



Turizm Mekânlarını Post-Modern Coğrafyalarla Birlikte Düşünmek

Thinking Tourism Spaces Together With Post-Modern Geographies

Fatih Volkan Tırî^{a*}, İsmail Kervankıran^b

^aSüleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, Türkiye. Orcid: 0000-0002-6215-9063

^bSüleyman Demirel Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Isparta, Türkiye. Orcid: 0000-0001-9202-7320

Öz/ Abstract

Post-modernizm ve onun ilişkisel temelleri hayatımızın bir parçası haline gelmekte ve gündelik yaşantımızı günden güne değiştirmektedir. Dolayısıyla değişimler mekânsal düzlemler üzerine yansımakta ve bu durum coğrafya disiplininin araştırma alanına dahil olmaktadır. Buradan hareketle bu teorik çalışma; beşerî coğrafyada 1980'lerden beri süregelen bir eleştirel paradigma olan post-modern coğrafya ve post-modern görünümlerin turizm mekânları üzerindeki tezahürlerini anlamaya çalışmak amacıyla hazırlanmıştır. Bu kapsamda, ilgili literatür üzerinden çalışmanın sınırları içerisinde kalan post-modern teori ve post-modern coğrafya literatürü incelenmiştir. Değişen sosyo-ekonomik durumların ve diğer birçok parametrelerin zaman içerisinde geçirdiği kırılmalar, mekânlar üzerinde somutlaşarak karmaşık yapıları beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda çalışmada ele alınan post-modern coğrafyaların ne anlama geldiği, nasıl bir ilişkisellik çerçevesinde şekillendiklerini anlaşılmasına çalışılmıştır. Ayrıca bu çerçevede şekillenen görünümler, turizm mekânları üzerinden aktarılmaya çalışılmıştır. Bu çalışmanın temel motivasyonu, turizm mekânlarının yeniden yapılanmasını ve üretilmesini post-modern coğrafyalarla birlikte düşünmenin gerekliliğini tartışmaktır.

Post-modernism, along with its relational foundations, is increasingly permeating our lives and transforming our daily routines. Therefore, the spatial planes mirror these changes, and the geography discipline encompasses this situation within its research domain. From this point of view, this theoretical study has been prepared to try to understand the manifestations of post-modern geography and post-modern views on tourism spaces, which have been a critical paradigm in human geography since the 1980s. In this context, post-modern theory and post-modern geography literature within the boundaries of the study were analyzed through the relevant literature. The fractures of changing socio-economic conditions and many other parameters over time have brought about complex structures by materializing in spaces. We have attempted to comprehend the meaning of post-modern geographies and their formation within the framework of relationality. Additionally, we have attempted to communicate the perspectives formed within this framework through tourism spaces. The main goal of this study is to discuss the necessity of considering the restructuring and production of tourism spaces in conjunction with post-modern geographies.

To cite: Tırî, F. V., & Kervankıran, İ. (2024). Turizm Mekânlarını Post-Modern Coğrafyalarla Düşünmek. *Geographies, Planning & Tourism*, 4(1): 67-86. <https://doi.org/10.5505/gpts.2024.18209>

Article Info/Makale Bilgisi

Received: 29.04.2024

Accepted: 26.06.2024

Anahtar Kelimeler

Turizm Coğrafyası

Post-modern Coğrafyalar

Turizm

Mekân

Keywords

Tourism Geography

Post-modern Geographies

Tourism

Space

Makale Türü/ Type of Article

Review/Derleme

Sorumlu Yazar/

Corresponding Author

F. V. Tırî

fatihvolkantirii@gmail.com

www.gpt-studios.org



1. Giriş

Günümüz modern toplumu, sürekli bir değişim içerisindedir. Sosyal bilimciler, zaman içerisinde bu değişimler üzerinde birçok kavramsallaştırma yapmış ve kuramsal zeminlerde sosyal yapıları mercek altına almıştır. İnsanlık, dünyada bulunduğu ilk andan günümüze değin birçok değişime tanıklık etmiştir. İnsanın günümüzdeki görünümünün -bir değişim ve oluş biçimi bakımından- ortaya çıkmasında modernitenin önemi büyüktür. Bununla birlikte modernleşme sadece insanı değil; toplumları, devletleri, bilimi, yapıları, sistemleri, zamanı, mekânı vs. değiştirmiş ve dönüştürmüş, modern insanla birlikte zaman ve mekân da modernite ile yeniden şekillenmeye başlamış ve yeni bir forma girmiştir. Dolayısı ile modern olma hali, süreklilik halinde ilerlemeye duyulan bağlılıktır (Bauman, 2013). Modernliğin ortaya atıldığı yıllardan itibaren yaşanan teknolojik gelişmeler ve toplumsal pratiklerde yaşanan değişimlerin ve devingenliğin etkisiyle, sosyal bilimlerde “zaman” kavramı çıkarılırken “mekân” kavramı geride kalmış (Clawson & Knetsch, 1966), fakat sonraki yıllarda mekânın değişen anlamı sosyal bilimlerin araştırma konuları içinde yer almaya başlamıştır.

Mekâna işaret etmeyen söylemler ve düşünceler boşluktadır ve laf kalabalığıdır. Çünkü her insan mekânı sadece tecrübe etmekle kalmaz aynı zamanda mekân aracılığı ile düşünür ve hayal kurar (Lefebvre, 2020). Mekân, öznel

* Bu çalışma, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Bölümü yüksek lisans öğrencisi Fatih Volkan TIRI'nın Prof. Dr. İsmail KERVANKIRAN danışmanlığında hazırlanan “Postmodern Coğrafyaların Turizm Mekânları Üzerinden İncelenmesi: Antalya Örneği” başlıklı yüksek lisans tez çalışmasının ilk sonuçlarından üretilmiştir

arası etkileşim süreci sonucunda bireysel ve toplumsal pratiklerin norm, değer ve yasalara dönüşmesiyle birlikte gelişen gündelik toplumsal ilişkilerin ve yapısal koşulların ortaya çıkmasını sağlarken, mekânın üretim sürecini etkileyen gündelik toplumsal ilişkiler ve mekânsal pratikler ortaya çıkar (Kaçar & Kervankıran, 2024). Gündelik hayatın yapısal, tarihsel ve mekânsal koşullar altında gelişmesine koşut olarak kimin mekânı nasıl deneyimlediği ile hangi mekânsal, toplumsal, ekonomik, politik ilişkilerinin gündelik hayatı yönlendirdiği üzerine düşünmek gerekir (Kaçar & Kervankıran, 2023). Bu yönüyle mekân, geçmişten günümüze sürekli bilim ve felsefe içindeki tartışmaların merkezinde olmuştur (Kaya, 2013). Sosyal bilimlerde giderek artan post-modern ve post-yapısalcı yaklaşımlarla mekân daha geniş ve farklı açılardan ele alınmaya başlanmıştır Çok yönlü, çok boyutlu ve çoğul anlamlı olan mekânı elbette tek bir bakış açısıyla açıklayabilmemiz mümkün değildir. *Bu nedenle mekânsal analizleri farklı teoriler, kavramlar ve ampirik çalışmalarla desteklenmesi gerekmektedir* (Bilgili, 2020). Mekânsal ilişkilere ve olgulara odaklanan Coğrafya disiplininde de tarihsel süreçte mekân konusu sürekli tartışılmaktadır. Bu süreçte mutlak mekân anlayışına karşı birçok kuramsal yaklaşım (post-yapısal, post-modern, feminist, post-kolonyal) ortaya çıkmış ve toplumsal mekânların heterojenliğini ve çoklu yapıları tartışılmaya başlanmıştır (Harvey, 2014; Soja 2019). Gelişen teknoloji ve toplumsal pratiklerin artık daha “dijitalize” olmasından dolayı ortaya çıkan “simülatif” mekânların varlığı da Baudrillard (2011) tarafından savunulmuştur. Bu bağlamdaki savunmaların en önde geleni ise 1970’lerden itibaren ortaya çıktığı kabul edilen “post-modern” teoridir. Post-modern teori kapsamında ve 1980’lerden itibaren modern coğrafyaya bir eleştiri olarak “post-modern coğrafya” kavramı ortaya atılmıştır (Soja,2019). Post-modern coğrafya, mekânların ilişkiselliğine; yeniden yapılanma süreçlerinin altında yatan nedenselliklere, temsillere; söylemlere ve son olarak süreçlerin üretim-tüketim sistemleri dahilinde değerlendirilmesine odaklanan bir yaklaşımdır. Post-modern coğrafyalar kavramı ise, post-modernizm akımları etrafında şekillenen, üzerinde mekânsal farklılıkların meydana gelmesi, eklektik mimarinin izlerine rastlanması ve tüm bunların bir değişikliği ifade etmesi anlamına gelmektedir (Harvey, 2014).

Toplumsal mekânlar üzerinde bir takım yeniden yapılanma süreci olduğu aşıkardır. Bu durum kuramsal çerçevede değerlendirilip dönemselleştirildiğinde, bazıları buna post-modernite (Jameson, 1994; Harvey, 2014; Soja, 2019; Urry, 2018), bazıları akışkan modernite (Bauman, 2013), bazıları yüksek modernizm kavramlarını kullanır (Giddens, 1998), bazıları da bu tarz bir dönemselleştirmeyi reddederek modernitenin bitişiye şüphe ile yaklaşır (Habermas, 1990). Günümüzün toplumsal örüntülerine bakıldığında; fütürist ve nostaljik öğelerin bir aradalığı; popüler kültürün, yüksek sanat formları ile harmanlanarak pazarlanması; yapay olarak inşa edilen, doğal olarak gösterilen temsili mekânların varlığı, post-modern dönemlerin oluşmasında önemli bir yere sahiptir (Urry, 2018). Mevzu bahis dönemsel kavramların ele alınışında farklılık olsa da ortak nokta olarak toplumsal değişim ve/veya dönüşümlerden bahsedilmektedir. ,

Modernliğin bir çıktısı olarak ortaya çıkan turizm, mekân üreten ve tüketen bir faaliyettir (Richards, 2014). Post-modern dönemlerin bir tezahürü olan post-fordizm, tüketimin ön plana çıktığı ve üretim biçimlerinin ön plana çıkartılmasına dayanır (Harvey, 2014). Bu bağlamda turizmin, sermaye birikiminde, faaliyetlerinde ve mekânlarında; değişimler ve yeniden yapılanma süreçleri söz konusudur (Ioannides & Debbage, 1997). Turizm mekânlarının geçirdiği bu dönüşümler; kimine göre standardizasyon süreçlerinin McDisneyleşme kavramı ile (Ritzer & Liska, 1997), kimine göre esnek üretim-tüketim biçimlerini ve kuralsızlaşmayı vurgulamak için Airbnb ve Uber ile (Richards, 2014); kimine göre de alternatif biçimler altında ele alınmaktadır (Urry, 2018; Gale, 2005; Ioannides & Debbage, 1997). Sonuç olarak tüm bu kavramsallaştırmalar bize turizm mekânlarında post-modern coğrafyaların izlerini takip edebileceğimizi işaret etmektedir. Çünkü post-modern coğrafyaların unsurları olan zevk, eğlence ve hazzın imajı, aynı zamanda turizm kentlerinin de imajıdır (Mullins, 1991). Ayrıca gün geçtikçe post-modern mekânların varlıkları niceliksel olarak artmakta ve niteliksel olarak daha da gün yüzüne çıkmaktadır. İncelenen literatür içerisinde turizm mekânları post-modernizm ile ilişkilendirmektedir fakat post-modern coğrafyaların izleri turizm mekânları üzerinden post-modern coğrafya yaklaşımları ile sürül(ebil)mesi yeniden tartışmaya açılmalıdır. Dolayısıyla bu çalışma, post-modern coğrafyalara ve bu ekseninde şekillenen turizm mekânlarına teorik bir çerçeveden yaklaşmakta olup mevzu bahis bağlamsallıklar çerçevesinde literatüre katkı yapmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, ilk olarak modernizme karşı yapılan eleştiriler bağlamında şekillenen post-modern teori ve ilgili literatür incelenmiştir. İncelemeler örnekler ile desteklendikten sonra post-modern coğrafya literatürü kapsamında eleştirel bir bakış açısı çalışmaya aktarılmaya çalışılmış ve bu konu dolayında turizm mekânları ile post-modern coğrafyaların kesiştiği turizm coğrafyaları mercek altına alınmıştır. Uysal ve Güngör (2022) Türkiye’deki coğrafyacıların post-modernizm ile tanışmasını üç döneme ayırmakta; “i) Post-modernizmin bilinmezliği ve ilk tanışmanın ürkekliliği, ii) Post-modernizmin havalı tarzına kapılma, iii) Post-modernizme bir imkân olarak ve eleştirel bakış.” Bu çalışma, üçüncü dönemin motivasyonu ile ele alınmış ve turizm mekânlarını “post-modern coğrafya”nın argümanlarıyla birlikte düşünmeyi tartışmaktadır.

2. Bir Eleştiri Olarak Post-Modernizmin Gelişimi

“Post-Modern” kelimesi “modern” kelimesinden türeyen bir kavramdır. TDK’ya (2011) göre “modern” kelimesi

“çağdaş, çağcıl” anlamına gelmekte, “modernizm” ise “çağdaşlık, çağdaşlaşma akımı” olarak tanımlanmaktadır. “Post-Modernizm” ise sözlükte, “modernist arayışın canlılığını kaybetmesinden sonra yirminci yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan çeşitli üslup ve yönelişlerin adı” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2011). Bununla birlikte post-modernizmle ilgili temel sorun, kavramın kendisinden kaynaklanmaktadır. Post öneki, “sonrası” anlamına gelir. Modern ise “güncel” olan demektir. O hâlde modern sonrası ya da güncel sonrası nasıl mümkün olabilir? (Ward, 2014). Dolayısı ile post-modernizm, tek başına açıklanamayacak kadar muğlak bir kavramdır (Harvey, 2014; Ward, 2014; Soja, 2019) ve kavramın nesnel bir tanımını yapmak oldukça zordur; fakat farklı disiplinler kendileri için uygun olan tanımı yapsa da evrensel bir tanımlama yapılması oldukça güçtür. Nitekim post-modernizm kavramının tanımlanmasında ortak bir görüşün varılmadığı, modernizme karşı bir tepki ve ondan bir kopuş olması dışında kavram üzerinde ortak bir anlaşma olmadığı vurgulanmaktadır (Harvey 2014). Bu durumu Featherstone (2013) ise “*post-modernlerin sayısı kadar post-modernliğin tanımı vardır*” diyerek açıklar. Bununla birlikte post-modernizmin tanımlanması konusunda fikir birliği olmamasına karşın, modernizmi eleştirmesi, modernizme tepki ortaya çıkması ve tüketimi, eğlenceyi, hedonizmi, akışkanlığı, çeşitliliği, parçalanmayı, esnekliği vs. öncelmesi, post-modernizmin temel özelliklerini oluşturan unsurlardır.

Moderniteden post-modern döneme geçişin belirgin hale gelmesinin veya toplumsal yapılar üzerinden izlenebilmesinin belki de en önemli göstergelerinden biri üretim biçimlerindeki değişimlerdir. Yığınsal üretimin bir çıktısı olarak yaşanan ekonomik sistemdeki kriz, çözüm olarak yeni bir üretim biçimini mecbur kılmıştır. Bu üretim biçimi ‘post-fordist’ olarak adlandırılmaktadır. Bu bağlamda post-fordist üretim, modernite ile özdeşleşen fordist üretim biçiminden ayrılan yönleri oldukça fazladır. Bu yönler; herhangi bir sektördeki işçinin hiyerarşide -emeğine ve kabiliyetine oranla- yükselme imkânının olması, enformasyon teknolojilerinin gelişimi ve müşteri taleplerinin üretimi etkiler duruma gelmesidir (Kırılmaz & Ayparçası, 2016). Dönüşümler silsilesinin küresel ekonomide yarattığı etkiler toplumsal örüntülerde somut olarak gözlemlenmiştir. Bu bağlamda modernitedeki sosyo-kültürel yapı artık yerini yeni ve eski olanın birlikte ele alındığı ve/veya iç içe geçtiği esnek bir yapıya bırakmaya başlamıştır. Modernitede daha da hızlanan küreselleşme ve enformasyon teknolojilerinin gelişmesi, bilimsel bilginin edinimi ve aktarımının da hızlanmasına yol açmıştır. Bu süreçler dolayında farklı disiplinlerde ‘post’ dönüşümler başlamıştır. Örneğin mimaride, modernist brutal anlayış yerine yapı işlevinin yanında dekoratif öğelerinin de barınabileceği alternatif bir akım post dönüşümlerin sonucunda ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu dönüşüm sadece tek bir kural çerçevesinde, rijit bir şekilde olmadığından esnektir. Mevzu bahis esneklik örneğin edebiyatta, kurgusal gerçekliğin tek bir çizgide ilerlemediği, karakterlerin gerçeklik ve zaman algısının karışık (Harvey, 2014) olabileceği gibi yazınlarda karşımıza çıkmaktadır. Dolayısı ile post-moderniteyi aktarırken toplumsal kavramlara anlam atfedilmesi ve karşılaştırmalı metodolojik bir yaklaşımın benimsenmesi gerektiği düşünülmektedir.

Modern anlamdaki sanat anlayışı, literatürde ‘yüksek’ kelimesiyle özdeşleşmiştir. Yüksek sanat formları, entelektüel, sanat ile ilgilenen kişilere ithaf edilir. Bu bağlamda ortaya çıkan sanat ürünleri popüler kültürü yansıtmamaktadır. Yukarıda da örneği verilen ve modernitede yansıtılan mimari örüntü bu dönemdeki sanatsal anlayış ile bezenmiştir. Modernist bir anlayışla inşa edilen yapılara; Le Corbusier’nin St. Louis’deki ödüllü toplu yaşam alanı olan, Pruitt Igoe (Harvey, 2014) ve belki de çoğu Türk vatandaşının ziyaret ettiği Anıtkabir örnek olarak gösterilebilir. Modernitenin sanat anlayışı olan ‘yüksek sanat’, yeni ve orijinal olanı önceler ve ‘kitsch²’ olanı sanat formu olarak değerlendirmeye almaktan kaçınır (Ward, 2014; Harvey, 2014). Post-modernist bir anlayışta ise bu durum daha esnektir. Kitsch, toplumsal tahayyülde ve tüketim unsurları içerisinde ulaşılması en kolay nesnelere arasında yer almaktadır. Bu bağlamda mevzu bahis nesnelere çekicilikleri, ulaşılabilirliklerinin yanında otantik çekicilikleri ve birer kopya olarak orijinallerine duyulan ilgi bakımından da değerlendirilmeye alınmalıdır. Harvey’in (2014) mekânsal olana atfettiği söylemden yola çıkarak bu nesnelere için de farklı bir yorumu yapılabilir: ‘Kültürel tüketim öğelerinin nitelik ve niceliksel artışı, toplumun bu öğelere olan ilgisini arttırmış, bu durum farklılaşmış olan öğelerin çekiciliğinin artmasına neden olmuştur.’ Sonuç olarak küreselleşen dünyadaki değişen ekonomik görüş, önceden belirlenmiş ve topluma dayatılan tüketim öğeleri çekiciliklerini kaybetmeye başlamış, kitsch (modernitede marjinal olarak görülen) gibi unsurların popüler kültüre tabi olmasına neden olan olguların başında gelmiştir.

Ünlü şehir plancısı Le Corbusier’nin Fransa’nın başkenti Paris için hazırladığı plan büyük bir yıkım içeriyordu. Modernist bir plancı olarak tanınan Corbusier, Paris’in şehir dokusunu yıkıp, modern yapılarla değiştirmek niyetindeydi. Gerek dönemin şartları gerekse de planların maliyeti ve içeriği somut bir adım atılmasının önüne geçti. Tasarladığı toplu konutların replikası olan Pruitt Igoe’nin yıkılması ile disiplinler anlamda da olsa bir dönemin sonunu getirmişti. Post-

² Kitsch, yapay ve dekoratif sanatsal nesnelere ifade etmek için kullanılan bir kavramdır. Bu kavram yer yer kült eserlerin ‘imitasyonu’ olanı da betimlemek için kullanılabilir.

modernitede ise ‘Learning from Las Vegas’ adlı çalışması ile Robert Venturi ve diğerleri (Ward, 2014; Harvey, 2014) şehir plancılığında yeni yeni başlayan alanyazına önemli bir katkıda bulunmuştur. Venturi vd. (1977), Las Vegas’ın modernitenin şehirselleşmesinden farklı olarak; ahenk içinde olmayan yapıların oluşturduğu bütünü çarpık görünümü ve şehir sakinlerinin bu durumdan haz alması, yeni planlama metodolojilerinin gerekliliğini savunuyordu (Ward, 2014). Son olarak modernizmin ‘yüksek sanat’ anlayışı olan, yenilik arayışının; inşa edilen yapıların yıkılmak üzere tasarlanmakta ve bu durum “ölü ördekler tasarlıyoruz” cümlesi ile alan yazında yer almaktadır. Benzer bir argüman, ‘katı olan her şeyin buharlaştığı’ şeklinde aktarılmakta ve üretilen somut ve soyut unsurların esnekleşerek anlamlarının akışkan hale geldiğini belirtilmektedir (Venturi vd., 1977; Berman, 2021).

Modernitede üretimin öncelenmesi, post-modernitede yerini tüketime bırakmıştır. Tüketim toplumunun özü, bireylerin istekleri doğrultusunda etraflarını saran ve farkına varılmasının mümkün olunmadığı meta unsurlarından satın alınması veya tüketilmesidir. Mevcut ekonomik sistemin meziyetlerinden biri de metaların pazarlama stratejisidir. Enformasyon teknolojilerinin ürün tanıtımları için kullanılması toplumu tüketmeye teşvik etmekte ve ürünlerin toplum tarafından tanınmasını neredeyse garanti altına almaktadır. Günümüzde toplumun kendisini ‘tüketim toplumu’ olarak görmesi ve kendi yarattığı tüketim idealarını da tüketmesi, “tüketimin tüketilmesi” olarak kavramsallaştırılmıştır (Baudrillard, 2013). Bu durumun en somut çıktısı ise reklamlardır. Reklamlarda amaç gereği, tanıtım yapılan ürünler üzerinde çekicilik oluşturulur fakat bağlamın nedenselliklerine inildiğinde farklı bir kavram ile karşılaşırız. Bu çalışmanın konusu bağlamında ‘simulakr³’ kavramı, duruma bir anlam kazandırmaktadır. Reklamlarda tanıtılan nesnelere üzerinden, modernitede belirli söz oyunları ile çekicilik yaratmak amaçlanırken; post-modernitede reklamlar, toplum tarafından bir alışkanlık haline gelir, böylece reklamların özü basit ve işlemsel bir hale gelmektedir (Baudrillard, 2011). Post-modernist düşüncenin arkasında belirli bir amaç ve hedefi olan bir ideolojiden çok, çeşitli akımların eleştirel odağında inşa edilen fikirselleşmiş/düşünsel bir yapı bulunur, bundan dolayı post-modernizm, kapsayıcı ideolojik bir şemsiyeyi reddeder ve birbirinden oldukça farklı akımları bünyesinde barındırarak kendisini gösterir. Bu bağlamda post-modernizm her türlü bütünlüğü reddederek, parçalanmayı savunmaktadır. Kaldı ki post-modernizmi oluşturan akımlar ancak modernizmi eleştiren noktalarda buluşup ondan sonra yeniden dağılırlar (Karaoğlu, 2016). Post-modernin dönüştürdüğü toplumsal yapı, bireylerin benliklerinde (kimliklerinde) de değişimlere sebebiyet vermiştir (Ward, 2014). Bu değişim parçalanmış, çoğul ve -bir metafor olarak- şizofrenik olmuştur. Deleuze ve Guattari (2014), Foucault (2020), Baudrillard (2011) ve ek olarak Derrida, eserlerinde yer yer parçalanmış, şizofrenik benlikleri, post-modernizm ile bağdaştırılmıştır. Ward’a (2014) göre post-modernitede çoğalan anlamlar ve semboller, bireylerin toplumdaki konumlarını ve benliklerini sorgulamasına neden olmuş ve yukarıda belirtilen yazarların da belirttiği üzere şizofreni ortaya çıkmıştır. Bireyler benliklerinin toplumda kabul görmesi için moda, sanat, medya, boş zaman aktiviteleri ve bunlar gibi toplumsal popüler öğelere uyum sağlamalıdır (Sertalp, 2016), çünkü post-modernist yaklaşımın ayakta kalması ve mevcudiyetinin devam etmesi; arzu, haz ve zevkin öncelikli olduğu bir tüketim toplumunun inşa edilmesine bağlıdır.

Post-modernizmin ortaya çıkışı ve gelişiminde ekonomik, sosyal, politik, teorik, felsefi vb. unsurlar etkili olmuştur. Bununla birlikte post-modernizm düşüncesinin temel zemininin oluşması ve toplumda somutlaşması, mevcut ekonomik sistem ekseninde şekillenmektedir. Dünyada farklılaşmanın ve parçalanmışlığın belki de en önemli sebeplerinden biri olan ‘neo-liberalizm’, post-modernitenin gelişimine katkı yapar niteliktedir (Jameson, 1994; Baudrillard, 2011; Harvey, 2014). Liberalizmin etimolojik kökeni, Latince ‘liberte’ kelimesinden gelmekte ve özgürlük anlamı taşımaktadır. Neo-liberalizm kısaca, serbest piyasa görüşünün toplumsal düzlemde uygulanması ve üst kurumların piyasalara olan müdahalesinin minimize edilmesidir. Post-modernizm ve neo-liberalizmin birlikte ele alınması, üst-anlatı⁴-devlet müdahalesinin reddi, çoğulculuk-piyasalardaki niteliksel öğelerin sayısının artırılarak rekabet ortamının yaratılması ile örneklenebilir. Burada şu soru akla gelmektedir: “Neo-liberal politikalar ekseninde değiş(tiril)en tüketim alışkanlıkları, insanlığın kültürel dinamiklerini ne ölçüde etkilemiştir ve bu etkinin yansımalarını biz nasıl ve nerede görebiliriz?” Bu soru üzerinde sağlıklı bir tartışma yürütebilmek için post-modern görünümün coğrafyalardaki yansımalarına bakmak ve post-modernizmi toplumsal yeniden yapılanmaların içerisinde gerçekleştiği yer olarak mekân üzerinden okumak gerekmektedir.

3. Post-modernizme Coğrafyanın Penceresinden Bakmak

Post-modernizm konusu çok sayıda bilim dalını ilgilendirdiği için farklı disiplinlerden farklı düşünürler tarafından çeşitli zamanlarda ve şekillerde çalışılmıştır. Bu bağlamda post-modernizm; edebiyat, müzik, sanat, sinema, moda, iletişim,

³ Simulakr kavramı, bir nesnenin görünümünün gerçeklik olarak algılanmak istemesi anlamına gelmektedir (Baudrillard, 2011).

⁴ Üst-anlatı, toplumun tümünü niteleyen anlatı, değer ve ideolojilerdir.

mimarlık gibi farklı alanlarda meydana gelen gelişmeleri ve sosyal hayatın felsefe, siyaset, sosyoloji ve coğrafya alanlarındaki değişimleri ifade etme amacıyla ortaya çıkmıştır (Mendes, 2011). Coğrafya alanında sosyal olanın anlaşılması mekânsal süreçlere bağlıdır, dolayısı ile mekânlar (özellikle kent mekânları) post-modernizmin somut yansımalarının kolayca görülebildiği yerler olduğu için sosyal bilimlerde kültürel bir tasavvur olarak mekânın ağırlığı bu nedenle artmaktadır. Uluslararası ilişkilerden, kent çalışmalarına, göçe ve kültür araştırmalarına kadar tüm sosyal bilimlerde “mekânsal okuma” ya da “mekân okuma”, sosyal süreçleri anlamak ve süreçlerin nereye doğru gittiğini görmek için gereklidir. Bu nedenle sosyal süreçleri gerçekleştikleri mekânın bağlamından bağımsız düşünmemek gerekir (Kaygalak, 2011). Post-modernizm yaklaşımı; olayların, olguların, insanların, toplumların ve mekânın nasıl temsil edildiği, bu temsilin siyaseti ve kimlik politikaları ile ilgilenir. Post-modernizmde “gerçeklik” insanın anlam dünyasına bir ayna görüntüsü gibi yansımaz, aksine gerçeklik kişi tarafından inşa edilir. Gerçeklik ve anlam belirli bir bağlamda ortaya çıkan kişisel yorumlara dayanır. Post-modernizm bu bağlamda yaşanan dünyayı da bir metin gibi görür. Herhangi bir metni okuyan insanlar, o metinden farklı anlamlar çıkaracaktır. Anlam metnin okunması sürecinde öznel olarak ortaya çıkar. O zaman tüm insan eylemleri, coğrafi olaylar ve mekânda aynı bir metin gibi görülebilir ve insanlar tarafından okunabilir. Sonuçta herkes o metinle (mekân ya da olayla ilgili) kendi anlamını çıkaracaktır (Flusty, 2005; akt. Öztürk ve Karabağ, 2013). Post-modern paradigmada bilginin yerelliğine ve bağlamsal oluşuna yapılan vurgular, bu bilginin en önemli bağlamlarından birini oluşturan mekânların önemini de ön plana çıkarmıştır (Kaygalak, 2011). Dolayısı ile mekân; post-modernizmin bir taraftan akışkan, süreksiz, düzensiz, bulanık, kaygan, karmaşık, çelişkili ve gerilimli yapısına işaret eden, diğer taraftan yeni bir oluşa, biçime, değişime, keşfe, sürprize ve etkileşime zemin hazırlayan potansiyeli yönüyle üzerinde tartışılmaya değerdir. Post-modernizmin bu karşıtlık halini ve ikilikli yapısını gözlemlememize ve incelememize imkân sağlamada mekânın yeri çok önemlidir.

Toplumsal olguların inşasını, mekân üzerinden anlamlandırmak için izlenen modernist-pozitivist yaklaşımlar Massey (1984) tarafından eleştirilmiştir. Bu eleştiride toplumsal süreçlerin anlamlandırılmasında mekânların; lokasyonlarının, uzaklık ve yakınlık derecelerinin yanında, çoğulluk kavramı ve birey bazında düşünömsellik çıkarımlarının yapılabilmesi noktasında mekânların önem arz ettiğini belirtmiştir (Urry, 2018). Mevzu bahis süreçlerin birçok ‘katmana’ ayrılması ve bu katmanların oluşmasında, konuya tarihsel bir bakışın yanında mekânsal yeniden yapılandırmaların altında yatan nedenselliklerin ‘özel’ olarak incelemeye alınması, zaman ve mekânın yeniden birlikte ele alınması için yapılan eleştirilerden biridir. Tarihselci bakış açısına bir diğer eleştiri ise çalışmaların sonuçlarının evrensel gerçekliği temsil etmesinden kaynaklanmaktadır. Günümüzde evrensel gerçekliklerin oldukça tartışılır olmasının temel noktası; toplumların parçalı yapıları, esneklikleri ve çoğul yapılar oluşturma kabiliyetlerinden kaynaklandığı söylenebilir (Harvey, 2014). Dolayısı ile evrensel gerçekliklere ulaşma çabalarında sadece bir mekân üzerinden analiz yapmak yetersizdir. Sonuç olarak, eleştirel toplumsal teori çerçevesinde yeniden ele alınmaya çalışılan mekân, toplumsal değişimlerin üzerinden okunabileceği bir konuma gelmektedir veya gelmesi umut edilmektedir.

Mekânı ve mekânsal süreçleri araştırmanın merkezine alan coğrafyacıların mekâna olan rijit bakış açılarına yönelik eleştirilere öncülük eden, Harvey (2014), Soja (2019), Jameson (1994) ve Lefebvre (1991) gibi Marksist yazarlar, mekânı yeniden eleştirel toplumsal teori ile ele alma konusunda oldukça isteklidirler (Kaygalak, 2011). Mekânsallığın tekrar ileri sürülmesinin sebebi Modernitede, mekânın, zaman (tarihin) kavramının gerisinde ele alınmış ve birbirinden koparılmış olmasıdır (Işık, 1994). İktidarlar tarafından- zaman kavramının, mekân kavramını neden ve hangi mekanizmalarla ortadan kaldırmaya çalıştığını sorar (Foucault, 1984; akt Harvey, 2014: 232). Bu sorulara kapsayıcı bir cevap olarak; ‘modernitede ortadan kalkmaya başlayan mekânsal engeller, toplumsal konularda zamansal bağlamda ele alınmasına zemin hazırlamaktaydı’ cümlesi cevap olarak verilebilir. Mekânsal engellerin ortadan kalkmaya başlaması, ulaşım ve enformasyon teknolojilerinin gelişmesiyle ilişkilendirilmektedir. Dolayısı ile mevzu bahis unsurlar küreselleşmenin başatları haline gelmiştir. Bu bağlamda kapitalizmin ortaya çıkardığı emek gücü, üretim ve tüketim süreçlerine katkı sağlamak amacıyla maksimum verimde kullanılmıştır. Kapitalist sistem, zamansal faktörlere önem gösterir ve bu faktörleri yönetir. Zamansal faktörlerin kapitalizm tarafından yönetilmesi, mekânsal düzlemlere verilen önemin bir kenara itilmesi gibi bir algı yaratır (Soja, 2019). Aksine bir durum olarak, zamansal faktörlere verilen büyük önemin alt metninde, mekânsal düzlemlerin yeniden yapılandırılmasına zemin hazırlamaktadır.

Moderniteden post-moderniteye geçişte toplumların sosyo-ekonomik yapısında gerçekleşen değişimler, sosyal bilimcileri değişimin kökenini çözümlene çabalarına itmiştir. Bu noktada kapitalizmi ve onun ortaya çıkardığı sınıfsal yapıları eleştiri olarak ortaya atılan Marksizm, bazı sosyal bilimcilerin mihenk taşı olmuştur. Modernizmin bir çıktısı olarak görülen Marksist görüş, mekânsallığı sınıf mücadelelerini açıklamak üzere bir araç olarak kullanılmaktaydı fakat bu tek başına yeterli görülmemiştir. Mekân, sadece toplumsal yapının ürettiği bir olgu değil (Scott, 1976); aynı zamanda toplumsal yapıların üretiminde rol oynayan bir ilişkiselliklerdir (Gregory 1978; Soja 2019: 82). Toplumda meydana gelen değişimleri yalnızca tarihsel faktörleri kullanarak anlamlandırma çabaları, kapitalist sistemlerin toplumsal yapı ve söylemler üzerinde yarattığı etkinin farklılaşması ile sekteye uğramaya başlamıştır. Dolayısı ile değişimlerin artık

mekânın *iktidara hizmet eden araçsallığının gizlenmesi* (Soja, 2019: 87), mekân kavramının eleştirel sosyal teori içerisindeki konumunun gözden geçirilmesine neden olan bir başka unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Marksist yazarların mekânsal örüntüleri eleştirel sosyal teori içerisinde ele alması tek başına yeterli görülmemiştir. Pozitivist söylemlere her ne kadar ortak eleştiri getirilse de üst-anlatılarla bağlam açıklama çabaları hala devam etmekteydi. Bu durum Marksizmin temel argümanı olan sosyal sınıf kavramının genel geçer olarak ele alınmasıdır. Kavram açıklanırken farklılaşan mekânlar ve bireysel benlikler göz ardı edilmektedir. Soja (2019) ve Harvey (2014), 1989 yılında post-modern coğrafya ve post-modern coğrafyalar hakkında yazdıkları kitaplarında, benzer argümanlar öne sürmüşlerdir (Minca, 2009). Harvey (2014) ve Soja (2019), post-modernizmi ve coğrafyayı, Marksizmin materyalist görüşüne eklemeye çabası içerisindeyler. Gregory (1995) tam da bu noktada materyalist anlayışın sermaye-kültür açılımlarına bir eleştiri olarak 'öteki' olana dikkat çekmektedir. Eleştirilerine buradan devam eden Gregory, söylem ile toplumsallığın beraber ele alınmasının mümkün olduğunu savunmaktadır. Bununla birlikte bağlama eleştirel realist bir çerçeveden yaklaşan Andrew Sayer (1993), post-modern olanın ve çoğu takipçisinin; üst-anlatı ve genel geçerliğin reddinin (Lyotard 1984), felsefenin varlığına karşı olma durumunun (Dear, 1988; Gregory, 1989) kuramın iç dinamiklerinde tutarsızlığa neden olduğunu savunmaktadır. Bu eleştirilerin sonucunda, "naif pozitivistten post-modernist rölativizme dönmek yerine" realizmin bu doğrultuda bir alternatif oluşturduğunu belirtmektedir (Holt-Jensen, 2019). Fakat Harvey (2014), Sayer'in (1989; 1993) '20. Yüzyılın son yarısında kapitalist ekonomide esnek bir değişimin yaşanmadığını, bu yönde öne sürülen argümanların eksik veya hatalı olduğu' görüşünü reddeder. Esnek üretimin tam karşısı olarak Fordizmin günümüzde varlığını hala koruduğunu belirten Harvey, bu üretim biçiminde yaşanan değişimlere hassasiyet ile yaklaşılmasının önem arz ettiğini belirtmiş, esnek üretim biçimlerinin varlığını; günümüzde de örneğine sıkça rastlanabilen "*sanayisizleşme, işgücü piyasaları, otomasyon ve ürün yenilikleri*" gibi argümanlar ile savunmuştur (Harvey 2014: 216-218). Post-modern coğrafyanın veya post-modern coğrafyacıların öne sürdüğü, tarihsel-coğrafi materyalist anlayışa getirilen eleştirilere cevap olarak, bu yeni bakış açısının sabit değil; diyalektik, genelleyici (üst-anlatı) değil; kapitalist sisteme tümel bir bakışın yanında coğrafi ve tarihsel gerçekliklere hâkim olmanın gerekliliği savunulmaktadır (Harvey, 2014: 389). Bu tartışmalara bakıldığında, modern coğrafyaya getirilen eleştiriler ve alternatif olarak sunulan kuramsal argümanların (post-yapısal, feminist, post-kolonyal ve post-modernizm) özünü kavramak oldukça önemlidir. Dolayısıyla mekânsal analizlerde -üzerinde çalışılan bağlam kapsamında- çoklu teori kullanımı düşünülebilir.

Post-modern coğrafyaya ve post-modern coğrafyalara yönelik yazılan (Harvey, 2014; Soja, 2019; Kaygalak, 2011; Venturi vd., 1977; Hall, 1997; Işık, 1994; Gregory, 1989; 1995) veya değinilen çalışmalar (Jameson, 1994; Urry, 2018; Ward, 2014; Yırtıcı, 2009), post-modernitenin farklı yönlerini ele almaktadır. Bu bağlamda, "Postmodern Coğrafyalar: Eleştirel Toplumsal Teoride Mekânın Yeniden İleri Sürülmesi" adlı kitabı ile ilgili literatüre önemli bir katkı yapan Soja (2019), post-modernizmin mekânsallaştırmasını Los Angeles kenti üzerinden yapmıştır. Mevzu bahis araştırmasında, ilk başta kentin tarihsel yeniden yapılanma süreçlerini ele alırken, sonrasında bu süreçlere mekânsal analizlerini eklemiştir. Soja tarihsel yeniden yapılanma süreçlerini direkt olarak ele almamış, süreçlerin nedenselliklerine; alt-metinlerine inerek süreçleri 'yapı bozumuna'⁵ uğratmıştır. Sonuç olarak Los Angeles kentinin merkezini, çeperindeki banliyölerini ve geri kalan üretim alanlarını (sanayisizleşme kapsamında oluşan mekânsal örüntüler) bir mozaik parçaları olarak gören Soja (2019), bir bütün olarak şehrin alışlagelmedik bir gelişim indisi ve parçalı yapısını post-modern çerçevede incelemiştir.

Foucault ve Kremer-Marietti'nin (1969) bilgi ve iktidar hakkındaki söylemleri post-modern coğrafya çalışmaları için oldukça önem arz etmektedir. Bu söylemlerin özü, bilgi ve iktidarın iç içe geçerek, bilginin güç unsurları tarafından şekillendirilmesi ve üretilmesine dayanır. Dolayısı ile mekân da bu bağlamda üretilir veya yeniden yapılandırılır. İktidar, bilgi ve mekân kavramlarının bir arada ele alınmasını savunan Doreen Massey (1993), mekânsal süreçlerin anlamlandırılması için bu işleyişin göz önünde bulundurulması gerektiğini belirtmiştir. Mevzu bahis mekânsal işleyişleri, ırkın sosyal coğrafyaları ile birleştiren düşünürler, post-modernitenin ortaya çıkardığı sosyal yapıları da gözeterek çalışmasını tamamlamıştır (Neely ve Samura, 2011). Bu çalışmadaki kuramsal bakış, yazarları; "Sosyal ve fiziksel mekânlar aracılığıyla hangi sosyal ilişkiler ve sosyal kimlikler yeniden üretiliyor? Sosyal ilişkiler ve mekânsal süreçler birbirini nasıl etkiliyor?" sorularını sormaya itmiştir. Elbette ki benzer soruların oluşturulmasına önayak olabilecek başka kuramsal yapılar da vardır fakat post-modernizm mekânsal değişim süreçlerine farklı bir bakış açısı sunar. Son olarak post-modern bir coğrafya anlayışı, günümüzün kolajlı yapısına aynı ölçüde, her bir parçasına farklı yaklaşılması gerektiğini belirtir. Bu kolajlı yapılar, bazı toplumsal değişimleri beraberinde getirir ve bu değişimlerin

⁵ Bir olguyu, metni veya yapıyı yapı bozumuna uğratmak; bağlamın ne olduğundan çok, nasıl oluştuğunun ve diğer bağlamlar ile nasıl ilişki kurduğunun anlamlandırılmasıdır (Ward, 2014).

mekânsal faktörler ile arasında bir ilişkisellik vardır (Massey, 1993; akt. Neely & Samura, 2011). Post-modern coğrafyanın bir diğer yönü ise mekânsal olanın sürekli değiştiği ve bu değişimin hangi aktörler tarafından nasıl gerçekleştirildiğini anlamlandırma çabasıdır. Bu bağlama katkı yapmak adına hazırlanan bu çalışma turizm mekânlarına odaklanmış olup, turizm mekânlarındaki ilişkisellikleri, inşa süreçlerini, yeniden yapılanmayı ve değişimleri post-modern görünümle birlikte aşağıdaki başlık altında ele alınmıştır.

4. Turizm Mekânlarının Post-modern Coğrafyalardaki Görünümü

Turizm, toplumsal bir aktivite olarak şekillenmeye başlamadan önce, tarih boyunca çeşitli biçimlerde toplumsal bir pratik haline gelmiştir. Örneğin, burjuva sınıfının ve tüccarların yaptığı seyahatler, günümüzdeki turizm görünümünün kökeni niteliğinde olan aktivitelerdir. Bunlar çoğunlukla dini veya ticari amaçlarla gerçekleşir ve genellikle bireysel aktiviteler olarak sınıflandırılırlar. Ancak turizmin günümüzdeki tanımı ve kapsamı, sanayi devrimi ve sonrasında belirgin bir şekilde gelişmiştir. Sanayi Devrimiyle birlikte, ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki büyük ilerlemeler insanların daha uzun mesafelere, daha hızlı seyahat etmelerinin önünü açmıştır (Giddens, 1998; Harvey, 2014). Bu dönemde turizm, daha geniş bir perspektif kazanmış ve daha yaygın hale gelmiştir. Bugünkü anlamıyla turizm terimi, bu dönemlerdeki artan hareketlilik ve seyahat alışkanlıklarının bir sonucu olarak şekillenmiştir. Artık turizm, sadece dinlenme ve eğlence amaçlı seyahatlerle sınırlı kalmamış, aynı zamanda kültürel, tarihi, doğal ve diğer alternatif deneyimlerin arayışıyla da ilişkilendirilmiştir.

Turizmin tarihsel gelişimine ışık tutmak, günümüzdeki görünümünün anlam kazanması bakımından yüksek önem arz eder (Butler, 2015). Bu bağlamda Sanayi Devriminde daha da gün yüzüne çıkan kapitalist sistemin küreselleşme atılımlarını takiben, turizm sektörü de bu sisteme entegre olarak endüstriyel bir hale bürünmüştür. Britton (1991)'a göre turizm küreselleşmiş ve kapitalist ekonomilerin bir bileşeni haline gelmiştir. Bu durum kitlesel tüketim kültürünün ve modern yaşamın en temel özelliklerinden biri olarak görülmekte (Gibson, 2009) ve modernleşme sürecindeki tüm toplumlar, kültürler, devletler ve değişmesi/dönüşmesi zor olan yapılar bile bu durumdan etkilenmektedir. Örneğin Türkiye'de seksenli-doksanlı yıllarda turizm mekânları daha çok seküler kesime hitap ettiği için bu kesimin daha fazla turizme katıldığı, fakat 2000 sonrasında ise değişen politik, ekonomik ve sosyal ortamla birlikte muhafazakâr sermayenin artması, haremlik-selamlık havuzları olan beş yıldızlı helal sertifikalı otellerin açılması, muhafazakar kadınların da denize girmeleri için tasarlanan haşema gibi tesettür mayoların üretilmesi, muhafazakar ailelerin kapitalist piyasa düzeninin getirdiği tüketim kültürüne ve haz veren, lüks ve gösterişli hayata alışarak dünyevileşmeleri muhafazakâr kesime hitap eden turizm mekânlarının da artmasına neden olmuştur (İskenderoğlu & Kervankıran, 2023). Turizmin kapitalist sisteme entegre olması, şüphesiz ki yeni mekânsal düzlemler yaratmış ve var olan düzlemler üzerinde değişimlere neden olmuştur. Bu değişim en fazla mekânlar üzerinde görüldüğü için coğrafyacıların ilgi alanına girmiş ve 'turizm coğrafyası' alt disiplini ortaya çıkmıştır.

Turizm faaliyetlerinin belirginleşmesi ve yaygınlaşmasıyla, yakın tarihlerde ortaya çıkan akademik yayın platformlarında turizm coğrafyaları konusunda yazılar artmaya başlamıştır. Bu bağlamda turizmin; boyutlarındaki değişimler, yönetim süreçleri, reklam faaliyetleri ve ekonomik skalası üzerine çeşitli disiplinler tarafından -içlerinde bazı coğrafyacıların da bulunduğu- çalışmalar yapılmıştır (Gibson, 2008; Clawson & Knetsch, 1966; Mercer, 1970; Mitchell, 1979; Butler, 1980; Mathieson & Wall, 1982). Bununla birlikte coğrafyacıların turizm üzerinde özel bir ilgisi vardır fakat yapılan çalışmaların kuramsal yapılarındaki eksikliği büyük bir zafiyet olarak görülmektedir (Britton, 1991). Turizm coğrafyası alanında öncü eleştirel çalışmalardan birini yazan Britton, turizm faaliyetlerinin kapitalist doğası ve bu bağlamda ortaya çıkan rekabet ve yeniden yapılanma örüntülerini ele almaktadır. Çalışmanın son kısmında, üretim ve tüketim ilişkilerinin sürekli değişen dinamiklerinin mekânsal örüntüler üzerinden okunması için kuramsal boyut ısrarını yineleyen Britton, coğrafyacıları ilgilendiren eleştirel ekonomik ve politik konular arasına post-modern peyzajları da eklemiş ve coğrafyacıların post-modern turizm mekânlarını araştırma nesnesi olarak ele alırken eleştirel olmaları gerektiğini de belirtmiştir.

Modernitenin bir getirisi olarak fordist üretim biçimleri, tekelci kapitalizm ve bu bağlamda şekillenen kitlesel üretim ve tüketim hareketlenmeleri turizmin de gelişimini kökten değiştirmiştir. Dolayısıyla turizm faaliyetlerinin gerçekleşme biçimleri de kitlesel bir görünümde olmuştur. Bu bağlamda ortaya çıkan Thomas Cook gibi paket turları satışa sunan firmalar, havayolu firmaları ve turizm sektörüne yatırım yapan devletler ve uluslararası yatırım firmaları, turizm sermayesinin ve turizm faaliyetlerinin küreselleşmesini sağlamıştır (Gibson, 2009). Modernitenin bir diğer getirisi ise metaların üretimi ve tüketimidir. Post-modern dönemle birlikte tüketim kültürü daha da görünür hale geldikçe metalaşma eğilimi artış göstermiştir (Featherstone, 1990). Post-modernizm ile küresel ölçekte köklü değişimler yaşanmış ve tatile çıkma alışkanlıkları da büyük ölçüde değişmiştir. Bu değişimle birlikte turizmin gündelik yaşamla iç içe geçtiği ve turizm faaliyetleri için tasarlanan mekânların aynılaştığı ve metalaştığı bir süreç yaşanmaya başlamıştır

(Urry, 2018). Yaşanan bu süreçle birlikte turizm mekânları sermayenin mekânlarına dönüşmeye başlamış, yeniden üretim ve kapitalizmin çıkış noktalarından biri olan metalaşmanın artmasına neden olmuştur. Turizm mekânlarında kültürel deneyimlerin otantikliği, yerel toplumun kültürü ve bunların turistler tarafından tüketilmesi, yerele ait unsurların ve etkinliklerin sahnelenmesi metalaşmayı kaçınılmaz kılmıştır (Şardağ & Kervankıran, 2022). Bu bağlamda kültürel değerler ve eğlence içeren aktiviteler, birer meta unsuru haline gelmiş, kapitalist sistemin bir parçası olmuştur (Britton, 1991). Diğer bir deyişle kültürel değerlerin metalaşması, sadece o kültürün yansıtıldığı mekânlar dahilinde gerçekleşmez. Sonradan o kültürü yansıtacak bireyler (sahne performansı sanatçıları vb.) ve nesnelerin (biblo, yiyecek ve çeşitli kitsch'ler vb.) üretimi birer meta unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır.

Modernitedeki (yer yer hala devam etmekte olan) tüketim kültürünün aşırılığı, fordist üretim biçimlerini veya o dönemdeki ekonomik sistemleri birer buhran içerisine soktuğu gibi, turizmi ve turizmin gerçekleştiği bazı mekânları (ve yerel halkı) da katastrofik koşulların içerisine sürüklemiştir. Mishan (1969), erken sayılabilecek bir dönemde bu konunun aşırı tüketimle ilgili sonuçlarını kaleme almıştır. Bu çalışmada, turizmdeki aşırı tüketime neden olan unsurlar olarak; döviz rezervlerini artırmaya istekli devletler, turistler, yan hizmetler ve trafik endüstrileri (hava, kara ve deniz yolu taşımacılığı şirketleri) gösterilmektedir. Sonuç olarak bu faktörlerin ortaya çıkardığı yıkım doğal manzaraların beşerî faktörler tarafından alaşağı edilmesiyle sonuçlanmış olup (Urry, 2018: 200), bu durum turizmin etkisiyle mekânların yeniden şekillenmesine neden olmuştur. Turizm mekânlarının inşası, tek başına ekonomik koşullar altında gerçekleşmez. Bu mekânlar içerisinde barındırdığı; turistler (daha çok post-modernitede), çalışanlar ve yönetici (güç sahipleri veya kapitalist sistemler) gruplar tarafından inşa edilir veya yeniden yapılandırılır. Dolayısı ile turizm mekânları sadece oteller, tema parklar veya rekreasyon alanları olarak algılanmamalıdır. Bu turizm mekânları; kentler, kırsal kesimler, tarihi alanlar veya kültürel nişleri içerisinde barındıran mekânlardan da oluşabilir. Yeniden yapılanma süreçleri, kültürel nişleri içerisinde barındıran mekânlardan (alternatif olarak 'otantik' mekânlar) biri olan Göbekli Tepe ile örneklendirilebilir. Göbekli Tepe geçmişten günümüze dini ve kültürel bir değerdir ve mekân aidiyeti hisseden yerel halk için nesilden nesle aktarılan kutsal bir mekândır. Günümüzde ise Göbekli Tepe kutsallık işlevinden kopartılmış, tüketim kültürüne ve turizm piyasasına hizmet etmeye başlamış, dolayısı ile dünyevileşmiş ve maddileşmiştir (Başcı & Kervankıran, 2023; Kervankıran vd., 2021). Bu bağlamda bahsi geçen mekânın tarihi, dini, kutsallık işlevi yok olurken, günümüzde Göbekli Tepe bunun yerine turizm amaçlı piyasa ilişkilerinin bir parçası haline getirilerek yeniden yapılanma sürecine dahil edilmiştir.

Post-modernizmin tüketim kültüründe birincil ihtiyaçların tüketimi önemli değil, ikincil ihtiyaçlara yönelik olan zevk, haz ve eğlencenin olması önemlidir. Modern dönemde zorunlu ihtiyaca dayalı tüketen, gerçekçi kararlar alan ve tek tip ürünle yetinebilen tüketici kimlikleri yerini zevk ve haz duymak için daha fazla tüketen ve kendine değer kazandıracağını düşündüğü ürünleri tercih eden post-modern tüketici rolüne bırakmıştır (Sarı, 2019). Dolayısı ile tüketim biçimlerinin değerlendirilmesinde önemli unsurlardan biri olan tüketici talepleri, post-modern coğrafyaların şekillenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Tüketici taleplerine odaklanmayan ve günümüzün yeniliklerini yakalayamayan Thomas Cook firması, katı şirket politikalarının kurbanı olmuş ve 2019 yılında iflasını açıklamıştır. Bu bağlamda geçmişten günümüze varlığını hep koruyan 'marjinal' turistlerin⁶ ve post-modern toplumların varlığı, farklılaşan turizm mekânlarının ortaya çıkmasında önemli bir etken olarak gösterilebilir. Turizm mekânlarında değişen ve esneklenen kurumsal yapı post-modern üretim biçimlerini de etkilemiştir. Bu kurumsal yapıların en belirgin göstergelerinden biri pazarlama stratejileridir ve bu yapıların temel amacı, mekânları ve yerleri birer meta unsuru olarak yeniden üreterek pazarlamak ve satmaktır (Hall, 1997). Bu bağlamda pazarlama elemanlarının görevi sadece satmak değil, mekânı alıcıya daha cazip hale getirmek için yeniden yapılandırmaktır (Holcomb, 1993). Kotler ve diğerlerine (1993) göre hizmet mekânları, tüketicinin talebine göre üretim yapmalı ve rekabet içerisine girip sermaye birikimi yapabilmesi için ulusal ve uluslararası satış yapabilmelidir. Turizmin yeniden yapılanmasında, şirketlerin teknolojik tanıtım ve yönetim fırsatlarından yararlanması; tanıtım anlamında tüketicilerin en çok kullandıkları sosyal medya platformlarında (Twitter, Instagram, Facebook vb.) belirli algoritmalar beraberinde reklam verilmesini sağlamaktadır. Şirketler bu platformlarda reklam vermeyip, dijital harita (Google veya Yandex Haritalar vb.) üzerindeki lokasyonlarının belli olması durumunda, turizm mekânını ziyaret eden turistler bu misyonu üstlenebilmektedirler. Yönetim anlamında ise iletişim teknolojileri ve bir takım iş analizi programlarının kullanımı, çalışanlar arası koordinasyonu sağlar ve iyileştirilmesi gereken alanlar hakkında bilgi verebilir.

Turizm sektöründe gerçekleşen esnek post-fordist dönüşüm, görsel anlamda ve turist deneyimleri bakımından turizm mekânlarına da yansımıştır. Günümüz toplumunda tüketim pratiklerinde bir değişimin yaşandığı aşikârdır. Bu bağlamda

⁶ *Marjinal turist kavramı, bir turizm destinasyonuna gelen, alışlagelmışin dışında aktivitelerde (eko-turizm, macera turizmi, sağlık turizmi vb.) yer alan birey veya grubu temsil eder (Smith, 1989).*

-nispeten yeni sayılabilecek- bir kavramsallaştırma olan görsel tüketimin toplumsal praksisteki yeri oldukça sağlamdır. Urry (2018)'nin bu konudaki yorumu oldukça nettir; *"Kültürel alanların yüceliği giderek azalmaktadır. Yüksek kültürden alışveriş mağazalarının olduğu yüksek caddelere doğru bir kayma vardır."* Bu bağlamda sergilenen gerçekliğin tartışılması durumu ön plana çıkmaktadır. Dünyanın 'A' noktasında orijinali bulunan bir kültürel değer, dünyanın 'B' noktasında orijinaline çok benzer 'kopyası' bulunabilir. Bu burum kopyanın bulunduğu lokasyona yakın olan insanlar için bir çekicilik oluşturmasının yanında orijinaline duyulan "ziyaret etme isteğinin" de önüne geçebilmesi yönünden oldukça ilginçtir. Eco (1986) bu durumu "hiper gerçeklikte seyahat" şeklinde tanımlamakta ve örnek olarak Disneyland tarzı tema parkları ziyaretçilerine doğanın sunabildiğinden daha çok gerçeklik vaat ettiğini belirtir (Urry, 2018). Özellikle tüketimin adeta bir rekreasyon etkinliği hâline gelmesiyle birlikte alışveriş merkezleri, müzeler, mağazalar, oyun parkları ve oteller gibi tüketim mekânları da post-modern mimari biçimlerini oluştururken (Batı, 2007), küreselleşmenin etkisiyle global ölçekteki organizasyonlara, iş gezilerine, konferanslara, fuar gibi farklı etkinliklere her yıl yüzlercesi eklenmekte (Emekli, 2019) ve buralar turizmin etkisiyle gelişen ve büyüyen kentlere örnek olmaktadır (Işık ve Zoğal, 2017).

Post-modern coğrafyalar ile turizm mekânların kesiştiği önemli merkezler olan Los Angeles ve Las Vegas eğlence ve alışveriş gibi tüketim aktivitelerinin geniş bir alana yayılmış olduğu post-modern kentlerin ilk örnekleridir (Gottdiener, 2005). Los Angeles ve Las Vegas kentleri zevk, haz, alışveriş, yeme-içme, kumar, hedonizm, eğlence amacıyla tüketime yönelik imaj ve sembollerle inşa edilmiş olup aynı zamanda bu kentler çok fazla sayıda turist çeken uluslararası turizm merkezleri olarak post-modern coğrafyalara da önemli birer örnektir. Günümüzdeki mekânsal görünümünün esnek, parçalı ve karmaşıklaşan yapılarını çözümlene çabaları 1980 sonrasında ortaya çıkan 'post-modern coğrafya yaklaşımları' ile farklı bir boyuta taşınmıştır. Bu bağlamda post-modernite, kendinden bir önceki dönemde olduğu gibi belli başlı dönüşümleri yansıtmaktadır. Mevzu bahis dönüşümler, elbette ki toplumları içerisinde barındıran mekânlar üzerinden okunabilir veya anlam kazandırılabilir. Bu bağlamda şekillenen post-modern coğrafya paradigması ise araştırma öznesi olarak mekânların sadece fiziksel boyut olarak görülmemesi gerektiğini, içerisindeki ideolojilerin, imgelerin ve diğer örüntülerin araştırma bağlamına aktarılması ve eleştirel bir çerçevede değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu vurgulamaya ek olarak, mekânların post-modernitedeki yeniden üretim biçimlerinin anlaşılabilmesi için, bu mekânların mevcut küresel ekonomik sistemdeki yerlerinin eleştirel değerlendirmelere dahil edilmesi gereklilik arz eder.

5. Sonuç Yerine

Modernizmin ortaya çıkardığı turizm mekânları, küresel toplumlarda post-modern görünümünün ortaya çıkmaya başladığı son elli-altmış yıldan bu yana yeniden yapılanma süreçlerinin merkezinde yer almaktadır. Modernitede etkilerini iyiden iyiye somutlaştıran mevcut küresel ekonomik sistemin bir parçası olarak turizm, post-modernitede farklılaşmalara uğramıştır. Bu bağlamda turizmin üretim ve tüketim pratikleri değişmiş, yeni mekânsal görünüm ortaya çıkmaya başlamıştır. Mevzu bahis mekânsal görümlere anlam kazandırılması, mekânların içerisinde var olan kültürel dinamiklerin, karmaşık sosyal ilişkiselliklerin, yerel ile olan bağların ve tüketim alışkanlıklarının şekillendiği sahneler olarak görülmesinden geçmektedir.

Post-modernizmle birlikte değişen üretim pratiklerinde artık toplumların arzı ön plana çıkmaya başlamış, üretim unsurlarını, tüketim pratikleri belirler hale gelmeye başlamıştır. Bu bağlamda küresel turizm endüstrisi ve turizm mekânları bu doğrultudaki yeniden yapılandırma süreçlerine etki eden bir etmen olarak turistler ön plana çıkmaktadır. Post-modern toplumların bir parçası ve turizm mekânlarındaki birer tüketici olarak bireylerin, modernitedeki klasik turist tanımından ayrılan ve pratik olarak farklılaşan bazı noktaları bulunmaktadır. Farklılaşan noktalar ise post-turist kavramına işaret etmektedir (Urry, 2018). Bu turistler, mekân aidiyetlerinin oluşmasında; yerele, otantikliğe ve teknoloji ana etmenler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Akışkan mekân kavramı, post-modernite ile ilişki içerisinde ve toplumsal ilişkilerin geçmiş zamanlara göre daha değişken ve esnek hale geldiğini belirtilmektedir (Bauman, 2013). Bu kavramın öne sürdüğü argümanlar her ne kadar tamamen yanlış olmasa da eksik kaldığı yön olarak üretim-tüketim ilişkilerinin mekân üzerindeki etkilerini açıklamakta yetersiz kalmaktadır (Harvey, 2014). Akışkan mekânlar ancak akışkan yaklaşımlar, yani post-modern coğrafya yaklaşımı gibi eleştirel ve güncel yaklaşımlar ile açıklanmalıdır. Bu şekilde hazırlanan teorik çalışmalar, mekânsal düzlemler üzerinde test edilmeli, kullanılan yaklaşımlar geliştirilmelidir.

Sonuç olarak, post-modern coğrafyalar ile turizm mekânlarını yeniden düşünmek, turizm mekânlarının düzenleyicileri olarak güç unsurlarına, turizm mekânları ve karşılıklı bir ilişkisellik içerisinde olduğu kabul edilen yerelde vuku bulan

problemlerin ortaya çıkarılıp tartışmaya açılmasına olanak sağlayabilir. Ayrıca ilerleyen zamanlarda ortaya çıkacak olan çalışmalara, bu çalışma vesilesi ile bir zemin hazırlanmaya çalışılmıştır. Turizm ve turizm coğrafyaları çalışmaları turizm mekânlarının ekonomik, politik ve kültürel boyutunu detaylıca ele almaktadır fakat günümüzün heterojen yapısının bir parçası olarak yerel bağlamın yeteri kadar değerlendirildiği düşünülmemektedir. Post-modern coğrafya yaklaşımı, yerelden ve turist söylemleri ve turizm mekânına etki eden; ekonomik, kültürel ve politik boyutların bir arada ele alınmasını mümkün kılmaktadır. Böylesine heterojen bir toplum içerisinde yaşarken ve böyle bir yaklaşımın kullanılması mümkünken, neden hala sınırlılıkların olduğu ve homojenleştirici yaklaşımları kullanmaya devam ediyoruz?

Etik Kurul İzni / Ethics Committee Permission:

Bu çalışma etik kurul izni gerektirmeyen nitelikte bir çalışmadır.

This manuscript is a study that does not require ethics committee permission.

Çıkar Çatışması/Conflict of Interest:

Yazarlar, kendileri ve/veya diğer üçüncü kişi ve kurumlarla çıkar çatışmasının olmadığını beyan eder.

The authors declare that they have no conflicting interest.

Yazar katkısı/Authors' contribution:

Fikir/Kavram – F.V.T., İ.K.; Tasarım ve Dizayn – F.V.T., İ.K.; Denetleme/Danışmanlık – F.V.T., İ.K.; Kaynaklar – F.V.T., İ.K.; Veri Toplama ve/veya İşleme – F.V.T., İ.K.; Analiz ve/veya Yorum – F.V.T., İ.K.; Literatür Taraması – F.V.T., İ.K.; Yazı Yazan – F.V.T., İ.K.; Eleştirel inceleme – F.V.T., İ.K.

Idea/Concept – F.V.T., İ.K.; Design and Design – F.V.T., İ.K.; Auditing/Consultancy – F.V.T., İ.K.; Sources – F.V.T., İ.K.; Data Collection and/or Processing – F.V.T., İ.K.; Analysis and/or Interpretation – F.V.T., İ.K.; Literature Review – F.V.T., İ.K.; Writing – F.V.T., İ.K.; Critical Review – F.V.T., İ.K.

Proje Desteği/Financial Support:

Yazarlar bu çalışma için herhangi bir finansal destek almadığını beyan etmişlerdir.

The authors declared that they did not receive any financial support for this study.

Kaynakça

- Başcı, E., & Kervankıran, İ. (2023). Kutsal Mekânın Dönüşümü: Göbekli Tepe Örneği. *Türk Coğrafya Dergisi* (84), 187-198. <https://doi.org/10.17211/tcd.1298650>
- Batı, U. (2007). Kentin Post-modernitesi: Post-modern Tüketim Kültürü Işığında Hedonik Bir Biçim Olarak Kent Tasarımı. *İstanbul Kültür Üniversitesi Güncesi*, 5(4), 1-18. <http://hdl.handle.net/11413/264>
- Baudrillard, J. (2011). *Simulakrlar ve Simulasyon* (6. b.). (O. Adanır, Çev.). Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2013). *Tüketim Toplumu: Söylenceleri/Yapıları* (6. b.). (H. Deliceaylı, & F. Keskin, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2013). *Liquid modernity*. John Wiley & Sons.
- Berman, M. (2021). *Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor* (21. b.). (Ü. Altuğ, & B. Peker, Çev.). İletişim Yayınları.
- Bilgili, M. (2020). Coğrafyada Mekân Felsefesi Üzerine Yaklaşımlar. *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, 41, 88-102. <https://doi.org/10.32003/igge.674936>
- Britton, S. (1991). Tourism, Capital and Place: Towards a Critical Geography of Tourism. *Environment and Planning D.*, 4(9), 451-478. <https://doi.org/10.1068/d090451>
- Butler, R. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*, 24, 5-12. <https://doi.org/10.21832/9781845410278-007>
- Butler, R. (2015). The Evolution of Tourism and Tourism Research. *Tourism and Recreation Research*, 1(40), 16-27. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1007632>
- Clawson, M., & Knetsch, J. (1966). *Economics of Outdoor Recreation*. Baltimore: Johns Hopkins Press.
- Dear, M. (1988). The Postmodern Challenge: Reconstructing Human Geography. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 13, 262-274. <https://doi.org/10.2307/622990>
- Deleuze, G., & Guattari, F. (2014). *Anti-Ödipus: Kapitalizm ve Şizofreni 1* (2. b.). (F. Ege, H. Erdoğan, & M. Yiğitalp, Çev.) Ankara: Bilim ve Sosyalizm Yayınları.
- Emekli, G. (2019). Postmodern çağda kent turizmi ve turizm kentleri. İçinde Alptekin, M. Yavuz (Ed.), *Kent Kentleşme Yeni Kentleşme Trendleri ve Dünya Şehir-Sistem'in Ortaya Çıkışı* (191-220). Ankara: Gece Akademi.
- Featherstone, M. (2013). *Postmodernizm ve tüketim kültürü*, (Çev: Mehmet Küçük), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Flusty, S. (2005). "Postmodernizm". In Atkinson, D., Jackson, P., Sibley, D. & Washbourne, N. (dÜ.) *Cultural Geography: A Critical Dictionary of Key Concepts*. London: I.B. Taurus.
- Foucault, M., & Kremer-Marietti, A. (1969). *L'archéologie du savoir*. Paris: Gallimard.
- Foucault, M. (1984). *The Foucault Reader*. (P. Rabinow, Dü.) Harmondsworth.

- Foucault, M. (2020). *Deliliğin Tarihi* (8. b.). (M. A. Kılıçbay, Çev.), İmge Kitabevi Yayınları.
- Gale, T. (2005). Modernism, Post-modernism and the Decline of British Seaside Resort as Long Holiday Destinations: A Case Study of Rhyl, North Wales. *Tourism Geographies*, 7(1), 86-112. <https://doi.org/10.1080/1461668042000324076>
- Gibson, C. (2008). Locating Geographies of Tourism. *Progress in Human Geography*, 3(32), 407-422. <https://doi.org/10.1177/0309132507086877>
- Gibson, C. (2009). Geographies of Tourism: Critical Research on Capitalism and Local Livelihoods. *Progress in Human Geography*, 4(33), 527-534. <https://doi.org/10.1177/0309132508099797>
- Giddens, A. (1998). *Modernliğin Sonuçları* (2. b.). (E. Kuşdil, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Gottdiener, M. (2005). *Postmodern Göstergeler* (Çev: E. Cengiz, H. Gür ve A. Nur), İmge Kitabevi.
- Gregory, D. (1978). *Ideology, Science and Human Geography*. Hutchinson.
- Gregory, D. (1989). Areal Differentiation and Post-modern Human Geography. In D. Gregory, & R. Walford (Eds.) *Horizons in Human Geography* (s. 67-96). Macmillan.
- Gregory, D. (1995). A Geographical Unconscious: Spaces for Dialogue and Difference. *Annals of the Association of American Geographers*, 1(85), 175-186. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8306.1995.tb01803.x>
- Habermas, J. (1990). *The Philosophical Discourse of Modernity: Twelve Lectures*. MIT Press.
- Hall, M. C. (1997). Geography, Marketing and Selling of Places. *Journal of Travel & Tourism*, 3-4(6), 61-84. https://doi.org/10.1300/J073v06n03_05
- Harvey, D. (2014). *Postmodernliğin Durumu* (7. b.). (S. Savran, Çev.). Metis Yayınları.
- Holcomb, B. (1993). Revisioning: De- and Re-constructing the Image of the Industrial City. In G. Kearns, & C. Philo (Eds.), *Selling Places: The City as Cultural Capital, Past and Present* (s. 133-143). Pergamon Press.
- Holt-Jensen, A. (2019). *Coğrafya: Tarihi, Felsefesi ve Temel Kavramları* (2. b.). (E. Bekaroğlu, Çev.), İdil Yayıncılık.
- Ioannides, D., & Debbage, K. (1997). Post-Fordism and Flexibility: The Travel Industry Polyglot. *Tourism Management*, 18(4), 229-241. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(97\)00019-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(97)00019-8)
- Işık, O. (1994). Değişen Toplum / Mekan Kavrayışları: Mekanın Politikleşmesi, Politikanın Mekansallaşması. *Toplum ve Bilim Dergisi*, 64, 7-38.
- Işık, Ş. & Zoğal, V. (2017). Turizm Kentleşmesi Kavramı: Antalya Örneği, *Ege Coğrafya Dergisi*, 26(2), 71-94. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ecd/issue/33350/371228>
- İskenderoğlu, K., & Kervankıran, İ. (2023). Sınırları Aşanlar: Türkiye'den Yurtdışına Seyahat Eden Kadınların Deneyimleri. *Ege Coğrafya Dergisi*, 32 (Cumhuriyet'in 100. Yılı Özel Sayısı), 91-110. <https://doi.org/10.51800/ecd.1307060>
- Jameson, F. (1994). *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı*. (N. Plümer, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- Kaçar, S. & Kervankıran, İ. (2023). Gündelik Hayatın İzini Sürmek: Yaşlı Kadınların Gündelik Hayat Bilgisinden Turizm Mekânlarına Erişimlerini, Mekânsal Deneyimlerini ve Sınırlılıklarını Anlamak. *Fe Dergi*. 15(1). 122-46. <https://doi.org/10.46655/federgi.1094492>
- Kaçar, S. & Kervankıran, İ. (2024). Kadınların Gündelik Coğrafyalarını Düşünmek: Mekânsalın Toplumsal Cinsiyetle Sorunu. *Feminist Tahayyül*, 5(1). 6-27. <https://doi.org/10.57193/FeminTa.2024.6>
- Karaoğlu, E. (2016). *İstanbul'da KentSEL Gelişimin Modern ve Postmodern Yaklaşımlar Bağlamında İrdelenmesi* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Kaya, İ. (2013). Coğrafi Düşüncede Mekan Tartışmaları. *Posseible Felsefe Dergisi*, 4, 34-47. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7419832>
- Kaygalak, İ. (2011). Postmodern Eleştirilerin Coğrafi Düşünce ve Yeni Mekan Kavrayışları Üzerine Yansımaları. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 1(9), 1-10. https://doi.org/10.1501/Cogbil_0000000114
- Kervankıran, İ., Kurnaz, Z., & Başçı, E. (2021). Bir Yer Olarak Göbeklitepe'nin Ötekileştirilen Son Sakinleri. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 24(3), 29-63. <https://doi.org/10.18490/sosars.1014205>
- Kırılmaz, H., & Ayparçası, F. (2016). Modernizm ve Postmodernizm Süreçlerinin Tüketim Kültürüne Yansımaları. *İnsan & İnsan*, 3(8), 32-58. <https://doi.org/10.29224/insanveinsan.280014>
- Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. (1993). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations*. The Free Press.
- Lefebvre, H. (2020). *Mekanın Üretimi* (6. b.). (I. Ergüden, Çev.). Sel Yayıncılık.
- Lyotard, F. J. (1984). *Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. University of Minnesota Press.
- Massey, D., & Allen, J. (1984). *Geography Matters!: A Reader*. Cambridge University Press.
- Massey, D. (1993). 'Politics and Space/Time', içinde Michael Keith and Steve Pile (dü.), *Place and the Politics of Identity*, Routledge
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Longman.
- Mendes, L. (2011). Postmodern City, Gentrification and the Social Production of Fragmented Space, *CIDADES, Comunidades e Territorios*, 23, 82-96. <https://revistas.rcaap.pt/cct/article/view/9093>
- Mercer, D. (1970). The Geography of Leisure: A Contemporary Growth Point. *Geography*, 3(55), 261-273. <https://www.jstor.org/stable/40567271>
- Minca, C. (2009). Postmodernism/Postmodern Geography. *International Encyclopedia of Human Geography*, 8, 64-70. <https://dx.doi.org/10.1016/B978-008044910-4.00725-2>
- Mishan, E. (1969). *The Costs of Economic Growth*, Penguin.
- Mitchell, L. S. (1979). The Geography of Tourism: An Introduction. *Annals of Tourism Research*, 3(6), 235-244. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90100-2](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90100-2)
- Mullins, P. (1991). Tourism Urbanization. *International Journal of Urban and Regional Research*, 3(15), 326-342. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.1991.tb00642.x>
- Neely, B., & Samura, M. (2011). Social Geographies of Race: Connecting Race and Space. *Ethnic and Racial Studies*, 34(11), 1933-1952. <https://doi.org/10.1080/01419870.2011.559262>
- Öztürk, M., & Karabağ, S. (2013). Coğrafyada Paradigmalar. *Journal of European Education*, 3(1). 8-32. <https://dergipark.org.tr/en/pub/mkusbed/issue/19549/208421>
- Richards, G. (2014). *The New Geographies of Tourism: Space, Place and Locality. Wageningen Geography Lectures*, Wageningen University.
- Ritzer, G., & Liska, A. (1997). McDisneyization and Post-tourism: Complementary Perspectives on Tourism. In S. Williams *Tourism: Critical Concepts in the Social Sciences* (s. 96-112), Routledge.
- Sarı, B. (2019). Modernizmden Post-modernizme Tüketimin Evrimi ve Ekonomi Politikasını Anlamak, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(70), 554-568. <https://doi.org/10.17755/esosder.404495>
- Sayer, A. (1989). Postfordism in Question. *International Journal of Urban and Regional Research*, 4(13), 666-695. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.1989.tb00141.x>
- Sayer, A. (1993). Postmodernist Thought In Geography: A Realist View. *Antipode*, 4(25), 320-344. <https://doi.org/10.1111/j.1467->

- Scott, A. J. (1976). Land and Land Rent: An Interpretative Review of the French Literature. *Progress in Geograph*, 9, 101-145.
- Sertalp, E. (2016). Parçalanmış Benlikler, Parçalanmış Hayatlar ve Parçalanmış Filmler: Bir Dövüş Kulübü Okuması. *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 3(2)385-408. <https://doi.org/10.17572/mj2016.2.385408>
- Smith, V. L. (1989). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. University of Pennsylvania Press.
- Soja, E. (2019). *Postmodern Coğrafyalar: Eleştirel Toplumsal Teoride Mekanın Yeniden İleri Sürülmesi* (2. b.). (Y. Çetin, Çev.). Sel Yayıncılık.
- Şardağ, A., & Kervankıran, İ. (2022). Turizm Mekanlarının Yeniden Üretimle Metalaştırılması: Mevlana Müzesi ve Çevresi. *Türk Coğrafya Dergisi*, 80, 71-86. <https://doi.org/10.17211/tcd.1079438>
- TDK, (2011). Türkçe Sözlük (11.Baskı). Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Dil Kurumu.
- Urry, J. (2018). *Mekanları Tüketmek* (3. b.). (R. G. Ögdül, Çev.), Ayrıntı Yayınları.
- Uysal, A., & Güngör, Ş. (2022). Tek Coğrafyadan Çoğul Coğrafyalara: Post-Modern Coğrafya ve Post-Yapısalcı Coğrafya. İçinde *Eleştirel Beşerî Coğrafya* (Edt: Mehmet Ali Toprak). Bağlam Yayıncılık.
- Venturi, R., Scott-Brown, D., & Izenour, S. (1977). *Learning from Las Vegas: The Forgotten Symbolism of Architectural Form*, The Massachusetts Institute of Technology.
- Ward, G. (2014). *Post-modernizmi Anlamak*. (T. Göbekçin, Çev.). Optimist Yayınları.
- Yırtıcı, H. (2009). *Çağdaş Kapitalizmin Mekansal Örgütlenmesi* (2 baskı). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.