

YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİ BAĞLAMINDA KENT

Mukadder ÇAKIR*

Özet

Kapitalizmin gelişiminden sonra modernleşerek büyüyen kent, sermaye için hep bir artı-ürün elde etme alanı olmuştur. Burjuva kent bir iktidar alanı olarak sadece son teknolojilerin, son moda trendlerin, yeni yaşam tarzlarının, yeni tüketim formlarının geliştiği bir alan değildir. O aynı zamanda büyük sorunların, sınıfsal çelişkilerin, dramların ve çatışmaların da yeniden-üretildiği alandır.

Günümüzün yeni iletişim teknolojileri neoliberal küreselleşme ideolojisi ile birlikte kullanılmış ve bu sayede tüm kentlerin sınırsız ve sonsuz bir tek pazar olarak algılanması, hiçbir coğrafi, ekonomik ya da diğer engele takılmadan yoluna devam etmesi sağlanmıştır. Bu süreçte her kentin kendini tanıtmayı yeni medya ve sosyal medyada aktif olması ile doğrudan ilgilidir. Diğer kent yönetimleri ile rekabet etmek ve daha fazla sermaye çekmek de ağda online olmakla ilgilidir. Küresel kentlerin bugünkü hedefleri akıllı-kent, e-kent, siber-kent vb. gibi tasarımlara dönüşmüştür. Bu kentler teknolojik olarak akıllı, siber, süper vb. olabilirler. Ancak aynı zamanda çok sayıda ekonomik, politik, sosyolojik ve psikolojik sorunu üretmekte ve güvencesiz iş, aşırı hızlı yaşam, çevre kirliliği, gözetim, yabancılaşma, kimlik bölünmesi gibi çok sayıda sorunun büyümesine zemin oluşturmaktadırlar.

Anahtar Kelimeler: yeni iletişim teknolojileri, kent, akıllı-kent.

* Profesör Doktor, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi

CITY IN THE CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF NEW COMMUNICATION TECHNOLOGIES

Mukadder ÇAKIR*

Abstract

After the development of capitalism, the city which has been modernized and developed has always been a surplus-production area for the capital. The bourgeois city as an area of power is not only an area where the latest technologies, the latest fashion trends, new lifestyles, new forms of consumption develop. It is also the area where big problems, class contradictions, dramas and conflicts are reproduced.

Today's new communication technologies have been used in conjunction with the ideology of neoliberal globalization, and all cities have been perceived as an infinite and endless single market and have continued without any geographical, economic or other obstacles. In this process, each city's self-promotion is directly related to its being active in new media and social media. Competing with other urban governments and attracting more capital are also about being online on the network. The current goals of global cities have turned into smart-city, e-city, cyber-city etc. designs. These cities can be technologically smart, cyber, super etc. At the same time, however, cities produce a number of economic, political, sociological and psychological problems, and creates a basis for the growth of many problems such as precarious work, excessive speed of life, environmental pollution, surveillance, alienation and identity division.

Keywords: new communication technologies, city, smart-city.

* Professor Doctor, Marmara University, Faculty of Communication

Giriş

Kent, tarihsel süreç içerisinde hep büyüyerek; etkinlik alanını hep genişleterek gelmiş ve bugün çeşitli iktidar biçimlerini bünyesinde toplayan, sınırları belirsiz bir oluşuma dönüşmüştür. Kentte değişim hiç bitmez; o canlı bir organizma gibi sürekli hareket halindedir. Kentin değişim süreci kapitalizmin ve modernleşme sürecinin gelişimi ile köklü dönüşüme uğramış, sosyal anlamda toplumların büyük kısmını etkisi altına almıştır. 20. yüzyıl, o güne dek kırsalda yoğun olan nüfusun artık kentte yoğunlaşmaya başladığı, kentlerin coğrafi sınırlarını zorladığı ve aştığı bir yüzyıl olmuştur.

Kitle iletişim araçlarının matbaanın icadından itibaren sürekli ve çok hızlı gelişimi, kentlerin dönüşümünün önemli nedenlerinden biridir. Gazete, dergi, kitap basımı, fotoğrafın ve sinemanın icadı, radyonun ve televizyonun gelişimi, modern toplumun kültüründe, ekonomisinde, politik yapılanma biçiminde, eğitim sisteminde olumlu ve olumsuz anlamda çok yönlü etkilerde bulunmuştur. Bu süreçlere en son internet odaklı yeni iletişim teknolojileri eklenmiş, mobil cihazlarla daha çok bireysel olarak kullanılabilen bu teknolojiler iletişimin işleyişini, zamanını, mekânını, etkinlik alanlarını ve formlarını değiştirmiştir.

İletişim süreçlerinin değişimi, kentlerdeki yaşam tarzlarını, tüketim biçimlerini, sosyalleşme pratiklerini, geleneksele bakış açılarını ve daha pek çok şeyi etkilemiştir ve bu etki hâlâ devam etmektedir. Nüfusu on milyonları aşan kentlerde yaşam bireysel ve toplumsal olarak yeni teknolojilerle tamamen iç içe yaşanmakta, bu teknolojiler evlerde, sokaklarda, iş yerlerinde, meydanlarda, caddelerde ve zaman sınırı olmaksızın günün her saatinde kitlelerce de, resmî kurumlarca da yoğun olarak kullanılmaktadır.

Yeni iletişim teknolojileri bütün dünyada iletişimin mekâna ve zamana bağlı sınırlarını yok etmiştir. Küreselleşmenin sadece teknolojik değil ideolojik zemininin oluşumuna da önemli etkilerde bulunmuş, onunla birlikte büyümüş ve yayılmıştır. Günümüzün küresel kentleri ve metropollerini öncelikle yeni iletişim teknolojileriyle beraber anılır ve pazarlanır. Onların geleceğine ilişkin projeler, planlar ve tasarımlar bu teknolojiler merkeze alınarak yapılır. Kentler için hedef olarak e-kent, siber-kent, akıllı-kent gibi terimler seçilir. Akıllı-binalar, akıllı-evler, akıllı-ofisler, akıllı-eşyalar bu kentlerin moda trendleridir. Küresel sermayenin spekülasyona dayalı rant ekonomileri ile kolaylıkla ve hızla büyüebildiği günümüz kentleri doğudan batıya, kuzeyden güneye bütün bölge ve ülkelerde karakteristik olarak benzer nitelikleri göstermekte ve bu nitelikleri ile yarattıkları büyük sorunlarla, günden güne daha fazla insanı etkilemektedirler.

Bir İktidar Alanı Olarak Burjuva Kent

Kent, çağımız insanlarına birçok konuda vaatlerde bulunur ama vaatlerinin yalnızca bir kısmını yerine getirir. Çünkü kent bir iktidar alanı ve mekânıdır. Onun başat imgelerinde çatlaklar ve sorunlar vardır. Kent birbirinden farklı insanla-

rı bir araya getirir ve onları birbirine yabancı olarak sunar; toplumsal hayatın karmaşıklığını yoğunlaştırır. Farklılık, yabancılık ve karmaşıklık aynı zamanda tahakküm biçimlerine direnme olanaklarını da beraberinde getirir (Sennett, 2008: 20).

Burjuva kentler çelişkinin sürekli yeniden üretildiği uzamlar olarak bir taraftan barınamayanları dışarı atarken diğer taraftan yeni dinamik kesimleri, varsılları ve gençleri kendine çağırır. O, ışıkları, parlak renkleri ve canlı sesleri ile bir toplanma yeridir. Özellikle gençler için her zaman çekicidir. Sermaye kentlerde yatırım yaptıkça işsizler, yeni iş arayanlar, göçmenler bu yatırım alanlarına yönelir. Böylece kentler gelecek planlarının odağına oturur. Planların bir kısmı gerçekleşirken çoğunluklar sefaletin ve yoksunlukların içine sürüklenir.

Lefebvre'in açıkladığı gibi mekân, toplumsal olarak üretilir: Yaşanan mekân, algılanan mekân ve tasarlanan mekân. Bunlar üretilen mekânın birbirine bağlı üç kurucu anıdır (akt. Arslan Avar, 2009: 7). Mekân, ne bir soyutlama ne de sadece somut ve fiziksel bir şeydir. Mekân, hem kavram hem de gerçekliktir; yani toplumsaldır. İlişkiler ve biçimler bütündür. Canlı, değişken ve akışkandır (Arslan Avar, 2009: 8).

David Harvey (2012), kentsel mekânlarda artı-ürünün toplumsal ve coğrafi olarak yoğunlaşması üzerinde durur. Buna göre artı-ürün birileri üzerinden elde edilir ve bunun denetimi küçük bir grubun elinde toplanır. Dolayısıyla kentleşme, sınıfsal bir olgudur. Kapitalist dönemde de bu böyle işlerken süreçte yeni bir dinamik daha eklenmiştir. Şehirleşme için sürekli artı-ürün üretilirken bunun tersi de geçerlidir. Kapitalizm ürettiği artı-ürünün tüketimi için şehirleşmek zorundadır. Yani kapitalizm ile şehirleşme arasında içsel bir bağlantı vardır. Bu durumda kapitalist üretimin artışı ile kentleşme ve nüfusun kentlerde yoğunlaşması arasında da doğrudan bağlantılar vardır (Harvey, 2012: 45).

Kentlerin üretim, üretim denetimi ve dağıtım sistemleri aynı zamanda kentsel yaşamın tüketim odaklı ilişki biçimlerini de dinamik tutar. Kentler, ekonomik, kültürel, politik ve psikolojik anlamda ayrımlar üzerinde oluşan çok çeşitli grupları, sınıfı ve tabakayı bünyesinde oluşturur. Bu oluşumlar kendilerine özgü yaşam örüntülerini kentlerde yaratırlar. Bu nedenle gettolardan yüksek nitelikli konutlara, fabrikalara, bulvarlara, lüks AVM'lere kadar çok çeşitli mekânlar kentte bir arada bulunur (Yıldız ve Alaeddinoğlu, 2011: 851).

Karmaşık nitelikli, sosyal, ekonomik, mekânsal ve kültürel bileşenlerden oluşan kentler, en önemli gelişimlerini sanayileşme sürecinden itibaren yaşamış, gelişen modernite ile birlikte eski topluma ilişkin birçok deneyimin ve yaşam tarzının değişmesine vesile olmuşlardır. Modernleşen toplumun gündelik yaşam pratikleri, tüketim biçimleri, sosyal ilişkileri, eğitim düzeyleri, çalışma tarzları, boş zaman alışkanlıkları, kültür-sanat eğilimleri köklü dönüşümler geçirmiştir. Eski toplumun tarım ve toprak esaslı yaşam tarzından kopulmuş, ücrete dayalı çalışma tarzları ile tüketimin alabildiğine çeşitlendiği ve arttığı,

kapalı mekânlarda, doğadan giderek kopulan, küçük konutlarda barınılan, oldukça stresli yaşam tarzlarına geçilmiştir.

Sanayi devrimi, aynı zamanda bir kentsel devrimdir. Ham madde iş gücü pazar ağları kentsel mekânları ve bölgeleri birbirine bağlamış, kentler sürekli karmaşıklaşan yapılarıyla, süreci denetleyen yönetim ve organizasyon mekânlarını bünyesinde toplamıştır. Lefebvre bu nedenle kentlerin, bilgi, beceri ve organizasyonun toplanma alanı ve bu nedenle karar verme ve güç merkezleri olduğunu belirtir (Yıldız ve Alaeddinoğlu, 2011: 851).

Tarihte ilk büyük kentsel-dönüşüm 1850'ler sonrasında Paris'te yaşanmış, güçlenen burjuvazinin ekonomik, sosyal, kültürel ihtiyaçlarına ve değişim arzusuna cevap vermek üzere Haussmann belediye başkanı yapılmış ve bunu "yaratıcı yıkım" denilen çok radikal dönüşüm süreçleri izlemiştir. Haussmann, gelmekte olan burjuva toplumun üretim, tüketim, moda, eğitim, kültür-sanat ve diğer tüm beklentilerini yoksul geniş yığınları kent dışına sürerek, köhne mahallelerin yerine geniş bulvarlı, şık, gösterişli caddeler ve yeni binalar inşa ederek, büyük vitrinli mağazaları yeni varsılların gezerken görebilecekleri şekilde tasarlayarak, pasajları tüketim ve gezinme merkezleri şeklinde kurgulayarak yerine getirmiştir. Walter Benjamin, yeni gelişen burjuva kenti bu nedenle 'Pasajlar' üzerinden çözümlenmiştir.

Haussmann, aynı zamanda kentleşme yoluyla artı sermaye ve işsizlik sorununa çözüm bulmak için de bayındırlık işlerinin başına getirilmiştir. Paris çok boyutlu bir dönüşüm geçirmiş, sadece nüfus olarak değil; altyapısı, yani mahalleleri ile keyifli, ışıklı bir turizm ve tüketim kenti olmuştur. Artı sermaye, büyük oranda bu kentsel dönüşümde kullanılmıştır (Harvey, 2012: 48-49).

20. yüzyılın İkinci Dünya Savaşı sonrası yıllarında Keynesyen politikalar birçok ülkede yaygınlaşmış, sosyal devlet uygulamaları kentlerde hayata geçirilmiş, kamusal alan ve mekânlar bu sayede genişlemiş ve çoğalmış, ücret artışları sosyal refah düzeyini yükseltmiş, bu da tüketimi hem çoğaltmış hem de çeşitlendirmiştir. Yalnız bu süreç sermaye açısından kâr oranlarının düşüşü anlamına gelmiş, neoliberal küreselleşme arayışları tüm dünyayı tek bir pazar yerine çevirecek çok yönlü dönüşümleri başlatmıştır.

Emeğin yeniden-üretimini öne alan Keynesyen kentleşme deneyimleri hızla terk edilmiş, sermayeyi temele alan pratikler öne alınmıştır. Sosyal-devlet uygulamaları terk edilmiş, kentlerin kendilerini pazarlamaları beklenmiş, bu beklenti yönetim anlayışlarını da dönüştürmüştür. Eski devlet ve belediye sistemlerinin yerini, özel sektörün, paydaşların ve yerel aktörlerin de katıldığı bir yönetim anlayışı almış, adına "yönetişim" denilen bu süreç sonunda kamu ile özel arasındaki ayrımlar silikleşmiş ve resmi kurumların işleyişleri değiştirilmiştir. Yerel yönetimler devlet örgütlenmesinin dışına çekilmiş ve esnek ve enformel bir yapıya bürünmüşlerdir. Devlet, birçok alandan uzaklaşarak işlevini özel sektöre bırakmakta, ancak bu süreç beraberinde meşruiyet krizlerini getirmektedir. Kentsel mekânın iki temel değişimi şunlardır: 1-Yerel kent yö-

netimleri sermayenin yeniden üretimini ön plana çıkarmıştır; 2-Yarışmacı kent modeli ile birlikte kentin ulus-devletle ve uluslararası alanda paradigmatik olması esas alınmıştır (Sert vd. 2005: 106).

Kapitalizmin gelişimi süresince kent çok yönlü değişimlere uğramıştır. Modernitenin ilk yıllarında kent, emeğin yeniden üretim mekânıdır çünkü endüstriyel üretimin merkezidir. Neoliberal küreselleşme sürecinde ise modern kentler üretim merkezi olmaktan uzaklaşarak tüketim merkezlerine ve sermayenin kendini yeniden ürettiği mekânlara dönüşür. Sermaye ucuz emek, ucuz altyapı, ucuz ham madde arayışları ile daha uzak ve çevre bölgelere, ülkelere taşınmaya başlar. Zaten endüstriyel üretimle son derece kirlenen, kalabalıklaşan, gürültülü hale gelen kentler bu kez yeni kentsel-dönüşüm süreçlerinin içine çekilirler. Yeni küresel kentler finans sermayesinin, rantın, tüketime yönelik devasa AVM zincirlerinin, yönetim ofislerinin ve hizmet sektörünün konumlandığı alanlara evrilirler. Çok ulusluluk ve uluslararasılık bütün alanları etkisi altına almıştır. Küresel şirketler yıllık planlamalarını dünya geneline yayarken düşük vergi cennetlerinde üretimi tercih etmiş; pazarlama, reklam, tanıtım ve halkla ilişkiler faaliyetlerini dünya geneline yaymıştır.

Kapitalizmin günümüze geliş süreci boyunca kentler hep önemli rol oynamıştır ve bugün de bu önemlerini korumaktadırlar. Tıkanmalar, krizler, kentler sayesinde aşılmakta, ancak aynı zamanda çelişki ve ayrımlar hem yeniden üretilirken hem de daha fazla keskinleşmektedir; çünkü kapitalizmin kentler üzerinden yarattığı ilişki biçimleri, sermayenin yatırım yaptığı alanlar ve mekânlar üzerinden gelişmektedir. Eşitsiz dağılım ve hiyerarşik yapılanma biçimleri sürekli yeniden üretildiği için çözüm yöntemleri de oldukça sınırlı olarak işlenmektedir. Son yıllarda giderek artan toplumsal hareketler ve ayaklanmalar bu süreçlerin sonucu olup, yaşam standartları günden güne düşen kitlelerin daha fazla kaybetmemek yönündeki beklentilerini dile getirir.

Yeni İletişim Teknolojilerinin Kente Etkileri

Medya, mekânın ve zamanın algılanmasını, kullanılmasını ve tasarlanmasını etkileyen unsurlardan biridir. Tek başına belirleyici olmasa da yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi ve yaygınlaşması ile kentler üzerinde önemli etkilerde bulunmaya başlamıştır. İnternetin varlığından sonra coğrafi sınırlar anlamını kaybetmiş; merkezi olmayan, sınır tanımayan ve ağır olanaklarına yaslanan süreçler ön plana çıkmıştır. Küreselleşme ile birlikte işleyen bu süreçte yeni iletişim teknolojilerine en çok adapte olan, teknolojik olanakları en fazla kullanan bölgeler ve şirketler çok daha kolay büyümeye başlamıştır. Neoliberal kapitalizmde tüm kentlerin ve dünyanın sınırsız ve sonsuz bir tek pazar olarak algılanıp sunulması, internetin kablosuz, sınırsız ağ sistemine oldukça uygundur. Her türlü AR-GE çalışması, *know-how* araştırmaları ve tasarım süreçleri kent merkezlerinin asli işlevine dönüşmüş ve bu kentlerin rekabetinde önemli ölçütleri oluşturmaya başlamıştır. Bunlar; KDV'si yüksek ürünlerin yeni medya ve sosyal medya üzerinden pazarlanması, tanıtılması, satışlarının yapılması, pazar

araştırmalarının yapılması, tüketim ve tüketici verilerinin toplanması anlamına gelmektedir. Bunlar, hangi kentlerde ne tür yönetim merkezlerinin açılacağına karar verilmesi, hangi kentlerde ne kadar yatırım yapılacağına araştırılması gibi daha komplike süreçleri de kapsamaktadır. Kentlerin birbirleriyle rekabeti ve sermaye çekme çabaları artık, ağda online; yeni medyada ve sosyal medyada aktif olmakla ilgilidir. Bu nedenle çok uluslu şirketler de, küresel kent yönetimleri de, öne çıkabilmek için iletişim araçlarına çok fazla yatırım yapmaya başlamışlardır.

Günümüzde kentler hem kalabalıklaşmakta hem de coğrafi olarak büyümektedir. Ulaşım, erişim, iletişim olanakları giderek artmakta, pazar olgusu hiçbir engel tanımadan her tarafa yayılmakta, yakın gelecekte 100-150 milyonluk mega kentlerin olası varlığından söz edilmektedir (Yıldız ve Alaeddinoğlu, 2011: 851). Uydu kentlerde yoğunluk artmakta, bu durum kamusal hayat ve kamusal mekân kullanımını dönüştürmektedir. Alışveriş merkezleri kent meydanının yerini almış; vitrin gezmek, alışveriş yapmak, yemek yemek, sinemaya gitmek vb. faaliyetler bu mekânsallaşmanın içinde yaşanan yeni iletişim biçimleri olmuştur (Kaçar, 2007: 61).

Zamanın mekândan kopması ve bağımsızlaşmasından günden güne daha çok söz edilmekte, yeni iletişim teknolojilerinin bu süreci sürekli hızlandırması üzerinde daha çok durulmaktadır. Bilginin de mekândan koparak bağımsızlaşmasının vurgulanması, zamanın akışına yönelik çalışma ve çıkarımları yoğunlaştırmaktadır. Ancak bu değişim süreçlerinde yeni iletişim teknolojilerinin tek başına belirleyici olmadıklarını bilmek ve açıklamak, teknolojik determinizme düşmemek açısından önemlidir. Asıl olarak kapitalizmin işleyiş biçimi değişmiştir. Kentlerin, zamanın ve mekânların değişimi bunun sonucudur. Sürece enformasyonel etkiler de katılmakta ancak bu araçların gündelik hayatın içinde olmaları, kitlesel olarak kullanılmaları ve ilk etapta görünen olmaları, belirleyici olarak görülmelerine neden olmaktadır.

Küreselleşme süreci ile birlikte sermaye kentlerin yükselen en önemli değeri olmuş, kentler İstanbul örneğinde olduğu gibi, küresel dünyaya eklenmesi beklenen rekabet merkezlerine dönüşmüştür (Yaylı, 2012: 334, 338). Servet ve iktidarın dağılımındaki artan kutuplaşma, şehirlerin mekân formunu, giderek etrafı çevrilmiş kent parçaları, güvenlik kontrollü konut alanları ve sürekli gözetim altında olan özelleştirilmiş kamusal mekânlardan ibaret kentlere dönüştürmüştür. Neoliberalizmin bireyci ahlakında şehir kimliği, yurttaşlık, hemşerilik, aidiyet ve tutarlı bir kentsel politikadan giderek kopmuştur. Bu süreç karşısında kent yönetimleri daha demokratik uygulamalara ulaşmanın yeni yollarını aramakta, şehir için alternatif arayışları sürdürmektedir (Harvey, 2012: 57-58).

Hız faktörünün şekillendirdiği kent yaşamında geleneksel mekânlar, ortamlar ve geleneksel deneyimler günden güne azalmakta; zaman ve mekânın kullanım biçimleri değişmektedir. Bunda yeni iletişim araçlarının ve yeni iletişim süreçlerinin de etkisi vardır. Özellikle bireysel mobil iletişim teknolojilerinin

dünya genelinde kitlelerce yoğun olarak kullanımı, gündelik yaşam pratiklerini önemli oranda değiştirmiş, mekâna bağımlılığı azaltırken, zamanın mekândan kopuşunu ve parçalanışını getirmiştir. İletişim araçlarının, yeni medyanın ve sosyal medyanın yaygınlığı, kolay erişilebilirliği, coğrafi sınır tanımaması kentlerde de sınırları anlamsız hale getirmiştir. Pek çok süreçte olduğu gibi bilginin erişiminde, oluşturulmasında ve kullanılmasında da, mekâna bağlılık ortadan kalkmakta; neoliberalizmin savunduğu esnek çalışma ve 'mobil'lik burada bir-biriyle örtüşmektedir.

Tarlardan fabrikaya geçişle başlayan doğadan kopma süreci, iletişim teknolojilerinin gelişimi ile kentsel mekânlardan kopuşa evrilmekte, "daha hızlı ve daha bireysel hizmet parolası" mekândan kopuşu ve hatta mekânsızlaşmanın artacağını göstermektedir (Sınmaz, 2015: 63-64). Son yıllarda sanayi ve endüstriyel şirketlerin kentleri hızla terk etmeleri ve onların yerini hizmet sektörünün yani bacasız endüstrilerin alışı, kentteki çalışma alanlarını, mekânlarını ve çalışanları yine aynı hızda değiştirmiştir. Finans kurumları, sigorta şirketleri, eğitim kurumları, reklam ve halkla ilişkiler şirketleri, tüketim mekânları, özel sağlık kurumları, internet kafeler, ajanslar, medya kurumları yeni kentin asli unsurları olmuştur. Bu kurumlar için internet, yeni teknolojiler, ağ ortamı, yeni medya ve sosyal medya hayati derecede önem kazanmıştır. Sürekli yeni ve sosyal medyada var olma savaşının içindedirler.

Yeni iletişim süreçleri ile iç içe yaşayan bazı kentler, eskilerinin tersine daha az gürültülü, daha ışıltılı, daha sterildirler; ulaşım olanakları daha fazladır ve eski olanları turizme daha uygun hale gelmiştir. Artık endüstriyel üretimleri ile değil, hizmet sektöründeki yerleri ile değerlendirilirler. Bu kentlerde yoksullara ve yoksunlara yer yoktur. Onlar kent dışına sürülmüş ve var olan çelişkiler yeniden üretilmiştir. Birçok kent mekânı pahalılığı ile dikkat çekmekte, yalnızca varıl zenginleri kabul etmekte ve ayrımcı tutumlar kentin temel karakterine dönüşmektedir. Bunda üretim değil, spekülasyonla sürekli pompalanan rant ekonomisinin ağır basmasının önemli rolü vardır.

Yeni kentteki hizmet sektörünün çalışanları beyaz yakalılardır. Bunlar iyi eğitilmiş, yabancı dil bilen, esnek çalışma sistemini tercih edebilen, yeni iletişim teknolojilerini yoğun olarak kullanan, teknolojik gelişmeleri takip eden, yaş ortalaması genç ya da orta yaşlı olan ve çevre bilinci konusunda hassasiyetleri olan kesimlerdir. Son dönem araştırmalarda "prekarya"¹ olarak da adlandırılmaktadırlar.

Çalışma sisteminin esnekleşmesi ev ve ofis odaklı hayatta geçirilen zaman dilimlerini arttırmış, kentsel mekânlar daha az kullanılmaya, fiziksel hareketsizlik ise artmaya başlamıştır. *Home-Office* türü yaşam tarzı yaygınlaşmıştır ki bu daha az sosyallik, daha çok bireysellik demektir. Çalışmanın odağında uzun saatler kullanılan iletişim teknolojileri vardır. Sofistike bir altyapı ile donatılmış, hızlı ve anında erişim sağlayan teknolojiler sürekli aktiftir. Bireyler ileti-

¹ 'Prekarya' konusunda bkz.: (Çakır, 2018).

şim teknolojilerini kullanımda giderek uzmanlaşmakta, ancak sosyal ilişki ve iletişim süreçlerinde giderek geri kalmaktadırlar. İletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, kent merkezlerinin günden güne teknoloji şirketlerince doldurulmasına neden olmaktadır. Cep telefonu şirketleri, internet kurulum şirketleri, internet kafeler, mobil cihaz şirketleri bunların bazılarıdır.

“Bilgi iletişim teknolojileri, ev ortamını çalışma, alışveriş, eğitim, kamusal hizmet alanlarının uzantısı konumuna getirmekte, böylelikle nüfusun günlük hareket akışını ve hareket düzeyini değiştirmekte, bilgi ile insan arasından, kentsel kamusal mekânı çıkarmaktadır” (Sınmaz, 2015: 66). Bu nedenle günümüz kent ortamında kamusal azalmakta, bireysellik artmaktadır. Bir iletişim aracına sahip olan birey sanal ortamlara ulaşımında özgürlüğü yaşarken, kimliği adeta bedensizleşmektedir. İnternet ortamı aynı zamanda küresel kitle kültürünün de aktif kullanımı demektir ki birey bu durumda kendini kentlilik atmosferine daha yakın hissetmektedir. Bu kent ona daha akıllı, daha küresel, daha çağdaş, daha moda ve daha özenilesi gelmektedir. Şimdi “akıllı kent” kavramının içeriğine bakalım.

Dijital, Sanal, Siber, Akıllı vb. Kentler

Bilgi toplumu kuramlarında ve yönetim teorilerinde yeni kentler; dijital, sanal kent, siber kent, tele-kent, e-kent, online kent, telematik kent, akıllı kent vb. gibi çok sayıda kavramla anılır. Yani yeni medya ve internet odaklı olarak adlandırılırlar.

Daha 1970’li yıllarda Japonya’da 2000 yılını “bilgi toplumu” olarak hedefine koyan *Japon Computer Usage Development Institute* (Jacudi)² tarafından hazırlanan tasarıda bir “Bilgisayar Kent” modeli de vardır. Bu modelde trafik akışlarının otomatikleştirilmesi, bilgisayarın yönettiği iki kişilik araçlar, içinde görevli olmayan ve manyetik kartlarla alışveriş yapılan hipermarketler, bilgisayarla düzenlenen sıcaklık ayarları, tümüyle kablolarla sarılmış ve ev terminalleriyle kuşatılmış bir kent tasarlanır (Mattelart, 2004: 77-78).

Castells’e göre, “küresel kent, bir mekân değil, bir süreçtir: İleri hizmetlerin üretim ve tüketim merkezleriyle, bu merkezleri destekleyen yerel toplumları küresel bir ağın içinde birbirine bağlayan; bir yandan da bilgi akışına dayalı olarak bu merkezlerin arka bölgeleriyle bağlarını zayıflatan bir süreç” (2005: 17). Castells bu tanımı ile küresel akıllı kenti mekân üzerinden değil, zaman üzerinden tanımlar. Onun mekânla bağını kopartır. Ayrıca küresel olma niteliğini ön plana çıkarır. Buradaki yaklaşımın temelinde online olma, internete bağlı olma kıstası vardır.

Arayüz Olarak Kent kitabının yazarı Martijn de Waal’e göre “Akıllı Şehir” (*smart city*) senaryolarının çoğu temelde ‘özgürlük kenti’ (*Liberterian City*) ideale uygundur. Buna göre kent temelde bir pazardır. Şehir sakinlerinin kar-

² Japon Bilgisayar Kullanım Geliştirme Enstitüsü.

şıklı hemen hiçbir yükümlülükleri yoktur. Bireyler özgürce kendi yaşamlarını yönetir. Şehir sakinleri öncelikle tüketicidir; bu nedenle şehir, arz ve talep dengelerine göre şekillenen bir alandır. Böyle bir kentte, şehir hayatının politik ve kültürel yönleri arka planda kalır ya da özel konular olarak görülür. Birçok kentsel medya esas olarak liberter kent idealini destekler. Burada öncelikle verimliliğe ve kişiselleşmeye vurgu yapılır; şehir sakinlerine tüketiciler olarak önem verilir ve kentteki gündelik yaşamlarını kurallarla değil de kendi içgüdülerine göre deneyimleme özgürlükleri vurgulanır (Waal, 2018).

Liberter kentteki iletişim araçları şehir sakinlerinin katılımını reddeder, teşvik etmez, azaltır. Diğer bir model olan 'Cumhuriyetçi İdeal Kent' modeli, kişiselleştirme ve verimlilik ideallerini, vatandaşlık ve bağlantısallık idealleri ile akıllı kent idealinde bir araya getirmeyi başarmıştır. Cumhuriyetçi kent bu anlamda önemli bir ideali yerine getirir. Dijital ve mobil medyanın yükselişi, artık fiziksel kentsel kamusal alanda gerçekleşen mekânsal bir süreçle sınırlı kalmamaktadır. Örneğin sözlü kültür sokaktan uzaklaşmakta; blog yazmak, mesaj atmak, *tweet* atmak, akıllı telefonda çevre ile ilgili bilgi almak, telefonla konuşmak, aranmak, *WhatsApp* kullanmak gündelik yaşamda çok daha fazla zaman almaktadır. Tüm bunlar kısmen medyalaşmış, kısmen fiziksel olan bir kamunun parçası olarak yapılır (Waal, 2018).

Edward W. Soja, dijital yaşamın kentlerdeki yansımaları ile ilgili olarak Los Angeles kentini incelemiş, elektronik medya ve bilişimin dönüştürdüğü bu şehri *Simcity* olarak adlandırmıştır. *Simcity*, bütün mekânsal unsurları ile ve kurumları ile yeni bir kent tasarlayan bir bilgisayar oyunudur.

Günümüz kentlerindeki gündelik yaşamın güçlenen gerçek üstüçülüğü, elektronığın belirlediği dijital yaşamlar, kentlilik yerine onun simülasyonunun ön plana çıkması, yepyeni kentleşme süreçleri ve bir bütün olarak toplumsal yaşamın güvenilmez, istikrarsız ve parçacıl niteliği, Soja'nın 'dünya kenti' gerçekliğinden hareket ederek 'Postmetropolis' söylemini geliştirmesine yol açmıştır (akt. Yıldız Aleddinoğlu, 2011: 859).

Soja (2000: XVI) 'Postmetropolis'i şöyle tanımlar:

1. Esnek olarak uzmanlaşmış postfordist bir sanayi metropolü;
2. Küreselleşmiş bir şehir-bölge ya da cosmopolis;
3. Banliyö sonrası bir göç kenti ya da mega şehir;
4. Sosyal kutuplaşma ve eşitsizliklerle yoğunlaşmış fraktal (tam olmayan) bir şehir;
5. Kale kentlerinin haphaneleşmiş bir takımadası;
6. Gündelik yaşamın giderek bir *simcity* gibi oynandığı hiper gerçek bir koleksiyon.

Paul Virilio (2003) sanal kenti şu şekilde tanımlar: Gerçek kent, yerini sanal kent'e bırakmaktadır. Bu meta-kent'tir. Yere bağımlı değildir. Totaliter, bütünleştirici ve küreselleştirici olan metro politikanın merkezidir. Zenginliğin birikmesi, hızın yoğunlaşmasını getirir. İktidarlar böylece ortaya çıkar. Ulaşım ve haberleşmenin hızlanması, dağınık insan topluluklarına hükmedilmesini kolaylaştırmıştır. Sanal kente kıyasla, yerel kent devleti sadece bir mahalle ya da semttir. Sanal kentin merkezi her yerde, çevresi ise hiçbir yerdedir. O, görünmez Dünya Mega Kent'idir. "Gerçek kentler, bu sanal hiper merkezin perife-

risini oluşturur sadece". Çok sayıda ulaşım ve yeni iletişim aracına sahip olan metropoller kırsal nüfusu kendine çektiğçe, sanal kentler daha da yaygınlaşmaktadır. Oysa teknolojilerin ön plana çıktığı kentlerde bazı süreçler sorun olmaya başlamıştır. Metropollerde yoğunlaşma artmış ama riskler dağılmış ve denetlenmeleri zorlaşmıştır. Örneğin uyuşturucu satıcılarının tüm kente kolayca yayılmaları ve bulunmalarının zorlaşması gibi (Virilio, 2003: 15-16).

Castells, kent formunun planlama açısından ciddi bir dönüşüm geçirdiğini belirterek yeni enformasyon teknolojilerinin bu süreçteki etkilerine dikkat çeker: "Enformasyonel kent, bir kent formu değil, bir süreç, akışlar uzamının yapısal hâkimiyetinin izini taşıyan bir süreç"tir (2005: 532) demektedir. Castells'e göre mega kentlerin başlıca özellikleri, büyüklükleri değil, küresel ekonominin merkezleri olmalarıdır. Mega kentler "Gezegen çapında üst düzey yönetim, yönlendirme ve üretim işlevleri; medyanın kontrolü, gerçek iktidar siyaseti; mesajlar yaratıp dağıtma yönündeki sembolik kapasitenin yoğunlaştığı yerlerdir" (2005: 538). Dünyadaki iktidar mega kentlerde yoğunlaşır. Onları yeni bir kentleşme biçimi yapan, küresel ağlarla bağlantılı olmaları, yerel olarak ise toplumsal bağlarının olmamasıdır. İşlevsel bağlantılar geniş topraklara damgasını vurur ama toprağın kullanım biçimi büyük ölçüde kesintilerin yaşandığı bir kentleşme biçimidir (Castells, 2005: 540).

2000 yılında yerel e-yönetim kavramı literatüre girmiştir. "E-belediye" de denilen bu süreçte, internet ortamında yerel bir yetkili bulunması, yerel danışmanlık yapılması, demokratik sorumluluk alınması ve toplumsal katılımın bir aracı olması amaçlanmaktadır. Bu çerçevede e-yerel yönetimden daha şeffaf, daha sorumlu ve kapsayıcı, toplulukları yönlendirebilecek daha iyi bir organizasyon yapısına sahip olması beklenir (Yıldırım, 2004: 53). Yeni kentsel belediyecilikte iletişim hizmetlerinin yeri günden güne artmaktadır (kablolu kablo-suz internet ağları, uydu alıcı ve vericileri, telefon ve televizyon kabloları vb.) çünkü ulus devlet kentlere ilişkin altyapı hizmetlerinden giderek çekilmekte, iletişim ağları da bu kapsama girmektedir. Bu durum kent yönetimlerinin ekonomik gelir ve siyasi açıdan güçlenmesine yol açmıştır. İletişim araçlarının yaygınlaşması, kentlerin içindeki mekânların işlev ve dağılımlarında da değişikliklere yol açmaktadır. Örneğin e-ticaret kentteki mağazalara, e-gazeteler gazete bayilerine, e-makaleler kütüphanelere, e-devlet kamu kurumlarına, e-transfer bankalara, e-posta postanelere olan gereksinimi alabildiğine azaltmış ve bu nedenle, banka şubeleri, kamu kurumları, postaneler kent merkezlerinin dışına, çeperine taşınmaya başlamıştır. Alışveriş mağazaları, medya kurumları ve gazete binaları için de aynı durum söz konusudur. Bu durum aslında boğulmakta olan kentlere, özellikle kent merkezlerine nefes aldırılmakta ve kent dışının kullanımını da mümkün kılmaktadır.

Kentler bina ve içinde yaşayanlardan ibaret değildir. Bunlara dijital ürünler de eklenmiş, kentler fizikselliğin ötesine geçmiş ve dijital araçlarla adeta 'canlı' hale gelmiştir. Ancak dijitalleşmeye her gün biraz daha fazla bağlanmaktadır;

öyle ki kentlerin 'donanımı', 'yazılımı' ve 'tasarımı', günümüz mimar ve şehir planlamacılarını, telekomünikasyon şirketlerini daha çok meşgul etmektedir. Yeni medya tasarım endüstrisine büyük kolaylıklar getirmiş ve potansiyel sorun çözücü olmuştur (Zhang, 2010).

Yeni medya araçları bir kentin fiziksel görünümünü çok fazla değiştirmez. Örneğin kablolu ağlar ama sosyal olarak etkileri çok daha fazla olur. Örneğin ABD'de bireyler genelde yalnız bir yaşam sürer, çemberleri küçüktür ama sosyal medya ile bu çember giderek büyümüştür. *Facebook* ve *Twitter*'ın etkisi çok önemli olmuştur. Bir diğer örnek, online alışverişin artışı ile alışveriş merkezlerine duyulan ihtiyacın azalması ve mağazaların küçülecek olmasıdır. Aynı şekilde kütüphaneler sadece arşiv merkezine dönüşebilirler. Bu değişiklikler şehirlerin arşiv mimarisini etkileyecek, örneğin olasılıkla kamusal alanlar büyüyecektir. Mimarların artık oldukça esnek binalar tasarlaması gerekmektedir. Tüm bunlar bir araya gelince kentlerin değişimi hızlanmış, kentsel-dönüşüm projeleri birçok ülkede artmıştır (Zhang, 2010).

Saskia Sassen'in (1991) yaptığı saha araştırmalarına göre, küreselleşme ile hizmet sistemlerini bünyesinde toplayıp metropol merkezlerine dönüşen kentlerin dört yeni işlevi ortaya çıkmıştır. Bu kentler zaten uzun yıllardır uluslararası ticaretin ve bankacılığın merkezleridir. Bunlar dışında; "Öncelikle, dünya ekonomisinin örgütlenmesinde hayli yoğunlaşmış komuta merkezleri haline gelmişlerdir; ikincisi, finans ve uzmanlık gerektiren hizmet şirketlerinin kilit yerleşimleri olmuşlardır; üçüncüsü, önde gelen sektörlerde yeniliklerin üretimi de dâhil üretim merkezleridirler; dördüncüsü, üretilen ürünlerin ve hizmetlerin piyasalarıdır" (Sassen, 1991: 3-4'ten akt. Castells, 2005: 515).

Yani kentlerin işlevleri, etkinlik alanları ve önemleri giderek artmıştır. Özellikle son yıllarda yoğunlaşan göç hareketlerinin "umut mekânlarına"³ ve sığınma alanlarına dönüşmüşlerdir. Kentler hâlâ karmaşıklıkları, kozmopolit yapıları, her an değişen fiziki nitelikleriyle yabancıları ve yoksulları kendinde toplayan çekim merkezleri durumundadır. Çünkü kentlerde kırsala göre iş olanakları daha fazladır, farklı kesimlerin karşılaşmaları mümkündür. Ancak online hayatın öne çıkması ile modernite öncesi ilişki biçimleri terk edilmekte ve sanal aleme taşınmakta olduğu için, bu sürece uyum sağlamak bir varoluş sorunu haline gelmiştir.

Kentleri boydan boya kuşatan kablolu ağlar, geniş bölgelere nüfuz etmeyi çok daha kolaylaştırır. Ucuz cep telefonları ve bilgisayarlar, muazzam bir eğitim ve eğlence pazarı demektir. Bu teknolojiler kırsalda yaşayanları kentlere çeker. 21. yüzyıl kapitalistleri için Asya ve Afrika 'son pazar'dır; çünkü bu iki kıtada hâlâ kırsal bölgeler, kentsel bölgelerden daha fazladır. Teknoloji artık birkaç kurumun elinde değildir. Çok hızlı yayılmakta ve halka da ulaşmaktadır (Hatzopoulos ve Lovink, 2018).

³Deyim David Harvey'e aittir.

Bugün bütün dijital teknolojiler geleceğin kentlerini kurgulamak için kullanılmakta ve bunlar kentlerin altyapısını oluşturmaktadır. Çünkü bu akıllı teknolojilerle şehirlerde hava kirliliğinden trafik akışlarına kadar her türlü süreç gözlenmek, kaydedilmek ve toplanan verilerle insan müdahalesi olmadan iyileştirme yapılmak istenmektedir. Hatta Bill Gates'e göre yazılımlar daha önce hiç kullanılmayan alanlarda kullanılacak; örneğin evlerdeki para miktarı, fabrikadaki envanter, buzdolabındaki süt, evin etrafındaki potansiyel hırsızlar vb. bilgisayar şirketlerince izlenip haber verilebilecektir. Yani Gates'e göre teknoloji kentsel toplumu geliştirecek, neredeyse kaçınılmaz büyümlü bir güçtür ama büyüye inananlar için bu görüntü bazı sorunları da beraberinde getirmektedir (Waal, 2018).

İletişim ve bilgi teknolojilerini aşırı iyimser ve indirgemeci bir tarzda görenler, toplumda, kentte, ülkede var olan sorunların teknolojilerce çözümleneceğini düşünmektedir. Oysa bu tutum geleceği, idealist ve olumlu yanlarına rağmen gerçekçi boyuttan uzaktır; çünkü teknolojiler mülkiyet ve iktidar ilişkileri çerçevesinde kullanılır ve tüketilir. Onların ne için, nasıl ve ne zaman kullanılacağını kendileri değil, sahiplik sistemleri mülkiyet ilişkileri ve iktidar yapılanmaları belirler.

Teknolojilerle donatılı yeni kentlerde yaşanan en büyük sorunlardan biri; sokaklara, caddelere, binalara, ana yollara, mahallelere, ofis içlerine, fabrikalara ve bunlar dışındaki hemen her alana, mekâna yerleştirilen kameralar ve gözetim araçlarıdır. Öyle ki birçok teorisyen, bu durumdan dolayı günümüz toplumlarını "Gözetim Toplumu" olarak tanımlar ve gözetimin çağımızın en önemli sorunu olduğunu iddia eder. Gözetimin yaygınlığı, her an her alanda denetlenen, kontrol edilen ve yönlendirilen bir toplum demektir. Böyle bir toplumda birey kendini korku ve çekinceler içinde bulmakta, aidiyet duygusunu yitirmekte, sadece ev ortamında kendini özgür ve rahat hissedebilmektedir. Gözetim toplumlarında gerçek bir kamusal alanın varlığından ve demokrasinin varlığından söz edilemez.

Teknolojilerle birlikte kentte yaşanan bir diğer sorun hız probleimidir. Hızlı iletişim, hızlı akış, hızlı mesajlaşma, hızlı ulaşım bireyin kendini tek başına yetersiz ve anlamsız hisseceği düzeylere çıkmış durumdadır. Kentte ve özellikle de mega kentlerde, metropollerde yavaş olmak adeta suç işlemek gibidir. Yavaş olan kaybeder, herkes her şeyde hızlı olmak zorundadır. Yavaş ve sakin bir hayat, kentliler için hayalleri kadar uzaktır. Kentte yaşamak, hızlı olmayı kabullenmek demektir. Hızlılığın mantalitesi rekabet mantığından beslenir ve onunla birlikte yol alır. Rekabet ise kapitalizmin önemli temellerinden biridir.

Yeni medya ve iletişim araçları ile kentlerde yaşanan ayrışma, ayrımcılık ve çatışmaların farkındalığı önemlidir (Brighenti, 2011: 13). Birçok mekân işlevini yitirmekte ve kent dışına sürülmektedir. Kitabevleri, gazete bayileri, dergi rafaları, tiyatrolar, çocukların oyun alanları giderek sanal ortamdaki eşdeğerlerine taşınmaktadır. Öğrenciler elektronik ansiklopedilerde sörf yapmakta, profesörler ders notlarını web'e koymakta, perakende satıcılar internet üzerinde

reklam yapmakta, katalog ve sipariş formu yerleştirmekte, hisse senedi satışları, para transferleri internette yapılmaktadır (Souici ve Kılınçaslan, 2005).

Birçok işin, deneyimin, pratiğin sanal ortama taşınmasından ve mekânların işlevinin azalmasından dolayı bazı fütürologlar kentlerin gelecekte silinip gideceği yönünde tahminlerde bulunmaktadır. En çok da tele-çalışmanın giderek yaygınlaşacağını varsayan çıkarımlara yönelim vardır (Castells, 2005: 526). Gilder'e göre de kentlerin yok oluşunun başındayız çünkü kente aidiyet duygusu hızla yok oluyor (akt. Sınmaz, 2015: 67).

Kentlerin yok olacağı tahmini biraz abartılı olabilir ama aidiyet duygusunun fazlası ile sarsıntı geçirdiği kuşku götürmez bir gerçeklik. Yeni iletişim teknolojilerinin rolünün kayda değer düzeyde olduğu bu süreçlerin kentsel yaşamdaki sonuçları ise derin çelişkileri içinde barındırmakta, bu makalede en temel olanlara değinilmektedir. Üstelik süreç bitmemiş olup devam etmektedir ve sorunlara her gün yenileri eklenmektedir.

Sonuç

Son yılların en dikkat çekici uzamı ve mekânı olan kentlerde çok sayıda değişim birbiri ardı sıra gerçekleşmiştir. Sermaye, enformasyon, yeni iletişim ve ulaşım araçları, yeni iş alanları, yeni meslekler ve daha pek çok gelişme, kentlerde toplanmaktadır. Ancak kentlere aynı zamanda göçmenler, işsizler, gençler ve yoksullar da gelmektedir ve bunun tersine bir hareket de söz konusudur. Eski üretim sistemleri, geleneksel kesimler, kentte tutunamayanlar, kentte yorgun düşenler, emekliler, yoksullar, uyum sağlayamayanlar kentleri terk etmektedir. Bu nedenle günümüzde kentler çok sayıda ve çok boyutlu sosyal çatışma ve çelişki iklimlerini içinde barındıran katastrofik ortamlara dönüşmüştür.

Yeni iletişim araçları bir taraftan zaman mekân sınırlarını alabildiğine zorlar olmuş ama diğer taraftan da bireyi yaşanması giderek güçleşen kentlerin ortasında tek başına bırakmıştır. Siber uzam, yoğun bir enformasyon bombardımanı altında yalıtık ve izole bir hayatı sanal atmosfer içinde yaşamak demektir. Kimlik ve kişilik sorunlarının alabildiğine yoğunlaştığı ve parçalandığı online dünyada gerçek hayata, gerçek insanlara, gerçek sokaklara karşı duyulan yabancılaşma daha önce görülmemiş boyutlara ulaşmıştır. Kentlerde yabancılaşma hem bir sorun ve sonuçtur hem de bir korunma biçimidir, bu çelişkisi ile birlikte var olur. Günümüz toplumlarının birey ve toplum ilişkisinde kaçınılmaz bir süreç olarak giderek daha yoğun şekillerde yaşanmaktadır. Özellikle gençler ve çocuklar aile ortamlarında bile birbirleriyle konuşmayı bırakmış, cep telefonlarının laptopların tutsağına dönüşmüştür.

Günümüzün modern mega kentleri, son sistem iletişim teknolojileri ve sayısız yenilikleri ile insanlara çok cazip, çok ilgi çekici tekliflerde bulunmakta, bu ilgiyi sürekli canlı tutmaktadır. Kentler çok kalabalıktır, çok farklı insanlarla tanışma olanakları sunar. Pazar yeridir, her türlü hizmet ya da ürün kentlerde

satılabilir, bulunabilir. Kentlerde kırsala göre iş olanakları çoktur, değişik işler bulunabilir. Kentlerde para kazanılabilir, lüks semtlerde yaşanabilir. En iyi okullar kentlerde, iyi bir eğitim alınabilir. Tüm bu imkânlar yeni nesiller için, yeni okul ya da iş arayanlar için sürekli bir umut kaynağı olur. Ancak bunun sonunda kentler birer yığılma alanına dönüşerek sınırlı bir kesimin hayallerini gerçekleştirirken çoğunluğu ise hayal kırıklığına uğratar ve farklı boyutta dramların yaşandığı alanlara evrilir. Buna rağmen kırsal bölgelerde umudu kalmayanlar yine kentlere yönelir.

Enformasyon teknolojileri, yeni medya ve sosyal medya araçları hem çalışma koşullarını, hem çalışma türlerini, hem de çalışan kesimleri çok yönlü değişimlere uğratmıştır. Fordist sistemdeki emekli olana dek aynı işyerinde uzun yıllar çalışma koşulları giderek yok olmuş, onun yerini esnek çalışma sistemindeki güvencesiz, *home-office* tarzı, kısa süreli çalışma koşulları ve çalışan tipi almıştır. Bu ise sürekli işsiz kalma riski ve sürekli iş aramak demektir. Bütün bu süreçler artık iletişim araçları üzerinden yürümektedir. Çalışan birey 7/24 online ve her an çalışabilir olmak durumundadır. Bu durum bir yönüyle kentlerdeki mobilitayı de artırmıştır.

Yeni teknolojiler günümüz kentlerinde çok sayıda imkân, olanak, kolaylık ve kazanç getirdikleri kadar değişik zorluklar, çelişkiler, kayıplar ve imkânsızlıklar da getirmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ve kent arasındaki ilişkileri de bu çerçevede yani çift yönlü olarak ele almak bizi daha tutarlı çıkarımlara götürür. Bu makalede bu yapılmaya çalışılmıştır.

Kaynakça

- Arslan Avar, A. (Aralık 2009). "Lefebvre'in Üçlü 'Algılanan, Tasarlanan, Yaşanan Mekân' Diyalektiği". *TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi Yayını: Mimarlık ve Mekân Algısı*. 17.7-16.
- Boxu, Y. (2010). "Social Spaces and New Media: Some Reflections on the Modernization Process in China". *Procedia Social and Behavioral Sciences*. 2. 6941-6947.
- Brighenti, A. M. (12 Nisan 2011). "New Media and Urban Motilities: A Territoriologic Point of View". *Urban Studies Journal*. 1-16. doi: 10.1177/0042098011400771.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, 1. Cilt Ağ Toplumunun Yükselişi*. (E. Kılıç, çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çakır, M. (2018). "Bilgi Toplumu Kuramları ve Prekarya Tartışmaları". M. Çakır (der.) *Bilgi Toplumu Tartışmaları*. (19-114). İstanbul: Pales Yayınları.
- Harvey, D. (2012). *Asi Şehirler; Şehir Hakkından Kentsel Devrime Doğru*. (D. Temiz, çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Hatzopoulos, P. ve Lovink, G. (2018). "Theses on New Media and the City". (söyleşi). <http://networkcultures.org/geert/theses-on-new-media-and-the-city/>.

- Kaçar, D. (2007). "Kentsel Mekâna Alternatif Bir Bakış: Kentin Zamanı, Zamanın Kenti". *Anadolu Sanat*. 18. 57-63.
- Mattelart, A. (2004). *Bilgi Toplumunun Tarihi*. (H. Yücel, çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sassen, S. (1991). *The Global City: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press.
- Sennett, R. (2008). *Ten ve Taş*. (T. Birkan, çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Sert, E., Karpuz, H., Akgün, G. (2005). "Küreselleşme Sürecinde Değişen Kent Kavramı, Mekân ve Politikleşme Üzerine Bir Okuma Çalışması". *Planlama Dergisi*. 2. 101-111.
- Sınmaz, S. (Aralık 2015). "Gelişen İletişim Teknolojilerinin Kentsel Yaşam ve Kamusal Mekânlar Üzerindeki Yansımaları". *Tasarım + Kuram*. 20. 63-75.
- Soja, E. W. (2000). *Postmetropolis, Critical Studies of Cities and Regions*. Oxford: Blackwell.
- Souici, B. ve Kılınçaslan, T. (Mart 2005). "İletişim Teknolojisindeki Değişimin Kent Açık Mekânına Etkisi". *İTÜ Dergisi/a Mimarlık, Planlama, Tasarım*. 4(1). 97-106.
- Tunç, A., Belli, A., Aydın, A. (2017). "Kent Kimliği ile İnternet Kullanımı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 22(15). 1673-1688.
- Virilio, P. (2000). *A Landscape of Event*. London: MIT Press.
- _____ (2003). *Enformasyon Bombası*. (K. Şahin, çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Waal, M. De (2018). "The Future of the City: a Smart City or a Social City?". <http://www.thecityasinterface.com/>.
- Yaylı, H. (2012). "Küreselleşmenin Kentler Üzerine Etkisi: 'İstanbul Örneği'". *Selçuk Üniversitesi, İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 12(24). 331-356.
- Yıldırım, U. Ş. Ö. (2004). "Yerel Yönetimlerde Eğitim-Bilişim Teknolojisinden Yararlanma: Türkiye'de E-Belediye Uygulamaları". *The Turkish Online Journal of Educational Technology TOJET*. 3(1). 49-60.
- Yıldız, M. Z. ve Alaeddinoğlu, F. (2011). "Küreselleşme Çağında Değişen Mekân Algılayışları". 38. *ICANAS (International Congress of Asian and North African Studies) Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi: Kültürel Değişim, Gelişim ve Hareketlilik*. 2. 845-862. Ankara: Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları.
- Yüksel, F. (2005). "Bilgi Teknolojileri ve Yerel Yönetimler". *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 5(10). 246-259.
- Zhang, S. (2010). "A Study of the Role of New Media in Architecture in Urban China". <http://themobilecity.nl/projects/adaptation/essay-the-role-of-new-media-in-architecture-in-urban-china/>.