların yükselişi

Sürekli ikamet etmek dışında, kiraya verilmek ya da belirli aylarda konaklamak için satın alınmış konutlara ikinci konut denilmektedir. Ancak, ikinci konutun asıl anlamı, ikinci satın alınan konut olmasından öte, İngilizce'deki 'second homes' teriminin yerine kullanılmasından ileri gelmektedir. İkinci oluşu kullanımdaki sıralamasını işaret eden bir nitelik taşımaktadır. Kullanım zamanları ve sahiplik durumlarına göre çeşitlilik göstermektedirler (Bozyer, 2007).

Bodrum, Türkiye'de İstanbul'un sayfiye yerlerinden sonra en eski ikinci konut yerleşmelerindedir (Manisa, 2007). Bodrum'un toplu konut yapım hareketi, Bitez Aktur Tatil Sitesi için yapım kararı 1972 yılında alınmıştır. Üst düzey yöneticilerin de içinde bulunduğu bir kullanıcı profiline yönelik bu siteden sonra, 1975'te Bodrum'un ilk kooperatifi olan Barış Sitesi'nin yapımı başlamıştır (Şekil 3.19).

1980'lerle birlikte turizm politikalarının etkisinde yöreye artan talep ve toplu konut kredileriyle kooperatif ağırlıklı ikinci konut patlaması yaşamıştır. Bu dönemle birlikte, yapılan renk, kat yüksekliği ve kapı-pencere boyutları kısıtlamaları ise ne yazık ki tek düze yapılaşmanın önüne geçememiştir.



Şekil 3.19 : Bodrum'un ilk tatil sitesi Aktur'dan görünüm, [Url-1].

Getirilen sınırlamalar, Bodrum imar kurallarına uygun fakat topoğrafya ile ilişkisiz birbirinin kopyası konut gruplarına yol açmıştır. Yerel mimariyi anlamadan, iklimsel ve topoğrafik koşulları gözardı ederek yapılan bu konutlar araziye yapıştırılmış gibi durmaktadır (Şekil 3.20). Betonarme olarak hızlı biçimde inşa edilen bu konutların çoğu, geleneksel konutların aksine küçük metrekareleri etkili kullanmaktan uzaktırlar. Güler ve Mansur (1999)'un anlatımıyla,

Ama bugün biz eskiler, helikopterden gördüğümüz yerin Bodrum olup olmadığını sorarız kendimize. Yalnızca Kale bize Bodrum'u gördüğümüzü ispatlar. Bodrum'da her yerde binalar var. Dağlara tırmanan, askeri bir düzen içinde kocaman mezarlıklara benzeyen siteler.

Konut talebinin giderek artmasının bir sebebi de serbest piyasa ekonomisinin uygulanmaya başladığı bu yıllarda ekonomik dengeleri değişmiş, 'yeni orta sınıf' (yupi) olarak tabir edilen bir grubun da doğmasına neden olmuştur. Bu grup, 'genç, kentli, profesyoneller' olarak, ekonomik gelir seviyeleri yüksek, yaşam tarzına önem veren, sanatçı ve entellektüellerin yaşamına hayranlık duyan bir gruptur (Featherstone, 1996).



Şekil 3.20 : İki katlı binalar tek düze halleriyle on katlı gibi görünmektedir, [Url-2].

Bu açıdan bakıldığında, o yıllara kadar sanatçılar ve entellektüellerin ilgi gösterdiği ve anlatılarıyla inşa ettikleri Bodrum'un neden ikinci konutta talep patlaması yaşadığı, bu yeni orta sınıfın doğuşu ve tüketim alışkanlıklarının mekansallaşması ile açıklanabilir (Şekil 3.21). Bodrum'da ikinci konut sahibi olmak, iyi bir yatırım olmanın ötesinde 'kaliteli ve entelektüel' bir yaşamın göstergesi olarak da önemli hale gelmiştir (Şekil 3.22). Tüketim kültürünün mekansal yansıması olarak ikinci konut, prestij ve simgesel değer bakımından 'fazladan bir şey'dir ve diğer tüketim nesnelere farklı olarak türdeşleştirici değil ayrıştırıcı bir işlevi vardır (Baudrillard, 1997).



Şekil 3.21 : Yeni orta sınıfın konut anlayışına örnek, [Url-1].

1998 yılındaki bir araştırmaya göre yarımada bulunan 700 adet ikinci konut kooperatifinin yarısı, yapılaşma izinlerini 1983 döneminde almıştır. 1997 yılında yapılan diğer bir çalışmaya göre ise, Bodrum'da toplam 20.000 civarında yazlık konut bulunmaktadır (Kiper, 2007). İkinci konutların özellikle koylarda yapılaşarak artması karşısında alt yapı yetersiz kalmıştır. Öncesinde yalnızca Bodrum ve Turgutreis Belediyesi olarak iki belediyeye sahip olan ilçe 1998 nüfus sayımından sonra belediye sayısını 11'e yükseltmiştir.



Şekil 3.22 : Lüks tüketim nesnesi olarak Bodrum'da konut, [Url-4].

Koruma yasalarının yetersiz kalması ve arsa fiyatlarının giderek artmasıyla 'Bodrum Evi', lüks tüketim nesnesi olarak 'Bodrum'da bir Ev'e' dönüşmeye başlamıştır. Bu noktadan sonra, yerin koşullarına ve tüketicinin ihtiyaçlarına cevap verebilmek tüketim toplumunun göstergeleriyle paralel olduğu ölçüde anlamlıdır. Öte yandan, dokuyu bozmamak ve 'Bodrum Evi'ni korumak adına getirilen sınırlamalar, değişen ihtiyaçlara göre yeniden gözden geçirilmediğinden ruhsat aldıktan sonra ilaveler ve çıkmlar yapmak Bodrum konut üretim sürecinin değişmez bir parçası olmuştur. Aslında lüks konut üretimi ile genişleyen metrekareler ve bitmek bilmeyen tüketimi sorgularken, günümüz ortalama konutlarına göre yetersiz kalacak sınırlamalar getirmek de bu bakımdan olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Çünkü sadece Bodrum Evi'ni korumak da onu yalnızca görsel bir imaja indirgemek anlamına da gelmektedir. Lynch'in belirttiği gibi, çevrenin zengin ve canlı imgeler üretmesini istemek kadar bu imgelerin ifade edilebilir ve değişen ihtiyaçlara uyarlanabilir olması, yeni gruplamalar, yeni anlamlar, yeni şiirsellik ortaya çıkarması istenir. İmgelenebilir bir çevrenin aynı zamanda açık uçlu olması da hedeflenmelidir (Lynch, 2011).

Koruma anlayışının kent dokusu ve mimariyi bozmayacak biçimde yenilenmesi gerekmektedir. Aksi takdirde bugün Bodrum'un karşı karşıya olduğu aşırı yapılaşma ve imar yönetmeliklere uygun 'niteliksiz kesme şeker' mimarisinin kent dokusunu daha fazla tahrip etmesi kaçınılmaz görünmektedir. Çünkü, koruma adına yapılan tüm hamleler, eğer güncelin ihtiyaçlarını karşılamıyorsa estetize edilmeye çalışılan kent mekanı başka türlü bir dekor halini alıyor demektir. Bu dekor, ne bir tarihi kentin ne de modern bir kentin dekorudur. Arada olmak, her zaman olumsuz bir anlam taşımaya da Bodrum'un 'olmaya çalışan ama olamamış' hali kötümser bir tablo çizmektedir. Bu nedenle yeri ve yereli korumak bulunduğu çağı doğru okumayı gerektirir. Bu kapsamda, bir sonraki bölüm, Bodrum imgesinin inşa sürecine daha yakından bakarak Bodrum'a dair yeni bir okuma yapmayı hedeflemiştir.

4. BODRUM ANLATISINI OLUŞTURAN İMGELER VE TÜKETİMİ

Her kentin olduğu gibi Bodrum kentinin de kronolojik sırada giden bir takım önemli olayları, sosyo-ekonomik dönüm noktaları bulunmaktadır. Ancak, bu kıyı kasabasının turizmle tanışma hikayesini ve ardından gelen hızlı dönüşümünü diğer yerlerden ayıran onun zihinsel imgesidir. Bodrum'u Bodrum yapan ve onunla birlikte anılan imgeleri inşa eden görsel ve metinsel anlatıların ne olduğunun önemi büyüktür. Calvino (2002)'nin anlattığı kentler gibi zihinlerde inşa edilmiştir.

Kentler de düşüncenin ya da rastlantının eseri olduklarını sanırlar hep, ama ne biri, ne öteki ayakta tutmaya yeter onların surlarını. Bir kentte hayran kaldığın şey onun yedi ya da yetmiş harikası değil, senin ona sorduğun soruya verdiği yanıtıdır.

Kendi halindeki bu yerin, önceleri sanatçılarla kurulan 'şiiresel' anlatısının popüler kültür ve kitle iletişim araçlarıyla buluşması, turist bakışına sunulması göstergeler yoluyla tüketime açılması anlamına da gelmektedir. Bodrum denince akla gelen bu imgeler zamanla metalaşmakta ve yerin pazarlamasında adeta bir reklam sloganı gibi iş görmektedirler. Anlatılar çoğalıp yayıldıkça, Bodrum'a artan talep, tüketim toplumunun istekleri doğrultusunda mekanı dönüştürmektedir. Yaratılan Bodrum imgesi, çeşitlilik gösterse de tüketim toplumu bireylerine hep daha fazlasını istemek ve yetinmemek üzerine aynı çağrıyı tekrar etmektedir. İhtiyaçtan öte bir dil olarak tüketim, kendini küçük bir kıyı beldesinde İstanbul ve Ankara'nın şubesi olan işletmeler, küresel mağazaların şubeleri ve lüks ikinci konutlarla mekansallaştırmaktadır. Kent merkezinde başlayan bu dönüşüm giderek diğer koylara da yansımaktadır. Koyların farklı dinamikleri ve bu dinamiklere uygun farklı tüketici tiplerinin dağılmasıyla her koyun imgesi, birbirine çok yakın mesafelerde bile farklı kimlikler inşa etmektedir. Öncü (2000) bu durumu şöyle ifade etmektedir:

Barthes'ın (1972) belirttiği gibi, çağımızın mitleri klasik efsaneler gibi uzun, sabitleşmiş anlatılarda dile gelmez, anlamları apaçık ve dolaysıyla "doğal" gibi görünen cümleciklerde ve ismin hallerinde ifadesini bulur. Bunlar ifadelerini dilde bulurlar ve bu sayede hakim bir kültürel söylemin, gündelik varoluşun gizli köşelerini işgal ederek, kendini evrensel ve ideal olarak sunmasını sağlarlar.

Bu bölümde ‘Bodrum’u Bodrum yapan’ bu imgeler ve nasıl oluştukları üzerine sanatçıların ve medyanın izinden bir okuma yapılması amaçlanmıştır. Bunlar, resimler, fotoğraflar gibi görsel kültüre ait; gazete haberleri, şarkılar gibi popüler kültüre ait ya da romanlar ve öyküler gibi edebiyat dünyasına ait olabilirler. Bugün Bodrum üzerine her ‘söz’ün (yazılı ya da görsel) ya da söylemin alt yapısını bu materyaller oluşturmaktadır.

4.1 Bir Kentin Keşfi

Keşif, antik çağdan beri önemli bir liman kenti olan bu yerin insanlarca ilk kez keşfedilmesi anlamında bir kullanım değildir. Yine insanlar tarafından yapılan ancak dışarıdan gelen mecburi ya da gönüllü bir ziyaretin söze ya da resme dönüşerek yayıldığı ve yeniden üretildiği noktada başlamaktadır. Bu anlamda Bodrum’un yakın zamana dair en önemli sözel anlatısı Cevat Şakir Kabaağaçlı’nın eserleriyle başlamaktadır. 1930’lu yıllarda sürgün edilmiş yazarın, bilmediği uzaktaki o yere gidiş öyküsü ve karşılaştığı yere dair anıları Mavi Sürgün isimli kitabında toplanmıştır.

O sırada büyük merakım, Bodrum’un nasıl bir yer olduğunu öğrenmekti. Nereye varmış, kime sormuşsam orası hakkında sağlam bir bilgi edinememiştim. Hiçbir yerde ilaç için olsun, bir tek Bodrumlu’ya rastlayamamıştım.

Bodrum’a sürgüne gönderildiği kent hakkında bilgi almak isteyen Kabaağaçlı, yolda sorduğu kimseden bu yer hakkında bilgi alamamıştır. O yıllarda yolu olmayan bu yer hakkında orada yaşayanlar dışında bilgisi olan neredeyse yok denecek kadar azdır. Bodrum evleri ve mimarisiyle ilk kez karşılaşan Kabaağaçlı, beyaz, kübik evleri mütevazi bir yaşam biçiminin temsili olarak sunmaktadır (Şekil 4.1). Daha sonraki anlatımlarında, Bodrum’u tasvir ederken edebi anlatım dilini ustaca kullanan Cevat Şakir, 1961 yılında ilk basımı yapılan bu kitabıyla ‘şehir hayatının aksine’ adeta zamanın durduğu bir kent tasviri yapmaktadır.

Sağımızda solumuzda evler hep kireçle tertemiz badanalı. Hepsi kalıp kalıp kübik. Mimari süse, ‘Bana bak!’ diyen cici biciye yeltenen yok. Düz çizgiler, ama göz alıcı bir surette beyaz. Sanki mantıklı görüntüler; apaklıkları koyu gök mavisini ustura gibi kesiyor.

Mavi Sürgün kitabının, Bodrum imgesinin edebiyat dili aracılığıyla kurulmasında önemli bir yeri bulunmaktadır. Ancak, bu yıllarda Cevat Şakir’in önce zorunlu olarak, sonra kendi isteğiyle yöreye gidişinin başka bir etkisi daha bulunmaktadır.

Yazarın Bodrum'a gelişiyle, ressam ve yazarlardan oluşan arkadaş çevresinden bazı sanatçılar da bu yıllarda Bodrum'u keşfetmişlerdir.

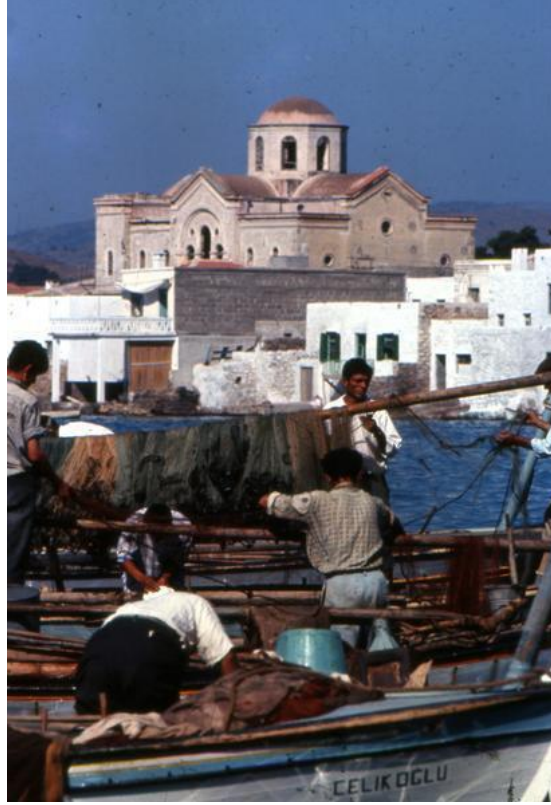


şekil 4.1 : Bodrum'un girişinde yer alan tabela, fotoğraf: Gizem Esmer.

Ruřtú Gúr'un (2002) aktarımıyla, az sayıda insanın bildiği ve turizmin henüz gelişmediği bu yere gelen ilk yerli turistler Cevat şakır'in arkadaşlarıdır. Takip eden yıllarda, Bedri Rahmi Eyüboğlu, Ara Güler, sualtı fotoğrafçısı Mustafa Kapkın, Mimar Cengiz Bektaş, İlhan Berk gibi isimler turizmin başlamadığı bu yıllarda yöreyi ziyaret eden isimler arasındadır (şekil 4.2). Genellikle Bodrum'da uzun süre kalmadıkları, burayı mavi turun başlangıç noktası olarak seçtikleri de bilinmektedir. Bu noktada, Featherstone'un (1996) simge üretim uzmanları olarak adlandırdığı sanatçılar, entelektüeller ve akademisyenlerin yere ait özellikleri, görsel ve yazılı hale dönüştürerek neredeyse 'mitsel' anlam yükleyerek bir imgeleştirmelerine vurgu yapmak gerekmektedir (şekil 4.3).



şekil 4.2 : Günlük hayat, Mansur ve Güler (1999).



Şekil 4.3 : Kilise yıkılmadan önce, Mansur ve Güler (1999).

1960'larla birlikte turizmin gelişi ile Bodrum, öne çıkan imgelerin turistikleşmesi ile bir farkındalık süreci yaşamıştır. Yöreye gelen turistlerin yazarların, şairlerin ve ressamların anlatılarıyla yüklü imge dünyasının mekansal biçimlerini araması işte bu dönemle başlamıştır. Bodrum Turizm ve Tanıtma Derneği'nin kuruluşu, ilk tanıtım broşürlerinin çıkarılmasıyla Bodrum, Yunan Adaları'ndaki gibi turizmle buluşturma telaşına girmiştir. (Şekil 4.4). Gelenlerin evlerde yatırılarak ağırlandığı bu dönemden Rüştü Gür (2002) şöyle bahsetmektedir:

Develerin bile bir turistik cazibe olduğunu keşfetmiştik. Turist gemileri geldiğinde, Türkkuyusu'ndaki deveciye haber yolluyorduk, develerini yerel süslemelerle donatıp limana getiriyordu.

'Sahnelenmiş otantiklik' olarak tanımlanabilecek kurgularla yabancı turistleri yöreye çekmeye çalışan Bodrumlular, turizmin, uzun zaman gerektiren ve artık eskisi kadar gelir getirmeyen narenciye ve süngercilikten daha karlı olduğunu görmüşlerdir.

Azra Erhat, Mavi Yolculuk isimli kitabında, turizmin hızla kenti dönüştüreceğini ancak kaçınılmaz olarak yaşanması gerektiğini belirtmektedir. Azra Erhat, Sabahattin Eyüboğlu ve Cevat Şakir gibi isimlerden oluşan Mavi Anadolu akımı, Anadolu'nun 'yeniden' keşfine inanmıştır (Bilsel, 2007).



Şekil 4.4 : 26.04.1966 tarihli görülecek yerlerin gazeteler aracılığıyla tarifi, [Url-5].

Yine o yıllara ait bir başka yorum ise Bodrum'un ilk müzikli (laternalı demek daha doğru olacaktır) meyhanesini açan Kasa İsmail'in Radikal'e verdiği söyleşinde söyledikleridir.

O günlerde Necmi Gürmen Halikarnas Diskotek'i, Ahmet Yunt da Neyzen Tevfik'in evinde Bodrum'un ilk gece kulübünü açtı. O zamanın insanları şimdiki gibi değildi. Herkes birbirini sever, sayar, insan gibi içer, adam gibi eğlenirdi. Profesör, ünlü bir artist, bir şair, bir balıkçı, bir süngerci aynı masayı paylaşır, yer, içer şarkılar söyler giderlerdi. (Kasa İsmail Röportajı, Radikal Gazetesi, 28. 07. 2002).

O döneme ait birçok söylemden biri de 'hoşgörü ve samimiyet'in hakimiyetidir. Herkesin birbirini tanıdığı, dışarıdan gelen az sayıdaki turiste kucak açtığı Bodrum imgesidir. Okul turlarıyla Bodrum'a gelen üniversitelilerin yanı sıra, entelektüel kesimin de artan ilgisiyle eğlence yerleri teker teker açılmaktadır. Ancak, yine de hala 'herkesin birbirini tanıdığı', naif bir yerdir. (Şekil 4.5).



Şekil 4.5 : İlk açılan barlardan Hadi Gari Bar, [Url-11].

Bu yıllar, Bodrum'un barlarıyla ünlendiği, henüz Bodrum'un az sayıdaki 'kentli'lerin doğayla buluştuğu sakin bir kasabadır. Han Restoran, Veli Bar, Hadi Gari Bar, Halikarnas Disko, Mavi Bar gibi mekanlar Bodrum denince akla gelen eğlence mekanlarıdır (Şekil 4.6).Ülkü Tamer bu durumdan '1970'lerde Bodrum'un bir rengi vardı - bugünü hazırlayan, ama bugünküne hiç benzemeyen bir renk. 'olarak bahsetmektedir (Url-12).



Şekil 4.6 : Eğlence mekanlarının sanat aracılığıyla yaratılan temsili, [Url-11].

Zeki Müren'in gelişi ve sanatçının renkli gece hayatıyla, ünü artan Bodrum, o yıllardan itibaren eğlence mekanlarıyla da adından söz ettirmeye başlamıştır. Müren'in gittiği eğlence mekanlarında sevenleriyle fotoğraf çektirmesi ve gazetelere Bodrum'daki hayatıyla ilgili sıklıkla röportaj vermesi ile medyada Zeki Müren adı Bodrum'la anılır hale gelmiştir.

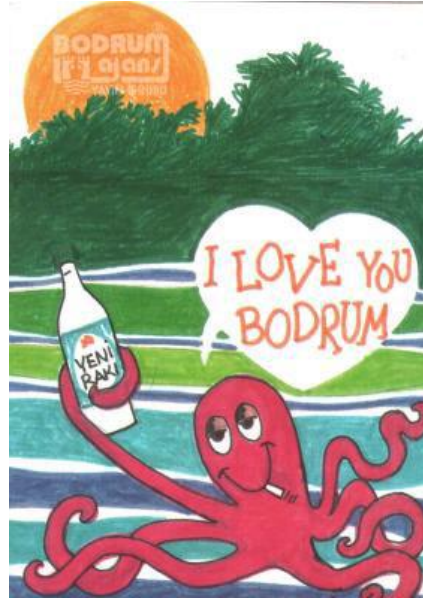
Yine bu dönemde, Selim İleri'nin 'Her Gece Bodrum' isimli eseri, Bodrum ve eğlence hayatını farklı bir açıdan ele alan bir kitaptır. Sonraki yıllarda kitabın sinemaya uyarlaması da yapılmıştır.

4.2 Tüketim Kültürünün Etkisinde Bodrum İmgesi

Bodrum'daki bu yaşam biçimi, ressamların tablolarında, karikatüristlerin çizgilerinde ve şarkılarda yeniden üretilerek yaygınlaştıkça, Bodrum'a gitmek yalnızca Bodrum'a gitmek olmaktan çıkıp ikinci anlamlarıyla var olmaya başlamaktadır. Bodrum'a gitmek, sanatçılara özgü 'bohem' hayat temsiline de tüketilir hale gelmesi demektir. 1970'ten 1980'lere doğru Bodrum anlatılarındaki doğa ve huzur ögesi yerini gece hayatına bırakmıştır (Şekil 4.7, Şekil 4.8).



Şekil 4.7 : Bodrum karikatürü, [Url-15].



Şekil 4.8 : Bir kartpostal, [Url-15].

Yine o yıllarda Bodrum'a yerleşen ve 1972 ve 1999 yıllarında Bodrum'la ilgili kitap yazan araştırmacı Fatma Mansur'un yazdıkları önemlidir. O yıllarda kalabalık olmayan, sakin, sessiz bir Bodrum anlatılmaktadır (Şekil 4.9). İzmir'den uzun süren bir karayolculuğunun ardından ulaşılan bu yere gelen 'kentliler' vardır, turizm canlanmıştır ancak 1980 eşliğinde Bodrum, 'iki büyük istila'ya uğramıştır. Para ve insan Bodrum'u istila etmiştir (Mansur ve Güler, 1999). 1980'lerle birlikte tüm yerlerde olduğu gibi küreselleşmenin etkileri Bodrum'da da hissedilmiş ve popüler kültürün yansımalarıyla kalabalıklaşmaya başlayan Bodrum'da yapılaşma artmaya başlamıştır. Ancak dikkat edilmesi gereken nokta, 'nerde o eski Bodrum' söyleminin daha o günlerde 1980'lerle birlikte ortaya çıkışıdır.



Şekil 4.9 : Huzurlu, sakin Bodrum sokaklarına dair bir kartpostal, [Url-15].

Renato Rosaldo'nun 'emperyalist nostalji' olarak nitelendirdiği kavramın yani 'bir toplumun değişmesinde rol almış sömürgeci, misyoner ve etnograf gibi insanların o toplumun müdahaleden önceki halini özlemeleri' halinin en naif versiyonuyla karşımızda olduğunu söylemek mümkündür (Günel, 1998). Aslında gidenlerin farkında olmadan başlattığı dönüşüm o noktadan sonra kaçınılmazdır ancak, ilk giden ziyaretçiler sonradan gelenleri istememektedirler. Ev pansiyonculuğunun yetersiz kalması, gelenlerin mülk edinme istekleriyle dönemin politikaları doğrultusunda mekanın dönüşümü kaçınılmaz olmuştur. Ev ya da arsalarını satmaları karşılığında, tarımla ve süngercilikle yıllarca çalışarak elde edebilecekleri paralara kavuşabilecek olan Bodrumlu için ise durum kafa karıştırıcı olduğu kadar cazip de görünmektedir (Şekil 4.10).



Şekil 4.10 : 07.09.1976 tarihli yazlık ev reklamlarına bir örnek, [Url-5].

Giderek artan ilgiyle beraber sinemada da mekan olarak Bodrum'u kullanan veya Bodrum'la ilgili filmler yapılmaya başlamıştır. Bodrum Hakimi, Kader Bağlayınca,

Mavi Sürgün, Mine gibi filmlerle Yeşilçam sinemasının önemli oyuncularının içinde bulunduğu projeler yapılmıştır (Şekil 4.11).



Şekil 4.11 : Bodrum Hakimi film afişi, [Url-16].

O yılların ünlü isimleri de sıklıkla Bodrum'a gelmeye başlamıştır. Magazin haberleri de hangi ünlünün tatilini Bodrum'da geçireceği meselesi sürekli gündemde tutmaktadır. Bodrum'da tatil yapmak aynı zamanda medyatik olmanın da kapısını açmaktadır. Medyada adı sıkça anılmaya başlayan Bodrum, artık ünlüler için her yaz gidilecek tatil yörelerinin başında gelmektedir. Ünlüler için Bodrum, tatil yapılan herhangi bir yer olmaktan öte, medyatik ve popüler bir tatil mekanı olmasıyla da önemlidir. 1979'da kim tatilini nerede geçiriyor sorusunun cevabında beş ünlüden üçünün tatilini Bodrum'da geçirecek olması Bodrum'un giderek artan popülerliğine işaret etmektedir (Şekil 4.12).



Şekil 4.12 : 14.06.1979 tarihli Bodrum'a gelen ünlülerle ilgili haber, [Url-5].

Featherstone'un (1996) belirttiği gibi, tüketim mallarından alınan doyum, toplumsal olarak onaylanmış ve meşru (ve bundan dolayı kıt ve sınırlı) kültürel mallara sahip olunmasına ya da tüketilmesine bağımlıdır. Bodrum'u mesken tutan ünlülerin sayısı arttıkça, Bodrum'a yönelik yapılan gazete ve televizyon haberlerinin sayısı artarken, sanatçıların Bodrum'a ilişkin yapıtları da daha fazla dolaşıma girmektedir. Mazhar Fuat Özkan'ın Bodrum Bodrum, Akrep Nalan'ın Halikarnas şarkısı dilden dile dolaşmakta adeta mekanın reklam müziği haline gelmektedir. Bir yandan Bodrum'la ilgili anlatılar çoğalırken diğer yandan karikatüristler ve yazarlar halkın Bodrum merakını gidermeye, yaşanan hayatla ilgili alaycı çizimler yapmaktadırlar (Şekil 4.13).



Şekil 4.13 : 13.08.1984 tarihinde Altan Erbulak'ın gazetedeki köşesi, [Url-5].

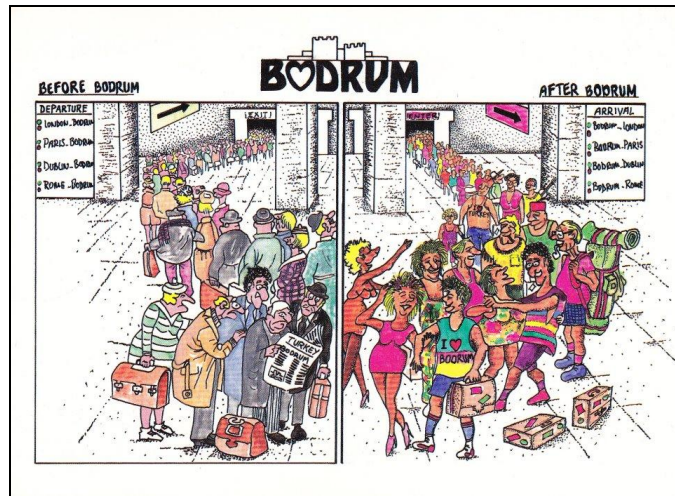
Turizmin getirilerinden birisi de yöredeki yetenekli zanaatkarları da popüler hale getirmesidir. Bunun altında yatan ise 'Bodrum'a has' öğelerin turist bakışına sunulmasıdır (Şekil 4.14). Bodrum Sandaleti (Ali Güven) de Bodrum Evi, süngeri ya da Bodrum Kalesi gibi Bodrum'a özgü temsillerin yanında yerini almakta ve talep görmektedir. Turizm etkinliği içinde, belirli açılardan mekanı fotoğraflamak, hatıra eşya satın almak bir şekilde 'söylemsel yolla elde edilebilecek deneyimlere kanıt oluşturma' anlamına gelir ki bu da mekanı ve mekanı oluşturan imgeleri turizm yoluyla tüketmenin başka bir yoludur. Yalnızca yapılan tatil değil, tatil için harcanan

para ve zaman da kanıtlanmıştır. Bu, turizmin otantik olanı belgeleyerek ya da ona sahip olarak tüketmek, dolayısıyla otantik olmayı yaratmaktır ve ironik bir durumdur. Öte yandan, Bodrum evi şeklindeki tuzluk, peçetelikler gibi hatıra eşyalar da diğer turistik beldelerde olduğu gibi satışa sunulmuştur. Hatıra eşyanın kullanım değerinden çok 'simgesel değişim değeri' ile ön plana çıkmaktadır. Dahası, zaman ve mekana ait göndermeleri kullanarak genel bir gösterge değeri oluşturmaktadır (Bağlı, 2001).



Şekil 4.14 : 13.05.1983 tarihli haberde Bodrum'un turistik eşyaları, [Url-5].

1990'larla beraber havayolu ulaşımına da kavuşan Bodrum, artık tamamen 'İstanbul'un sayfiyesi' haline gelmiştir (Şekil 4.15). Yapılaşmanın ve kalabalığın giderek arttığı bu yerde, koyların imara açılmasıyla kent merkezinin kalabalığından kaçanlar bu kez koyları dönüştürmeye başlamıştır.



Şekil 4.15 : Bodrum'dan önce ve Bodrum'dan sonra, [Url-11].

Coğrafi olarak birbirinden farklı özellikler taşıyan koylar, imar durumlarına ve koyda yaşayan yerel halkın eğilimlerine göre farklı karakteristik gelişimler göstermişlerdir. Önceleri Torba'da vakit geçirenler, zamanla Gümüşlük ve Türkbükü'nde tatilini geçirmeye başlamışlardır. Gümbet ise, kamp alanı olduğu günlerden, daha çok yabancı turistlerin gittiği oteller ve eğlence mekanlarının olduğu bir koya dönüşmüştür. Bu dönemde koylardaki hızlı yapılaşma karikatürlere de yansımıştır (Şekil, 4.16).



Şekil 4.16 : Latif Demirci karikatürü, [Url-15].

İlgi ve yapılaşmanın artmasıyla, bir süre sonra Bodrum'un pahalılığında ve kalabalığından yakınanların sayısı da giderek artmıştır. Genel olarak olumsuz ve eleştirel bir tablo gibi gözükse de turizm Bodrum için yeni bir gelir kaynağı olmuştur (Şekil 4.17). Yalnızca küreselleşen dünyada Harvey'in (1997) de belirttiği gibi imgelerin ve söylemlerin üretiminin, herhangi sembolik düzenin yeniden üretiminin ve dönüşümünün ayrılmaz bir parçası olarak tahlil edilmesi gereken önemli bir faaliyet biçimi olduğunun kabul edilmesi gerekmektedir.



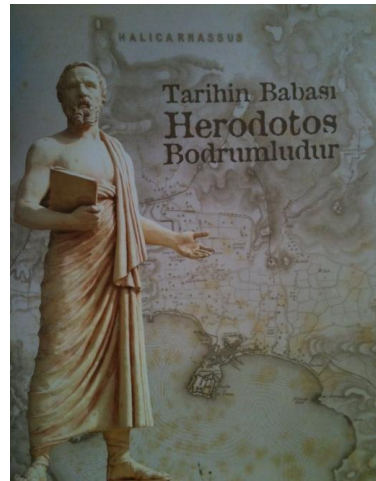
Şekil 4.17 : Pahalılıkla ilgili bir karikatür, [Url-15].

Yerellik vurgusunu öne çıkaracak bu temsillerin analizi, Bodrum’la ilgili yapılacak çalışmalarda Bodrum imgesini oluşturan parçaları daha iyi görmeyi sağlayacaktır. Tüketim kültürü ve onun mekana getirdiği bazı olumsuzluklar “Bodrum bitmiş”, “Nerde o eski Bodrum?” şeklinde dillendirilmektedir. Bu söylemler ancak, öncesinde başlayan temsillerin ve söylemlerin okunmasıyla anlam kazanmaktadır. Özellikle, yere ait herşeyi yeniden sunarak tüketime açma çabasının ekonominin yeni süreci olduğu ortaya çıkmaktadır (Şekil 4.18).



Şekil 4.18 : Bodrum mandalinası, BODTO (2010).

Postmodern dünyanın getirdiği, nostalji vurgusu turizmle farkına varılan bazı temsilleri yeniden üreterek metalaştırmakta ve yöreye her öğeyi bir şekilde pazara sunmaktadır. Bu anlamda geçmişe ait, yerel değerlerin yeniden sunumu tesadüf değil, küresel bir yarışta sıyrılmaya çalışan bir kentin nostaljik temsiller yoluyla marka kent olma yolunda attığı adımlardır. (Şekil 4.19). Bodrum imgelerinin mekansal değişimle beraber dönüşümü Şekil 4.20’de gösterilmiştir.



Şekil 4.19 : Bir Bodrum markası olarak Herodotos, BODTO (2010).

Bodrum İmgesinin Dönüşümü



Şekil 4.20 : Bodrum'un imgesel dönüşüm sürecine bakış.

4.3 Sosyal Aktörlerle Yapılan Görüşmeler

Bu bölüm, Bodrum imgesini oluşturan anlatıların kentte yaşayan ya da kentle bir biçimde ilişkide olan insanların söylemlerinde kendini nasıl temsil ettiğini görebilmek için oluşturulmuştur. İstatistiksel bir veri elde etmekten öte, niteliksel ve derinlemesine görüşmelerle zihinlerdeki 'Bodrum İmgesi'nin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir.

4.3.1 Görüşmelerin yöntemi

Veri oluşturmak için olarak niteliksel araştırma yöntemi olarak adlandırılan derinlemesine görüşme tekniğinden de yararlanılmıştır. Sosyal bilim disiplinlerince kullanılan bir yöntem olan bu teknik, mekana dair genel söylemin anlaşılması ve analizinde pozitivist yöntemlere ek olarak kullanılmıştır. Derinlemesine görüşme bir veri toplama tekniği olarak, açık uçlu soruların sorulması, dinlenmesi, cevapların kaydedilmesi ve ilişkili ilave sorularla araştırma konusunun detaylı bir şekilde incelenmesini mümkün kılar (Kümbetoğlu, 2008). Araştırma yapılan konu ile ilgili sohbet ortamı yaratarak, ayrıntılı bir görüşme yapmak konsantrasyon ve duyarlılık gerektirmektedir. Konuşmacının sözünü kesmeden ancak, konunun dağılmamasına özen göstererek istenen doğrultuda görüşmeyi yönlendirmek oldukça önemlidir. Konunun yüzeyselliği, görüşme akışı içerisinde araştırmacının bilgi ve deneyimleriyle zenginleştirilerek ayrıntılı bir görüşme ortamı oluşturulmaktadır. Araştırılan konuya odaklanan, bu konu etrafında bireylerin görüş, düşünce ve değerlendirmelerini bir araya getirerek veri oluşturmayı amaçlayan bir tekniktir. Bu teknik ile doğrudan gözlemlenemeyen, davranışlara yansımayaabilen, ancak belirli süreç içinde ortaya çıkabilecek anlamlara, niyetlere, beklentilere bakarak, bireylerin dünyalarını nasıl oluşturduklarını, dış dünyaya ilişkin algıları ile kendilerini kuşatan sosyal çevreyi nasıl değerlendirdiklerini ortaya koyma fırsatı yakalanabilir (Kümbetoğlu, 2005). Görüşmecinin yüzeysel cevaplarla yanıt vermemesi ve araştırmacıyla derinlemesine bir görüşme yapabilmesi için güven ortamı yaratmak şarttır. Nitel veri toplama yönteminin üç çeşidinden biri olarak enformel sohbet tarzı yöntemi seçilmiştir. Yöntemin özelliği gereği, sorular önceden katı bir biçimde belirlenmeyip, sohbetin akışı ile ortaya çıkan, kimisi ön görülmemiş sorulardan oluşabilmektedir. Konuşma esnasında araştırmaya olumlu katkı sunabilecek sorularla sohbet yönlendirilmektedir. Kümbetoğlu'nun (2005) aktarımına göre Patton

kendiliğinden gelişen bir süreci önermektedir. Araştırmacı ve araştırmaya katılan kişi arasında etkileşimli ve doğal bir süreç öngören Patton, alan çalışmasında katılımcının da gözlemin bir parçası olarak yer aldığını düşünmektedir.

Yapılan görüşme diğer görüşmelerden elde edilen verilerle de şekillendirilebilir. Zaman isteyen bir yöntemdir. Düzenlenebilecek bilgi doğrudan elde edilemese de, kent mekanının farklı dönemlerini farklı bakış açılarıyla okumak bakımından faydalı olacağı düşünülmüştür. Görüşmeler sırasında fazla değinilen kavram, imge ve tanımlamalar analiz sonucu değerlendirilmektedir.

4.3.2 Görüşmelerin değerlendirilmesi

Kent anlatısına dayalı tez, tarihin söylemler ve imgeler aracılığıyla inşa edildiği düşüncesiyle hareket etmektedir. Bu nedenle, söyleşiler sırasında, bireylerin Bodrum'da geçen kişisel tarihlerini anlatırken, mekanın aynı dönemdeki tarihsel gerçekliklerinden ayrı düştüğü noktalar olmaktadır. Ancak, bu durum, dönemsel olarak kesişim noktaları bulunduran bu hikayelerin Bodrum'un dönüşüm hikayesini farklı bakış açılarından anlatması bakımından yararlı görülmektedir. Kaldı ki, konuşmacıların belirlenmesinde özellikle benzer 'kimlik'lere sahip kişiler arasından bir seçim yapılmamıştır.

Yılmaz Geçkin, 1984 yılında, Ankara'da Şeker Fabrikası'ndan emekli olduktan sonra oğlu Korhan Geçkin ile birlikte Bodrum'a yerleşmeye karar vermiştir. Şu an kendisi 78 yaşında ve hala oğlu ile Bodrum'da ikamet etmektedir. Bodrum'a geldiği yıllar, Bodrum'un henüz medyada son yıllardaki kadar yer almadığı, gelenlerin daha çok arkadaşları sayesinde, tatile geldiği yıllardır. Yılmaz Geçkin'in anlatısındaki Bodrum, az sayıdaki eğlence mekanıyla samimiyet, arkadaşlık ve huzurun bir arada olduğu bir yerdir. Dışarıdan gelenlere yöre halkının davranışlarında merak duygusuyla beraber bir memnuniyet ve hoşgörü vardır. Yöreye tatil amaçlı gelen insanlar, özgürlüğüne düşkün, varlıklı kimseler olarak tariflenmektedir (Şekil 4.21).

Bodrum denince akla gelen bir başka isim olan Zeki Müren ve farklı yaşam tarzı diğer tatil beldelerine nazaran Bodrum'da hoşgörüyle karşılanmıştır. Sürekli gittiği eğlence yerlerinin ve kıyıların bugün Zeki Müren ismiyle ün kazanmaya başladığı yıllar bu zamanlara rastlamaktadır. Bardakçı Koyu, bugün otellerin sahilini neredeyse kapattığı bir koy olsa da, Zeki Müren'in koyu olarak ün kazanmıştır. Yöre

halkının Zeki Müren'e gösterdiği ilgi ve alaka, Müren'in Bodrum'a yerleşmesiyle yerini Türkiye genelinde Zeki Müren'in Bodrum'una karşı bir ilgiye bırakmıştır.



Şekil 4.21 : Yılmaz Geçkin'in Bodrum'u.

Görüşmede ayrıca, kamp alanları ve mandalina bahçeleriyle özdeşleşen Bodrum'un, özellikle 1990'ların sonu 2000'lerin başı gibi denetimsiz yapılaşma ve rant çevrelerinin gelişimiyle kötüye gittiği belirtilmektedir. Özetle, nostalji duygusunun hakim olduğu görüşmede, eski Bodrum doğa ve huzur imgesiyle öne çıkan, samimiyet, hoşgörü ve güven duygularıyla özdeşleşen az insan tarafından bilinen bir kasabayı tarifler.

Ahmet Yunt ise, mübadelenin hemen öncesinde Bodrum'a Girit'ten göç ederek Rum Mahallesi olarak adlandırılan tarafa yerleşmiş bir ailenin üyesidir. İlkokuldan itibaren babasının işi dolayısıyla Ankara'da yaşamış, üniversite tahsilini Almanya'da turizm alanında yapmıştır. Önceleri her yaz akrabalarını ziyaret etmek için geldiği Bodrum'a 1987'li yıllarda temelli geri dönüş yapmıştır. 1990'ların başında Mavi Emlak Ofisi'ni kurmuştur. Halen Bodrum'da ikamet etmektedir. Ahmet Yunt'un anlatısındaki Bodrum, geçmiş yıllarını yokluk ve sıkıntıyla geçirmiş bir kasabadır. Rum mahallesi ile Türk Mahallesi arasında kültürel farkların oldukça fazla olduğu bu

yıllarda, ancak yine de insanların birbirlerinin inançlarına saygı duymuşlardır. Balıkçılık ve süngercilik çoğunlukla Rum Mahallesi'nin iş kolları arasındadır. Kötü ulaşım koşullarına rağmen yurtdışından turistler gelmektedir. O günün koşulları içerisinde 'entelektüel' yabancıların ziyaret ettiği bir kasabadır. Gelen turistlerin konaklayacağı ya da eğleneceği bir yerlere ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak, açılan eğlence yerlerine de genellikle yerliler gitmemektedir. Az sayıdaki bu mekanlar, gelen turistlerin de yardımıyla düzenlenmektedir. Bu dönemde, laterna(müzik kutusu) ve ışıklandırma gibi katkılarla samimiyetin hakim olduğu eğlence mekanları açılmıştır. Rum Mahallesi'nin daha sıkışık bir yapılaşması olduğu için mekanlar çoğunlukla Türk tarafında açılmak durumunda kalmıştır. Bodrum o günlerde, yurt dışında özellikle Fransızlar arasında 'dalış turizmi' dolayısıyla ünlenen bir kasaba olarak bilinmektedir (Şekil 4.22).



Şekil 4.22 : Ahmet Yunt'un Bodrum'u.

Koyların farklı dönüşümü konusunda ise Ahmet Yunt, orada yaşayan insanların meslekleri ve sit kapsamlarının değişik olmasının etkisini olduğunu belirtmektedir. Bodrum adı duyuldukça yöreye gelen rant peşindeki insanlar, bu yıllarda yerli halkın iyi niyetini suistimal etmiştir. Arsaların bir kısmı bu yolla el değiştirmiştir.

Onun profilinin önemi, Bodrum'un Türk kısmında yaşayan, eğitim görmüş, orta yaşlarında bulunan ve bu nedenle Bodrum değişiminin en hızlı olduğu dönemlere tanık olmasından gelmektedir. Buna ek olarak, kent mekanının dönüşümünde yetkili kurumlardan biri olan belediyede görev almasından dolayı yapılaşma sorunları ile yakından ilgilidir. Bu öngörülerle başlayan görüşmede, Mehmet Özalın'ın Bodrum anlatısı, Ege medeniyetleri içinde önemli bir yeri olan, hoşgörülü ancak geleneklerine bağlı bir Bodrum tahayyülüdür. Medyada yansıtılan Bodrum, yalnızca bir kesimin yaşadığı bir hayatı yansıtmaktadır. Bodrumlu olma halinin aşırı uçlarda olmayan bir çizgide durmasını belirtirken, yaşayanların gelişmeyi reddetmemesi ancak, dışarıdan gelenlerin de yörenin değerlerine gereken önemi vermesi gerektiğini söylemektedir. Turizm ile gelen değişimin er ya da geç olması gerektiğini anlatırken, kontrollü olmayan gelişmenin yöreye verdiği ve vereceği zararlardan bahsetmektedir. Bu anlamda, Bodrum'da konaklama için otel bulunmadığı yıllardan, 'vahşi bir dönem' olarak anlattığı ikinci konutların kontrolsüzce yayılmasına uzanan döneme hızlı bir geçiş olmuştur. Bodrum'da çoğu yapının ruhsatlı ancak kaçak eklere sahip olduğunu belirten Özalın'a göre, bunun sebebi günümüz ihtiyaçlarına cevap vermeyen yönetmeliklerdir. Henüz yüzde yedisi yapılaşan Bodrum Yarımadası'nın ancak bu şekilde kurtulabileceğini belirten Özalın, iki katlı, beyaz evlerin Bodrum için avantaj olduğunu düşünmektedir. Ayrıca Özalın, koyların farklı değişiminde orada yaşayan ailelerin etkisi olduğunu söylemektedir. Bunun yanı sıra dışarıdan gelenlerin sosyal ve ekonomik durumlarının koyların dönüşümünde etkisi olduğunu ve kimi zaman Bodrumlular'ın buna kendilerini yabancı hissettiklerini anlatmaktadır. Bodrum'un farklı turizm çeşitleriyle zenginleşmesi gerektiğinden bahsederken, Bodrum'un turizm sürecinde kontrollü değişimini destekleyen bir görüştedir. Özetle, görüşmede öne çıkan öğeler nostalji duygusundan uzak, kontrollü değişimi destekleyen, geleneklerine ve tarihine sahip çıkan, hoşgörülü bir Bodrum imgesidir.

Son olarak görüşmecilerden mimar ve şehir plancısı Ersen Gürsel'le görüşmenin önemi, kendisinin Bodrum'un ilk tatil sitesi Aktur'un mimarlarından olmasının ötesindedir. Ersen Gürsel, Bodrum'la ilk olarak 1963'te başlayan ilişkisini bugüne değin sürdürmüş ve Bodrum'un yapısal geleceği ile yakından ilgilenmiştir. Bodrum'u doğal, iklimsel ve coğrafi bir bütün olarak gören Gürsel, Aktur sitesini yaparken ekipleri için önemli olan verilerden, yapının sosyal hayatla ve yerle kurduğu ilişkiden, bahsetmektedir. Bugün Bodrum kentinin dönüşümünde

Gürsel'in Bodrum imgesi, geleceğe yönelik hala heyecan ve umut vaat eden bir kenttir. Bodrum, hoşgörülü insanları ve iklimsel özellikleriyle mimari ve şehircilik anlayışının özenli uygulamalarını gereken bir yerdir.

Dördüncü bölümde ve devamında gelen söyleşilerde, Bodrum'a dair anlatılarla Bodrum imgesinin 1930'lu yıllardan bugüne nasıl şekillendiği aktarılmaya çalışılmıştır. Featherstone'un simge üretim uzmanları olarak adlandırdığı sanatçıların kurduğu bu dünyada kent, mekansal gerçekliklerini sanatçılar aracılığıyla 'şiiirsel' bir biçimde yeniden üretmiştir. Bu noktada dikkat edilmesi gereken ise, kentin birbirinden farklı olarak gözüken imgesel ve tarihsel-mekansal okumalarının aslında aynı sürecin parçaları olduğudur. Çünkü, mekanın yapısal özellikleri bir yandan anlatılara ilham kaynağı olurken öte yandan anlatıların mekanı dönüştürmesiyle yeniden üretilirler. İlk zaman anlatılarından Halikarnas Balıkçısı'nın (Cevat Şakir Kabaağaçlı) eserlerinin önemi, Bodrum'un tarihsel ve doğal güzelliklerini edebiyat dilinin ustalığıyla yaşayanlara ve ziyaret edenlere aktarırken, turist bakışına uygun 'görülmesi gereken' yerleri tariflemesidir. Balıkçı, aynı zamanda bazen turistlere rehberlik ederek bazen de turistik kitapçıklar hazırlayarak da turizmin yöreye nüfuz etmesi için katkı sunmuştur. Kabaağaçlı'nın arkadaşı ve 'mavi yolculuk' kavramını literatüre kazandıran isimlerden biri olan Azra Erhat'a göre bu durum, Sabahattin Eyüboğlu'nu kaygılandırmıştır.

Gün gelecek, bizler artık Bodrum'a uğramak istemeyeceğiz, mavi yolculuk teknesine binmek için bile olsa, yozlaşmış bu kente ayak basmaktan çekineceğiz (Erhat, 2005).

Yarattıkları anlatıların yöreyi cazip hale getireceğini ve turizm kaynaklı tüketimle dönüştüreceğini ön gören bu isimler için bile, turizm kaçınılmazdır. Onlara göre bu durum, ekonomik bir dönüşümden öte, kendi tarihini ve değerlerini tanıyarak sahip çıkmanın getirdiği bir zorunluluktur. Maviciler (Mavi Anadolu) akımı olarak da bilinen bu isimlerin savunduğu düşünce, aynı zamanda Anadolu'da gelmiş geçmiş medeniyetlerin farkına varmayı ve belirli bir dini-etnik görüşten bağımsız olarak Anadolu'yu yüceltmeyi öngörmektir. Dahası, bu duruma bir Anadolu projesi olarak bakılırsa Anadolu rönesansının hedeflendiği bile söylenebilir (Bilsel, 2007). Böyle bir sürecin getirisi olarak, yöre halkı, sahip olduğu yerel değerleri turizme açarak turist bakışına sunmuştur. Bu dönemde, konaklama ihtiyacına cevaben ortaya çıkan ev pansiyonculuğu ve sınırlı sayıdaki eğlence mekanı, konukseverlikten turizme geçişin işaretçileridir (Şekil 4.25).



Şekil 4.25 : Bodrum kentinin yaşadığı dönüşüme bakış.

1960'lara kadar haritalardan okunamayacak kadar yavaş bir mekansal değişim yaşıyan Bodrum, İstanbul ve Ankaralılar'ın 'taşranın konforsuzluğuna katlanamadıkları' yılların geride kalmasıyla yeni bir sürece girmiştir. Yerli turist olarak entelektüel camianın artan ilgisi, bu sürecin tetikleyicisi olmuştur. Adı Bodrum'la özdeşleşen ünlü eğlence mekanları, Halikarnas Disko, Hadi Gari Bar, Mavi Bar, Veli Bar bu yıllarda hizmete girmiştir. Selim İleri'nin Her Gece Bodrum isimli eseri, mekansal güzelliklere vurgu yaptığı kadar kentliler için Bodrum'un başka bir yüzünü daha ortaya çıkarmaktadır. Böylece, anlatıların doğa ve tarih tasvirine karikatürler ve kartpostalların da katkısıyla birlikte Bodrum'un geceleri ve eğlence halleri de eklenmeye başlamıştır. Artık Bodrum, 'yaşanılan yerden, sorumluluklardan ve gerçek hayattan kaçış'ın da temsili mekanıdır.

80'li yıllara gelindiğinde, dönemsel politikaların etkisiyle hem anlatıların hem de mekansallaşmanın yayılma biçimi ve hızı değişmiştir. Artan ulaşım imkanlarıyla 'İstanbul'un sayfiyesi' haline gelen bu yer, medya ve popüler kültür aracılığıyla da geceleri eğlencenin, gündüzleri ise deniz ve uykunun –dinlenmenin- mekanı olarak ün kazanmıştır. MFÖ'nün Bodrum Bodrum şarkısı bu dönemin ürünüdür. Tüketim kültürüyle beraber 'hep daha fazla' itkisindeki toplum yapısı, yeni orta sınıfın doğuşu ve lüks tüketimle değişime uğramıştır. Bu yıllarda anlatılar artık yeri ve duyguları tariflemekten öte, yaşam tarzını ifade edecek biçimde göstergelere dönüşmeye başlamıştır. Kent merkezine yönelik koruma kararları ve yeni belediyelerin oluşturulmasının etkisiyle koylar da yapılaşmaya açılmıştır. Bodrum'un artan popüleritesi konut talebini, eğlence ve yeme içme mekanlarını arttırmış, koylar tercih edilen yaşam tarzlarına göre ayrılmıştır. Türkbükü, Türkiye'nin St. Tropez'i diye ünlenmiş, üst gelir grubunun lüks konutları ve dünyaca ünlü eğlence mekanlarının şubeleri ile dönüşmüştür. Gümüşlük, sit alanı olmasından dolayı kısıtlı yapılaşma ve balıkçı restoranlarıyla, entelektüellerin doğayla buluştukları huzurlu mekan arayışına cevap vermiştir. Bu süreçte anlatılar mekanları, mekanlar da yeni anlatıları doğurmuştur. Bu durumun söyleşilerdeki yansımalarına bakıldığında ise, Bodrum imgesi bu sürecin neresinde bulunduğunuz ve nasıl bir arka plana sahip olduğunuzla ilgili olduğu ortaya çıkmaktadır. Bodrum'da yaşayanların, sonradan yerleşenlerin ve dönemsel olarak Bodrum'u ziyaret edenlerin gözünde farklı Bodrum imgeleri bulunmaktadır. 1980'lerde yerleşen biri için Bodrum eğlenceyi ve tüketimi temsil ederken, çocukluk yıllarında imkansızlıklar içindeki Bodrum'u görmüş birisi için

Bodrum, gelişimi ve yeniliği temsil edebilmektedir. Böylelikle, farklı kişilerin zihninde aynı kente dair bugünün ve geçmişin imgesi değişik olduğu gibi, geleceğe yönelik beklentileri de değişik olacaktır. Bu nedenle kent okuması yapılırken, kent üzerine oluşturulan imgeler anlatı katmanlarıyla ele alınmıştır. Her bir anlatı, kendi döneminin dinamiklerini ifade ettiği gibi, tüketim kültürü gibi bir etki karşısında gösterge niteliği kazanarak kendisi de yeri dönüştüren bir dinamik haline gelebilmektedir. Mekansal ve imgesel bütüne bakıldığında Bodrum, Urry'nin turizm hiçbir yerde ve her yerde olarak kavramsallaştırdığı yeni dönemin izlerini taşımaktadır. Yere ait herşey, bazen insanlar da dahil, estetikleştirilmiş bir biçimde sunularak turist bakışına hizmet etmektedir. Dahası marka kent yarışında, anlatılar göstergelere dönüşerek 'yer'in reklam sloganı haline gelmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bir kent okuması yaparken, yerin yalnızca tarihsel süreç içindeki mekansal dönüşümüne bakılarak bir okuma yapmak mümkündür. Yaşayanların istatistiki bir veri olarak görülebileceği bu gibi durumlarda, kent ve kentli dönüşümün bir parçası olarak görülse de tarihin 'seçmeci' bir kurguda bir araya getirilebileceği fikri göz ardı edilmiş olur. Modern sonrası ortamın getirilerinden biri olarak disiplinler arası bir çalışmada ise niteliksel ve niceliksel veriler bir araya getirilirken, yapılan araştırmanın öznel olacağı kabulüyle kente bakılır. Böyle bir bakış açısıyla yola çıkan bu çalışmada 'anlatılan' tarih dışında, alternatif bir Bodrum okuması yapılması amaçlanmıştır. Kronolojik tarih sırası ve bilgisi göz ardı edilmeksizin, kenti etkileyen ve kente dair diğer 'küçük anlatılar' da dönüşüm resminin bir parçası olarak kabul edilmiştir. Bodrum kent mekanının sanatçıların anlatılarıyla zihinlerde oluşturulan imgesel yeri ve bunun kent mekanıyla tüketim kültürü ekseninde kurduğu ilişki araştırılmıştır.

Bodrum kent imgelerine bakıldığında, önceleri yere dair 'naif' anlatılarla kurulan bu imgelerin gün geçtikçe popüler bir hal alarak tüketim kültürüyle buluştuğu görülmüştür. Yörenin turizmle buluşması ile turist bakışına uygun göstergesel bir işlev kazanan anlatılar, 'Bodrum denince akla gelenler'e dönüşmüştür. Böylelikle, yere dair imgeler ve deneyimler, popüler fotoğraflar ve klişeleşmiş Bodrum söylemleri halini alarak, yerin reklam sloganı gibi işlemlerdir. Kentin yazarlar ve sanatçıların yardımıyla yeniden inşa edilmiş olan bu cezbedici hali, kente talebi arttırarak, mekansal dönüşümü tetiklemiştir.

Ülkede 1980 sonrası uygulanan liberal politikalar ve toplu konut kredileriyle hızla çoğalan ikinci konutlar, yarımadanın her yerine yayılmıştır. Ulaşımın kolaylaşmasıyla beraber yeme-içme ve eğlence mekanları ardı ardına açılmıştır. Zamanla Bodrum, turistik bir beldeden daha çok 'İstanbul'un uzak sayfiyesi'ne dönüşmüştür. Ayrıca, yapılaşmayı düzenlemek adına geleneksel Bodrum evini koruma altına alan yönetmelikler de değişen ihtiyaçlara cevap vermeyerek Bodrum evini kopyalanan bir şablon mimariye dönüştürmüştür. Yalnızca bir kopyalanan bir

temsil olarak görülen bu mimari biçim, topoğrafya, iklim gibi yere dair unsurları gözardı ederek mekansallaşmıştır. 1990'larla beraber, kooperatiflerin yerini lüks tüketim nesnesi olarak yeni konutlar almıştır. İhtiyaçtan öte lüks tüketim göstergeleriyle Bodrum evi hayali, Bodrum'da lüks bir yaşam hayaline dönüşmüştür.

Tüm bu sürece bakıldığında, Bodrum'un dönüşümü olumsuz gözükmemektedir. Ancak, üst ölçekteki ekonomik ve sosyal hayatın değişimi, Türkiye'nin birçok kentini bu şekilde etkilemiştir. Uygulanan dönemseller politikaların etkisiyle, hızlı bir biçimde tüketim kültürünün etkisine giren ülke, özellikle yeni orta sınıfın doğuşuyla kent mekanlarını benzer biçimde dönüşüme açmıştır. Bodrum'un bu dönüşümü yaşayan Türkiye'deki bir turistik kentten farkı ise, kent imgesinin gücüdür. Anlatılar aracılığıyla kurulan kent dair bu imgeler, kent mekanını zihinsel olarak yeniden inşa ederler. Mekansal ve imgesel sürecin birbirini etkilediği bu durum, kentin popülerliğini korumasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca, simge üretim uzmanları olan sanatçıların ve yazarların kent mekanını estetik bir yorumla sunduğu bu anlatılar, zamanla tüketim kültürünün kent mekanına dair öne çıkardığı göstergelere dönüşmüştür. Sürekli biçimde imgesel ve mekansal alanın birbirini etkilediği Bodrum'un dönüşümü bu nedenle, bütünsel olarak ele alınması gereken bir süreçtir.

Bu amaçla, kent mekanının dönüşümünde sonra, Bodrum kentine dair popüler söylem ve imgelerin ortaya çıkışı ve dönüşümü araştırılmıştır. Kent tarihini farklı yollarla kuran bu söylem ve imgeler, kitle iletişim araçlarında ortaklık kazanırken kentte yaşayanlar arasında farklılaşmaktadır. Özellikle, sosyal aktörlerle yapılan görüşmeler ve kentle ilgili gözlemlerde, genel geçer, 'indirgenmiş' Bodrum imgelerinin her zaman ve herkes için aynı olmadığını, özellikle yerel halkın zihinlerinde başka türlü bir Bodrum imgesi inşa ettiğini göstermektedir. Bodrum'u bir tatil beldesi olarak değil, kökenlerinin bulunduğu, ait oldukları yer olarak tarifleyen bu insanlar, dönüşümü artı ve eksileriyle, ekonomik ve sosyal yaşamın gelişimi olarak anlatmaktadırlar. Bu durum, yaşayanların kendi arka planları doğrultusunda başka Bodrum anlatılarına sahip olduklarını göstermektedir. Ayrıca 'nerde o eski Bodrum' söylemi gibi nostaljik söylemlerin yerel halktan daha çok dışarıdan yöreye gelenlerin anlatımlarında yer bulduğu gözlemlenmiştir. Emperyalist nostalji olarak kavramsal karşılığını bulan bu durum, kente dışarıdan gelenlerin genellikle anlatılara atıfta bulunan söylemleriyle farklı bir imge inşası olarak görülmektedir. Bu noktadan bakıldığında, kent deneyiminin görsel ve söylemsel

olarak çokça tekrar edilmiş kurgular aracılığıyla kazanılması, estetik tüketimciliğin bir başka biçimidir. Gündelik hayatın estetize edildiği ve turizmin artık ‘her yerde ve hiçbir yerde’ olduğu bu yeni deneyim biçimiyle, kent deneyimi de metalaşmaktadır. Bu durum, hem küreselleşmenin etkisinde ortaya çıkan yerelin artan önemine hem de marka değeri kazanan yerin mekansal dönüşümüne katkı sunmaktadır.

Tüketim kültürünün mekansallaşmasının izlerinin Bodrum’da arandığı bu tezde, dönüşümle ilgili olumlu ya da olumsuz bir yargıya varmaktan kaçınılmıştır. Çünkü, dönüşüm, kentlerin ve kentlilerin etkileşimiyle gerçekleşen bir süreçtir. Söylemler ya da popüler anlatılara dayalı ortak bir Bodrum imgesi olduğu gibi, bu imgenin altını kazımayı gerektirecek birçok farklı bakış açısıyla ve bunların kurduğu başka Bodrum’lar da bulunmaktadır.

Tüketim kültürü, turist bakışı gibi konulara odaklanması ve dönemselsel olarak uzun bir süreci kapsamaması dolayısıyla tez, anlatıların mekansallaşması konusuna kent mekanlarındaki örneklerine ulaşacak kadar detaylı biçimde eğilememiştir. Bodrum’la ilgili anlatıların fazlalığından ötürü, sunulabilecek birçok materyal tez kapsamı dışında kalmıştır. Anlatıların 1960’taki başlangıcını oluşturan Azra Erhat, Cevat Şakir Kabaağaçlı ve Sabahattin Eyüboğlu’nun oluşturduğu Mavi Anadolu grubunun varlığı, simge üretim uzmanlarının ortaklıkları ve ülke politikalarıyla ilişkisi bir yüksek lisans tezi kapsamını aşacak araştırmaya elverişli gözükmektedir.

Dahası 1980 sonrası liberal politiklar, medya ve popüler kültür ekseninde koyların yapılaşmaya açılması ve değişen kimlikleri ile Bodrum koyları da tez kapsamını aşan ancak araştırmaya açık konular olarak görülmektedir.

Mekan üretimi, siyasi ve ekonomik alandan ayrı düşünülemez gibi, yaşayanların kente dair imgelerinden ayrı da düşünülemez. Bu nedenle, kent mekanının dönüşümü yalnızca tarihsel ve yapısal olarak değil, imgesel olarak da ele alınmalıdır. Kentin çok katmanlı ve çeşitliliğe açık yapısını koruması, kentsel alanlarının ortak hafıza mekanları olarak görülmesi ile mümkündür. Siyasi ve yerel otoritelerin kararlarını, yaşayanların fikrini alarak, onları bilgilendirerek ve kenti iyi tanıyarak almaları, uzun vadede dönüşümün kent için olumlu sonuçlanmasını sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Akay, A.** (2010). *Postmodernizm'in ABC'si*. Say Yayınları, İstanbul.
- Akbalık, E.** (2004). Tüketim Kültürünün Etkisinde Değişen Kentsel Yaşam Biçimleri ve Küresel Kentler İstanbul Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İ.T.Ü., Fen Bilimleri, İstanbul.
- Akçura N. ve Akçura T.** (1972). Kasaba Ölçeğinde Çevre Değerlerini Koruma Amaçlı Bir İnceleme: Bodrum, Mimarlık, 72-8, TMMOB Mimarlar Odası Yayını.
- Alemdar, Y.** (2009). Mimarlıkta Anlatı Olarak İmge, Doktora Tezi, İ.T.Ü, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Anıl, M.** (2007). Tarihsel Alanlarda Turizm Olgusunun Tasarım- Koruma İlişkisi Üzerindeki Etkileri: Bodrum Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Bilimleri, İstanbul.
- Aytaç, Ö.** (2007). Kent Mekanlarının Sosyo-Kültürel Coğrafyası. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 17, Sayı: 2, 199-226.
- Bağlı, H.** (2001). Temsil Araçları Olarak Zanaat ve Tasarım: Turistik Nesnelere Üzerine Kavramsal Bir Analiz, Doktora Tezi, İ.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Balcadağ, Ö.** (2006). Mimarlık ve Tüketim İlişkisine Kent Bağlamında Bir Bakış: İstanbul Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İ.T.Ü. , Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Bali, Rıfat N.** (2011). *Tarz-ı Hayat'tan Life Style'a*. İletişim, İstanbul.
- Baudrillard, J.** (1997). *Tüketim Toplumu*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z.** (1999). *Küreselleşme*. Ayrıntı, İstanbul.
- Bektaş, C.** (1979). *Bodrum Halk Yapı Sanatından Bir Örnek*. Turing Otomobil Kurumu, İstanbul.
- Berger, J.** (1986). *Görme Biçimleri*. Metis Yayıncılık, İstanbul.
- Besim, D.Y.** (2007). Özgün Kentsel Mekanların Okunması ve Belirlenmesi Üzerine Analitik Bir Çalışma : Bodrum Türkkuyusu Örneği, Doktora Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Bilsel, C.** (2007). Our Anatolia. Muqarnas, 24-1,1-20.
- Bocock, R.** (1997). *Tüketim*. Dost Yayınları, Ankara.
- Bodrum Belediyesi Arşivi** (2011). Kişisel Görüşme.
- Bozyer, Ü.** (2008). Kent Dokusunun Oluşmasında Turizmin Etkisi: Bodrum Örneği, Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Calvino, I.** (2010). *Görünmez Kentler*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

- Culler, J.** (2009). *Turizm Göstergelimi*. Cogito, 59, 95-112. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Çalışlar, İ.** (1999). *Halikarnassos'ta Bir Zaman*. Apa Tasarım Yayıncılık, İstanbul.
- Erez, S.** (1996). *İstanköyaltı Bodrum*. Bilgi Yayınevi, Ankara.
- Erhat, A.** (2005). *Mavi Yolculuk*. Can Yayınları, İstanbul.
- Ertem, T.** (2000). *Bodrum Ev Stili ve Kültürü*. Celsus Yayıncılık, İstanbul.
- Evren, G.** (2004). Popüler Kültür ve Mimarlık, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Geçkin, Y.** (2012). Kişisel Görüşme.
- Gottdiener, M.** (2005). *Postmodern Göstergeler*. İmge Kitabevi, İstanbul.
- Günel, A.** (1998). Otantik Olanı Aramak, Birikim, sayı: 111-112, 109-113.
- Gür, R.** (2002). *Bodrum 1930-1980*. Celsus Yayıncılık, İstanbul.
- Gürsel, E.** (2012). Kişisel Görüşme.
- Gündüz, S.** (2001). Bodrum (Muğla) Koruma Amaçlı Revizyon İmar Planı, Antalya.
- Harvey, D.** (1997). *Postmodernliğin Durumu*. Metis Yayıncılık, İstanbul.
- Featherstone, M.** (1996). *Postmodernizm ve Tüketim Toplumu*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Işık, O.** (1995). *1980 Sonrası Türkiye'de Kent ve Kentleşme*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- İleri, S.** (1976). *Her Gece Bodrum*. Bilgi Yayınevi, İstanbul
- Kabağaçaçlı, C.** (1961). *Mavi Sürgün*. Bilgi Yayınları, Ankara.
- Kahraman, H.B.** (2002). *Postmodernite ile Modernite arasında Türkiye*. Everest, İstanbul.
- Karakoyun M.** (2010). Bodrum Geleneksel ve Güncel Konut Mimarisinin Biçim Grameri Yöntemi ile Araştırılması, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Keyder, Ç.** (2000). *İstanbul Küresel ile Yerel Arasında*. Metis, İstanbul.
- Kiper, P.** (2004). Küreselleşme Sürecinde Kentlerin Tarihsel Kültürel Değerlerinin Korunması : Türkiye Bodrum Örneği, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kümbetoğlu, B.** (2005). *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*. Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- Lefebvre, H.** (1991). *The Production of Space*. Blackwell, Oxford.
- Lynch, K.** (2010). *Kent İmgesi*. İş Bankası Yayınları, İstanbul.
- Mansur, F. ve Güler, A.** (1999). *Dün-Bugün Bodrum*. Ana Yayıncılık Turizm İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş., İstanbul.
- Manisa, K.** (2007). İkincil Konutların Turizm Sektöründe Yeniden Kullanılabilmesine İlişkin Bir Model Önerisi, Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- MacCannell, D.** (1989). *The Tourist: A New Theory of The Leisure Class*. New York: Schocken Books.
- Massey, D. ve Pat Jess.** (1995). *A Place in the World? Places, Cultures and Globalization*. Oxford Open University Oxford University Press.
- Mavi** (2011). Bodrum Ticaret Odası Yayını, 6, 41-48.
- Mumcu, E.** (2000). Post-turizmin Estetik Mekanları, *Domus M*, 5, 68-69.
- Öncü, A.** (2000). İstanbullular ve Ötekiler. İstanbul Küresel ile Yerel Arasında, 117-144, Der. Ç. Keyder, Metis Yayıncılık, İstanbul.
- Özaln, M.** (2012). Kişisel Görüşme.
- Özcan, B.** (2007). Postmodernizm'in Tüketim Araçları. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 17, Sayı: 1, 261-273.
- Özcan, B.** (2007). Sosyolojik Olarak Tüketim ve Boş Zaman Tezi, Sosyal Yapı Sosyal Değişme Bilim Dalı, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Özışık, E.** (1999). *Adı Halikarnas : 20. Yüzyıl Sonunda Siyah Beyaz Fotoğraflarla Bir Kent Belgeseli*. YEM, İstanbul.
- Robins, K.** (1999). *İmaj*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Rifat, M.** (1992). *Göstergebilimin ABC'si*. Say Yayınları, İstanbul.
- Sayın, N.** (1991). Ersen Gürsel ile Bodrum Üzerine Görüşme, *Tasarım*, 15, 72-75.
- Sontag, S.** (2010). *Fotoğraf Üzerine*. Agora Yayınları, İstanbul.
- Süer, D. ve Sayar, Y.Y.** (2002). Küresel Sermayenin Yeni Tüketim Mekanları Lüks Konut Siteleri. *Mimarlık ve Tüketim*, 39-66, Boyut Yayın Grubu, İstanbul.
- Tanyeli, U.** (2004). *Konutu ve Modernleşmeyi Metropolden Okumak*. Akın Nalça, İstanbul.
- Thorns, D.C.** (2004). *Kentlerin Dönüşümü, Kent Teorisi ve Kentsel Yaşam*. Global Yayın, İstanbul.
- Tomruk, B.** (2010). Bursa'nın 2000-2010 Arası Yeniden Yapılanmasında Kentsel Söylem Üzerinden Dönüşüm Rotaları, Doktora Tezi, İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ulf H.** (1996). *Transnational Connections: Cultura, People, Places*. London-New York, Routledge.
- Urry, J.** (1999). *Mekanları Tüketmek*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Urry, J.** (2009). *Turist Bakışı*. BilgeSu Yayınları, Ankara.
- Yunt, A.** (2012). Kişisel Görüşme.
- Zukin, S.** (1998). Urban Lifestyles: Diversity and Standardisation in Spaces of Consumption. *Urban Studies*, vol:35:5, 825-839.

Url-1 <[http:// http://www.arkiv.com.tr](http://www.arkiv.com.tr)>, alındığı tarih: 24.03.2012.

Url-2 <<http://www.tsv2023.org>>, alındığı tarih: 17.11.2011.

- Url-3** < <http://bodrum.bel.tr/eskibodrum/index.html>>, alındığı tarih: 03.02.2012.
- Url-4** <<http://www.chaletazur.com>>, alındığı tarih: 19.05.2012.
- Url-5** <<http://gazetearsivi.milliyet.com.tr>>, alındığı tarih: 03.02.2012.
- Url-6** <<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=9283>>, 08.05.2012.
- Url-7** <<http://www.tdk.gov.tr>>, alındığı tarih: 28.05.2012.
- Url-8** <<http://www.bodrumonline.com>>, alındığı tarih: 24.03.2012.
- Url-9**<<http://www.discoverbodrum.com/Turkce>>, alındığı tarih: 24.03.2012.
- Url-10** <<http://www.tuik.gov.tr>>, alındığı tarih: 22.04.2012.
- Url-11** <<http://www.facebook.com/groups/58789908225/>>, 22.03.2012.
- Url-12** <<http://www.sabah.com.tr>> , alındığı tarih: 06.05.2012.
- Url-13** < <http://www.bagevleri.com/bodrum-tarih-tr.html>>, alındığı tarih: 12.03.2012.
- Url-14** < http://www.turizmdosyasi.com/haber_oku.asp?haber=34>, alındığı tarih: 12.03.2012.
- Url-15** < <http://www.bodrumajans.com.tr/bodrum-ajans-foto-galeri.php?galeri=4>>, alındığı tarih: 24.03.2012
- Url-16** < <http://www.mkutup.gov.tr.>>, alındığı tarih: 19.04.2012.

EKLER

EK A: Görüşmeler

EK A.1: Yılmaz Geçkin ve Korhan Geçkin görüşmesi

EK A.2: Mehmet Özalın görüşmesi

EK A.3: Ahmet Yunt görüşmesi

EK A.4: Ersen Gürsel görüşmesi

EK B: Gazete haberleri

EK A: Görüşmeler

EK A.1: Yılmaz Geçkin (Şeker Yılmaz) Görüşmesi

Tarih: 07. 03. 2012

Süre: 1 saat 56 dk. (Toplam)

1984 yılında, Ankara’da Şeker Fabrikası’ndan emekli olduktan sonra oğlu Korhan Geçkin ile birlikte Bodrum’a yerleşmeye karar vermiş. Şu an kendisi 78 yaşında ve hala oğlu ile Bodrum’da ikamet etmektedir.

Gizem Esmer: Bodrum’a geliş hikayenizden başlarsak, kaç yılında ve neden geldiniz?

Yılmaz Geçkin: Ben buraya 1984 Şubatı’nda geldim.(50 yaşındaydım) Önce bir merak, daha önce bir kere görmüştüm Bodrum’u. Ama emekli olunca Antalya mı yapalım, Alanya mı, Marmaris’te mi yaşayalım, kendi kendimize düşünüyorduk, oğlumla.

Ankara Şeker Fabrikaları’ndan emekli oldum. Emekli oldum, hemen bir hafta içinde geldim. Ev tutma anımı anlatırsam... Bodrumlu beni seven genç kardeşler – Ankara’dan tanıdığım buradan biriyle evlenen çocuk ve onun arkadaşları- abi gel sana burada ev tutalım dediler. Geldik, Raşit’in Kahvesi’nde oturduk. O da öldü şimdi, Kale’nin oradaki kahvede oturduk. Ben de tam bilmiyorum Bodrum’u da. Beş kişi oturuyoruz masada, dediler ki biraz sonra ev bakarız. Minareden ses... Ben zannettim ki ezan... Meğer değilmiş.

‘‘Efendim, Ankara’dan Bodrum’a misafir olarak gelmiş bulunan, arkadaşlarımızın arkadaşı Yılmaz Bey’in kiralık eve ihtiyacı var, evi olanlar gelsin...’’ On dakika geçmedi, beş kişi geldi, benim evi tut, benim evi tut diye. Biri diyor evim şurada, birisi diyor benimki şurada... Bilmiyorum ki Bodrum’u. Emekliyiz ya para da bol. Rahmetli oldu Ali Efe, aldı beni , uzun yıllar oturduğum, Antik Tiyatro’nun yokuşundan çıkınca, en son eve gittik. Bir yokuş ki taşlar, taşlar, ne asfalt... Nefesin tıkanır. Geldik, işte bu ev dedi. Kapısı nerde dedim, arka bahçede, dedi. Bana ne dedim oturmam bu evde, dedim. Yok yok dedi ve bağırdı. Çakarız dedi iki günde. Düşün taban tahtalarını çakacağız daha, briketten bir ev. Mutfak şu kadar, ne buzdolabı girer, ne bir şey pişirebilirsin o kadar küçük. Ve biz o ortamda, allem ettiler kullem ettiler üç aylık adama parayı verdim. Bir kireç bari yapın dedim, üç bin

liraya da onu yaptılar. Gittim, eşyaları arabaya attık getirdik, oğlanla. Oğlan ertesi gün kaçtı, böyle ev mi olur diye. Kaldım tek başına, eşyalar sığmıyor. Bir hafta onu itıştır bunu kakıştır yerleştirdim.

Ama o zamanlar Bodrum, sakin, havadar, deniz kenarı... Tabii binlerce böyle evler yoktu, oturduğum evin tuvalet penceresinden begonviller arasından kale görünüyordu. Anlatamam. O kadar mı güzel olur.

Yerleştik, on bir sene oturdum aynı evde. Arkalardan, bahçeden kapıları yıktırttım ön cepheye taktırdım. Ne karışan var ne görüşen. Üstüne de elimle kırk bir yazdım – belediye dedi- hala durur öyle kapı numarası. Taşınırken ağladı bütün mahalle gitme diye. Güzel anılardı.

Ev sahibinin kızları vardı. Sabahın köründe kapıyı çalarlardı, ne haber, çay yaptın mı diye. Onlar Bodrumlu tabii içmez görünüp, içerlerdi. Beyaz şarabı ada çayı gibi gösterir içerdik sabahın köründe.

Akşam üstleri, kime gel desem geliyor, kime gelme desem yine geliyordu. Gelen gitmiyor öyle bir ortam vardı. Herkes tanıyor tabii birbirini ben de hep geceleri Han'dayım o zaman (Han Restoran).

Hep süt beyaz giyinirdim o zamanlar...

O zamanlar Kale'nin kenarında kurulurdu pazar, köylüler bezlerini yayardı denizin kenarında. Böyle pazar yoktu, sokak aralarında Denizciler Kahvesi civarında. Pazarcılar da çok seviyor, tanıyorlar. Pazara gitmeden, aşağı inmeden illa ki iki double çakıyorum evde domates, salatalık kavunla. Aşağıdan Mozale'nin oradan gelen turistler, "Oo... Nice..." diyorlar, hemen çağırıyorum gelip oturuyorlar tabi rakı sert... Antik tiyatroya gidip geri geliyorlardı bana. Böyle bir ortam var.

Neyse sonra pazara gittiğimde de... Orada bir hanımla tanıştım, üç otobüs kadın İstanbul'dan gelmişler, ben de katıldım aralarına Han restorana gittik akşam, şen dul kadınlarla.

Yani öyle pazarda tanışıp, hep beraber eğlenmeye gittiniz öyle mi?

Öyle tanışmak falan diye bir şey yok sonuçta küçük yer, nereye gitsek birileriyle muhabbet edilirdi.

Han Restoran'dan başka nereler vardı, eğlenme yerleri?

Barlar vardı önce... Halikarnas'ın orada Mavi Bar vardı. Sonra Bebek Bar vardı, bir yer daha vardı... Aklıma gelmedi şimdi adı, Cemal'in yeri, Yunan müzikleri yapardı. Gecenin on ikisinde Han'da müzik bittiğinde evlere dağılırdık, muhabbete öyle devam ederdik. Gidip gelenlerle sonra kart yazardık birbirimize, cep telefonları çıktı sonra tabii.

Peki Zeki Müren'le ilgili anılarınız nasıl?

Zeki Müren'le ahbablığım çok oldu. Ben Zeki Müren'i İstanbul Şile'de İsmet Ay ve Mine Mutlu'yla film çekerlerken tanımıştım. Oralarda bir çay bahçesi vardı, akşamları orada toplanırız, sonra rakı masaları kurulur ama o viski içerdi. Ben de İstanbul aşığıydım sık sık kaçırdım İstanbul'a, daha Bodrum'a taşınmadan. Neyse yirmi sene görmeden, benden önce gelmiş yerleşmiş, yıllar sonra Han Restoran'da tekrar gördüm. Yerine bir sarhoş adam oturmuş -o da hep aynı yere otururdu- ben de fark etmeden çift tabureye oturmuşum, garson söyledi. Gelip yanıma oturmuş bulundu tabii. İnsanlar boyuna "Nasılsınız, paşam?" soruyorlar, sarılanlar, fotoğraf çektirenler falan var. Ben de kendimi hatırlatayım dedim, sonuçta yüz bin kişiyle ahbablığı var beni nerden hatırlayacak ama hatırladı, öyle zeki adamdı.

Hep Han'a takılırdık, onun lafları, sohbetleri. Ahbabları çok tabii. O bana Şeker diyenlere "Şeker demeyin ona, o benim Sakarınım" derdi, eğlenirdik. Onun çevresinden çok insan gelirdi.

Şimdi ilk Bodrum'a geldiğimde oturduğum ev, en güzel manzaralardan birine sahipti. Ferdi Özbeğen falan buradaydı, Akrep Nalan sonradan geldi. Sahne alıyorlardı. O zamanlar, herkes Zeki Müren'le fotoğraf çektirmek için sıraya girerdi. Nerede Zeki Müren, yüz bin kişi sırada. Fotoğrafçı başında durup para kazanırdı, çat ver on lira, çat ver on lira diye.

Misafir Hanım'la gittiğim bir gün, söyler misin dedi, doğum günün bir şarkı söyler mi benim için diye. Paşam dedim, misafirim gönlünüzden geçen bir şarkıyı mırıldanabilir misiniz diye soruyor.

"Söndürün şu ışıkları" dedi. Işıklar söndü. Şarkısına başladı. Şaşarsın, herkes dondu kaldı öyle bir ses (Resimleri gösteriyor, eski bahçesini).

Şimdi bu koylara gidiliyor ya o zamanlar nasıldı? Türkbükü, Gümüşlük...

Bu derece değildi. Gidilirdi, orada birkaç ufak restoran, meyhaneler vardı. Tenha ve temizdi. Şimdi en sosyetik yer oldu. Simit ayağı, helva ayağı oralara gidemezsin. Simit orada on lira oluveriyor bir anda. İskelelerde, tüllerin arkasında...

Bir dönem Torba öyleydi sanırım...

Ama Türkbükü'ndeki gibi localı mocalı değildi. Seyfi Abimizin yeri vardı, iskelesinde, rahattı. Akrep orda, Ferdi ordaydı ama Türkbükü gibi değildi yine.

Kaç yıldan sonra Türkbükü'ne kaymıştır sizce...

Torba'da hiç eğlence bulamazsın şimdi, hiç. Bir iki restoran, deniz güzel. Denize gidiyor millet, akşam orada muhabbet, bir iki lokma yiyor, Bodrum'a eğlenmeye iniliyor.

Siz geldiğinizde Türkbükü böyle değildi sanırım...

Geç patladı oralar tabii.

Korhan Geçkin - Eski Barmen – Yılmaz Oğlu Geçkin'in

(Katılımıyla söyleşiye devam edildi)

Bodrum'un turizmle tanışma süreci ilgili düşününce... Bodrum için herhangi bir tatil yeri değil, "İstanbul'un sayfiyesi" tabiri kullanılıyor, siz katılır mısınız bu görüşe?

Aynen öyle. 90'lardan sonra ünlüler gelmeye başladı, 2000'e varmadan bitti Bodrum. Ama korkunç bir şekilde İstanbul akın etmeye başladı ve bitti Bodrum. Tatil anlamı bitti Bodrum'un, burada daha çok yorulursun.

Siz geldiğiniz zaman nasıl bir Bodrum vardı? Ne geliyor aklınıza imge olarak...

Ne geliyor biliyor musunuz? O güzelim milis ciplerle - o askeriyeden bozma milis ciplerle-gezdiğimiz yıllar. Tek dolmuşu oydu Bodrum... Birçok yere yol yoktu.

Ciplerle giderdik denize. Adam bir der şuradan bu adamı da alacaktık diye, sokaklara dalıyor, bir evin önünde duruyor. "Hacer Teyzeeee! Hadi gel " diye bağırıyor. Hadi, on dakika da onu bekliyoruz. Herkes tanyor birbirini tabi.

Ben hatırlarım, buraya yerleşirken Bodrum'un girişinde nüfus beş bin yazıyordu. Ve orada durup, beş bin iki yaptık, gelince babamla.

Ben buraya geldiğimde, 19 yaşındaydım kaçtım ertesi gün babamın anlattığı gibi.

Aslında şimdi Bodrum'a 19 yaşında birini getirseniz kaçmaz değil mi?

O zaman kaçtım. Eski Bodrum yolları şimdiki gibi de değil, 16 saatte geldik kamyoncuyla birlikte Ankara'dan. Kış ayı zaten, yağmurlu bir havada. Bodrum'a indik babamın arkadaşları yardıma gelmişler, ama hepsi sarhoş.

Eve girdim baktım ki. Ankara'da üç oda bir salon evden gelme bütün eşyalar kamyonun içinde, bir baktım ki buradaki evin toplamı yirmi metrekare. Eski tip ev tabii. Oda beş metrekare. Hiçbir eşya girmiyor. Kapılar 1.60'a 30 cm. Babamın arkadaşları gelmiş, buranın en büyük eşrafı. Banka müdürleri, oda başkanı... Ama kimse ayakta duramıyor, milis cipe binmişler, arkasında mangal yanıyor hala. Etler atılmış, mangal yanıyor, Şeker yardıma geldik diyorlar. Kamyoncu ben inmem diyor, yağmur yağıyor. Aynen o akşam geri döndüm Ankara'ya.

Bir hafta kaldım Ankara'da, sonra babam ısrar etti geri geldim Bodrum'a. Ama muhteşem bir doğa.

Gördüğün limanın içerisinde yüzülürdü, inanılmaz balık tutulurdu, tekne yok hiç bir şey yok şimdiki gibi. Balıkçı tekneleri olanlar, liman falan yok şimdiki gibi.

O zaman mı şimdi mi dersen? Tabii o zamanki Bodrum'u şimdi isterim. Bir tane taş ev yok şimdi.

İnsanlar ilk gelirken hem doğası hem de beyaz taş evler, sempatik diye de gelmiş sanırım?

O zamanki belediye başkanlarına açın bakın, mesleklerine hepsi marangoz. Siyasetten hiç anlamayan insanlar. Ama onların arkasında, şunu belediye başkanı yapalım hiç sabıkası yok, herkes sever sayar arkasında o zamana ait elli tane otel varsa on beş otelci birine olur koyuyor, başka bir marangozu da diğerleri destekliyor. Bir biri oluyor, bir diğeri oluyor. Yani denetleme yok, otelciler ne derse onlar onu yapıyor.

İlk başta sevilen, yerleşilen taş evlere sonra sığlamamaya başlamış.

Sığmamayı bırakın, o taş evleri ne vakıflar ne belediyeler korumaya almadı. Şimdi gördüğünüz taş evlerin çoğu eskiden kalma değil, sonradan yapılan, taş ustalarının yaptığı evler. O değirmenler... Dünyanın başka bir yerinde olsa...

Gümbet plajı, 1987-1988'lerde dünyanın en iyi üçüncü sörf alanıydı. Amfi tiyatrodan yol yoktu Gümbet'e. Hemen hemen her gün denize girerdi Gümbet'te, on iki ay denize girdiğini bilirim.

Bardakçı Koyu'na çok gidilirmiş heralde?

Sadece Apple Bar vardı, benim arkadaşlarımın yeri idi. Sonra Zeki Müren'i de aldık oralara.

Ben orada çalıştım, müdürlük yaptım. Yol yoktu oraya, teknelerle gidilirdi. Hem denize girilirdi, gece de disko olarak kullanılırdı. Geceleri İstanbul'dan gelen ünlüler, kaçamak yapanlar... Zeki Müren her gün orada, arkadaş grubuyla. Her gece personeli oturturdu, uzun bir masa kurardı. İki saat bize çıplak sesle konser verirdi, öyle dinlerdik.

İlk long play plağını, dedi ki burada çalışıyorum, Bodrum duysun. Çok acayip yayın cihazlarımız vardı, kırk kişi bir anda toplandık, ilk defa dinlediğimiz şarkılar. Öyle bir ortamdı.

Antalya'yı istedi ama Bodrum'a yerleşebildi.

Bomboştu evler, kiracı diye bir şey yoktu. Doğru düzgün otel yoktu. Gümbet'te Hanım Otel vardı. (Orada çalıştım). Büyük falan değil, pansiyon. Yanında Sami vardı. Bir de tepede en büyük otel, İstanbul gibi gözümüze devasa gelirdi, tepede bina şeklinde Esentepe vardı. Her yer karavanlık, mandalin bahçesi, portakal bahçesi, çadır ve karavanlık. Her gün insanları akrep sokardı, çadır ya da karavanda kalanlardan. Onları da ambulans şoförü, ev sahibimiz, götürürdü. Sağlık Ocağı dahi yoktu Bodrum'da. Hem belediye şoförüydü hem ambulans. Ama genelde sarhoştu.

Yol açılmış mıydı? Mumcular tarafından mıydı?

Evet, Mumcular tarafından önce sonradan açıldı. Eski yollardan 1 saatte falan sürerdi Milas'a gitmek.

90'larda, bir dönem İstanbul bozuldu diye gerçek, eski İstanbullular, doğa aşığı İstanbullular, mallarını mülklerini satıp Bodrum'a yerleştiler. Genelde yaşlılar. Evde ya da teknede yaşadılar, alıp. Onlar bile sonra kaçtı buralardan.

Bir ara Barlar Sokağı kitleniyordu, en rağbet gördüğü zamanlardı sanırım...

O, 95 civarıydı.

Ben ilk Mavi Bar'da başladığım zaman, 84'te. Üç tane yer vardı. Beyaz Ev, Mavi ve bir tane daha yer vardı. Üç tane yer vardı ve başka bar diye bir şey yoktu, kafe bar. Ve İstanbul oralardaydı.

Han'ın farkı?

Han restoran farklı yemekli, eski tip taverna tarzı... İşte canlı müzik, dansözlü bir mekandı.

Ora Bar falan?

On sene sonra çoğaldı onlar. Bodrum'un dışında yol yoktu ki diğer koylara doğru dürüst. O milis ciplerle nereye gideceksin, bomboş araziler.

Türkbükü nasıldı o zaman eğlence yoktu heralde?

Türkbükü, on hane bir köydü.

Araba bulamazsın, gitcek gelecek. İki tane meyhane vardı o kadar.

Peki burayla ilgili yapılan filmler, kitaplar?

Ben biliyorum mesela, Serpil Çakmaklı'nın, Banu Alkan'ın filmleri vardı.

Akrep Nalan?

Mavi'nin yanındaydı, üst katta çalışırdı o da. Yıllarca orada çalıştı. O sonradan Torba'yı sevdi.

80'le 90 arası meşhur olanların hepsi Mavi'de meşhur oldu. Mavi'de aralıksız çıkanlar... Grup Gündoğarken, Fikret Kızılok, Bülent Ortaçgil, Yeni Türkü. O kadar çok insan var ki. Mavi'ye gelen kesim hep entelektüel ve üniversite çevresinden insanlardı.

Halikarnas peki?

Başlarda, Halikarnas'ta Mavi kadar insan yoktu. O zaman başka disko yok. Yeri çok güzel, insan yok ama. Herkesi alın, müşterileri de gelin Halikarnas'a derdi sahibi.

Ama sahibi Süleyman Demir çok akıllıydı, Londra'dan gününbirlik diskoya insan getirdi. Dünyanın en büyük açık hava diskosuydu o dönemde. Londra'da ofis tutmuş, günlük insanları getiriyor, arkada on beş yirmi odalık otel kısmında yatırıyor, sonra gönderiyordu. Şu an kapalı tabi.

O zamanlar vali mi gelecek, milletvekili mi gelecek, ünlü sanatçılar mı gelecek o karşılardı Bodrum'un girişinde. Onda kalırdı. Kos'ta yan yana on, on beş tane işletmesi vardı, kafeler barlar gibi. Helikopteri iskelesine inerdi, Kos'a kahve içmeye götürürdü misafirlerini.

Biz birkaç yerin personeli kapatınca, çorbacıya. Gün ağarırdı, Gölköy, Türkbükü... Oralara giderdik, ev bile yoktu, sırf sahil. Kumsalda uyurduk. Sabah denize girerdik, duş alacak yer yok. Sonra milis cip bulursak öyle dönerdik.

İstanbul çevresi kendi kendini bozdu. Maddiyat girince oldu. İlk gelenler hep yaşlıydı, yani malını mülkünü satıp, İstanbul'un keşmekeşinden kurtulmak için gelenlerdi. Buranın doğasına hayran kalanlardı.

Ama ilk zamanlar yabancılar çok gelmiş değil mi?

Plak şirketi sahibi, Ahmet Ertegün. Onun aşağıda evi var, duvarları yüksek. O aklınıza kim geliyorsa getirdi ama göremezdiniz. Bir gün kalıp buradan teknelerle Kekova, Gökova'ya giderlerdi. O alıştırdı o insanları buraya.

O zamanlar Bodrum denince insanın aklına doğa, mandalina bahçeleri, deniz geliyormuş...

Antik Tiyatro'nun önünden başlayıp Gümbet Kavşağı'na kadar tırlar olurdu, mandalina tırları. Migros'un olduğu yer mandalina ayırım fabrikasıydı. Kuru defne yapraklarını ve mandalinaları ayırıp sandıklayan fabrikaydı.

En güzel iyi iş yapan yerlerden biri de buzcuysu. Birkaç tekne sahibi ve balıkçılar alıyordu. Barlara da oradan buz alırdık. Pisti ama sonuçta buzdolabı niyetine. Sabahları bütün personel oturur buz kırardık, onunla verilirdi içki. Bunu içerlerdi insanlar.

O zamanlar hiç yabancı içki yok. Burada yaşayan belirli kesim de istiyor. Kos'a giden kaptanlardan muz veya karşılığı getirtirdik. Bulunmuyor hiçbir yerde, ama gizli satılırdı barda. Bir liraysa normal, onu beş liraya satarsın ama en çok o satılır. 1986 yılları bu.

O dönemler söylerlerdi, Bodrum'a evli gitmeyin diye. Çünkü mutlaka boşanırlardı.

Peki bu hoşgörü meselesi mi insanları buraya çeken?

İnanılmaz, hoşgörü vardı. Yani bizim ev sahibimizin arkada, bahçede ocakları vardı, buranın meşhur otlarıyla börekler yapmışlar, dolmalar. Hepsini yeriz diye koyarlardı, açtı kapılar. Hırsızlık yoktu.

Zaten evler boştu, tek tük yaşayan insanlardı yani. Ev pansiyonları vardı, çok güzeldi. Gelip de yer bulamadım diye bir şey yok. Herhangi birinin evine gider insanlar, ‘‘biz iki günlük geldik, yeriniz var mı?’’ diye sorarlardı, onun adı ev pansiyon. Hemen bir oda iki yatak, üç lira beş lira, zararına. Sabahları ev sahibi kadınlar balından reçelinden yumurtasına hazırlar, yedirir içirirlerdi. Yeni insan gördükleri için de çok mutlu olurlardı.

Bizim buradaki ev, sürekli kalabalık olurdu. Aşağı yokuştan inerken, evin yanında bir sarnıç vardı. Kullanılmayan bir sarnıç ama insanlar merak edip kafasını içeri sokuyordu. Sarnıç, yağmur sularıyla dolu, pis fakat onlar için müthiş bir tarih. Bitişikte bizim ev, mangal sürekli yanıyor, önü yemyeşil, her yer çiçek, asma. Masa her zaman hazır, babam buyur eder. İnsanlar oturur, üç gün sonra kalkılırdı masadan. İnsanlar değişiyor devamlı. Yıllarca böyle geçti. Babama mektup gelirdi. Babam ya Bardakçı’da ya Gümbet Plajı’nda olurdu. Meşhur o zaman başka yer yok. Neyse, adreste Bodrum-Sugar- Turkey yazardı, Amerika’dan göndermişler. Postacı da getirirdi. Babam ellisinden sonra İngilizce öğrendi. (Postanenin karşısı da garajdı o zaman).

İnşaat sahipleri, çalıştırdıkları işçileri sezon bitince otobüslerle geri yollardı.

O zamanlar Bodrum’a gelenler, zengin Amerikalı turistlerdi. Alışveriş yapıp dönerlerdi. Yüz binlerce dolar bırakırlardı halıcılara.

Deniz kenarları para getirmiyor diye kızlara verilirmiş. Üst kısımlar zeytinlikler, oğlanlara. Sonra buranın bütün kızları zengin oldu.

Ne zaman müteahhittler girdi, o zaman bitti Bodrum. Özal Dönemi’nden sonra. Buradaki hiç para görmemiş, takasla yaşayan insanlar, sattılar arazilerini. Sonra milyon dolarlık villalar yapıldı o arazilere ve onlar da bekçi olarak çalıştılar. Yani onları çok güzel kandırdılar.

Maket üzerinden ev sattılar, yurtdışında yaşayan Türklere. Aynı evi beş kişiye sattılar. Kibrit kutusu büyüklüğünde, dağın tepesindeki evleri.

Bodrum'un adı bir çıktı birkaç ünlüyle. Bodrum'da evi olmayan ya da o yaz tatil yapmamışsa, yeni çantalarıyla sahilde tur atmadıysa İstanbul'da ona iyi bakmazlardı.

Ne zaman oldu kırılma sizce?

90'a kadar her şey çok güzeldi. Rant geldi, değişti. Mesela, Aktur, buraların ilk tatil sitesi. Evler küçüktü ama dönemin önemli isimlerinin evi vardı. Özal'ın evi vardı mesela. Aktur denince Miami'ye gitmiş gibi olurdun. Üst düzey yetkililer, bakanlar, milletvekillerinin evi vardı. İnanılmaz pahalı evlerdi.

Bodrum'un patlama döneminde denetleme yoktu doğru düzgün. Alt yapı olmaksızın evler yapıldı, bunlar da çok yüksek fiyatlara satıldı. Lüks güya ama yolu yok. Belediye için hiç fark etmiyordu.

Belediyede çalışıp yatı katı olmayan kalmadı. Bir hafta içinde elli tane su basmanı yapılıyordu, o kadar hızlı. Sonra yok olabiliyordu yapanlar.

Hadigari Bar'ın hikayesi de...

Bunlar iki kardeş açıyorlar ortak. Ama İstanbul düzenini bilmiyorlar ki Bodrumlu çocuk bunlar. Ne yapalım ne yapalım? Kos'tan çocukların çaldığı piyano gibi bir alet getirmiş, küçük oyuncak gibi bir alet. Ne kadar kahve varsa açılışımız var bu akşam diyip süngercilere, balıkçılara, tanıdık kim varsa Bodrumlu... Akşam açılış yapıyor. Oturmuş, girişe de onu koymuş, çalmaya çalışıyor. Birayı, meyve suyunu koymuş. Alsana Hadigari.

EK A.2:

AHMET YUNT - Bodrum Mavi Emlak Ofisi'nin Sahibi

Tarih: 05. 03. 2012

Süre: 1 sa. 34 dk.

Mübadelenin hemen öncesinde Bodrum'a Girit'ten göç ederek Rum Mahallesi olarak adlandırılan tarafına yerleşmiş bir ailenin üyesi. İlkokuldan itibaren babasının işi dolayısıyla Ankara'da geçiren Ahmet Yunt, üniversite tahsilini Almanya'da turizm alanında yapmıştır. Önceleri her yaz akrabalarını ziyaret etmek için geldiği Bodrum'a 1987'li yıllarda temelli geri dönüş yapmıştır. 1990'ların başında Mavi Emlak Ofisi'ni kurmuştur. Halen Bodrum'da ikamet etmektedir.

Aileniz Giritli, nasıl bir hikayeleri var?

Benim dedem Girit, Hanya'dan kaçmış. Eskilerin lisanıyla kayık derler de koca tekne ile kaçmışlar. İstanköy'e gelmişler. İstanköy'de anne annem de 14 yaşındaymış evlenmişler, onu da almış gelmişler Bodrum'a. Tabii o zamana kadar kaçanlar gelip hep Bodrum'a yerleşmişler.

Bu mübadele zamanı değil o zaman?

Değil. Yunanlılar baskı yapıyorlar ki onlara kaçmaktan başka çareleri kalmamış. Çoğunlukla Bodrum, Giritliler'in yeri olmuş. Öyle de bir yerleşmişler ki... Bodrum'un Marina tarafına, İslam Mahallesi; Halikarnas tarafına Giritli Mahallesi denirdi. Arada korkunç fark vardı. İslam mahallesi tarafında, kadınlar şalvarlarıyla koyunlarını yıkarlardı, bu tarafta da Giritli kızlar mayolarıyla denize girerlerdi. 1950 evveli bunlar tabi.

Yani şöyle söyleyeyim, ben 1963'te bar açtım, Marina tarafında. O zaman azalmıştı ama yine de barın önünde kadınlar koyunlarını yıkarlardı. Ama mesela, o kadar büyük zihniyet farkı vardı ki... Ben Marina tarafında ilk gece kulübünü açtığım zaman, yoldan geçen gece kulübünün içini görüyor. Fransızlar geliyor, Avusturyalılar geliyor. Balerinler, dalgıçlar...

Tekneyle mi geliyorlardı? Mavi yolculukla mı?

Mesela, bi Fransızlar geldi. İki katlı otobüsle ta Fransa'dan. Kimbilir ne kadar yol geldiler, yol da yoktu doğru düzgün. O zaman burada Osman vardı komiser, bir tane

komserimiz vardı, başka polisimiz yoktu. Bir tane de yardımcısı vardı. Bir de gece bekçimiz vardı. O kadar. Osman'a ihbar geldi. Jandarmayla geldi, iki katlı otobüsü bir aradılar. Bu Kale'de gördüğünüz bir çok eşya o otobüsten çıktı, düşünün yani.

Dayım o zaman belediye reisi, gittim dayıma. Dedim dayı kaç para yapıcım barın girişini, fiyat danıştım. Sen dedi, ilk önce yoldan gelip geçenler, içeride mayolu şortlu kadınları görüyor, ayıp oluyor. İlk önce yolla aranı bir perdeyle aranı ört bakalım dedi. Şimdi zihniyete bakın. Ama enteresan olan, kendi kızı mayosuyla denize giriyor, tabii belediye başkanı olarak genel tavrı bu. Ondan sonra mavi bir brandayla yolla kestik arayı.

Nereden geldi aklınıza gece kulübü?

Ankara'da yaşıyoruz. Tabii ben kendimi bildim bileli, hep yazın Bodrum'a geliyoruz. Gelişimiz nasıl oluyor? Önce İzmir'e geliyoruz, bir gün kalıyoruz. Her gün Bodrum'a bir otobüs var, onunla on saat, on beş saat yol geliyoruz. İki günde geliyoruz o zaman. Neyse, 1960'lı senelerde baktım, buraya az da olsa turistler geliyor. Ama bunların yatacak yerleri yok, doğru düzgün yemek yiyecek restoranları yok, eğlenecekleri bir yer yok. Ben de o zaman Almanya'da otelcilik tahsili yapıyorum, tatillerin hepsinde Bodrum'dayım ama. Dedim ki ben burada açayım. Ama çok büyük zorluklar çektim, olaylar yaşadım. Burayı pavyon zannetti bir çoğu kişi. Ben evliyim. Karı koca çalışıyoruz, eşim kasada oturuyor. Mesela bir orman memuru geldi, garson gitti sordu isteğini. Bir rakı ve eşimi istedi. Yani böyle bir durum. Tabii kavga çıktı.

Bodrum bu şeyleri görmemişti, bilmiyordu. Dayım gelmiyordu, mesela barıma. Pavyon zannettikleri için. Yakıştıramıyorlardı. İki sene zor dayandık, dört oda vardı evin içinde de. Neyzen Teyfik'in doğduğu ev. Şimdiki Fink Bar'ın karşısı. Para da kazandım, zarar etmeyecek kadar. Turistlerle, İstanbul'dan, Ankara'dan gelen, bar nedir, disko nedir bilen insanlar geliyordu.

Mehtap gezisi düzenlerdim. İlk önce ben başlamıştım. Mehtap olduğu gecelerde, ilan ediyorduk. Geliyorlardı. Beş lira üç lira neyse o zamanın parası. Kemancıyı alıyordum, Kavalcı Ali Dayı'yı alıyordum. Gezip geliyorduk.

Yerlilerden gelen oluyor muydu?

Yok canım, kim gelecek.

Neden o tarafta açtınız?

Girit mahallesi'nde yer yoktu ki. Tamamen deniz evlerin duvarına vururdu. Eve giderken, dayım da kalırdım, dalganın çekilmesini bekleyerek gittiğimiz oluyordu. Süngerciler, balıkçılar yaşardı.

Ben dayımdan sahildeki palmiyelerin o kısmı kiraya vermesini istedim. Altına masa koyayım, bir garson gezer, el arabasıyla çay, kahve servisi yapar dedim. Bana dediler ki olur mu? Biz oradan karımızla kızımızla geçicez, oturanlar da bizi seyredecek. Vermediler.

Daha farklı bir Bodrum bildiğimizden...

Çok zordu ilk başlarda. Geriydik, elektrik yok, su yok doğru düzgün. Bir çeşme yaptırıldı, saatle su alınacak. Orada halı, çamaşır yıkamak falan yasaktı, ceza kesilirdi. Hatta bir gün geçerken bakmış yengem halı yıkıyor, hiç bir şey dememiş, belediyeye gittiğinde zabıtaya git yengenden ceza al beş lira demiş.

Dayım on beş, on altı sene belediye başkanlığı yaptı. Demokrat Parti zamanında hep belediye başkanı oydu.

Bu Rüştü Gür'ün kitabından... Turizmi Kos'tan gelenler öğrendik diyor. Pek az yer varmış, değil mi?

Bir tane Körfez Restoran vardı. Bir tane o kuruldu, tam deniz kenarına. Bütün gelenlerin yemek yediği yer orasıydı. Hasan Subaşı, Ramazan Subaşı. Hala Hasan sağ, Körfez'in başında.

Benim bar açtığım dönem, bir de Kasa İsmail'in hikayesi vardır. Gelen misafirler var, yemek yiyecek yer yok. Bakkalını perdeleyip, bir iki masa koyuyor. Sonra Fransız turistler, orayı süslediler. Ağ taktılar, ışıklar taktılar. Laterna getirdiler. (Programlanmış ezgilerin tekrarlandığı mekanik bir çalgı) Böylelikle, Bodrum'un ilk meyhanesi oldu.

Sizin bara gelmiyorlardı ya yerli halk, oraya gidiyorlar mıydı peki?

Orada biz, bütün Bodrumlular toplanıyorduk, ben de giderdim oraya, barı eşime bırakıp. Çarşı içindeydi yeri. Toplanırdık.

Yabancılar nasıl keşfetmiş Bodrum'u çok ilginç?

Bodrum'un şöyle bir durumu vardı. Ne kadar anlattığım gibi düşünürlerse düşünsünler, Bodrumlular, gelen insanlara, inandıklarına saygı gösterirlerdi. Ben Müslümanım benim inancım, diğeri Hristiyan tamam, o da onun inancı deyip.

Ben Turizm Bakanlığına imza toplayıp dilekçe göndermişim. Gelen bir kaymakam, bundan böyle çarşı içinde erkeklerin üstü çıplak, kadınların mayoyla bikiniyle gezmesi yasak dedi. Ben de o zaman işte gece kulübünü çalıştırıyorum. Gelen bütün turistlerden imza topladım, bu nasıl turizm diye. Çünkü, birçok turist polisi görünce kaçıyordu Körfez Restoran'a, polis eğer Körfez Restoran'a da girerse de kendini denize atıyordu. Yani o günleri de yaşadı Bodrum. Ama halk buna karşıydı tabii, böyle idareler de geldi.

Bu turizm süreçlerinde ünlü isimlerin tetikleyici bir rolü vardır. Bodrum'da nasıl oldu? İki tane bar, bir meyhane varken nasıl değişti?

O güne kadar turizm İstanbul'da, Antalya'da var. Yani bu kadar canlı değil. Türkiye'nin haritada yerini zor buluyorlardı. Yalnız Fransa'da dalgıç federasyonu ya da derneği sanırım, bütün dünya dalgıçlarına bir duyuru yapmış. Bodrum dalma cennetidir, diye. Dolayısıyla, buraya dalgıçlar çok geldi. Tabii o dalgıçlar geliyor, döndükleri zaman memleketlerinde yaptıkları propaganda var. Bir sene sonra elli kişi gelmişse, ertesine beş yüz kişi geliyor. Böyle böyle arttı.

Başlangıçta Bodrum, korkunç bir entel yer oldu. Öyle bir entel yerd ki, burada kebabçı açmak, öyle ev yemekleri bilmem ne yapmak gülünçtü. Kimsenin aklına bile gelmezdi. Hatta ilk kebabçı açıldığında karikatürlere konu oldu.

O zamanlar Türkbükü, Gümüşlük nasıldı?

Oralara yol yoktu ki. Dere yolları vardı, ciple giderdik. Ne elektrik, ne kalacak pansiyon, yemek yiyecek yer yoktu.

Sonradan Doğu'dan Batı'ya göçlerle değişti. Müteahhitler hucüm etti. Para var diye. Derken Bodrum bu hale geldi.

Burası bir ara Mikanos gibi oluyordu, az daha.

Neden? Çünkü Bodrum halkı, açlıktan ölmüş. İstanköy'den gelirlerdi tekneyle.

“ Bodrum, Bodrum; bir bakkalla bir furun; peynir ekmek yiye yiye; ne ağzınız kaldı ne burun” diye alay ederlerdi.

Tabii dışarıdan gelenler para yatırıyor. Hangi Bodrumlu şikayet eder? Bir de kafa yapıları icabı, kim ne yaparsa yapsın bana ne diyor. Beni ilgilendirmez, beni ilgilendiren kendi ailemdir diyor, Bodrumlu'nun huyu bu.

Hepsi kendi halindedir. Ne etliye ne sütlüye karıştır. Ticaretine bakar.

Sonra kendileri mağdur olmuşlar tabii...

Yani mandalinlikler satılmış tabii. Ama para getirmiyor ki. Bir sürü masrafı var, azıcık para getiriyor. Sonra birisi geliyor bunu bana sat diye. Telaffuz dahi edemediği bir para. Ne yapıyor adam? Satar tabii. Bir dakika durmaz.

Ev pansiyonculuğu dönemi nasıldı?

Burada bütün evler turistlerle doluyordu. Herkes evinin bir odasını iki odasını ayırdı turistlere. Bunun faydası da oldu, zararı da oldu. Zararı nerden oldu?

Mesela, evim var, Bodrumluyum. Diyelim aylık gelirim yüz lira. Yazın iki odamı turiste veriyorum, günde yüz lira alıyorum. Gelen adamla ben o kadar samimi oluyoruz ki çünkü aynı evde kalıyoruz. Ben de onları çok seviyorum, onlar da beni çok seviyor diyorlar ki aman seneye kimseye vermeyin, biz geleceğiz. Seneye gene geliyorlar, biz akraba gibi olmaya başlıyoruz, para da veriyorlar. Ama ben bu sefer diyorum ki, sen her sene gel de daha az para ver. Adam, çıkarıyor üç bin lira vereceği yerde bin lira veriyor. Memnunum, seviyorum çünkü herifleri. Derken benim burada bir arsam var diyorum, yüz metrekaresini size vereyim ev yapın, gelin komşu olalım diyorum. Adam ev yapıyor. Bir sene, iki sene böyle geliyor. Sonra bir duyuyorum ki herif üç yüz bin liraya evini satmış gitmiş. Daha neler neler oldu...

Adam geliyor, diyor ki gözünü seveyim kaç yüz dönüm arazin var şunun yüz metrekaresini bana sat, bir ev yapayım. Senle de komşu oluruz. Satın alarak, böyle böyle üç yüz dört yüz tane arsa topladı. Hisse alıyor yani. Arsana bir müşteri çıkıyor, satmak istiyorsun. Bir milyon lira alacaksın adamdan. Tapuya gidiyorsun, diyorlar ki bunun yüz metrekaresi başkasının, o izin vermezse ben buraya hiç bir şey yapamam ki. Hayda... Bunların hiç birini bilmiyor ki Bodrumlu. Gidiyoruz, diyoruz ki kardeşim ben sana hissemi satmıştım, şimdi arsamı satamıyorum sen onu bana geri sat, diyorum. Tabii, diyor. Bir fiyat söylüyor ki beş yüz bin lira. Yani bu şekilde insanlar kandırıldı.

Peki, Bodrum denince o zamanlar aklınıza neler gelirdi şimdi neler geliyor?

Mandalin, sünger, incir... Bunlar vardı. Turistlerin evlerini çok sevdiğini gören Bodrumlu, eski evlerini onarıp sattılar. Şimdi paraya muhtaç bir Bodrumlu'nun olduğunu sanmıyorum. Aç değiller manasında.

Gelenlerin artık isteklerinin sınırsız olmasıyla, evler de yetmez oldu değil mi?

Bu iş şöyle... Dereköy'ü geçince bir köy var. O köyde deniz manzarası yok, hiç bir şey yok. Sıkışmış bir köy. İngilizler yaşıyor. Gümüşlük'te Burun Köy vardır, evvelce on iki tane mi ne ev vardı. Kaynak suyu kükürtlü olduğu için göç ettiler. Şimdi gidin bakın, hep Hollandalı, İngilizler'in köy evleri var. Neden bunlar burada yaşıyor? Adamlar bıkmışlar şehir hayatından. Gürültüden patırtıdan. Satmışlar oradaki evlerini. Burunköy'de tavuklar, inekler, ayağında şalvar... Emekli maaşları var zaten, hayatları garanti. Temiz hava, köy hayatını yaşıyoruz diyorlar. Onlara sorarsan en güzel ev kendilerinininki.

Ama yerli turist için bu böyle değil sanırım. Eğlence isteyen kesim de geliyor?

Bodrum'un içi eğlence merkezi. Ama Yalıçiftlik'e gidin, oteller dolu ama eğlence yok. Her bölgenin farklı bir durumu var. Bunu turizm ayırmış, turistler ayırmış.

Sizce Gümüşlük ile Türkbükü'nü farklı dönüştüren dinamik nedir?

Şimdi, Gümüşlük köylüsünün tamamı balıkçı ve mandalinci. Turizm başlayınca ne oluyor? Bütün sahil –sahil zaten köylünün- ben evimi balık restoranı yapayım, zaten balığı da ben tutuyorum. Böylelikle bütün sahil balıkçı oluyor. Eğlence nerede olacak peki? Disko, bar neden yapsın mesleğini yapıyor.

Türkbükü'nde de vardı balıkçı restoranları vardı. Çok zenginlerin yeri haline gelince... Gümüşlük de olabilirdi ama sit alanı onu korudu. Ama Türkbükü'nde o sit alanı bölgeleri belli. Olmayan yere çok lüks villalar yapıp zenginler oraya gelince, o balıkçı restoranlarına parayı bastırdılar, devraldılar, satın aldılar. Kimisi disko yaptı, kimisi otel yaptı, kimisi Mey Restoranı kurdu. Türkbükü, Mey Restoran ile başladı.

Diğer koylara bakarsak, Torba bir dönem bir iki eğlence yerine sahipti, sonra devam etmedi. Turgutreis, hiç öyle bir sürece girmedi. Liman özelliği mi acaba bunu sağlayan?

Turgutreis'ten uzun zaman ne bir ev geldi satılık diye, ne bir müşteri geldi Turgutreis'ten ev istiyorum diye. Neden Bodrum Yarımadası'nın en ucuz evleriydi. Hiç kimsenin rağbet etmediği bir yer. Çünkü, Turgutreis'te denize girecek plaj

yoktur. Bırakın Bodrum'ı, Türkiye'nin en fazla rüzgar alan yerlerinden biridir. O nedenle ucuz evler vardır. Emekliler genelde ev alır oradan. Sonradan Marina yapıldı, belediye çok güzel şeyler yaptı, gelişti.

Yani sınıfsal da bir durum var. Eskiden sitelerde oturanlar da farklıymış sanırım. Üst gelir grubu eskiden avukatlar, doktorlarken şu an yeni bir sınıf var. Gündoğan'daki yapılaşma gibi. Sonra kooperatifler oluşmuş...

Bitez, Aktur mesela... İlk yapılan site. Aktur denince, Türkiye'nin belli başlı kişilerinin evleri vardır. Yedi tane plajı var. Herhangi bir insan gidip oturamaz orada. Öyle kaideleri var ki mümkün değil. Orayı Bodrum'un içinde ayrı bir bölge, yer olarak düşünmek lazım. Bitez'de benim hatırladığım iki tane site vardı. Ama gidiyorsunuz Aktur'a küçücük ev, yedi yüz elli bin lira. Kiralayalım desek aylığı dört bin lira. Bu parayı verebilen adamlar kalıyor orada. Turgutreis öyle değil. Aynı evi götür oraya koy doksan bin lira.

Öncesinde de Bodrum'ı belirli bir kesim biliyormuş ama 1980 sonrası küreselleşmenin etkileriyle birlikte başka türlü etkiler girmiş devreye değil mi?

Turizmin getirdiği rantla; Ankara , İstanbul'un 'elit' kişilerinin getirdiği rantı ayırmamız lazım. Aktur'da turizm yoktur. Yani bir tane turist yok. Ya da Maya Sitesi'ne Sabancı, Koç gibi isimler var. Ama neden? Eğlence, turistik yer, restoran yok orada. Yani Aktur'da evinizi satabilmeniz için sitenin idare heyetinden izin almanız lazım. Aktur'da bir süre yaşadıktan sonra, evinizi satarken de seçici oluyorsunuz, oradaki komşularınızı düşünerek, mahalle gibi. Bu turizmle bağdaşan bir zihniyetin sonucu değil. O nedenle bu iki şeyi birbirinden ayırmak lazım.

Biz emlak işi yapanlardan bakarsak... Eskiden turistlerden para kazanırız diye bakıyorduk, şimdi ise Ankara ve İstanbul'un zengin kesiminden para kazanılır diye bakıyoruz. Yalnız biz değil, herkes öyle bakıyor. Restoranlar bile. On tane turist geleceğine, bir tane İstanbullu insan gelsin.

Bu sanırım seyahat maliyetlerinin düşmesiyle alakalı, gelen yabancı turistler sizin bahsettiğiniz 1960'lardaki turistler değil. Şu an gelen yabancı turistlerin çok ucuza gelmesiyle alakalı...

Bodrum gömlek değiştirdi. On, on beş senedir bu da. Bodrum'un eğlence merkezleri hariç, hiç kimse turistten bir şey beklemiyor. Marmara'daki depremin etkisiyle de Bodrum'a yerleşenler oldu tabii.

Bodrum, eskiden sadece turistik bir yerdi. Son zamanlarda, büyük şehirlerden kaçıp burada yaşamak isteyenlerden rant elde edilecek hale geldi. Bodrum'un içi, Halikarnas gibi bir takım eğlence yerleri hariç.

Artık Bodrum'da evleri görüyorsunuz, her yer inşaat. Bunların hiç biri yabancı turistten bir şey beklemiyor. Yabancı turizmden bir şey beklemiyorlar. Yerliden. Bodrum gömlek değiştiriyor derken, dolabında gömlekleri var Bodrum'un, çok. Turizm gömleğini de giyiyor, ötekini de, ötekini de. Hepsi var.

Eskiden medyanın sıkça Bodrum'u televizyonlara taşınması da azaldı. Sanırım Çeşme'ye kaydı...

Çok çeşitli nedenlerle, dönüşüyor Bodrum.

Bir de tutuculukla turizm olmaz. Birçok şey denedim. Zamanında otel de açtım, yedi dönüm arazi içinde. Denizin içine masalar koydum. Geçen tekneler görsün diye, ışıklandırılmış, paraşüt yaptım tepesine. (1978 ile 1981 arası) Bitez'de bir ben vardım, bir de bir tane daha otel vardı (Eski Bitez reisinin babasının), bir de kamp vardı. Aktur'un ilk açıldığı sene.

İyi mi kötü değişti dersiniz?

Bunu buraya gelip yerleşenlerle konuşursanız başka şey söylerler. Bodrum'da yaşamış, Bodrumlu olanlarla konuşursanız başka şey söylerler. Ben Bodrumlu olarak konuşayım. Burası açlık gördü, yokluk gördü, felaket bir sefalet içinde yaşadı. Elektriği yoktu, yolu yoktu suyu yoktu. E, şimdi her şeyi var. Ne sayesinde oldu? Buraya gelen yabancılar sayesinde oldu. Yani dışarıdan gelen insanlar manasında. Bodrumlu'yu kurtardı. Ben bu gözle bakarım.

Bodrum'a gelen yabancı ne der? Benim çok yakın bir arkadaşım... Biz her hafta sonu cipe biner, Gümüşlük'e giderdik. Bir tek restoran vardı. Nazmi, hala vardır. Nazmi'de otururduk, Nazmi hemen getirirdi lüks lambasını, iki direğin üstünden hemen çalıştırırdı lüks lambasını. Elektrik yok ya (O zaman bir tek Bodrum'un içinde vardı elektrik). Gaz ocağında balık yapardı bize. Masanın üstünde örtü mörtü nerde? Gazete kağıdını sererdik. Ayaklarımızı denize sokardık. Lüks lambasının altında sohbet ederdik. İki tane yabancı adam geldi mi gıcık kapardık. Derken elektrik geldi. Rahmetli arkadaşım, Gümüşlük'ü lunaparka çevirdiler dedi, bir daha gelmem dedi, bir daha da gelmedi.

Yabancınn görüşüyle bizim görüşümüz çok farklı. Mesela, Bodrum'un dönüşmesinden yabancı şikayetçi ben değilim. Eğer yabancınn istediği şekilde gelişmiş olsaydı, para kazanamazdı Bodrumlu.

Evvelce nasıldı? Benim doğup büyüdüğüm sokak, Gerence Sokak. Kayalık, yağmur yağdı mı o kayaların arasından sular akar, biz o kayaların üstünden evimize giderdik. Ama öyle güzel bir sokaktı ki... Bütün duvarlardan begonviller sarkmış sokağa, mosmor bir duvar. Ortadan su akıyor, korkunç güzel bir sokaktı. Dayım, dedi ki beton dökeyim de yürünebilsin. Onu yaparken turistler geldi, müdahale ettiler, böyle güzel sokak değiştirilir mi diye. Dayım da bıraktı hakikaten. Ama oturanlar isyan ettiler, kışın evimize gelemiyoruz diye. Şimdi hangisi haklı? Herşeyi turist için düşünürsek, Bodrum'da yaşayanlar yaşayamaz.

Yani tabii bunların bir dengesi var. Yurtdışındaki çok iyi yapılmış örnekleri var.

Yunan Adası var mesela. Oğlumla o adaya gittik. Gemi durunca bir baktık, kartpostal gibi. Bu kadar güzel bir şey olur mu? Yahu, yeni hiç bir şey yapılmamış. Beş altı tane kiliseleri, elli altmış tane ama hepsi eski ev, restore edilmiş ama yıkılmamış. Çıktık sahile, standlar konulmuş herkes hediyelik eşya satıyor. Bir kafede oturduk kahve içmek için. Bir baktık adam Türkçe konuşuyor, Yunanlı. Dedi ki siz ne kadar şanslısınız, Bodrum'da yaşadığınız için. Sizler buraya gelmeseniz, bir kahve içmeseniz, şurdan bir hediyelik eşya almasanız, bizim ada aç kalır. Balık tutup yemekten başka bir çaremiz yok. Dedim ki ama buraya turistler geliyor, gemi geliyor. Biz beş kazanıyoruz, siz yirmi beş dedi. İnsan yapısında bu var, daha fazla kazanma isteği. Menfaati yok etmediğiniz sürece, gelişmeyi de yok edemezsiniz.

Ha, ne vardı? O zamanlar Marmaris- Bodrum çekişmesi vardı. Bütün millet dayıma geldi, Marmaris'teki oteller gibi beş altı kata neden izin vermiyorsun diye. Sahilde bir tane yüksek bir otel vardır, bir tanedir. Dayım müsaade etti, adama yap dedi dört kat, beş kat. Adam yaptı, bir de proje yapmış yuvarlak pencereler. Dayım ona da müsaade etti, yaptı adam. Dayımı sıkıştıran o insanlar, bir baktılar ki yama, yama gibi oldu orası. Sonra aman biz ne yaptık, bütün güzellik mahvoldu, bitti etti diye. Bu sefer yine baskı yaptılar aman bir daha izin verme kimseye diye. Bunlar da yaşandı.

Bu dokuyu bozmayacaksın. Nasıl bozuldu? Kooperatiflere izin verilmeyle bozuldu. Kooperatiflere izin verilmeseydi, Gümbet Kavşağı bu kadar kötü olmazdı, ama

Bodrum'un içi yine böyle olurdu. Gümüşlük'le Yalıkavak arası on bin tane ev yapılamazdı. Yani Bodrum'un içinde Manzara sitesi, Barış sitesi var kooperatif olarak. Buralarda en aşağı beş bin kişi oturuyor, ne olacaktı? Millet burada oturmak istiyor. Sen otel yaptırma, ev yaptırma nasıl gelişeceksin?

Yapılırdı da merkez daha farklı olabilirdi?

İspanya, İtalya'ya da gittim. Bodrumlu gözüyle bakınca... Bu Manzara Sitesi gibi, Barış Sitesi gibi yerlere izin vermiş, ama ne yapmamış adam? Alt katlarını depo yapmamış, kottan dolayı üç kat dememiş. İzin vermiş ama belirli şeylere müsaade etmemiş. şekil de böyle olacak demiş. Ama yapmak mecburiyetinde. Sonuçta insan hakları diye bir şey var tüm dünyada. Bir arsanız varsa bir şehrin içinde, bu arsaya bir şey yapamazsınız deniyorsa, devlet parasını verip kamulaştırıyor. O tamam. Ama o zaman arsamın parasını alacağım.

İhtiyaçların dönüşmesiyle Bodrum Evi de dönüştü sanırım. Örneğin herkes pencerelerini olması gerekenden fazla, geniş açıyor...

Bodrum Evi yapacağım derseniz, yandınız. O evde bugün yaşayamazsınız. Bunlar hep değişecek. Bodrum Evi, bundan seneler evvelki zihniyete göre yapılmış evler. Artık kafalar değişmiş, şartlar değişmiş, hayat değişmiş. Mesela mutfak... şimdi ben ocak mı yapacağım? Artık her şey değişti. Bodrum Evi diye düşünmek lazım. şöyle düşünmek lazım, Bodrum'da ev.

Hepsi ruhsatlı ama ekler var?

Ama çaresi yok adamın. Garaj diye gösteriliyor, o da yapılıyor yetmiyor çünkü. Balkonlar kaçak. Ruhsatları alıp değiştiriyor insanlar. Onun için Bodrum Evi diye bir şey kalmadı, olmaması da lazım. Biz Bodrum Evi yapalım derseniz, hadi satın da göreyim derim ben de.

Kanun diyor ki yirmi metre fazla yaparsan, yirmi bin lira ceza dersin. E, insanlar da düşünüyor, yirmi bin lirayı deyince evin değerinin yüz bin lira fazlasına satabilecek. Seksen bin lira karda. Yapıyor tabii. Tüm bunlar kanunların düzelmesi ile düzelir. Hem arsa sahibinin menfaatini gözetecek hem de dokuyu bozmayacak şekilde.

Renk konusunda dayımın yaptığı bir uygulama vardı. Her sene pencereler ve kapılar ya kahverengi ya mavi olacak, dedi. Başka renk yasak. Bodrum mavisini o da. Herkes dedi, yola cephe olan duvarını beyaza boyamak mecburiyetinde, dedi. On tane, yirmi

tane işçi tuttu. Sokakları gezdiler. Bir yer boyasız ise, soruyorlar boyamıyor musun amca bunu diye. O da oğlum sen boya beş lira vereyim, diyor. Her sezon, bütün Bodrum'un tamamı bembeyaz oluyordu. Şimdi sokaklara girildiğinde yosun tutmuş duvarlar var. Belediye bu tarz şeyler yapar.

Çatı da yasak değil Bodrum'da. Şekil olarak da güzel. İki katta çatılı güzel görünüyor.

Son olarak, Bodrum'a bakınca ne geliyor aklınıza?

Bazı toprakta elektrik var. Ben buna inanıyorum. Bir yere gidiyorum, dönüştü, Bodrum'a girdiğim zaman bir huzurlu oluyorum. Çok düşündüm, neden böyle diye? Havasında mı, toprağında mı, denizin de mi var bir şeyler. Kimle konuşsam, Bodrumlu olmayan da, o da öyle diyor. Tabii hacılar da Mekke'ye gidince böyle hissediyor, bilemiyorum yani. Bu bizim anlamlandırmamız da olabilir.

Yani Bodrumlu'ya sorun kaç kişi Kale'yi gezmiştir? Farklı şeyler düşünüyoruz, dışarıdan gelenle. Bodrum geceleri diye program yapılıyor. Ben de televizyondan izliyorum, nerede bu yahu, diye.

EK A.3:

MEHMET ÖZALIN – Bodrum Ekspres Gazetesi ve Matbaası Sahibi – Belediye Meclis ve Encümen Üyesi

Tarih: 08. 03. 2012

Süre: 57 dk.

Bodrum'un Türk Mahallesi olarak adlandırılan tarafında yaşayan bir ailenin üyesi. 40 yaşında.

Röportaj ve konuyla ilgili bilgilendirmeden sonra söyleşiye geçildi.

Ben sorularınızdan önce şu anda popüler kültürün gözünde yaratılmış olan Bodrum imajının yanlışlığını, Bodrum'da doğmuş bir insan olarak anlatarak başlamak isterim. Çünkü Bodrum televizyonlarda gösterildiği gibi geceleri barlarda diskolarda yaşanan gündüzleri de plajlarda yaşanan bir yer değil. Sonuçta kendine ait ciddi bir yaşamı ve bugüne kadar tarihten gelen ciddi bir kültürü var. Bu ciddi kültürü, bugüne nasıl taşıyabildik bu çok tartışılır. Çünkü son 30- 40 yılda Bodrum'un değişmiş olduğu gelmiş olduğu nokta benim Bodrumlu olarak –eğer o tarihte bir imkanım olsaydı ulaşmak istediğim nokta değil. Bodrum, konumu itibariyle Egede ulaşılabilecek son uygarlık noktalarından biri olduğu için, Ege'nin doğu tarafında. Hep adalarla olan ilişkileri devam etmiş, Doğu'dan gelen akınlarda hep Bodrum'u istila etmiş. Mesela Pers İmparatorluğu'nun Halikarnas'ın işgal etmesi var. Dolayısıyla hep kültürler kaynaşarak gitmiş Bodrum'da ve Bodrum hep bunları içselleştirmiş. Bunu o dönemde o şekilde ifade edebiliriz, nüfus mübadelesi döneminde de on iki adalardan, Girit'ten gelen insanları içselleştirmiş. Şimdi son otuz kırk yıllık dönemde de dışarıdan gelen göçleri içselleştirmiş. Dolayısıyla Bodrum'un böyle bir kültürel yapısı var. Hatta tarihçi Herodot'un da söylediği bir takım şeyler var. Ne diyor, Bodrum, Halikarnas havasından bahsediyor, Halikarnas havasının, atmosferinin değişik olduğundan bahsediyor. Yani Bodrum, bu konuda çok hoşgörülü.

Sanırım 'hoşgörü' meselesi Bodrum için çok önemli, diğer yerlerden farkı böyle ortaya çıkıyor. Diğer Ege kasabalarından...

O konuda benim 2000 yılında yazdığım bir yazı vardı... Bodrumlu olmak ve bunun tarifıyla ilgili yazım vardı. Bodrumgudem. com 'da var. 2000 yılında yazmıştım, 2012 yılına geldiğimizde, bu çok fazla değişmedi. Dolayısıyla, şöyle bir durum var

Bodrumluluğu tarif ederken aşırı uçlara kaçmamalıyız. Yani ben doğma büyüme Bodrumluyum deyip de bir uçta bütün kültürel yapıyı reddetmektense bu sentezi iyi yakalayabilmek lazım. Tabi bir de Bodrum'a sonradan yerleşip de her şeyi reddeden insanlar var, ununu eleğini asmış gelmiş Bodrumlu'ya üstten bakan kesim de var dolayısıyla bu iki uçta bulunmamak gerekiyor. Bu bir süreç.

Bodrum'un mimari açıdan gelişimi, yapılaşması konusunda da... Bodrum çok vahşi bir dönemden geçti. O vahşi dönem şöyle bir şey... Dünyanın hiçbir yerinde, hiç kimse arabasının arkasında piknik tüpüyle yazlığına gelemez. Dünyada hiçbir yerde yoktur bu. Şimdi nasıl bir şey bu. Bu yazlığı alabilecek maddi gücü oluşturuyorsunuz siz. Böyle bir şey yok ki, dünyanın her yerinde turizmin kendine has bir kalitesi vardır. Bu kaliteyi siz reddederek ikinci konutları oluşturuyorsunuz. Adam şurdan tansaşa giriyor, buradan migrosa giriyor, piknik tüpüyle yazığıma geliyorum diyor. Böyle bir şey yok ki... Yazlığı olabilecek adamın ekonomik anlamda biraz üst sınıfta olması gerekir ama Bodrum'da böyle vahşi bir dönemden geçildiği için konut sayıları arttı. Buna bağlı olarak alt yapı eksiklikleri, üst yapı eksiklikleri hep gelişti.

Bodrumlu da bundan geçici olarak nemalandı mı nemalandı ama sattığı yerde bekçi olarak çalışan Bodrumlular var şu anda.

İlk başlarda Aktur zamanında sanırım, üst bürokrasiden insanlar, ressam ve sanatçıların olduğu bir dönem var. Konut kredileriyle, kooperatiflerin oluşmasıyla mı böyle bir döneme girildi?

Sadece kooperatiflerden öte, onlara şöyle bakmak lazım... Şuanda hayatta olan kooperatifleri ikiye ayırmak gerekiyor. Bir tanesi, Bodrum'un kendi sosyal ihtiyaçlarına cevap vermek için kurulan kooperatifler...Memuru, öğretmeni, emeklisi... Bunların hayatlarını idame ettirebilmek için kurulanlar...

Bir de ikinci konutlar olarak, on beş gün on gün gelip kalmak için üretilen konutlar var. Bu aynı zamanda Bodrum'da turizmin kalitesini düşüren bir şey. Düşünebiliyor musunuz? Adam on beş gün gelecek evinde kalacak, bunun için ev alıyor, ekonomik açıdan bu yanlış bir şey zaten. Bu yatırım amaçlı, rant olarak görüldüğü için böyle bir şey tercih ediliyor. Halbuki o parayla, her sene ona harcayacağı boya badana parasıyla gelip bir otelde kalabilir. Diğer türlü turizmi baltalayan bir şey. Bir yandan baltalıyor, mimari yapıların bu şekilde yapılaşması yönünden de, doğanın bozulması açısından da baltalıyor.

Aslında bu şey meselesi de çok ilginç... İlk başta koruma amaçlı alınan kararların, geleneksel Bodrum evini koruma amaçlı, bir sitede bundan yüz tane yaptığınız zaman bambaşka bir şeye dönüşüyor.

Orada da karmaşık bir dönemden geçiliyor.... Şehircilik müdürlüğü diye yerel yönetimlerin üzerinde kurumlar kuruldu. Bunlar direkt bakanlıklara bağlı. Yerel yönetimlerin almış olduğu kararların üzerinde karar verme yetkisine sahipler. Dolayısıyla o süreç çözülmüş değil hala.

Bodrum'un kendine has bir mimarisi var, o mimarinin esinlenme kaynağı Rum mimarisi. Rum mimarisinin, Akdeniz mimarisinin getirmiş olduğu özellikleri Bodrum'da belirli yerler kaybetmedi ama bunlar da kaybetme yönünde hızla ilerliyor.

Artık o yapılan yapılar da insanlara yetmez oldu, bir eskiden gelip beğendikleri Bodrum evi var, sonra da onlarla yetinmedikleri için yapılan büyük, lüks konutlar var. Bu konuda ne düşünüyorsunuz?

Şimdi Bodrum'da ruhsatsız imalat çok azdır. Yüzde ikidir, birdir. Ama ruhsata aykırı imalat yüzde doksandır. İlaveler, pencerelerin ölçülerini değiştirmek gibi... Bu iki durum arasında çok fark var.

Ama çok ek var, değişiklik var...

Bu da tabii neyle ilgili insan doğasıyla alakalı, yetinmemek, yetinmemek, yetinmemek... Metrekare yetmez, ev yetmez, kira yetmez, bir şeyler yetmiyor sürekli insanlara. Buna müsaade etmemenin kuralı ilk önce insanların kendini bilmesi.

Ben aynı zamanda Bodrum Belediyesi'nde encümen üyesiyim (meclis üyeliğimin haricinde), böyle olunca bir sürü konularla karşılaşıyoruz... Şimdi Kale Konutta adamın bir tanesi adamın önündeki ev balkonunu kapattı diye şikayet ediyor, bir gidip bakıyorsunuz 525 üyesi var oranın, ben size söylüyüm 525 üyenin 450'sinde kaçak yapılaşma var. Bu kaçak mı kaçak, evet ruhsata aykırı. Ruhsatsız değil ama.

Peki bununla ilgili bir yaptırım oluyor mu?

Bununla ilgili yaptırımlar daha önce kanunlarla çizilmiş çerçevelerde değildi, son iki yıldır metrekare birim fiyatları ve inşaat niteliklerine göre cezalar kesiliyor.

Bunları yıktırmak belediye başkanının insiyatifinde ama hangi belediye başkanı siyasal olarak bu riski alıp uygular, o tartışılır. Uygulamadıklarında belediye başkanın devlet tarafından yargılanıyor. Yargılanmayı göze alarak yapılmıyor.... Şimdi sitedeki 525 ev, 3000 oy demek. Siyasal riski alarak bunu yapabilir misiniz? Hayır, almıyorsunuz zaten mahkeme beni yargılasın diyorsunuz. Ama uygulanmıyor tabi.

Ara bir çözüm bulmak da zor. Çünkü eski Bodrum evi –bir Bodrumluyla konuşunca- başıma bela oldu gibi konuşuyor, küçük hem sığamıyoruz hem yıkamıyoruz tescilli diye...

Şimdi bu konuda da konuşmak isterim... Yasalar insanların kolay yaşamaları için yapılmalı. İnsanların sadece hayatını zorlaştırmak için yasa yapılmaz. Demin konuştuk ya Bodrum'un demografik yapısı, değişmesi... Şimdi şöyle bir durum oluştu Bodrum'da. Oluşan durum aslında Bodrum'a yerleşmiş, Bodrumluluğu kabul etmiş, Bodrumlu gibi yaşayan insanların hep aleyhine gelişti, nasıl oldu?

Şimdi benim, babamın 500 metrekare bir yerim var, 250 metrekare olarak bölüp bir kardeşime bir kendime ev yapamadım. Yapamadığımda ne oldu? İşin içine büyük sermaye girdi. Dışarıdan gelen büyük sermaye girdi. O büyük sermaye o 500 metrekareyi de aldı, yanındakini de aldı birleştirdi, ortaya afaki bir şey çıktı. Halbuki ben orada yaşamımı sürdürmek için bir şart arıyorum, o şartı yasalar bana oluşturmuyor, beni engelliyor. O adamın önünü açıyor, bu sefer oraya yerleşen kesim Bodrum'un demografik yapısını değiştiriyor. Konu bu. Yani yasalar insanların rahat yaşaması için yapılmalı.

Belki kontrol altına alınabilirdi? Çocukluğunuzdaki Bodrum'da süngercilik, mandalinadan turizm devreye girmişti sanırım...

Ben görmedim süngerciliği tabi ama babamın dayısının en büyük geçim kaynaklarından biri süngercilikti. Orada da ne yapılıyor? Süngercilik buradan alıp da İzmir'e gönderdiğiniz bir şey değil, buradan alıyorsunuz On İki Adalar'a gönderiyorsunuz. Orada daha çok bu ticareti elinde bulunduran Museviler, onlar alıyor satıyor, en büyük müşteriler onlar.

Yani turizm beldeye girmeseydi de nasıl bir dönüşüm olabilirdi hani bir yandan da olumsuz bakmamak lazım sanırım. Dünyayla birlikte değişim oluyor, insan ihtiyaçları artıyor...

Bu mümkün değil, bir şekilde o akacak. Ama bunu kontrollü ve bu tarz şeyleri, öncelikleri düşünerek yapmak gerekiyor. Şunu da söylüyüm şu an Bodrum Yarımadası'nın yüzde yedisinde imar var. Bu yüzde yedinin de sahil kısımları genelde. Bodrum Yarımadası 649 kilometre karelik bir yarımada. Bu 649 kilometre karenin sadece yüzde yedisi imara açılmış durumda, bu şikayet ettiğimiz durumlar yüzde yedinin içerisinde.

Bu yabancıya satışla ilgili de... Bir dönem ordudan izin almıyordu falan, belli bölümler hala kapalı satışa. Ancak ne yapıldı? Buradaki bir Türk'ün üzerine, güvenilerek yapılan satışlar gerçekleşti. Belli bir talep oldu. Bunları hiçbir İngiliz, Hollandalı bizim kara kaşımız, kara gözümüz için almadı, bu işten para kazanmak için aldılar. Buradan aldıkları evleri -yüzde doksanı- turizm işletmesi olarak işlettiler. Bu da gene otellere ayrı bir darbedir. Bodrum turizmine evet kenardan bir katkıdır, ama direkt bir katkı değildir. Otele gelecek müşteriyi...

Kendi konutunu internette pazarlayanlar var, üç tane alıyor, beş tane alıyor komşusuna, oradaki kendi vatandaşına pazarlıyor bunun Bodrum'a girdisi ötekinin yüzde onudur. Ama bu da bir katkı mıdır, katkıdır.

Bodrum'un turizmi kitlesel bir turizm değil, bir Antalya gibi değil ve yerli üzerinden daha çok...

İkinci konutlarla ilgili yerli potansiyeli var. Ama 1987-1988'lerde biz burada İngiliz'i, yabancıyı konaklatacak otel bulamıyorduk, çünkü yetmiyordu. Şöyle oteller yapıldı o dönemlerde. Bir yıl öncenin iki yıl öncenin konaklama bedellerini peşin aldılar ve insanlar otel yaptılar. Antalya, Özal döneminde turizmin güzel planlandığı bir yer. Ama Muğla, coğrafi konumu itibariyle, çok planlı gelişemedi çünkü her beldesi için farklı planlama gerektirdi. Fethiye de Bodrum da Muğla'ya bağlı ama farklı planlama gerektiriyor. Bana göre Bodrum'un avantajı iki katla sınırlı olması, evlerin beyaz olması bu anlamda Akdeniz mimarisini yansıtması çok büyük bir avantaj.

İmarın düşük olması...

İmar belli yerlerde, kamu hizmeti yararına olacak yerlerde değişik olabilir. Çünkü üç katta dört katta halledeceğiniz işi yirmi dönüme yayıyorsunuz, bu da iyi bir şey değil tabii.

Bodrum'un sizce özelliği nedir, onu diğer tatil yerlerinden ayıran (Fethiye, Marmaris) ?

Bu tarihten gelen bir Şey bana göre. Burası goun son noktası, burada bir yığılma olmuş. Burada yorunden tutun da Rum'undan, Giritli'sinden, Musevi'sinden... tarihte var bunlar. Bakın Avram Galanti. O hoŐgoru ortamı ve konum itibariyle karıŐmıŐ bir kültüre sahip.

Fethiye'yle Bodrum arasındaki hoŐgoru farkını ben bilemem. Ama Bodrumlu içselleŐtirmeyi daha iyi beceriyor.

Girit'ten gelenlerin etkisi de olabilir...

Arkeolog ve sanat tarihi olduğumdan, onu da Őoye açıklayayım... Kale-Tavas'ta bir dağıtım merkezi gibi duŐun, oba gibi bir Şey oluŐturulmuŐ, Orta Asya'dan göçler oluŐurken oradan sahil kesimine dađılmıŐ herkes. Bakın ren... Orta Asya kaynaklı bir isim, Türkbükü, Yahşi. Bunlar hep Orta Asya kaynaklı isimler. Belli boylar belli yerlere yerleşmiş ama 3000 yıldır Şehrin merkezi Halikarnas'tır. Buradaki insanlar deđiŐmemiŐ. Dolayısıyla ben, nüfus mubadelesiyle gelenlerin buna etkisi olduğunu duŐunuyorum tabi. Benim annem İstankoylu'dur, oradaki Türkler'den. Ama buraya gelmiş öğretmen okulunda okumuŐ, babamla tanıŐmıŐ... Girit Mahallesi'ne gittiğinizde, Musa Gökbel'in anlattığı Őeylerde, belli bir dönem iki koy arasında (Girit ve Türk Mahallesi, Kalenin iki yanını kastediliyor) kız alıŐveriŐi dahi olmazmıŐ.

Rum Mahallesi derdik biz. 'Rum Mahallesine gezmeye gidiyoruz'. Biz oye bilirdik kuukluğumuzde.

Benim annemin durumu ayrı bir özellik taşır, o tek gelmiş ama oradan gelenler genelde sulalece gelmişler. (Adalar'dan gelenler kastediliyor).

Nüfus Mübadelesi Dönemi'nde gelen insanlar oradan tapu getirmiŐler. Oradan getirdikleri tapu karşılığında buralardan tapu almıŐlar.

EŐimin babası tarafı gerçek Giritli'dir. Bizimkileri de karıŐtırırlar. Kos'la (İstanköy'le) Giritli ayrı bir Őeydir. unku Girit apayrı bir uygarlıktır tarihte. Onlar Minos Uygarlığı'dır. Yunan Uygarlığı'nın temelleridir ama uzaktır. Mısır'la karıŐıktır yani Girit Uygarlığı.

Bodrum'un 2003 yılında sanıyorum Revizyon İmar Planı yapıldı. İlk de 1987 yılında İmar Planı yapıldı yarımada bazında. Bodrum, plansız bir yer değil. En kötü plan, plansızlıktan iyidir. Onu Yıldız Teknik Üniversitesi yapmıştı, iyi bir çalışmaydı, eksiklikleri olmasına rağmen.

Peki çocukluğunuzda koylar nasıldı? Bugün koyların hepsinin farklı bir karakteristiği var, bunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Şimdi o koyları oluşturan şey koyların coğrafi yapıları değil. Oraya yerleşen insanlar ve toplumsal statüleri. Ben gidip de Türkbükü'nde varili kiraya veriyorlar, varilin yıllık on bin dolara kiraya veriyorlar. 'Varilim var benim' diyor, nerde? 'Türkbükü'nde'... Ben bunu yapamam ki kaldı ki orada işim de yok. Gecede altmış yetmiş bin hesap ödeyenler var.

Dün İzmir'deydim, biriyle konuşurken 'Abi Bodrum'da su ne kadar ki?' dediler.

'Suyu nereden içtiğine bağlı' dedim. Suyu nerden içtiğini bileceksin Bodrum'da.

Suyu elli liraya da içersin, yirmibeş kuruşa da içersin. Bodrum böyle bir yer. O toplumsal statü oluşturuyor bunu.

Bu durumu dışarıdan gelen insanlara tariflemek de zor tabii... Her koy kendi başına başka bir dönüşüm geçirdi...

Mesela, Kargı, Camel Beach diyorlar ya şimdi... Kargı, bizim için daha sosyal bir yer. Gümbet, daha çok turiste yönelik. Şimdi Torba'da bizim otelimiz var, şimdi Torba'daki müşteri portföyüyle Gümbet'teki müşteri portföyü çok değişiktir. Çünkü bizim otelimizin hemen arkasında tiyatro sanatçısı... Neydi... Neyse o oturuyor. Orası böyle bir yer.

Gümbet'te gidin, ayakkabı boyacısı benden güzel İngilizce konuşur, neden? Çünkü öyle bir yapı oluşmuştur orada.

Neden acaba?

Örneğin Gümbet'teki turizmin kaynağı Ayaz ve Sami, iki değil aslında bir ailenin parçası bunlar. Ne yapmışlar? Mesela kampingle başlamış. Sonra ne olmuş turizm acentaları oraya talepte bulunmuşlar, demişler ki al şu üç yıllık konaklama bedelini şuraya ek tesis yap demişler ve böyle yürümüş.

Türkbükü'nde sanatçılarla ve bir kesimle yürümüş. Benim marangozum benden iş almak için 'ben bilmem kimin evini yaptım' diyor, bunlar referans olmuş hep.

Bugünle alakalı bunun oluşma nedeni eskiye dayanan bir şey değil, bu bugünkü sosyal statüyle alakalı.

Mesela, on sene öncesine kadar ünlüler Torba'ya geliyordu, sonra orayı 'tükettiler' belki, sonra Türkbükü'ne kaydı bu durum...

Mimari açıdan da söylemek lazım... Torba'da plajda yürüyeceğiniz bir kıyı bandını oluşturamazsanız, kıyı bandı oluşan yere kayar. Oluşacak... Torba'nın belli bir kesiminde büyük tatil köyleri oluştu. O tatil köyleri açılacak. Orada öyle bir kesim var.

Yani günün şartlarıyla alakalı o.

Peki sizce nereye doğru gidiyor Bodrum? Ya da sizin aklınızda nasıl bir Bodrum var?

Bodrum, televizyonlarda, popüler kültürde gösterildiği gibi bir yer değil bana göre. Mesela, bu konuda şöyle bir şey anlatırım ben... Eskiden insanlar Cuma namazına gelirken abdest aldıkları yerde yüzüğünü çıkarır bırakır, iki hafta sonra bulabilirmiş aynı yerde. Öyle bir yermiş. Herkesin evinin hayat kapıları gediklerle kapatılır, o gedikler açılır. Eve girdiğinizde siz evin kapısı kitlenmezmiş. O ocağın önünde üzeri örtülü bir kase yemek olurmuş. Köyden gelenler evin sahibi evde yokken yesinler doysunlar, diye. Böyle bir kültürden geliyoruz.

Şimdi nasıl? Her tarafımızı demir yapıyoruz.

Eğlence yaşantısı peki?

Bodrum televizyonda yansıtıldığı gibi değil. Örneğin çekilen bir 'köpük banyosu' görüntüsünün medyada iki sene boyunca, jenerikte döndüğünü gördüm. 'Bodrum'da Çılgın Köpük Partisi' diye. Bodrum, özünde böyle bir yer değil.

Ha, bunu uçlarda yaşayan insanlar var mı? Bunu yaşamak için gelen insanlar var mı? Var.

Bodrum'a bedroom diyorlar. Böyle bir dönemden de geçtik, hala böyle gören insanlar var.

Ama Bodrum böyle bir yer mi? Benim iki tane kız çocuğum var. Onları bu şekilde yetiştirmem için elimden geleni yapıyorum. Ama Bodrum böyle olsun diye de ciddi şekilde çabalayan bir popüler kültür de var.

Bunu yapanlar da ressamalar, entelektüeller de değil heralde... Başka bir grup değil mi?

Turizmin çeşitleri var. Doğa, spor, sağlık, eğlence, tarih gibi turizm çeşitleri var. Bodrum bunların her birine hitap edebilecek kapasiteye sahip. Mesela Kadı Kalesi'nde sıcak su buldular, termal turizm yapılabilir.

Eğlence turizmi açısından da Bodrum'da, Bodrum kültürünü göz ardı etmeden de bir şey geliştirilebilir. Böyle bir yerde bulunmalı Bodrum. Bu ne kadar engellenebilir çok da fazla engellenemez. Biraz da gerçekçi olmak lazım. Şimdi Hollanda'dan evli iki tane erkek gelmiş, Bodrum'a geliyor adam, ne yapacağız gelme mi diyeceğiz? Diyemiyorsun. Ama bunun kültürel yansımasını Bodrum'da ne kadar engelleyebiliriz, işte o konuda biz çaba gösteriyoruz. Aslında yanlış yapıyoruz belki ya da boşa kürek sallıyoruz, bilmiyorum. Mikenos'ta nasıl bir turizm çeşidi var? Onlar öyle bir turizm yolunu seçmiş. Bodrum bu konuda çok şanslı, ama bu kontrolsüz giderse çok şanssız.

Halikarnas Disko'nun ünlenişi mesela enteresan, Bodrum denince akla gelen bir imge yine...

Çocukluğumdan hatırladığım sazlarla, şemsiyelerle kapatılmış, Bodrumlu bir insanın işletemeyip de birine kiraya verdiği bir yerdi. Ha, sonradan disko konseptiyle - İşletenin eşinin İngiliz olmasından kaynaklı, İngiliz bağlantılı olarak- bir anda uçtu orası. Türkiye'de, belki Dünya'daki tek yüzer disko var mesela Bodrum'da, önce M&M'di, sonra adı Catamaran oldu. Buna ihtiyaç var mı? Değişik bir turizm çeşidi.

Bu tabii şarkılarla, romanlarla destekleniyor tabii bu durum, bir Bodrum miti yaratıyor...

Bir Bodrumlu olarak, bütün bunlardan geçinen bir insan olarak, bütün bu şikayet ettiğim şeylerden benim cebime bir lira, iki lira, üç lira para giriyor. Ama bu benim cebime giriyor diye ben bununla mutlu olacak değilim. Çünkü bunun daha nitelikli olması hepimizi, uzun vadede daha mutlu edecek.

Şimdi mesela, bizim Bardakçı Koyumuz var, orada çıkan su vardır. Hala çıkar. Eskiden biz teknelerle gider, içme suyunu oradan alırdık. O su, mitolojide hermaafroditi, çift cinsiyetli kişiyi yaratan su. Tanrıçalardan biri saklanıyor, ve o suyu içip çift cinsiyetli olup izini kaybettiriyor. Salmakis. Mesela Zeki Müren Bodrum'da yerli turizmin başlamasında önemli bir insandır. Seçmiş olduğu yaşama yeri Salmakis'tir. Çok kültürlü bir adamdır, kesin bilerek seçmiştir. Bu hikayenin yazılı olmasını isterim, önemli bir hikayedir.

Bu noktada, Bodrum için önemli, ünlü insanlar denince...

Bir dönem Kale zindan olarak kullanılmış. Babamın dedesi de, muhabbet alan – yüz birlikler denirmiş onlara- orada gardiyanmış. Bu yüz birliklerin de savaştan sonra serbest bırakılmaları, gelenler gidenler Bodrum'un sosyal yapısına değişik katkıları var. Bunlar da var yani.

Zaten Cevat Şakir'in sürgüne gönderildiği bu yere şimdi insanlar gelmek için can atıyor, ilginç değil mi sizce?

Cevat Şakir, Cevat Şakir derler ama Bodrum'a katkısının yanı sıra, ilk dinamitle denizde balık avlamayı başlatan adamdır. Yani hiç kimse mitolojik varlık değil yani. Herşey yaşanmış olmuş, bitmiş. Tabii ki Cevat Şakir'in olumlu çok katkısı olmuştur. Azra Erat'ın kitabı vardır, çok metheder onu. Tabii herkesin faydası da zararı da olmuştur.

Mesela Zeki Mürenle ilgili de bu böyledir. Ben çocukken Marina'nın karşısında Bekri adında bir restoranımız vardı. Her akşam oraya gelip bir kadeh şarap içerdi. Sünnet olacağım zaman misafirimiz olarak geldi, babam öp elini dedi, öpmemiştim. Mantık oydu. Bodrum'a getirmiş olduğu gibi götürdükleri de var. Sonra yirmili yaşlarda tekrar sohbet etme imkanı buldum, tabii ki sanat anlamında bir deha.

Sonuçta Bodrum yaşıyor, iyi ya da kötü. Ama kontrollü olması önemli bunun. Bilinçli insanlar lazım.

EK A.4:

ERSEN GÜRSEL - Şehir Plancısı ve Mimar

Tarih: 21. 04. 2012

Süre: 1 saat 15 dakika

Bodrum'un ilk sitesi Aktur dahil, birçok yapısı bulunmaktadır.

Bodrumla ilk tanışma öykünüz nasıl oldu?

Arkadaşlarla gezmeye gittik, sene 1963, sonbahardı. Bomboştuk. Nerede kalacağımızı düşünürken araya araya Halikarnas'ta bir otel vardı. Necmi Sönmez'in orada bulduk. Kısa bir seyahatti. Aklımızda kaldı. Sonra asistan olduktan sonra, Güzel Sanatlar Akademisi'nde şehircilik kürsüsünün asistanıydım. Şehircilik dersi önemliydi. Şehircilik dersi uygulaması kapsamında, hocalardan Tarık Carım Bodrum'a meraklıydı. Bodrum'a bir şey yapabilir miyiz dedi? Ben de yaparız hocam, dedim. Nasıl yaparız? dedi. Bodrum'da bir imar planı çalışmasına girebiliriz hocam, dedim. Bir başka asistan arkadaş ile ön tespit için gidiyoruz.

60 kişilik bir öğrenci grubuyla tespitler yapmak için gittik. Analizler yapıp, fotoğraflar çekip İstanbul'da gelip anlatıyoruz. Ona göre imar planı çalışıyoruz. Sene 64'te aldım, çocukları Bodrum'a götürdüm. Çok güzel bir gezi yaptık, kentsel dokuyu çıkardık. Bodrum'a bu gidiş beni Bodrum yerleşme dokusunu kentin örgüsünü, kentin coğrafyasıyla, kentin topografyasıyla, iklimiyle olan ilişkilerini izleme imkanı bana verdi.

Sonra bir fırsat oldu. Bodrum Aktur girince daha önceki deneyimlerle birleştirip bu coğrafya üzerinde incelemelere başladık ve bugünlere kadar geldik.

Aktur'daki çalışmalarımız geri plandan sokaklardan maviyi yakalamak üzerine kuruludur. Beyaz duvarların yönlendirdiği derinlikte bir gökyüzü ve denizin mavisıyla bir çizgi oluşur.

Bodrum'u duyarak mı gitmiştiniz?

Ünlü değildi, bir kıyı kasabası olarak gittik. Hatta ilk gidişimde müzeye bile gitmemiştim. Beni sivil hayatın yerleşme hayatı daha fazla ilgilendiriyor, müzeler çok durağan geliyor. Sonradan kentle olan ilişkisini kurmaya başladıktan sonra müzeye gitmeyi tercih ederim. Hep sokaklarda dolaşırım ben, sesler yakalamaya

çalışırım. O coğrafyayla yerleşme dokusu arasındaki ilişkileri kurmaya çalışırım. Sokaklar üzerindeki avlulara açılan kapıları açar bakarım.

Kent mekanının sizde uyandırdığı imge... O günkü Bodrum imgesi ve bugünkü Bodrum imgesi arasındaki fark nedir sizin için?

Arada çok büyük bir fark var. Mekanların tanımında ve oluşumunda artık her şey tek yapı boyutunda ele alındığı için o yerleşme üzerinde yapıların birbirleriyle olan etkisi ve o yapıların oluşturduğu mekan hiç kimseyi ilgilendirmiyor. Tekil bir yapı olarak ele alıyorlar, bu tabii benim hiç alışık olmadığım bir şey. Kala kala ne kaldı dersene? Zaman zaman o kalabalıklıktan kendimi dışarı atmak için eski yerleşim dokusunun arasına girip kestirme sokaklardan ulaşacağım yere ulaşıyorum. O kestirme sokaklar üzerindeki sessizlik beni çok etkiliyor. Araba yok, çocuk sesleri... 63 yılındaki Bodrum'a yakın şeyler var. Onları izlerken şu hep dikkatimi çekiyor. Oralarda hava hareketleri var. İnsanları rahatlatan hava hareketleri ve koridorlar nasıl oluşuyor diye bakıyorum. Bu koridorlar giderek kapandı, yola taşmalar oldu, işgaller oldu. Eskiden başlarsın iskeleden bugünkü marinaya kadar yürürdün denizi seyrederek. Güzel bir şeydi bu. Bu giderek kayboldu. Bütün rıhtım dolgu yapıldı, ve teknelere öncelik verildi ve kayboldu. Şimdi rıhtımda yürüebilirsiniz ama denizi göremezsiniz.

İkinci bir şey, kıyı üzerindeki yapılar denizle olan görsel ilişkisini kaybetti. Bugün sadece koşarak geçmek geliyor insanın içinden. Bodrum merkezine son üç yıldır belediyenin benden beklentilerine yanıt verebilmek için iniyorum. Bodrum gittiğimde Bitez'e inerim. Hatta orada işlerim varsa hiç merkeze inmeden dışarıdan bir takım yerlere gider, Bitez'den sonra İstanbul'a giderim. Yıllarca hiç oralara gitmemişim. Bu sadece küçük yerleşme alanı Bodrum'un yerleşmesine ilişkin bir şey olmayabilir. Arkadaşlarımız vardı, o arkadaşlarımızla görüşme mekanlarımız vardı. Arkadaşlarımız yavaş yavaş geriye çekildiler, o mekanların işlevleri değişti. Buluşma mekanları ortadan kalktı. Dolayısıyla merkeze inmenin anlamı ortadan kalktı.

Bodrum'a kimseye haber vermeden gitmişim. Saat altıya doğru Veli Bar'a veya Hadi Gari'ye gidiyorum. Orada mutlaka o saatte birileri var. Oo... Hoş geldin, diyorlar. Bir buluşma mekanı orası. Çok önemli bir bellek noktası orası. Bu giderek yok oldu. Bunların mal sahipleri değişti. Ekonomik olarak yaşayabilmek için işlevlerini değiştirdiler. Bunlar kayboldu. Zaman zaman insanın aklına geliyor bu gençler buluşmak için hangi mekanları tercih ediyorlar, diye. Raşit'in kahvesi vardı.

Özellikle, sabah saatlerinde önemli bir buluşma mekanıydı. Bunlar kentin önemli buluşma alanlarıdır, kaybedilmemesi gerekir diye düşünüyorum. Raşit de önemini kaybetti çünkü daha dışarıya daha çok açık olmaya başladı.

Bir kentin kimliğinde bu mekanlar önemli oluyor. Sosyal ve kamusal anlamları işlevlerinden daha önemli olmaya başlıyor. Bazı dükkanlar vardır o sadece takı satar, Haluk'un yeri mesela. Herkes orayı bilir. Bunlar giderek değiştiler. Tabii bu değişimleri kabul etmemiz lazım. Çünkü ekonomik hayatta, yaşayabilmek için bunlar da ekonomilerini geliştirmek zorundalar.

Kent dönüşürken bu kamusal mekanların kaybolmaması için kentliyle, siyasi otoritenin iletişimde olması gerekiyor sanırım?

Bir belediye başkanı seçimle geldiğinde projelerini halkına anlatıyor, ama halkına anlattığı projelerin içerisinde hiç birisi kentin kimliğinin sürdürülmesi konusunda hiçbir düşüncesi yok. Belki ulaşım ilişkilerinin rahatlayacağını, ekonomik olarak önemli kentsel arazilerin yapılaşması ile ilgili bazı vaatlerde bulunuyor, kentin sosyal hayatının geliştirilmesiyle ilgili bazı buluşma mekanlarının -sinema, konser alanları gibi- arttırılacağından bahsediyor, ya da temizlik, alt yapı hizmetlerinden söz ediyor. Ama bu kentlerin yönetimlerinden sorumlu kişilerin söylemlerinde bunun çok önemli olduğunu düşünüyorum. Bu sadece Seferihisar'da var, slow city (yavaş kent) hareketini getirdiler.

Kıyıların korunması, Türkiye'nin genel yerleşme politikalarının yansımasıdır. 86'dan sonra daha etkin biçimde oluşmaya başladı. İlk defa kıyı yasasıyla ilgili koruma kararları Side planlaması ilgili ortaya çıkmıştır, biz yapmıştık. Sonra Aktur'larla beraber kıyının korunmasına ilişkin kararlar oluştu. Hedef hep de bu dönüşümleri sağlarken yerleşme alanlarıyla kıyı arasındaki insan ilişkilerinin gereksinimi olarak ortaya koydu, yasaklar getirmedi. Tarım Carım'ın bu konuda bana etkisi çok olmuştur. Hala en çok okuduğum kitaplar sosyal bilimlerle ilgili olmuştur. Sadece hukukun kurallarıyla bunu düzenlemek yeterli değil.

Mekanların sadece turizme yönelik olan yeme-içme mekanları dışında Bodrumlu'nun ihtiyacını karşılayacak bir dönüşüm geçirmesi önemlidir.

Kentin büyümesini tutamıyorsun, çünkü müthiş bir cazibe alanı. Herkes orada kendine bir şey bulabiliyor. Eskiden şöyle bir şey vardı, ne yaparsan yap Bodrum'da,

otobüs Yokuşbaşı'nı tırmanıp Torba'ya geldiği anda, tüm yaptıklarından arınırsın. Orada biter. Marmaris'te böyle değil, insanlar taşır.

Sizce nedir Bodrum'u böyle 'özel' kılan?

Ben şöyle düşünüyorum. O kenti yeniden yaşamak için, siliyorsun. Marmaris'e bir defa gidersin, Bodrum'a öyle değil. Bir de ne olursa olsun, Bodrum'da farklı bir sosyal profil var. O sosyal profil, insanları daha da rahatlatıyor. Çok zengin, üst düzeyde bir ilişkiler düzeni var. Farklı cinsten iki insan çok rahat arkadaşlık edebilirler. Orada biter o iş. Yabancı değil hiç kimse orada. Yabancılara alışıklar. Marmaris böyle değil, yabancıyı hemen okuyor.

Bodrum yerleşik nüfusunun yabancıları benimsemesidir. Onların yazlık tatil sürelerindeki davranış biçimlerine alışıktır. Buraya tatil yapmaya gelmiştir. Bağırılmaz, çağırılmaz.

Bunun adalardan gelen göçlerin etkisi olduğu düşünülüyor. Bu hoşgörülü tavırda bunun etkisi var deniyor. Bir de mimarisinin farklı oluşu da insanları çekiyor sanırım...

O iklimin gerekli kıldığı mimariyi halen koruyor, bu onun artı yanıdır. Marmaris'e insanlar uzun süre tatil yapmaya giderler, Bodrum'a ise akşam yemeğini yer, sabah döner. Orası gününbirlik yeme-içme ve eğlence yeri olarak da görürler. Tabii bu Bodrum'un kimliği için bir farklılık oluşturuyor. Her tarafta restoran, kahve olacak diye bir şey değil. Bunların arasında bazı yerlerde de farklı işlevli iş yerleri olabilir. Sanatçılar gelirler, ticari faaliyetini kendi ürettikleri ürünlerle donatabilirler ve bunlar özgün şeyler olabilir. Kenti dinlendirecek, yumuşatacak böyle yerlere de ihtiyaç var. Yeme-içme fetişizmini aşağı çekebilir. Bodrum ticareti daha fazla dışarı hitap ediyor. Ticari faaliyetteki bu farklılaşma, kimliğini olumlu mu olumsuz mu etkiler? Bu oraya yerleşenlerin, kamu görevlilerinin ekonomik zorlaştırır, olumsuz etkiler. Sadece yaz ayındaki turizmle olmaz, bunun halka dönüşümünü düşünmek lazım. Turizmin kalitesini niceliğini arttırırken, kent halkının giderek yoksullaşmasını engellemek lazım. Bu tartışılması gereken bir konu.

Yapılaşmanın koylara sıçramasında etkisi olan belediyelerin ayrılması meselesine nasıl bakıyorsunuz? Şimdi de yeniden bir araya gelmesi gündemde.

Belde belediyeleri ayrılmadan, Bodrum merkez ve Turgutreis Belediyesi vardı. İki belediye de diğer alanlara ulaşamıyor. İmar planlarını yaptırıyor, ama kontrol etmesi

zor. İşte Özal buraların yeniden yapılanmasını imkan tanıyacak biçimde belde belediyeleri oluşturdu ve müthiş yetkiler verdi. Kadroların nasıl olacağı tartışıldı. Zamanla oluşur dendi. Buralar yeni bir rant alanı olarak görüldü, bu rantla beldeler kendini dönüştürür dendi. Ama bu kontrol edilemez bir noktaya ulaştı. O zamanlar söylediğimiz imar planı yapma yetkisi vermeyin demiştik. Şimdi eskiye bir dönüş var, ama bunun sonucunun ne olacağı belirsiz.

Yerelden yönetim söylem olarak var, ama uygulama olarak riski de beraberinde getirir. Yıllarca biz bu turizm planlaması konusunda çalışırken bu türlü alanların yönetimlerinin farklı bir model içerisinde gelişmesini öngörmüştük. Bu alanlara biz 'organize turizm alanları' demiştik. Yani bunların planlama ve idari yapıları kendi içinde oluşur bunlar merkezlere farklı ilgi alanında bağlanırlar. Bodrum'un Yahşi köyü için de vermiştik bu öneriyi zamanında.

Bodrum'da büyümek demek Bodrum coğrafyasını kaybetmek demek çünkü yayılan bir yapılaşma söz konusu. Aşırı derecede büyümenin Bodrum Yarımadası'nı olumsuz etkileyeceği kanısındayım. Öte yandan, yerleşik Bodrum halkının sezon dışı sosyal hayatının devamı için bazı üst yapı çalışmalarına ihtiyaç var.

Bir de AVM benzeri yapılarla ilgili, cüce mülkiyet birimleri büyük kitlesel yapılaşmaları engelliyor gibi, Konacık'tan Ortakent'e kadar. Bu arazi düzeni, bu yapıların kent içine girmesini engelledi.

Yeri anlayan Bodrum Evi'nin Bodrum'da bir eve dönüşmesi süreci ile ilgili olarak kırılma noktası ne zamandır sizce? Sizin Aktur'u tasarladığınız günden bugüne değişen nedir?

Kooperatifler ve ikinci konutlar çoğalmaya başlayınca 86 yılında biz fark ettik. Cevat Bilgiç vardı, dert yanardı o zaman bana, ya hocam ne yapacağız diye. Ama sonra bir dönem geldi, ekonomik krizle beraber konutlar çok ucuza satılmaya başladı. Bir ara durdu. Şu an ise boyut değiştirdi bu olay. Daha cüce boyutlarda, yüz konutluk değil, kırk konutluk ama lüks. Müşteri profili değişmeye başladı. Bu beraberinde Bodrum yerel mimarının deformasyonunu da getirdi. Çünkü yönetmelikler baş edemiyor. Eskiden sadece konut üretimi söz konusuydu. Alt yapı ve ortak üst yapı ikincil, üçüncül yatırım alanlarını da oluşturuyor iken, bugün ise onları da beraberinde oluşturan denize yakınlığın önemli olmadığı, onun yerine ortak kullanım olarak suyun yerleşme alanlarının içine girdiği çevre tasarlanmanın da satış politikalarında

çok etkili olduğu bir konut üretimi başladı. Bu da çökecektir bir zaman. Toprağın bedeli, yapının bedelini aşağı çekmeye başladı.

Kadın ve erkek rollerinin değişimi ve sosyal yapının değişiminin de etkisi var.

Bu sürecin önüne nasıl geçilebilir. Planlama boyutuyla önlenebilir gibi geliyor. Planlama boyutunda yönlendirilebilir gibi geliyor. Yerel otoritenin o coğrafya bağlamında mimari projeleri değerlendirmesi gerekiyor. Başka ölçütler de yerleşme alanlarını çoğalmasını önleyebilir gibi geliyor. Enerji, su kaynakları, atık su ile ilgili yapılarıdır.

Sizin 1991 yılında Tasarım Dergisi'nde Nevzat Bey'le yaptığınız röportajda bir yabancıya Bodrum'u nasıl anlatırdınız sorusuna 'uzun karayolculuğundan sonra adalar denizinin mavisi ve beyazlık', demişsiniz. Şimdi nasıl anlatırdınız?

Yine aynı heyecanı yakalıyorum. Ne zamanki denizi görüyorum... Tabii benim baktığım yön önemli, sağ tarafa bakmıyorum, açım daraldı elbette. Suya fazla işgal yok neyse ki. O benim doğa tutkumdan ya da doğaya olan saygımdan olabilir.

EK B :



Şekil B.1 : 1970'lere kadar gazete haberleri



Şekil B.2 : 1970'lerde çıkan gazete haberleri



Şekil B.3 : 1970'lerde çıkan gazete haberleri

ÖZGEÇMİŞ



Ad Soyad: Gizem Esmer

Doğum Yeri ve Tarihi: Diyarbakır 01.01.1985

Adres: Vişnezade mah. Beşiktaş / İstanbul

E-Posta: gizemesmer@gmail.com

Lisans: Yıldız Teknik Üniversitesi