



DİJİTAL GELİŞMELER VE PANDEMİ (COVID-19 SALGINI) ÇERÇEVESİNDE MODERN FLANÖRÜN DÖNÜŞÜMÜ¹

Transformation of Modern Flanor In The Framework of Digital Developments and the Pandemic (Covid-19 Outbreak)

Dr. Şule Kurt²

Bağımsız Araştırmacı

0000-0001-9789-6402

ÖZ

Sanayi Devrimi ve sonrasında oluşan, endüstriyel ve teknolojik gelişmeleri sanatsal, kültürel, toplumsal ve politik perspektifte gözlemleyen ve üzerinde düşünüp fikir geliştiren flanör, 19. ve 20.yüzyıl kent karakteridir. Flanör; modernite ile yaşanan teknolojik gelişmeleri “gözlemleyen özne” olarak, temsil ettiği toplumsal kimliklerin ve yaşadığı radikal dönemin dönüştürücü bir figürü olmuştur. Günümüz flanörü postmodernitenin sembolü olarak, “tüketici” kimliğiyle 19.yüzyılın flanöründen ayrılmaktadır. Çeşitli iletişim aygıtları ve bilgisayarla dijital alanda kendi varlığını devam ettiren flanör, hayallerin gerçeklere yeni düştüğü platformlarda görsel ve işitsel deneyimler yaşamaktadır. Sanal dünyanın zihinsel kolektivizmine uyum sağlayan dijital flanör; öğrenme, paylaşma, üretkenlik gücünü yeni medya aracılığıyla ortaya çıkarmıştır. Dijital arenada yaşanan ileri iletişim teknolojileri ve sağladığı olanaklar, reel yaşam olgusunun simüle edilmesine neden olmaktadır. Küresel salgını yaşadığımız son yıllarda, Covid-19 sürecinin yarattığı izole yaşamla, ekran arkasında ve sayısal ortamlarda normalleşme sürecinin gerekliliklerini yerine getiren ve toplumsal birey olma görevini inşa eden flanör, post-modern süreçte yaşanan krizin risklerini atlatmanın peşindedir. Bu merkezde çalışmada, sanayi devriminin yarattığı ve kalıcı kıldığı dönüşümlerin yansımaları betimsel yöntemle incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Flanör, Dijitalleşme, Covid-19

Atıf/Citation: Kurt, Ş. (2021). Dijital Gelişmeler ve Pandemi (Covid-19 Salgını) Çerçevesinde Modern Flanörün Dönüşümü. *Intermedia International e-Journal*, 8(15) 197-216. doi: 10.21645/intermedia.2021.108

¹ Makalenin Türü: Derleme Makale / Review Article

² e-mail: sulekurt69@gmail.com

Extended Abstract: Observing the industrial and technological developments that occurred during and after the Industrial Revolution in artistic, cultural, social, and political perspectives, and thinking and developing ideas on it, the flaneur is a 19th and 20th century city character. Flaneur; as the subject of "observing" the technological developments experienced with modernity, he has become a transformative figure of the social identities he represents and the radical era he lived in. Today's flaneur differs from the 19th century flaneur with its "consumer" identity as a symbol of postmodernity. Continuing its richness in the digital arena with various communication devices and computers, flaneur experiences visual and auditory experiences on platforms where dreams succumb to reality. Digital flaneur that adapts to the mental collectivism of the virtual world; it has revealed the power of learning, sharing, and productivity through new media. The advanced communication technologies and the opportunities it provides in the digital arena cause the real life phenomenon to be simulated. In recent years, when we have experienced a global epidemic, the flaneur, who fulfills the requirements of the normalization process behind the screen and in digital environments with the isolated life created by the Covid-19 process, and has built the task of being a social individual, is after the risks of the crisis in the post-modern process. In this center, the reflections of the transformations created and made permanent by the industrial revolution are analyzed with a descriptive method. The concept of flaneur was first used by French thinker and writer Charles Baudelaire in the 18th century. In the 21st century, it was defined as a wanderer, a person wandering around the streets and avenues of Paris. The concept of flaneur has also been studied many times by Walter Benjamin and other researchers, writers, and thinkers. In the process of Fordist labor and production that came with industrialization, the flaneur took part outside this gigantic transition and examined and criticized what was happening around it. Although the flaneur has no job, he has plenty of free time to spend time in the city. Instead of being visible in the city, he chose to integrate with it as an identity that records the changes related to the city in his mind while traveling the city. Flaneur has no time worries. The bourgeois barely creates free time for himself from his overwhelmed work; Whereas, flaneur's time is free. Flaneur's wandering is as if a demonstration march against the modern division of labor, whose time he rationalized through consensus. Especially in the panorama of the modern city symbolized by Paris, the passages have a special importance in terms of providing the opportunity to navigate. In time, a character that understands the language of the city, is compatible with this new way of life that justifies its idleness, is successful in combating competition, and uncanny, a human character's observer is born actually. In Benjamin's words, the idleness of the flaneur, who "traces the piece of paper he left in the breeze of the wind", combines with his good use of his intuition and his quick grasp. The flaneur, which wanders in environments with abundant visual images, is fed from streets and passages that represent the urban culture that develops with modernity. The universe we live in has emerged in a period of two centuries, increasing its speed and continuing social changes. While leisure was a condition glorified in antiquity, the understanding of discipline compatible with the work ethic brought by Christianity is contrary to the idleness of flan. In the modern age, an individual who has free time is defined as unemployed. The preference of the flaneur not to work brings along a protest attitude. The flaneur's wandering is a demonstration against the modern division of labor where time is rationalized through specialization (Baudelaire, 2003). According to Benjamin, it displays the artistic, cultural, economic, sociological, and individual transformations in the 19th century as "phantasmagory", that is, "deceptive image" in cultural values. Objects, human life, and consciousness have lost their value in a commodified world.

These changes originating from Western Europe are now global. The essence of these changes is the 18th and 19th centuries. It is related to the events that they define as the "two great revolutions" of Europe. The first of these is the French Revolution of 1789, which is a symbol of political transformations. The second "great revolution" is the "industrial revolution" that emerged in Britain at the end of the 18th century and spread throughout Western Europe and the United States in the 19th century. The political and social effects of these revolutions all over the world brought the phenomenon of modernity with them (Giddens, 2010, pp. 1-114).

Key Words: *Flaneur, Digitalization, Covid-19.*

GİRİŞ

Aydınlanma Dönemi'nin ardılı, akıllı ve bilimi yön olarak kabul eden ve eskiden yeniye geçiş olarak tanımlanan modernizm; yaşam biçimlerinin değiştiği, kapitalizm ve sanayileşme olgusunun bu duruma eşlik ettiği toplumsal ve ekonomik farklılaşmayı, ussallaşmayı, geleneksel yapıdan uzaklaşmış toplumsal yapıyı içeren bir süreçtir. Bu süreçte oluşan "yeni" kavramının peşinde koşan sanat hareketinin geleneğinin reddine giden yolun takipçiliğini yapan flanör, toplumun bu süreçte uykuya daldığını ifade eder. Meta ve eğlencenin öncüllüğü ile insanlığın fantazmagori içinde yaşadığını belirtir. Söz konusu olan bu dönemin rasyonellik, mantık, bilimsel ve evrensel

düşünce, aklın egemenliği, pozitivizm gibi etkiler temelini oluşturmaktadır. Flanör, 19.yüzyıl Avrupa'sında Modern kent kavramı ve güncel kent yaşayış ritüelleri ile sanayileşmenin kazandırdığı yenilik ve özgünlük kavramlarını gözlemleyen kentsel bir figürdür. Moderniteyle beraber kentli insan kimliği, gelişen endüstrileşmeyle birlikte bireyselleşmiş ve yabancılaşmıştır. Kentin sokaklarında, bulvarlarındaki değişimleri inceleyen, yorumlayan kentli figür erkek cinsiyetli flanördür.

Çalışmada, modernizme geçiş döneminde yaşamın yapısındaki değişiklikler, özgürleşme, bireyselleşme, yabancılaşma, hedonizm gibi sorunsallar irdelenmiştir. Modern dönemin betimleyici nitelikleri diyalektik düşünce bağlamında metaların kitlesel üretimi ve bireyin bu süreçteki konumu, kişiler arası iletişimdeki şeyleşme ve tekdüzelik, teknolojik gelişme, bireyselleşme, yabancılaşma, geleneksel yaşam tarzının çöküşü ve modern yaşam tarzlarının yükselişi, imgeler ve nesnelere metalaşmasının algısal dönüşümleri ve düşlerin materyalize oluşu yaşamdaki sıradanlaşmayı da beraberinde getirmiştir. Bu düşünceden hareketle çalışmada, sözü edilen kavramlar ve toplum üzerindeki sosyal, kültürel, ekonomik etkileri yansıtılmıştır.

Günümüz yaşamının gerçekliğinin algılanması açısından geçmişin tarihsel ve kültürel açıdan doğru bir biçimde irdelenmesi gerekmektedir. Tarihsel süreç içerisinde flanör kimliği; toplumsal, ekonomik ve teknolojik faktörlerin de etkisiyle yeniden ve dönemin koşullarına uygun olarak kendini inşa etmiştir. Tüketim kültürünün parıldadığı kapitalist sistemde, flanör, turist kimliğine bürünmüştür. Dijital platformlarda yolculuk yapan flanör, dönemin getirdiği ve kavramsallaştırdığı gönüllü sürgün olmayı seçerek boş vaktini ya da işini ifa etmek amacıyla ekran karşısında geçmektedir. Negroponte'ye göre, dijital evrende bireyin kesin bir zaman dilimi içerisinde bir yerde olması artık önemini kaybetmiştir. Alpleri görebilmek, bir bakıma İsviçre'de olmakla eşdeğer olmuştur (Negroponte, 1995, s. 165). Bu merkezde, çalışmanın geçmişten geleceğe aktarılan kültürel, toplumsal imgelerin yansımaları, sanayi devriminin yarattığı ve kalıcı kıldığı dönüşümlerin izdüşümleri betimleyici yöntemle değerlendirilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre; 19.yüzyılda, "gözlemleyen özne" olarak flanör, endüstriyel sürecin parçası ve modernizmin bir figürü olarak karşımıza çıkmaktadır. Üretim tekniklerinin gelişmesi ve kitlesel üretim tarzı sanat algısını da beraberinde dönüştürmüştür. Pandemi süreciyle birlikte sanal ortamın gezgini olarak dijital flanör, kısıtlı mekanlarda, ekranlarda parmak dokunuşlarıyla gezinmeye ve gözlem yapmaya devam etmektedir.

1. Flanör Kimliğinin Kavramsal Açılımı

Flanör sözcüğü, Fransızca flâner fiilinden türemiştir. Kelimenin anlamı 'aylaklık' olarak da değerlendirilmektedir. Flânerie, bir gezinme eylemidir. Yaşadığı dönemin değerlerine uygun olarak erkek olarak tasvir edilen flâneur, sanayileşmiş, çağdaş yaşamın keskin bir gözlemcisi, toplumdan kopuk, gezinme eylemini temsil eden, kentsel refah ve modernliğin gözlemci, gezgin bir figürüdür (Flaneur-wikipedia, 2021). Flanör kavramı, ilk defa Fransız düşünür ve yazar Charles Baudelaire tarafından 18.yüzyılda Paris sokak ve caddelerinde avare, aylak olarak dolaşan kişi olarak tanımlanmıştır. Flanör kavramı ayrıca Walter Benjamin ve diğer araştırmacı, yazar ve düşünürlerce çok defa irdelenmiştir. Sanayileşme ile gelen Fordist emek ve üretim sürecinde, flanör, bu devasa geçiş sürecinin dışında yer alıp çevresinde olup bitenleri incelemiş ve eleştirmiştir. Flanörün bir işi olmamasına karşın, kentte zaman geçirecek kadar oldukça boş zamana sahiptir. Kentin içinde görünür olmak yerine kenti gezerken kentle ilgili değişimleri zihninde kaydeden bir kimlik olarak onunla bütünleşmeyi seçmiştir. Ara sıra da günlük gazetelerde gördüklerini anlattığı da olmuştur.

Benjamin tarafından, "18.yüzyılda Paris sokaklarında" kalabalıklarda terkedilmiş bir kişi olarak "gözlem yapan gezgin" flanör, (Baudelaire, 2003, s. 83). tikel biçimde yaşamını sürdürmüştür. Flanörün evi, kent ve sokaklardır. "Binaların cepheleri, onu evinde hissettirmiştir (Benjamin, 2002, s. 131). Sanayileşme ile gelen Fordist emek sürecinde flanör, bu dalganın cazibesine kapılmayıp dışında yer alabilmiş bir figürdür. Flanörün işi; kalabalığın karmaşasını, çeşitliliğini, ahengini, sesini içine sindirmek olmuştur bunlar için ise bolca vakti vardır.

Flanör, gezinirken aynı zamanda düşünce üreten bir kişilik olarak tanımlanabilir. Ünsal Oskay flanör kavramını “düşünür-gezer” olarak ifade etmiştir (Oskay, 2015, s. 13-36).

Flanör kavramının tarihsel gelişim sürecinde Charles Baudelaire, 1863 yılında yayımlanan “Modern Hayatın Ressamı” adlı eserinde flanörü, modern yaşamı betimleyen bir karakter olarak nitelendirmiştir. Eserindeki kahraman, modern hayattan esinlenen bir sanatçıdır. Onun evi de, esin kaynağı da kalabalıklardır.

Dünya edebiyatında da flanör tipinin birçok örnekleme mevcuttur. Edgar Allen Poe’nun Kalabalıkların Adamı (1840) anlatısında flanör, yaşadığı toplum içerisinde tedirgin ancak sosyal olmayan bir kişiliktir. Gezgini bir sanatçı olarak flanörün, gözlemlediği sokaklar, bulvarlar sanatını icra ettiği hammaddeleridir. Dostoyevski “Beyaz Geceler” adlı eserinde iki hayvan metaforu kullanarak flanör tipolojisinin anahtarını şöyle özetlemiştir: yaşanan mekân olarak ev; bireyin doğumuyla birlikte ilk karşılaştığı evren olarak, dağınıklığın toparlanması, düzen, yaşamdaki fırtınalara karşı direnç, düşlerin korunduğu yer, evin çatısı ise; huzurun sağlandığı ve yaratıcılığın keşfinin başlangıç noktasıdır (Dostoyevski, 2016, s. 18-19).

2. Modernleşme Sürecinde Flanör

Modernleşme olgusuyla birlikte Kellner’in “Post-Modern Teori, Eleştirel Sorunları” adlı eserinde belirttiği gibi bireyselleşme, sekülerleşme, kültürel farklılıklar, metalaşma ve kentleşme modern dünyanın temel faktörleri arasında yer almıştır (Göktürk & Günalan, 2006). Sözü edilen tüm faktörler bireyin toplumdan kopmasına sebep olmuştur. İnsanın ilişkili olduğu toplumdan koparılması ve kendi içsel yalnızlığına sürüklenmesi, zaman kavramının anlamını yitirmesi, zaman-mekân olgusunun birbirinden ayrılması, tüm bu değerlerin yıkımı sonucu olarak yabancılaşma, modern toplumun sorunsal haline gelmiştir. Bu bağlamda yabancılaşmanın iki temel saça ayağı bireycilik ve kitleselleşmedir. Bireycilik, kişinin çevresiyle sosyal bağlarının kopması, yalnızlaşması ve yabancılaşma içinde ruhsal yoksunluğa, boşluğa itilişinin gerçekleşmesidir. Bireyin kendine özgü varlığı, toplumun baskısıyla örselenip yok edilmesiyle oluşmuştur. Birey, toplumun öngördüğü kolektif kitlesel görüşle, varlığını devam ettirebilmesine koşullanmıştır. Buna karşın flanör kimliği, kendine sunulan bilgi sistemi üzerinde hareketliliğine devam etmektedir. Flanör, rastgele konumunu değiştirerek toplumun içine karışan, toplumu ve kendini arayan, fikirler üzerinde yüzleşerek boş zamanın ve entelektüel üretim kaynağının temelinden beslenmektedir. Flanörün iş gücü aylaklıktır. Bertrand Russell “Aylaklığa Övgü” kitabında, aylaklık kavramının servet sahibi, üretim araçlarında elinde tutan kapitalist sınıfı içermediğini belirtir. Başkalarının emeği sayesinde aylak kalan bu kitle, diğerlerinin aylak olmasını istemeyen bir zümredir (Russell, 1999, s. 10). Gezerek bilgi sahibi olan flanör, yürüyen, hareket halinde olan düşüncedir. Canlı imgelem gücüyle modern hayatı yeniden üreten flanör, modernist döneme karşı duran, yitirilen toplumsal değerlerin farkındalığını dile getiren bir kimlik olarak görünmektedir. Hareketlerindeki yavaşlık, mekanik üretime verdiği tepkisel davranış modernizmin yarattığı makineleşmeyle oluşan hız ve sürekliliğe verilmiş protesto niteliğindedir. Boş zamanı olan, yürüyen, yarı zamanlı çalışan özgür insanların üretimlerinden çeşitli alanlarda eserler ortaya çıkmaktadır. Yalnız ve aylak olarak üreten Beat Kuşağı yazarları; Nietzsche, Rousseau, Kant, Walter Benjamin, Sokrates, Diyojen vb. filozoflar toplumun değerlerine, işleyişine, baskısına karşı uyuşturucu, fahişelik, cinsellik gibi konularda eserler vermişlerdir. Bertrand Russell kitabında ayrıca, çalışma ahlakını benimseyen toplumlarda teknolojinin gelişmesi, insanların boş vakitlerine ilişkin düzenlemenin olasılığıyla, günlük dört saatlik çalışma diliminin birçok sorunu çözeceğini belirtmiştir. Russell, “Çağdaş teknolojinin aylaklığın yalnızca ayrıcalıklı sınıflara ait bir özellik olduğunu, çalışmanın bir köle ahlakı olacağını, modern dünyada ise köleliğin bir yeri olmayacağına işaret etmiştir (Russell, 1999, s. 11).

Bauman’ın ötekinin topluca kavranılmış imgesine ayna tutarak klasik temsil algısında karmaşalar yaratan “yabancı”sına kadar pek çok farklı tanımlama, gezgin-düşünce-düşünür figürünün zaman içinde geçirdiği dönüşümlere işaret etmiştir (Köse, 2012). Benjamin, “Flanör, kalabalıkların içinde terk edilmiş, ancak ticari olanın konumunu gözlemleyen haliyle ve onun durumunu paylaşan kişi konumundadır. Tüketici olma duygusu bir çeşit uyuşturucu niteliğindedir. “Bu kendini bilmez duruş aslında, tüm tüketicileri saran ve etkileyen ticarileşmenin

kendisidir” sözleriyle ifade etmiştir (Benjamin,1989). Walter Benjamin’e göre flanör, kapitalizmin liderliğiyle ortadan kaybolmaya başlar. Flanör, bireyliğin ortadan kalktığı, yaratıcılık ve merak arzusunun, keşif istencinin yitirildiği ve kalabalığın bir parçası haline geldiği anda bir aylağa dönüşmüştür.

Sosyal ve ekonomik açıdan ayrıcalıklı sınıfın aylıklık yapabileceğini savunan Paul Lafargue (Lafargue, 1999); bu sayede felsefe, sanat ve bilimin geliştiğini de ifade etmektedir. Lafargue, “Tembellik Hakkı” adlı yapıtında özgür insanların çalışmadığını, eski çağlarda Yunanlıların çalışanı ve çalışma düşüncesini hor gördüğünü, eski toplumların çalışmayı reddettiğini, tembelliği övdüklerini belirtmektedir. Çalışma ahlakını benimseyen toplumlarda, kapitalizmin acınası sonuçlarını dile getirmiştir. Lafargue, çalışma savını, Hristiyan ahlakını ve liberal düşüncenin değersizleştirilmesini çalışmadan arta kalan zamanda insanlığın tembellik etmesi gerektiğini vurgulamak istemiştir. İşçilerin günde dört saatten fazla çalışmamasını ve makinenin insanları ücretli işlerden kurtaracağını, (Benjamin, 1989) boş zaman ve özgürlük sağlayacağını belirtmiştir.

İnsanoğlunun serüveni, uygarlık yolunda kat ettiği, nesilden nesile aktardığı sanat, teknoloji, bilim, devlet, hukuk, yenilik, bürokrasi, kapitalizm, yenilik, milliyetçilik, küreselleşme gibi kavramların toplumların kendilerini içselleştirmelerinden oluşmaktadır. Bu yolda modernlik seviyesine ulaşmış devletlerin oluşturduğu küresel kapitalist sistemin 17.yy’da başlayan sanayileşme hareketleri, temellendiği kapitalist mantığın doğrultusunda üretime, kâra ve tüketime yöneliktir (Rigel, 2005, s. 267). Teknolojinin 19.yy’ın ikinci yarısından sonra sanayi alanına getirdiği seri üretimin, ekonomik faydasının yanı sıra psiko-sosyal yansımaları da büyük olmuş, insan-insan, insan-toplum ilişkisini sağlayan iletişim alanındaki değişimler, var olan kültürel yapının yeniden biçimlenmesine neden olmuştur. Teknolojik gelişmelerle modernleşmeye itilen insanlar toplumdaki güç ilişkilerinin değişmediği, sosyal ilişkilerin karmaşıklaştığı, kapitalizmle pekişen güç ve çıkar ilişkilerinin insanlığı mutsuzluğa sürüklediği gözlemlenmiştir. Teknolojiye ve dolayısıyla modernleşmeye olan karşıt düşüncelerin kaynağında 19.yüzyıl’ın kitle kültürü kuramının etkisinin olduğu bilinmektedir. Kitle iletişiminin başlangıcı olarak kabul edilen 19.yüzyılın ortalarında basının çok daha büyük bir kulvarda yaşamını sürdürmeye yöneldiği gözlemlenmiştir. Baskı teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte görüntülü yayınların yoğunlaşması, basit anlatım biçimleri, hafta sonu ekleri ve çizgi romanlarla gazeteler toplumun her eğitim seviyesine uygun bir biçimde seslenmeye başlamıştır (Güngör, 2011, s. 206).

19. yüzyılda fotoğrafın icadı flanörün basılı metinler üzerinden kendini keşfetmesine aracılık etmiştir. Teknoloji değiştikçe flanörün varlığı da devamlılık göstermiştir. Kendi mekân ve özelliklerini değiştiren flanör (Sontag, 1977), sınırlı zamanda bilgi içeren hareketli imgelerin dilini kullanmayı tercih etmektedir. 19. yüzyıl kültür biçimlerinde panoramalar, sihirli fener ve slaytlar, tiyatro ve diğer gösteri sanatları, sinema ve daha sonra da 20. yüzyılla başlayan televizyon ve video programlarında mekânın temsili, düzenleme teknikleri ve sinematik algı örnekleri teknolojinin etkisiyle yinelenmekte ve gelişmektedir. Teknolojik bir olgu olarak, ulaşım araçlarının yaygınlaşması da birçok insanın yolculuk yapabilmesine, farklı yerleri görmek ve deneyimlemek olanağı sunmuştur. Bu anlamda flanör, farklı mekanlara yolculuk ederek çeşitli kültürleri tanıyıp bilgi derinliğini arttırarak kimliğini sürdürmeyi başarmıştır.

Telgraf, telefon, radyo, sinema gibi teknik icatlar, insanlığın zamana ve uzama meydan okuyuşu olarak değerlendirilmiştir. 1950’li yılların başlarından itibaren ise Amerika’dan başlamak üzere kullanıma giren televizyon izlencesi kısa sürede kitlelerin iş dışı aktiviteleri haline gelmiştir. Sözü edilen tüm kitle iletişim araçları, toplumlararası ve bireylerarası iletişimin sağlanmasına katkıda bulunmuştur. Kitle iletişim sistemlerinin yaygınlaşması bireylerin boş zamanlarını değerlendirdikleri birer aktivite seçenekleri haline gelmeye başlamıştır.

Avrupa ve Amerika’da devam eden sosyal yapı, tarım ve endüstrideki gelişmeler, sosyo-ekonomik ve kül-

türel sorunları da beraberinde getirmiştir. Bireyler çalışmak üzere büyük kentlere gitmişler ya da yeni çalışma koşullarına alışamayarak geri dönmüşlerdir. Yeni endüstri sahaları bireyin iş gücünü kapasitesinin fazlasıyla tükenmesine, düşük ücret politikasıyla, küçük yaştaki işçilerin de zor şartlarda çalışmalarına neden olmuştur. Küçük ölçekli iş yerleri, iç ticaretin artmasına yönelik olarak büyük fabrikalara dönüşmüştür.

19.yüzyılın sonlarına doğru gelişen bilimsel yönetim yaklaşımı, Frederick W. Taylor'un çalışmalarına dayanmaktadır. Sanayi Devrimi'ni izleyen bu dönemde kapitalist gelişmelere istinaden oluşan geleneksel iş yapma usullerinin verimsizliğinden yola çıkılarak iş yerlerinde verimliliğini artırma yolları araştırılmıştır. Dünyada endüstriyel ilerlemenin esas alındığı Taylor'un ilkeleri; iş gücü ve üretim akışının sistematik olarak işlenmesi üzerine oluşturulmuştur. Bu sistemde, çalışanların kapasitelerine doğru orantılı olarak çalıştırılmaları ve ödüllendirilmeleri, sosyal haklar, güvenlik, kalite, düşük maliyet, bilimsel yönetim ve denetleme, çalışanın kariyer eğitimine tabi tutulması gibi temel esaslar bulunmaktadır (Cooke, 1913). Buna karşın, yüksek kar elde etme isteği, çalışanın makine olarak algılanması, bireyleri çevrelerinden soyutlamış, sosyal ve psikolojik unsurlar ihmal edilmiştir. Küreselleşen dünyada iletişim, ulaşım ve bilişim alanındaki gelişmelerle birlikte Taylor ilkelerinin uygulamaları tartışılması gereken bir husus olmuştur. Kapitalizmin hızla ilerleyen aşamasındaki bir diğer gelişme ise Fordizm'dir. Fordizm, ABD'nin dünya kapitalist ekonomisinde hegemonya kavramını temsil etmektedir. Kitlesele üretim teknolojisinin yayılmasını hedefleyen bir sermaye birikim rejimidir. Bu sistemle, üretimde verimlilik artmış, seri üretimler gerçekleştirilmiştir. Müşteri arzını karşılamak amacıyla güden Henry Ford, çalıştırdığı işçilere talep ettiklerinin çok üstünde maaş ödeyerek üretimi motive etmiştir. 1973 yılında yaşanan petrol krizi ilk olarak ekonomik alanda kendisini hissettirmiş, ham madde fiyatlarının yükselmesine neden olmuştur. Tüm dünyada enflasyonist eğilimler güçlenmiş, piyasaların daralmasına ve durgunluk yaşanmasına sebep olmuştur (Bozkurt, 2000, s. 116). Yaşanan kriz ve deneyimler yeni teknolojilerle yaşanmıştır ancak teknolojilerle sanayi toplumuna damgasını vuran standartlaştırma, kitlesele üretim gibi oluşumlar halen birçok yeni paradigmalarda etkinliğini sürdürmektedir.

Sanayi sonrası toplum, gelişen teknolojinin etkisiyle küreselleşme olgusunun yarattığı fikirlerin, kültürlerin, alışverişten doğan tek bir dünyada, ulusların birbirine bağımlı hale geldiği bütünleşme sürecine girmiştir. Küreselleşme ekonomik olduğu kadar, siyasal, toplumsal, kültürel ve teknolojik boyutlu bir süreç haline gelmiştir. Toplumların birbirleri arasındaki etkileşimin hızını ve kapsamını arttıran bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişme sürecin etkenleri arasında yer almıştır.

19. yüzyıl Paris'i yüzyılın başkenti olarak kabul edilmektedir. 20.yüzyılın çalışma konusu haline gelen ise kuşkusuz ki Benjamin'dir. Benjamin uzun yıllar Paris'te yaşamıştır. Benjamin, flanörün mekânı olarak dönemin, favori yapıları olan Pasajlarda gözlem gezintilerine devam etmiş ve tamamlayamadığı eseri "Pasajlar" da düşüncelerini aktarmıştır.

3. Walter Benjamin ve Pasajlar

Benjamin, kendi deneyimlerinden yola çıkarak bir dedektif gibi tarih felsefesi ve diyalektik düşünce yöntemiyle derlediği anılarını, gündelik yaşamından alıntılacağı fragmanlar şeklinde yazmıştır. Parça halinde eklediği bu anılarını, tarihin derinliklerindeki geleceğin düşsel kurgu anlayışıyla dile getirmiştir. Paris sokaklarında (flanör Baudelaire gibi) kente ilişkin arketip nesne ve kişilikleri, ütöpic anların izlerini sürmüştür (Arendt, 1979'den aktr., Oskay, 1982, s. 42).

Modernleşme sürecinin Fransız İhtilali ile başlayan ve sonrasında sanat alanında değişen ve gelişen oluşumlar meydana gelmiştir. Sanatçıların yaşam ve çalışma koşulları da değişen bu paradigmaya eklenmiştir. Eleştirmen ve sanat uzmanları, Sanat ve sanata ilişkin temel öğelerin içeriğine ve işlevine yönelik çalışmalar yapmışlardır. Sanatla yapılan bir zanaat ürünü resim ya da mimari ile oluşturulan binalar arasındaki farkın belirlenmesi için çaba göstermişlerdir.

Sanayi Devrimiyle birlikte var olan zanaatkarlığın yerini mekanik üretim, atölyelerin yerini de fabrikalar almıştır. Döneme ilişkin değişikliklerin başlangıcı mimari alanda olmuştur. 19. yy'da Avrupa ve Amerika'da büyük çapta kentsel anlamda yayılımlar yaşanmıştır. Kırsal alanların yerini "kentsel yerleşim alanları" almış, bu dönemde oluşturulan yapıların sayısı tüm dönemlerin toplamından daha fazla olmuştur. Yeni bir yapı yapmak için girişimde bulunan iş adamlarından, sanatın varlığının korunması şartı getirilmiştir. Bu nedenle, koşulların karşılanması ve yerine getirilmesi için de mimariden Gotik üslupta cephe yapılması, binalarda önemli görülen cami, saray, şato gibi yapıların görünümüne büründürülmesi istenmiştir. Benjamin 1935'te yazdığı "Pasajlar" adlı eseri ve bu eserin özeti mahiyetinde olan "19.yüzyılın Başkenti Paris"te ise; modern yaşam tarzı ve deneyimlerini, zaman ve mekân bağlamında değerlendirdiği anılarına götürmektedir. 19.yüzyılın ilk yarısında, kapitalist sistemin öngördüğü sanayileşme ve hızla yaşanan kentleşmenin süreci yaşanmaktadır.

Paris'teki Pasajlar'ın inşa edilmesi ilk olarak Orleans Dükü'nün liderliğinde 1786'da olmuştur. Dük, evinin etrafına 120 dükkân barındıracak şekilde üç kapalı ahşap galeri yaptırmış ve bu yeni tür gayrimenkul konsepti Parislilere ilk kez, at arabalarından ve kötü hava koşullarından korunaklı bir yürüyüş ve dinlenme alanı sunmuştur. Böyle bir ticari sömürü tarzı kısa sürede büyük bir ilerleme kaydetmiştir ve 19. yüzyılda Paris'te yüzden fazla pasaj inşa edilmiştir. Pasajlar, aynı cephelerin ardı ardına hizalanmasıyla iç sokak olarak oluşturulmuştur. Konut kullanımı için inşa edilen, zemin katta dükkanlarla kaplı bir ara yolla kesişen ve cam bir çatı ile zirveye ulaşan bu bina seti zamanın yenilikçi mimari modeli olmuştur. Sanayi Devrimi'nden miras kalan demir ve cam kullanımıyla da daha büyük pasajlar inşa etmek mümkün olmuştur. Pasaj kavramıyla birlikte, eşyaların aynı zamanda üretilip satıldığı 18.yüzyıl atölyesinin aksine "dükkân" kavramı doğmuştur. Yeni ortaya çıkan kapitalizmin meyvesi, büyük mağazalardan önce yeni seri üretilen ürünlerin piyasaya sürüldüğü yerdir. Şehrin içindeki gerçek şehir; geçitlerle camdan gökyüzünün altına sığınır biçimdedir. Yankesicilerden en büyük aristokratlara kadar tüm sosyal sınıflar ve ayrıca eğlencenin merkezi orada konumlanmıştır: lüks butikler, tiyatrolar, kafeler, kitapçılar, okuma odaları, restoranlar, oyun çemberleri ve "Küçük Erdemli Bayanlar". Balzac'tan Zola'ya ve hatta Aragon'a kadar pek çok yazar, kent tiplerini romanlarının arka planı olarak kullanarak bu yaşam alanlarından ilham almışlardır. 19. yüzyılda inşa edilen çok sayıda pasajdan bugün sadece 17'si kalmıştır. Palais Royal çevresinde, Grands Boulevards boyunca ve Saint-Denis caddesinde bulunan Pasajlar, kaybolmuş bir Paris'in tanığı olmaya devam etmektedir.

Kentin fiziksel koşullarının kent kültürüne nasıl yansıdığını anlamak gerekirse "Hausmannism" olarak anılan ve özünde Baron de Hausmann'ın girişimi ile Paris'te başlatılan kentleşme, apartman stili evlerle ekonomik anlamda bireylerin kente entegrasyonunu kolaylaştırmıştır. Bu durum modern kentin mekânsal kimliğini etkilediği kadar toplumsal yapılanmayı da etkilemiştir (Wakeman, 2001, ss. 200-205'den aktr., Köse, 2012). Günümüzde artık "zaman" kadar "mekân" da eleştirel teori için zengin ve yaşamsal diyalektik bir kaynaktır (Soja, 2003, ss. 10-11'den aktr., Köse, 2012).

Zamanla rasyonelleşen gelenekle birlikte "yeni"yi yaratma düşüncesi oluşmuştur. Bir düşünce, oluş, obje, yapı yeni olarak değerlendiriliyorsa o kadar güzel inancının tasavvuru modernlik sözcüğünün temelini oluşturmaktadır. Yeni'ye doğru yapılan yolculuk Walter Benjamin dizelerinde şöyle açıklamaktadır: Yeni, ürünün kullanım değerinden bağımsızdır. Yeni, hep aynı olarak kalanın yalnızca kendi kendini yansıtmasının, tıpkı başka bir aynanın başka bir auradan yansıtması gibidir. Bu yansıtmanın ürünü, burjuva sınıfının yanlış bilincinin kültür tarihinde fantazmagorisidir. Sanat, bu nedendir ki, yeniyi en yüksek değerle taçlandırmak zorundadır (Benjamin, 2012, s. 100). Metropoller, kalabalıklarıyla devinim halinde olan yerleşim yerleridir. "Bir mekânda yaşamak orada izler bırakmaktır." diyen Benjamin, iç mekânın geçmişte yaşanan anıların ve gelecekte yaşanılacak olan düşlerin birlikteliğini oluşturmaktadır. Mekanlar birer sığınak olarak, insanların yaşamları boyunca biriktirdikleri nesnelere, kişisel eşyalar, mobilyalar, anılar vb.dir. 19.yüzyıl Avrupa'sında sanayileşme kentlerin görüngüsünü kamusal alan olarak kalabalıkların istilasına uğratmıştır. Özellikle Paris'te Flanörün asıl görevi bir sanat eserinin çözümlenmesi kadar kenti ve insanları da çözümlenektir. Bunun yanı sıra Flanör kentin oluşumu,

dönüşümünü içeren rasyonel bilgiyle, kentnin fiziksel yapısı ve bu yapıdan bağımsız düşünülemez, kamusal alan ile organik bir ilişki içinde olan kentli insan profilleriyle de ilgilenmektedir. Kent yaşamına ilişkin değişimlerin ve modern kültürün potansiyel kahramanı flanörün “ironi” en önemli vurgulayıcısıdır. Bunu yaparken kahramanlardan, modern burjuvadan etkilenir. Modern yaşamın göstergesi olarak da dışarıya yönelmiştir.

Baudelaire, flanörü şöyle tanımlamaktadır; flanörün gözlemindeki metropol, seyrine anlam katan ve bir o kadar da zevk veren göz kamaştırıcı imgeler, düşler ve fantazmalar evrenidir. Flanörün günlük hayatı sokak lambalarının aydınlattığı mekanlar ve modern dünyasındaki müthiş gözlemleriyle hafızasına kaydettiği kalabalıklarla çevrilidir. Flanörün bir işi olmamasına rağmen, kendine özgü dehasını hayatını biçimleyen bir kent arşivi vardır. Kentsel akışın içinde kendi bakışıyla düzenin tam ortasında yer alan flanör, kalabalıkların içinde olmak yerine kalabalıkların öznesi olmayı onu ayrıcalıklı bir konuma taşımaktadır, flanörün kimliği gizlidir, kendince metropol mekanlarının anlamını sorgulama, toplumu izleme özelliğine sahiptir. Kendisinin var ettiği kendine özgü dünyanın kontrolü onun sınırlarıyla çevrilidir. Flanör, yüzleri ve nesnelere kendi yüklediği anlamlar doğrultusunda algılama ve dönüştürme iradesine sahiptir (Tester, 1994). Flanör, “Caddelerden ve görkemli mağazalardan, panoramalardan, evrensel sergilerden ve ışıklandırma türlerinden, modadan, reklamdan ve fahişelikten, koleksiyonculardan, kumarbazdan ve can sıkıntısından” beslenir (Tiedemann, 2012, s. 13). Bir bölgenin değişimlerine tanık olmak, sokaklarda gezinmek ve gözlem yapmak şehrin zenginliklerini ve eksiklerini keşfedebilmek flanörün işidir. Benjamin’in eserlerinde flanör, yalnızca gözlem yapan kişi değil, aynı zamanda üretimle de ilgilenen kişi özelliği vardır. Üretmek, edebi eserler yazmak, resim yapmak, gözlemlediklerini sosyolojik, edebi ya da sanat eserleriyle oluşturmak anlamındadır. Flanöre göre gezinmenin zevki, durakladığı zamanlarda yaratıcılığını sergilemesiyle ilgilidir. Durakladığı anlarda yaptığı iş, oyundur. Bauman’a göre, flanör gezgin oyuncudur. Onun oyunu, başkalarının oyununu izlemektir. Başkalarını da oyuncu olarak görmektedir. Mekânlar ise, ziyaret edenleri izleme zevkini sağlayan dekorlardır (Bauman, 1994). Bir tarihsel mekân olarak pasajların ortaya çıkışı, gözden düşüşü, flanörün modern kentle ve insanla olan ilişkisi o bütünlüğün öğeleri olarak incelenir.

Walter Benjamin, eserlerinde kent, kalabalıklar ve kapitalizmle şekillenen flanörün yalnızlığını, tanık olduğu tüketim kültürünün yansımalarını, aylaklığını, yavaş oluşunu, herhangi bir olaya bağlamaksızın acelesinin olmadığını, marjinalliğini kaleme almıştır.

4. Tüketim Kültürünün Oluşumunda Flanör Olmak

Modernizm ve sanayileşmeyle birlikte gündelik yaşamın hız kazanması, zaman ve mekân olgusunun dengesinin yitirilmesine neden olduğundan aylak flanör kaplumbağa hızındaki hareketliliğiyle kentli bireyin ve mekanların kalabalıklığına uyum sağlayamamıştır. Avare flanörün yetişmesi gereken bir işi ve zamana bağlı olan bir yaşam tarzı bulunmamaktadır (Oskay, 2015). Boş zaman, antik çağda yüceltilen bir durum iken, Hristiyanlığın getirdiği çalışma ahlakıyla bağdaşan disiplin anlayışı, flanörün aylaklık durumuna ters düşmektedir. Modern çağda boş zamanı olan bir birey, işsiz olarak tanımlanmaktadır. Flanörün çalışmama tercihi, protest bir tavrı da beraberinde getirmektedir. Flanörün avare gezinmesi, zamanın uzmanlaşma yoluyla rasyonelleştirildiği modern iş bölümüne karşı bir gösteri yürüyüşüdür (Baudelaire, 2003).

Baudelaire’in flanörü, Antik Yunan’dan beri süregelen doğacı dogmaların karşısına kenti ve kentnin gerçeğini ortaya koymaktadır. Benjamin’in “Modern Zamanın Ressamı” (1850-1860) adlı çalışmasıyla, şair ve yazar Charles Baudelaire üzerinden “bütün tutkusu kalabalıklarda tek olmak” biçiminde tanımladığı flanörün yanısıra, bir de kalabalığın kendisi olan, bütün gün vaktini sokaklarda “aylaklık” yaparak geçiren, izleyen, bakan, gören; ancak flanör kadar entelektüel donanıma olmayan ve eleştirel durmayı bilmeyen badaud vardır (Gregory, 2004, ss. 1-35’den aktr., Köse, 2012). Badaud Benjamin’e göre, etrafı boş gözlerle izleyen, bir şeyi anlamadan izleyendir (Benjamin, 2002, s. 163).

“Benjamin, kaynağı gelişen kapitalizmin üretim güçlerinde bulunan yeniliklerin ve icatların hızla eskimesinde, tüm modern çağın yansımaları bulunur” (Benjamin, 2012, s. 14). Dolayısıyla her bir somut öge bütün bir modern çağın göstergeleri olarak karşımıza çıkar. Benjamin’e göre, 19.yüzyıldaki sanatsal, kültürel, ekonomik, sosyolojik ve bireysel dönüşümleri, kültürel değerlerde “fantazmagori”, yani “aldatıcı görüntü” olarak sergilemektedir. Nesnelere, insan yaşamı ve bilinç, metalaşmış bir dünyada değerini yitirmiştir. Bu durumla kişiler arasındaki ilişkinin, tüketim ürünleri arasındaki kıyasıya sömürü ilişkileriyle anlamdaş hale geldiğini belirtmiştir. Kapitalist üretim sürecinin nesnelere şeyleşmesi ve bunun doğal bir devrim olarak insanın yaşamsal ritüeli haline alması ölü fetişler anlamına gelmiştir. Fantazmagori, malın fetiş karakteri; aldatıcı çekiciliği anlamına gelmektedir (Tiedemann, 1992, s. 23). Benjamin, “modernleşmeyle birlikte hızla endüstriyel gelişme dönemine girmiş örnek bir kent olarak Paris ile görüngüsünün, imlenen dönemin özgül düşünce ve deneyimiyle fantazmagorik olarak; yüceltilmiş” bildirmiştir. Fantazmagori; “metanın ruhudur”, değişim değerinin tüketimidir (Benjamin, 1985, ss. 193-215).

19.yüzyılda ortaya çıkmış olan değişimler, üretici sermayenin gücü ile meta üretimi koşullarının etkisiyle pasajlardan fuarlara, iç mekanlardan dış görüntülere, dönemin idealleri arasında yer almıştır. Fuarlar, mal fetişinin sergilendiği yerler, iş yerleri ise bireyin gününün üçte birini geçirdiği yanlısalmalardır. İnsanlık bu etkin gücün düşlerle dolu dünyasında uykuya dalmıştır.

Walter Benjamin’in 19.yüzyıl flanör metaforunu kendisi için kullandığı şair ve yazar Charles Baudelaire’in eserlerini kendi teorisi ışığında çözümlendiği “Lirik Şair Yüksek Kapitalizmin Hikayesinde” (A Lyric Poet in the Era of High Capitalism) eserini (1938) referans almak gerekmektedir. Kalabalıklarda dolaşmayı seven Baudelaire, “büyük kentlerin dinsel nitelikteki bir esirlik konumunun öznesi maldır.

Malı mal yapan piyasanın asıl yaratıcısı da müşterilerin artması, malın çekiciliğini de aynı oranda arttırması olmalıdır” (Benjamin, 2002, s. 150). Benjamin, Flanördeki bu dönüşümün kitle tüketiminin gelişmesi ve kitlenin metaya dönüşümüyle birlikte ele almıştır. Flanör’ün meta avcısı kitle tüketimi tarafından tehdit altında olduğunu ve “piyasa izleyicisi” konumuna evrildiğini düşünmüştür (Frisby, 2012, s. 318).

Modernizmle oluşan dönüşümlerle halen yok oluşu, yeni dönemin şok yaşamları ve Baudelaire’in şiiri de halesiz kalmış bir lirik şiirdir. Benjamin’e göre, “atmosferi çalınmış bir yıldızdır.” Şoklar yaşamına ve mekanik yeniden üretim tekniklerine geçişin bir yansıması olmaması, sanatın karşılaştığı değişimlere direniştir. Haleyi yok eden kişinin, yeni yaşam deneyimlerinden, teknolojinin yarattığı algısal anlam ve insan duyularının bu yeni bilinç sistemine geçiş sürecini yansıtmaktadır. Yaşamın şoklar yaşamına dönüşmesi, şeyleşme ve halen dağılması. Yaşamdaki yeni durumlar, insanların yaşamlarının birbirlerine benzediği, özgürlüklerin fakirleştiği, insanların soluklaştığı, zamanın ise belli bir iradeye bağlı olarak sürdürülmekte olduğudur. Benjamin’in “Mekanik Yeniden Üretim Çağında Sanat Eseri” adlı yapıtında kullandığı “yeniden üretim” kavramı, 19.yüzyılın ardından ortaya çıkan fotoğrafın gelişmesine yöneliktir. Televizyondaki görüntülerin gerçekliğini, kitle iletişim araçlarındaki özellikle canlı yayınlarla yapay olarak “aura”nın yaratılmaya çalışıldığını ifade eder. Sanat yapıtının yeniden üretilebildiği çağda, gücünü yitirdiği gelenekten kopuşu imlemektedir (Benjamin, 2000, s. 55). Benjamin, kapitalist üretim biçimlerinin ve Fordist yaklaşımların ilkeleri olarak üretimin, kiteselleşmesi bağlamında, mekanik olarak üretilen sanat eserlerini yok hükmünde olarak değerlendirmektedir. Kapitalist üretim araçlarının bir parçası olan “yeni medya ve sanat” “aura”yı yok ederek eserin biricikliğini, “gerçeklik” özelliğini yok ettiğini savunan Benjamin, eskinin bir defa olarak ürettiği resim ya da fotoğraf imgelerinin iyelerinin şanslı insanlar olduklarını belirtmektedir. Günümüzde, görsel özellikli imgelere uzaktan baktığımızda onlar hakkında eleştirel ve kültürel olarak düşünme olasılığımız bulunmaktadır.

Benjamin'in materyalist yönteminde hareket noktası çağının aktarıcısı olan nesnedir ve Benjamin'de metaların fetiş karakteri ve fetişizm çok önemli bir analiz kaynağı olarak karşımıza çıkar (Aksoy, 2011, s. 370). Benjamin, toplumsal ve tarihi anlatısını üretici güç ve üretim ilişkileri arasındaki kapitalist çelişki ve sınıf mücadelesini, Marxist analizlere dayandırarak kurmuştur. Pasajlar yapıtı, 19.yüzyılda üretici güçlerin gelişimi ve meta üretimine borçlu olan tüm reklamlar, teknik buluşlar, sanatsal yapıtlar, algılama biçimleri soyut olarak anlamlandırılmış, tarihsel bir öngörü olarak da değerlendirilmiştir. Eserde, endüstriyel gelişmeler, kentsel oluşumun hızla dönüşümü mağazaların, bulvarların, reklamların anlatım karakterleri de yansıtılmıştır (Tiedemann, 1992, s. 25-26).

Benjamin'in anlayışına göre egemen olanlar, tarih boyunca maddi ve kültürel olgularda sömürülen, örselenen ve sömürülenler karşısında her daim birbirlerinin mirasçısı olma özelliği taşımışlardır. Benjamin'in ütopyan bakış açısıyla tarihsel ve kültürel tarih yaklaşımı geleceğe yönelik olmuştur. Geçmişte yaşananlarla gerçekleşen deneyimler, geleceğe dair duyulan sorumluluk bilincidir. Geçmişin öğrettiği kazanımlarla özgün ve somut olabilmeyen, insana özgürleşim katacağını, anı değiştiren öğeleri tanıyarak şimdinin farkındalığıyla yaşamaktır. Yaşanan anın her *moment*'inin geleceğe bakmayı ve geçmişin özümsemesinin kişiyi özgürleştirebileceği düşüncesine ve kişiyi eyleme geçiren bir çağrı olabileceğine dikkat çekmiştir (Benjamin, *Illuminations: Essays and Reflections*, 1969, ss. 253-254, aktr., Oskay, 2015, s. 130). Bauman'ın, flanörün bugünkü varlığına dair düşünceleri karamsar niteliktedir. "Pasajlar artık yoktur, ancak fiziksel varlığı kültürel miras olarak korunmaktadır. Turistik bir cazibe, nostaljik bir kent deneyimi olarak insanlığa sunulmuşlardır. Bugünün döngüsü ise; bir yerden bir yere mümkün olduğunca hızlı, etrafı gözlemlemeden ulaşabilmeye yöneliktir. Sokaklar, iç mekanlar arasında gezinilen ölü bağlantı noktalarıdır. Flanörün son mekânı alışveriş merkezleridir. Alışveriş merkezlerinin bolluğu ve çekiciliği sokaklarla tezat oluşturmaktadır (Bauman, 1994, ss. 138-157). Ticari kapitalizmin yeniden tuzağına düşen flanör, modernite çağından artık post-modernite çağının koşullarına dönüşmüştür.

Öte yandan, postmodern flanör geç kapitalizmin kent yapılandırmalarını nesneleştirme çabasında hala objektifliğini korumaya çalışan bir figür olarak karşımıza çıkmaktadır. Gündelik yaşamın gizli kalmış yönlerini araştıran flanör, bunu metanın etkisine kendini kaptırarak ve kaynaştırarak yapmaktadır (Peter, 1997, ss. 143-179'den aktr., Köse, 2012).

Günümüz 21. Yüzyıl flanörü, kendini pasajlar, caddeler, bulvarlar ya da alışveriş merkezleriyle sınırlamaktadır. Sokak trafiğinin artması, kent planlamalarının da etkisiyle flanörler, kendi iç dünyalarına kapanmış, sistemin ortak paydası olarak görülen dijital ağların yolculuğuna sürüklenmiştir.

5. Dijital Dönemde Flanör

20. yüzyıla başlayan politik, kültürel, sosyolojik değişimlerin yanı sıra teknoloji ve endüstriyel alanda yaşanan gelişmeler günümüze değin artarak devam etmiştir. Çağımızın gereği olarak, modern toplumları belirleyici kılan kavramların başında "Ağ toplumu" gelmektedir. Özellikle internet teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte dünya üzerinde birbirine internet ağı ile bağlanan insanların iletişim ve etkileşim süreçleri bu kavramın etkin ve yaygın olarak kullanılmasına neden olmuştur. Bireylerin siyasi, ekonomik, kültürel ve eğlence amaçlı bir araya gelmelerini sağlayan ağ toplumunun, kişilerin belirli toplumsal olay ve sorunlar etrafında örgütlenmelerini de kolaylaştırdığı görülmektedir. Castells'e göre ağlar, toplumun sosyal morfolojisini oluşturmada ve kültürel süreçleri kökten değiştirmektedir (Castells, 2009, s. 500). 21.yy'ın iletişim aracı olan, internetin keşfiyle enformasyon dijitalleşmiş ve literatüre dijital kültür olgusu dahil olmuştur. Bireylerin dijital kültüre dahil olmak için gereksinim duyduğu araçlar; bilgisayar, mobil telefonlar, dijital kameralar, modern televizyonlar, tabletler olarak sıralanabilmekte ve yeni teknolojik aygıtlar da bu listeye eklenebilmektedir. Dijital iletişim araçlarının, özellikle de çevrimiçi iletişim araçlarının oluşması kültürde oluşan kapsamlı dönüşümü göstermektedir (Hepp, 2015, s. 62). Gelişen web teknolojileri sayesinde web 2.0, 3.0 ve 4.0 teknolojileriyle yeni medya ve sosyal ağlarla

yaygın kullanıcı kitlesine ulaşılmıştır. Yeni medyanın tüm elektronik aygıtlara ait olduğu bilgisayar tabanlı bilişim teknolojisi, küresel anlamda iletişimin yaygınlaşmasının yolunu açmıştır. Castells'e göre, günümüz flanörü artık radikal değişimlere uğramış, bilgisayar teknolojileri, tüketim kültürü, denetim ve gözetim sistemlerinin içinde varlığını gösterir olmuştur. Yaratıcılık, estetik görüş ve duygusal zekâ, flanörü besleyen temel özellikler olarak yeniden tanımlanır olmuştur. Benjamin'in flanörü, kalabalıkla rekabet içinde değil, onunla ya da onsuzluktan mutlu ve meteryalizm ile temsil ettiklerine olumsuz yaklaşım uzak dururken, 21.yüzyılın flanörü kendini pasajlar ve sokaklarla sınırlamış bir kimlik olarak görülmemektedir (James, 1998, ss. 909-925'den aktr., Köse, 2012, ss. 118-125).

Günümüzde sosyal medya araçlarının gelişmesi, sosyal ve kültürel anlamdaki alışverişin gerekliliğinin bir sonucu olarak birey, kendisinin bir uzantısı olan dijital yaşamda konumunu belirlemiştir. Mekanların sınırını aşan sosyal medya, akıllı cep telefonları sayesinde kullanıcıların kolaylıkla içerik üretebildiği, farklı içerikleri görüntülemelerine olanak sağlayabildiği bir platform haline gelmiştir. Dijitalleşen kültürle birlikte tüm kültürel ürünler ve mekanlar yeni medya aracılığıyla aktarılmaktadır. Dijital flanör, kültürel, sosyal, politik alanlarda topladığı bilgileri dijital platformlarda paylaşmaktadır. Dijitalleşmeyle birlikte seyahat deneyimi de değişmiştir.

Günümüzdeki sanal seyahat deneyimi, dijital flanörün her zamanki aylıklığını bilgisayar karşısında, veriler evreninde "düşünür-gezer" olma niteliğiyle gerçekleştirebilmektedir. Yeni medyanın sunmuş olduğu sanal seyahat deneyimi sanal gerçeklik olgusuyla eşdeğerdir. İnternet Explorer web tarayıcısıyla, istenilen ülke ya da bölgeye sanal tur gerçekleştirilebilir ve kullanıcı konumundaki dijital flanör tarafından seçilmiş turda sörf yapabilmeye olanağına sahip olunabilmektedir. Flanör'ün turist kimliği sürecindeki dönüşümünde "global village" görünüşü teknolojinin günlük yaşama dahil olması, kültürel pratiklerin biçimlendirilmesi bireyin kendi mekanını siber uzama taşımasına neden olmuştur. "Global Village" kavramı; her ne kadar radyo ve televizyonun yaygınlaşmaya başladığı yıllarda konuşulur olmasına karşın, McLuhan'ın "The Gutenberg Galaxy:The making of Typographic Man" (Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu) adlı kitabında, bir gün teknolojinin tüm sınırları aşacağını, insanlar bir ağ üzerinden birbiriyle iletişim kurabileceğini öngörmüştür. Günümüzde, yeni iletişim teknolojilerinin artık tüm dünya ülkelerinde sınırları akışkan bir niteliğe dönüştürdüğü ve dünyanın bir köy biçimini aldığı belirgindir (McLuhan, 2011). Flanör, 20. yüzyıldan itibaren turist kimliğine dönüşmüştür. Urry'e göre, 19. yüzyılda edebi bir karakter olan flanör, 20.yüzyılda turist görünüşüne bürünmüştür. Gündelik hayattan kaçarak eğlence ve boş zaman deneyimini tercih eden günümüz flanörü ile Benjamin'in flanörü ortak unsurlara sahiptir (Urry & Larsen, 2011). Toplumsal sıkıntıların ve savaşların yaşandığı dönemde flanör, fotoğrafçı kimliğiyle ortaya çıkmaktadır. Fotoğrafçı kimliğiyle flanör, makinesinin arkasından objektifiyle toplumu gözetlemektedir. Tıpkı caddelerde gezinen ve etrafını gözetleyen flanör gibi kamerasının objektifinden yakaladığı manzara, insan, vb. görüntülerle doğallığın aurasını yakalamanın peşindedir.

21.yüzyılın turist flanörü, cep telefonu ile tüm dünyayı gezip, gözlem yapmak ve tüm yeni medya aygıtlarını kullanarak topluma ulaşma hedefindedir. İnternet aracılığıyla sosyal medyada konumlanan, fotoğraf çeken flanör, topladığı görselleri paylaşan, öyküleştirilen blogger, vlogger, Youtuber olarak da adlandırılmaktadır. Dijital flanörler için sosyal medyanın ucuz ve kolay, ulaşılabilir olması keşfedilen yerleri, popüler kentleri görmek açısından (sanal ortamda) kolaylık sağlamakta ve kullanıcıların da merak duygusunu gidermektedir. Sosyal medya sayesinde kullanıcı, mekânı geziyor, inceliyor, fikir sahibi oluyor hissine kapılmakta ve aklında oluşan ön bilgiyle gezi planı yapmaktadır. "Sosyal ağ siteleri, kullanıcıların kendi sunumlarını yapmalarına olanak sunan, farklı kişilerle sosyal bağlar kurmayı ve devam ettirmeyi sağlayan dolayısıyla da kendi sosyal ağlarını inşa ettikleri yapılar" (Yeygel, 2015). Sosyal medya platformlarından Instagram; çoklu fotoğraf paylaşma, video oluşturma, video izleme, story paylaşımı, mesaj yazma, görsel paylaşımı gibi özelliklere sahiptir. Görsel-ışitsel kültürün yayılmasına katkı sağlayan görüntü bazlı Instagram, kent estetiği ve turizm açısından gezi fotoğrafçılığı adı altında yeni bir alanın oluşmasına ve kentlerin imajına, turistik gezilerin teşvik edilmesine katkı sağlamaktadır. Paylaşılan kent ya da mekanlara özgü oluşturulan hashtag etiketleriyle de ortak fotoğrafların ulaşılmasına olanak sağlamaktadır.

Instagram’da, kişisel hesaplar dışında gezi sayfaları olarak açılan hesaplar da büyük ilgi çekmektedir. Bu hesaplar, çeşitli kent ve turistik yerlere ilişkin enformasyon ve estetik sunan görsellerle, çoğu kişi tarafından takip edilmektedir. Kısmi hoşnutluk sağlayan görseller, takipçiler tarafından çokça beğeni almaktadır. Etkili bir reklam ve pazarlama alanı olan sosyal medya, ekonomik gelir ve kent turizmi açısından popüler bir iletişim aracıdır. Keşfedilmemiş mekânlar ya da popüler kentler daha çok ilgi çekmekte, yeni medyada kent imgesi estetik formlarda öne çıkmaktadır. “Seyahat blogları vasıtasıyla blogger ve kullanıcılar arasında bilgi paylaşımı yapılmakta, iletişim kurularak öneriler alınmaktadır” (Emchiyeva & Tandıçgüneş, 2019, s. 55).

En eski sosyal medya platformu olarak kabul edilen Facebook, arkadaşlarını bulma ve iletişime geçme olanağı sunan bir içeriğe sahiptir. Twitter ile, düşünce ve bilgi zaman zaman da görsel paylaşılan bir mecra olarak görünmektedir. Youtube, video izleme amaçlı ve web 2.0 teknolojisi ile gündelik yaşam pratiklerinin aktarıldığı internet tabanlı bir sosyal paylaşım ağıdır. Youtuberlar tarafından video paylaşımını öngören bilgi alışverişinin sağlandığı, sosyalleşme ve eğlence kanalı haline gelmiştir. Youtube aracılığıyla ek kazanç sağlamak isteyenler, popüler videolar çekerek takipçi sayılarını arttırma hedefindedirler. Youtube videoları, anlatım tarzları dijital narratoloji biliminin kavramsal temeli üzerine kurgulanması izleyicileri etkilemek, takipçi sayısını arttırmak, eğlence ve boş zaman gereksinimlerini karşılamak açısından değerlidir. Anlatıda başlıkların dikkat çekici olması, içerik ve görsellerin özgünlüğü, anlatımın grafik, müzik ve fotoğraflarla desteklenmesi ve konuya ilişkin görüş ve bilgi verilmesi önem taşımaktadır.

Anlatıda aktarılan öykünün, sinema dili ve kurgulama tekniklerinin özgün olarak kullanılması teknik ve altyapının gerekliliği hedef kitlenin öncülleri arasında yer almaktadır. 19.yüzyılın romanlarında anlatılan kent ve kentsel mekanların görsellerle birlikte anlatılması, okur-gezer kimliğinde yaratılan algı önem taşıyorken, yeni medya metin bazlı multimedya destekli görsellik sunmakta ve öykünün gerçeklik algısının arttırılması hedeflenmektedir. Mobil uygulamalarla da yaratılan sanal gerçeklik içerisinde gezgine farklı bir deneyim yaşama olanağı sunulmaktadır. Benjamin’in fotoğrafçı ve sanatçı flanör kimliğiyle, Baudelaire’in şair flanörü günümüzün dijital anlatıcı, sinemacı, belgeselci olarak konumunu yeniden belirlemiştir.

Dijital çağın flanörleri kentteki mekânları keşfedip deneyimlerini sayısal ve görsel verilerle sosyal medya aracılığıyla paylaşmaktadır. Influencer olarak adlandırılan kişiler de dijital flanör olarak adlandırılmaktadır. Gezdikleri yerleri en ince detaylarına kadar gezerek fotoğrafları en estetik biçimde aktarmaya çalışan, video ile vlog çekip kenti ve turistik mekanları tanıtan flanörlerdir. Influencer, blogger olarak tanınan kişiler daha çok takipçi elde etmek, reklam anlaşmaları yapmak için yurt içi ve yurtdışı turlar düzenlemekte ya da sponsor bulup onların tanıtım etkinliklerine davet edilmektedir. Sosyal medya kullanıcılarının pazarlama ve iş birliği anlaşmaları ile ekonomik kazanç sağlamaları da dijital kültürü ve flanörlük kavramını ve devam edilirliliğini güçlendirmiştir.

Yeni medya literatüründe yer alan sanal gerçeklik (Virtual Reality) kavramı 60’lı yıllarda bilgisayarla birlikte hayatımıza girmiş, sanal gerçeklik aracılığıyla birey, kendi benliğini algılama ve inşa etme sürecine dahil olmuştur. Featherstone, “Virtual Flanör”ü tanımlarken, Benjamin için nasıl o dönemdeki pasajlar, müzeler, sokaklar, kafeler veri alanı ise, günümüzde de sosyal medya dijital ağ aracılığıyla gezinme ediminin oluşturulduğu bir veri alanıdır (Featherstone, 1998’den aktır., Köse, 2012, ss. 118-125). İnternet teknolojisi, siber kentin alanlarında dolaşp diğer insanların diyaloglarını dinleyen, katılımı ya da sadece gözlemlemeyi tercih eden, böylelikle topluluğun bir parçası olan, onlardan tamamen ayrı, izole olan “Cyber Flanör” tipolojisini yaratmıştır (Nick, 2003, s. 131’den aktır., Köse, 2012).

Dijital flanör, hayal endüstrisini destekleyen “eyephones” adlı bilgisayar yapımı, simüle edilmiş gerçekliği sunan, stereo kulaklık ve “datagloves” ile de dokunma hissini sağlayan aygıtlarla hipergerçeklik olgusuna tanıklık etmektedir. Hipergerçekliğe dair Jean Baudrillard (Baudrillard, 2003), “Sessiz Yığınların Gölgesinde Toplumsalın Sonu” yapıtında sanallık, aslında kodlama ve algoritmaların oluşturduğu “versimiltude” (gerçekmiş gibi)

görüntülerin gerçeklik ve gerçek algısının yitirildiğini gizleyen bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Kullanan kişiye anlık zevkler sağlayan bu teknolojik aygıtlar abartılmış bir gerçekliği sunmaktadır. Flanör giyilebilir, hissedilebilir teknolojiyle toplumun içerisinde kendini hissedebilmekte, etkinliğin bir parçası haline alabilmektedir. Bilgisayar ekranının karşısında yaptığı sanal turlarla (müze, tiyatro, konser vb.) flanör, fiziksel boyutundan soyutlanmış, bedeninin bir uzantısı olan dijital uzuvlarına dönüşmüştür. Hareket etmeden yolculuk yapan gezgin kimliği sanal hareketlilikte durağan olmaktadır. Benjamin'in aura kavramı; nesne ve özne arasındaki uzaklığın belirli olması gerektiğini savunmaktadır. Gerçekliğin görüngüsünde, mekanlar arasındaki uzaklıklar, çevredeki insanların varlığı, yürürken birine yanlışlıkla çarpmak, özür dilemek etkileşimde bulunmak söz konusudur. Ekran karşısındaki sanal yolculuğunu yapan flanör, mekân deneyimini kendi nesnel varlığından yalıtılmış bir biçimde izlemektedir. Düşünce ve gözlemlerini sanal bir uzamın içerisinde oluşturmaktadır. Ekrandan yansıyan imge ve gerçeklik arasındaki ilişki simüle edilmektedir. Montaj, ışık, ses, görsel efekt gibi değişimlerle seyahat eden sanal flanörün, yapay bir gerçeklik ve bağlamından koparılmış görüntülerle deneyim yaşaması için kurgulanmaktadır. Gerçek mekanların deneyimlenmesi flanör ve turistin Benjamin'in belirttiği gibi gerçek mekanlarda deneyimlenmesi anlamına gelmektedir. Manovich'e göre, teknolojik keşifler, Benjamin'in aura kavramı için ifade ettiği düşüncelerin tersi yönde gelişmesine neden olmuştur (Manovich, 2001, s. 158).

Kitle kültürünün estetik potansiyelli büyük kentlerinde gezinen flanörler, postmodernizmin büyüyle oyuncu gösterisine maruz kalmış ve bu durumu benimsemişlerdir. Çağdaş Batı kentlerinde, gündelik tüketim ve kültür endüstrilerinin (sanat, eğlence, turizm, alış-veriş) simgesel ürünlerle dikkat çektiği kabul edilmektedir. Çağdaş kentlerin flanörleri artık popüler kültürün kurmacasıyla fantastik yapay eğlencesiyle buluşmaktadır (Chambers, 1987).

Çağımızda Google tarafından geliştirilen Google Maps teknolojisiyle kullanılmaya başlanan "Google Street View" dünyasının flanörlük üzerine ilginç bir örnek olduğu düşünülmektedir. "Street View" sayesinde dünya haritası üzerindeki herhangi bir sokağa inilebilir ve önceden çekilmiş 360 derecelik fotoğrafa bakılabilmektedir. Bu deneyim de flanör karakterini anımsatmaktadır. Bu uygulama ile fotoğraf çekimine izin veren dükkanların içerisine dahi girilmektedir. Bu durum da flanörün oldukça fazla zaman geçirdiği pasajlarda dolaşma hali ile benzeşmektedir. Bilgisayar ekranı başından bunu yapmak, flanörün kalabalıklar içinde görünmez gözlemci pozisyonunu ortaya çıkarmaktadır (Tandaçgüneş, 2012, ss. 97-136 aktr., Köse, 2012). Ayrıca, kentin gerçekliği bir sanal gezinme halinin kenti okumayı nasıl gerçekleştireceği ve kentte yaşayan canlılarla nasıl etkileşim sağlanacağı, görsel algı ve duyuların önemli bir durum teşkil ettiği kaçınılmaz gerçeklerdir.

6. Covid-19 Sürecinde Flanör Olmak

2019 yılının son aylarında Çin'in Wuhan kentinde başlayan ve daha sonrasında tüm dünyayı etkileyen küresel salgın 21.yüzyılın en büyük krizi olarak gündemdeki yerini halen korumaktadır. İnsanlığı derinden etkileyen küresel kriz, tüm yaşam pratiklerini alt üst eden bir pandemi niteliğini taşımaktadır. Dijital teknoloji ve internetin vazgeçilmez boyutta geliştiği bir anda toplumsal yaşamla dünya, yepyeni bir dönemeci covid-19 salgınıyla deneyimlemektedir. Çin'deki ilk covid-19 vakasının tespiti iletişim teknolojilerinin katkısıyla gerçekleşmiştir. Dr.Li Wenliang'ın hastalığa ilişkin belirtilerden yakınması ve arkadaş çevresinde de görülen benzer şikayetler Çin'in whatsapp'ı olarak bilinen telefon mesajlaşma uygulaması WeChat üzerinden paylaşması, hastalığı ortaya çıkarmış ve bu durum zaman kaybedilmeden medyaya yansımıştır (Aydın, 2020). Yaşadığımız süreçle birlikte salgının yayılımı varyantlarıyla birlikte sürmekte ve etkisini devam ettirmektedir. T.C Sağlık Bakanlığı resmî web sitesi covid19.saglik.gov.tr adresinden günlük hasta verilerine ulaşılmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü ile iş birliği içinde olan T.C Sağlık Bakanlığı, günlük vaka ve hasta sayılarını iletişim kaynaklarından da duyurmaktadır. Temas yoluyla bulaşan covid-19, kronik hastalığı olan ve 60 yaş üzeri bireyler için önem teşkil etmektedir. Koronavirüs, insanlarda ve hayvanlarda hastalığa neden olabilen ölümcül bir virüs olarak tanımlanmaktadır. Genel ve yaygın belirtileri arasında; yüksek ateş, öksürük, eklem ağrıları ve nefes darlığıdır. Solunum yoluyla etrafa saçılan partiküller bulaştırıcı risk oluşturmaktadır. Bu sebeple de yayılım oranı oldukça yükselmektedir (Covid-19 Nedir?,

2020). İnternet ve bilgisayar destekli teknolojilerin üst boyutlarda ilerlemesiyle birlikte, reel hayatın ve birçok disiplinin alt yapısında konumlanmış bulunmaktadır. Sosyal medya araçları ve çeşitli arama motorlarından internet aracılığıyla covid-19 ile ilgili önlemler, anlık gelişmeler ve bilgilendirmelere tüm ana sayfalarda özel alanlarla duyurulmaktadır.

Çeşitli kısıtlamaların dijitalleşmenin doruklarda yaşandığı bu süreçte, teknolojik araçların kullanımı gerçek hayattaki sosyal ilişkilerin birincil ve vazgeçilmez etkileşimi ve erişim aracı haline gelmiştir. Bu zaman diliminde, evden çalışma yöntemi ile birlikte online toplantılar, online eğitim ve öğretim çalışma yöntemleri ile çevrimiçi görüşme ve uygulamalar sıkça kullanılır hale gelmiştir. Zoom, Skype, Facebook Messenger, Microsoft Teams gibi birden çok kişinin katılımıyla oluşan sesli ve görüntülü görüşme olanaklarıyla pandemi döneminde uzaktan eğitim ve çalışma organizasyonlarının gerçekleştirilmesi sağlanmıştır (Kocas, 2020).

“Maske, Mesafe, Hijyen” olarak belirlenen üç unsur virüse karşı alınan birincil önlemler arasında yer almıştır. Bu doğrultuda maske kullanımı zorunlu hale getirilmiştir. “Yeni Normal” düzen, 10 Mart 2020 tarihi itibarıyla hayatımıza dahil olmuştur. 120-200 santimetre aralığında bırakılan mesafe, sosyal mesafe için uygun uzaklık değeri olarak kabul edilmektedir. Sosyal mesafe, salgın hastalıklardan korunmak ve bulaş seviyesini azaltmak için alınabilecek en önemli tedbirlerden biri olarak değerlendirilmektedir (Sönmez, 2017). Bireylerin pandemi sürecinde fiziksel olarak alışveriş yapmak yerine internet üzerinden % 171 oranında daha fazla satın alma eğilimi göstermişlerdir. Kişisel bakım için % 171, ev bakım ürünleri için ise % 162 oranında daha fazla ürün satın aldıkları ortaya çıkmıştır (“Koronavirüs Sonrası Tüketimde Hangi Trendler Bizleri Bekliyor? » Marketing Türkiye”, 2020).

Tavsiye olunan fiziksel olarak izole olma durumu, toplumsal yaşamın birçok alanında değişime sebep olmuştur. İnsanlar öncelikle yakınlarından haber alma, eğitim, eğlence, alış-veriş, iş hayatı gibi yaşam prensiplerini sayısal ortamlar aracılığıyla giderilmesine tanık olmak durumunda kalmışlardır. Tüm dünyada ve ülkemizde de uygulanan karantina süreçleri, virüsün etkisinin azaltılmasına ve yayılımının indirgenmesine hatta engellenmesine yönelik önlem niteliği taşımaktadır. Ülkemiz, karantina kavramıyla birlikte oluşan normalleşme, yeni normal, kontrollü normalleşme gibi pandemi terminolojisiyle toplumsal tanışıklık sağlamıştır. Devlet ve Toplumun virüsle mücadelesi; hijyen kurallarına uyum, topluluklar halinde bir araya gelmeme, fiziksel mesafe, indirgenmiş toplanma, maske kullanımı, seyahat sınırı, Hes kodu uygulaması gibi güvenlik önlemleri zorunluluk şartı getirilerek aranmıştır. Virüsün yayılım gücüne bağlantılı olarak önlemler, kademeli olarak azaltılıp arttırılmıştır. Sınırlandırmalar yaşamın her alanına yayılmasıyla birlikte dijital araçların kullanılması küresel bazda iletişimin sağlanmasını başlatmıştır. İş ve eğitim kurumlarının dijital dönüşümü zorunluluk haline gelmiştir. Evde kalınan sürenin artmasıyla birlikte, bireylerin internet ve sosyal medyayı kullanım eğilimleri de doğru orantılı olarak artmıştır. Kullanıcıların etkileşim, erişim, içerik üretme ve paylaşım olasılıkları artış göstermiş, eğitim-öğretim uzun bir süre online olarak devam etmiştir.

Salgının artış seyrine göre belirli yaş ve seviye gruplarında yüz yüze öğretime geçilmiştir. Uzaktan öğrenme sürecinde teknolojik araçlarla erişimin sağlanabilmesi için küresel anlamda birçok ülke altyapısını güçlendirmiştir. Teknolojiyi iyi kullanabilen ve dijital dönüşümü takip eden şirketlerin bu sürece uyumu rakiplerine göre daha hızlı gerçekleşmiştir. Evden çalışma ortamı bilgisayar odaklı olarak devam ettirilmiştir. /etmektedir. Öncesinde bir seçenek olarak sunulan evden çalışma birçok şirketin benimsediği ve zorunlu olarak önerdiği bir çalışma yöntemi olmuştur. Zoom uygulaması kullanılarak iş ve arkadaş toplantıları yapılmış, iletişim ve etkileşim olanakları sağlanmıştır. Instagram canlı yayın ve konserleri, müze ziyaretleri, Andrea Bocelli canlı konserleri sanal ortamda icra edilmiştir. Clubhouse uygulaması ile sadece İOS kullanıcılarının davet sistemiyle kullanabildiği, sesli sohbet odaları aracılığıyla etkileşim olanağı sunan bir sosyal ağ platformuyla da iletişim kurmak adına yeni, nitelikli boş zaman olanağı gündeme gelmiştir. Daha öncesinde var olan haber kaynağı olarak kabul edilen dronelar aracılığıyla metropoller görüntülenmiş ve virtüel gerçeklik ortamları boş zamanların

normalleri halini almıştır. Bu bağlamda küresel dünya ile iletişimimizi sağlayan insan-makine ilişkisini eskinin yerine yeninin tercih edilir oluşu olarak yorumlanmaktadır. Eskinin yerini alan “yeni” deneyim elemanları olarak teknolojik araç ve dijital ortamdaki epistemolojik açıdan yeni bağlantıların oluşmasına, buluşlara olanak tanımaktadır. Teknolojik araç ve sayısal ortamlar biliş bağlamında kavranıldığına araç; yalnızca fiziksel bir alet olmanın ötesinde dünyayı algılamamıza aracılık eden bir özelliğe bürünebilmektedir. Aracın nasıl kullanıldığıyla biçimlendiğini öne süren Mc Luhan, aracın insanın bir uzantısı olduğuna işaret etmiştir. Kısacası, Mc Luhan’ın ünlü sözüyle “araç ileti”dir. Araç, kullanan kişilerin algısal alışkanlıklarını değiştirebildiği gibi, ilettiği mesajla da önemini belirlemektedir. Aracın ilettiği mesajlar toplumsal algının yaratılmasında ve algının biçimlendirilmesinde etkin rol oynamaktadır (McLuhan, 2001’den aktr., Rigel, 2005, ss. 15-16).

Dijital flanörün seyahat edebilme gereksinimi, sokağa çıkma yasakları ve şehirler arası yolculuklardaki sınırların gevşetilmesi ile birlikte ulaşım araçlarını kullanabilme özgürlüğünün sağlanması, kısıtlı zaman dilimleri ile giderilmeye çalışılmıştır. Yerel ve küresel düzeyde uçak, otobüs, tren ve deniz yolu ulaşımalarının yanı sıra özel araçlarla gerçekleştirilen yolculuklarda bireylerin uyguladıkları sosyal mesafe, hijyen kuralları, ortak alanların kullanımları bağlamındaki önlemler halen devam etmektedir.

İnsanların kitleler halinde buldukları ortamlar, fiziksel mesafenin korunması güçlüğüne yarattığından pandemi sürecinde kırsal alanlara yönelmesi gerekliliğini oluşturmuştur. Bunun bir sonucu olarak kırsal turizm, yayla turizmi, yat turizmi, kamp ve karavan turizmi gibi ve bireysel olanaklarla sağlanan mekân tercihleri turizmin sürdürülebilirliğini sağlayan alternatif turizm olanaklarının tercih edildiği görülmüştür (Doğan & Aydın, 2020, s. 101). Kırsal Flanör, kentleşmiş toplumlara özgü yaşam biçimlerinden, zorunlu izole yaşamdan kurtularak pandeminin yarattığı psikolojik ve fizyolojik etkileri dindirebilmek amacıyla kendisini kırsal destinasyonlara yönlendirmiştir. Dünyanın pek çok yerinde kırsal alanlar, rekreasyon ve turizm faaliyetlerine kaynak oluşturacak alanlar olarak kabul edilmektedir. Pandemi öncesinde de tercih edilen bir tür olarak kırsal turizm, modern yaşamın en etkili ve en çelişkili yaşam pratiklerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Kırsal bölgeler, kalkınmanın, istihdamın, tarıma dayalı üretim faaliyetlerinin işlevsel olduğu alanlardır. Tarımsal faaliyetlerin sürdürülebilir turistik amaçlı bölgesel niteliğe dönüşümü, gelir kaynaklarının çeşitlendirilmesi gerekliliğini, bölgesel kalkınmanın turizmle içselleştirilmesi olanağını sağlamaktadır (Kuter & Ünal, 2013, ss. 192-201). Pandemi sonrasında, kırsal alanlar, ekonomik, sosyal, kültürel, politik değişim süreçleriyle tüketim ve ulaşım alışkanlıklarında boş zaman ritüellerini de yeniden şekillendirecektir.

SONUÇ YERİNE

Tarihin farklı dönemlerinde gezmek ve gözlemek adına yapılan incelemeler farklılıklar göstermiştir. İlk dönemlerde yaşamsal devamlılık sağlamak amacıyla yapılan dini, ticari, sanatsal ve kültürel anlamda yapılan gezinerek yapılan eylemler zamanla ekonomik, teknolojik, toplumsal gelişmelerle değişime uğramıştır. Zamanla gezi pratiğinin ve türünün de gelişmesiyle birlikte insanlar, farklı ülkelerde mevcut olan eğlenceli, eğitici, spiritüel gezilerle seyahat deneyimlerine katmak istemişlerdir. Modernizm sürecindeki flanör, dönemin dönüşen sistemik yapısına, toplumun kültürel, sanatsal değişimine paradoksal bir tutum sergilemiştir. Fordist kitlesel üretimin sonucunda oluşan “boş zaman” kavramı turist kimliğinin öne çıkmasına neden olmuştur. 1990’lı yıllardan sonra dijital teknolojinin hızla geniş kitlelere yayılması, toplumun bilgi ağırlıklı gelişmesi sonucunda “dijital flanör” kimliği oluşmuştur.

Flanör, dijital sistemde kendine özgü kimliğiyle bilginin çok hızlı bir şekilde yayıldığı dönemde inandıklarının peşinde koşan gruplarla ortak bir paydada birleşerek ağ toplumunun yeni parçası olmuştur. Flanör bu süreçte McLuhan’ın küresel köyünde tek başına yolculuk eden bir gezgindir. Paris Pasajları’nın inşası ile başlayan flanör kavramı, 21.yüzyılda Kapitalist sistemin içerisinde yeniden değerlendirilmeye tabi tutulan bir kimlik olarak ortaya çıkmaktadır. Pasajlardan farklı olarak tüm dünyayı keşfe çıkan gezginler artık birer sırt çantalı turiste dönüşmüştür. Sistemin ağır, sıkıcı gerçeklerinden kurtulmak için flanörlük, simüle mekanlarda aylıklık, avarelik,

zevk duygusu, tüketim bileşenlerinin kitlesel boyutta yaşandığı bir sürece evrilmiştir. Yaşanılan sistemde, hazın yaratılması ve hedonist kültürün inşası yaşam gerekliliğinin bir parçası halinde sunulmuştur. Flanör, sistemin her bireyinden “öteki” olarak farklılaşmıştır. Flanör yaşamının yolcusu olarak, itiraz edebilme, modernizmin kölesi olmayı reddetme, seçim yapabilme ve kendi özgürlüğünün sınırlarını çizebilmeyi amaçlamıştır. Teknoloji ve toplumsal düzendeki süratli değişim, modern kent flanörünün gezerek gözetleme eylemini dönüştürmüştür. Sayısal ortamda, “hareketsizlik oluşturma hareket edebilme” ya da “hareket halindeyken devinimsiz olabilme” edimiyle, yürüyen, hareket eden bir figür olarak flanör, internet aracılığıyla ekran zemininde parmak dokunuşlarıyla sanal flanör, virtüel flanör ya da siber flanör gibi kullanım alanlarına göre kurumsal kimliklerle adlandırılır olmuştur.

Pandemi sürecindeki dijital flanör, kendi dışındaki gerçekliği gözlemlemektedir. Küresel anlamda yaptığı sanal turlarla gözlem ve yorumlarını devam ettirmektedir. 2019 Yılında son aylarında Çin’in Wuhan kentinde meydana gelen covid-19 vakasının tüm dünyaya yayılmasıyla birlikte insanlık, pandemi sürecini yaşamaktadır. Bu süreçte kısıtlı mekanlarda izole olarak yaşamını devam ettirmeye çalışan tam zamanlı dijital flanör, ekranların karşısında küresel ortak bilincin bir parçası durumunda yer almıştır. Bu zaman diliminde, günlük hayatını işinden arta kalan zamanlarda farklı kültür ve değerleri keşfetmek amacıyla sanal müze turlarına, konserlere, şehir gezilerine çıkmaktadır. Video konferans yoluyla tiyatro, sinema kurslarına katılma olanağına sahip olmuştur. Normalleşme süreci bağlamında çeşitli önlemler alınarak, kısıtlamaların gevşetilmesi sağlanarak konser ve tiyatro etkinlikleri sürdürülebilmiştir. Türkiye’de olduğu gibi yurt dışında da kapalı olan tiyatro etkinlikleri gibi kültürel faaliyetler 2021 yılının ocak ayına kadar yasaklanmış bulunmaktadır. Pandeminin yarattığı hasarların giderilmesi ve minimum düzeye indirilmesi toplumların %80’ninin aşılmasıyla mümkün olabileceği düşünülmektedir. Covid-19 Aşısının 2020 yılının ağustos ayında bulunmasıyla birlikte, yeni kontrollü yaşam sürecinden yeni normallere dönüşüm disipliniyle, olası virüslere ve koronavirüsün varyantlarına karşı önlem amaçlı çalışmaların değerlendirilerek yaşama geçirilmesi yerinde olacaktır.

Pandemi sonrasında yeni normal sürecin başlamasıyla toplumsal dönüşümün kademelendirilerek, kişilerin birbirlerine dayanışma yoluyla riskin aşılanacağı ve krizin zamanla sona ereceği ancak farklı virüs türlerine karşı da risklerin yaşanabilir olacağı düşünülmektedir.

Sanayi Devrimi sonrasında insanların kentlere göçüyle başlayan, salgın hastalıklar ve doğal afetlerde artış olduğu tespit edilmiştir. 19.yüzyılın kendine yeten bireyciliği ve daha sonrasında 20.yüzyılın disiplinli sıkı çalışma kavramları manevi dünyanın çilekeşliliğinde halen devam ettiği görülmektedir.

Günümüzde, nüfusun kentsel alanlarda aşırı yoğunlaşması; fiziksel mesafe kurallarına elverişli olunamaması, kentlerin olası küresel tehditlere, salgınlara, afetlere ve hızlı değişimlere maruz kalınmaması adına bilimsel şehircilik ve planlama ilkelerine kontrollü yaklaşan uygulamaların hayata geçirilmesi gerekmektedir. Kentlerde; salgın hastalıklar, hava kirliliği, iklim değişikliği, düzensiz kentleşme, deprem, sel ve yangın gibi kitlesel tehditlere karşı önlem alınması toplum sağlığı ve salgın krizine karşı kamu yararına kaynak ve tedbirlerin ivedilikle planlanması ön koşuldur.

Salgının toplumsal yaşama getirdiği kısıtlayıcı tedbirler, kent insanının sosyalleşme özelliğini engellediğinden sürecin yarattığı psikolojik etkilerin giderilmesine yönelik alternatif turizm türlerinin artacağı düşünülmektedir. Salgın sonrasında da önlemlerin süreceği düşüncesinden hareketle, alternatif turistik bölgelerin fiziki olanaklarının artırılması, izole destinasyonlara olası talepleri karşılayıcı önlemlerin ve kabiliyetlerin geliştirilmesi gerekmektedir. Doğal yaşamın ve turizmin birleştirici unsurları çerçevesinde reklam ve halkla ilişkiler kampanyalarıyla kırsal flanörlere gözlem olanakları sağlanmalıdır.

Fiziksel, çevresel, sosyal ve ekonomik çerçevede kentlerin karşılaşabileceği ve kamusal alanları etkileyecek her türlü tehlike (doğal afetler, salgın vb) kenti oluşturan tüm dinamikler, birleşenlerin koordineli ve uyumlu, kapsamlı bir şekilde mücadele etmesi “güçlü kent” yapısının oluşumuna katkı sağlayacağı düşünülmektedir. İnsanlığın ortak geleceği için salgın ve doğal afetlere karşı sağlıklı ve güvenli bir çevrede yaşamaları gerekliliktir. Pandemi sonrası yaşanılacak “yeni normalleşme” döneminde kalabalık kentlerde gözlem yapacak olan flanör kitlesel tehditlerden yalıtılmış bir çevre hedeflemektedir.

Pandemi sürecinde ve sonrasında metropoller ve büyük kentler için akıllı şehirler konseptinin, sağlıklı ve güvenilir veri toplama yöntemleriyle, yeşil ulaşım olanaklarının, döngüsel kent kavramının oluşacağı bir döneme evrileceği düşünülmektedir. Kent içi ulaşımında yaşanan hijyen önlemlerinin uzun vadede yetersiz olabileceği, farklı düşünce pratikleriyle çevreci ve sürdürülebilir, insan sağlığını önceleyen yaklaşımların geliştirilmesi beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Aksoy, B. E. (2011). *Hatırlama ve Kefaret: Neden Benjamin?, Beybin Kejanlıoğlu (Der.)*, içinde, *Zamanın tozu* (s. 369-391). Ankara: Deki Yayınevi.
- Arendt, H. (1979). *Introduction*. London: Fontana Books.
- Aydın, A.F. (2020) *Post Truth Döneminde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 Pandemi Süreci*. *Asya Studies-Academic Social Studies/Akademik Sosyal Araştırmalar*,4(12),76-90.
- Baudelaire, C. (2003). *Modern Hayatın Ressamı*. (çev. A. Artun) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Baudelaire, C. (2014). *Modern Hayatın Ressamı*. (çev.Ali Berktaş), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Baudrillard, J. (2003). *Sessiz Yiğınların Gölgesinde-Toplumsalın Sonu*. (çev.Ođuz Adanır), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (1994). "Desert Spectacular", *The Flaneur içinde*, Ed. Keith Tester, London: Routledge Press.
- Benjamin, W. (1969). *Illuminations: Essays and Reflections*. New York: Schocken Books.
- Benjamin, W. (1985). *Benjamin'in Adorno'ya Yanıtı Estetik ve Politika*. (çev: E. Gen, T. Belge, B. Aksoy) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Benjamin, W. (1989). *Charles Baudelaire:A Lyric Poet in The Era of High Capitalism*.Trans:Harry Zohn. London: Verso.
- Benjamin, W. (2000). *Pasajlar*. (çev.Ahmet Cemal), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Benjamin, W. (2002). *Pasajlar*. (çev.Ahmet Cemal) İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık Ticaret ve Sanayi A.S.
- Benjamin, W. (2012). *Pasajlar*. (çev.Ahmet Cemal) İstanbul: YKY.
- Bozkurt, V. (2000). *Enformasyon Toplumu ve Türkiye*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Castells, M. (2009). *The Rise of the Network Society Volume 1The Information Age*. London: Blackwell Publishing.
- Chambers, I. (1987). *Maps For The Metropolis:A Possible Guide to the Postmodern, Cultural Studies*. Cultural Studies.
- Cooke, M. (1913). The Spirit and Social Significance of Scientific Management. *The Journal Of Political Economy*, 481-493.
- Doğan, M., & Aydın, B. (2020). Yeni Koronavirüs Pandemisinin Turistik Tüketici Davranışları ve Türkiye Turizmi Üzerindeki etkilerinin Deđerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 101.
- Dostoyevski, F. M. (2016). *Beyaz Geceleer*. (çev.B. Zeren), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları
- Emchiyeva, G.,& Tandıçgüneş, N. (2019). İkincil Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya ve İletişim Süreçlerini Pierre Bordieu'nun sosyoloji yaklaşımı ile değerlendirmek: Blogosfer ve Blogger İlişkisi. *Diyalektolog*, (24).
- Frisby, D. (2012). *Modernlik Fragmanları*.(çev.A. Terzi), İstanbul: Metis.
- Giddens, A. (2010) *Sosyoloji Kısa Fakat Eleştirel Bir Bakış*. (çev.Ülgen Yıldız Battal), Ankara : Siyasal Kitabevi

- Göktürk, İ.,& Günalan, M. (2006). Modern ve Geleneksel Değerler Arasında Yabancılaşan İnsan. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F.*, 127-143.
- Güngör, N. (2011). *İletişime Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hepp, A. (2015). *Medyatikleşen Kültürler*. (çev. Ç. Bozdağ., & E. Pasos-Devrani), Ankara: Dipnot Yayınları.
- Kocası, A. (2020). Coronavirus'ten sonra. <https://mediacat.com/coronavirusten-sonra/> (Erişim Tarihi 30 Haziran 2021).
- Koronavirüs Sonrası Tüketimde Hangi Trendler Bizleri Bekliyor? » Marketing Türkiye. (2020). . Erişim Adresi: <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/koronavirus-sonrasi-tuketimde-hangi-trendler-bizleri-bekliyor/> (Erişim Tarihi 30 Ağustos 2021)
- Köse, H. (2012). *Flanör Düşünce*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kuter, N.,& Ünal, E. (2013). Kırsal Kalkınmada Kırsal Turizmin Önemi. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 192-201.
- Lafargue, P. (1999). *Tembellik Hakkı*. (çev.V. Günyol) İstanbul: Cumhuriyet Gazetesi Yayınları.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.
- McLuhan, M. (2001). *Global Köy*. (çev. Bahar Öcal Düzgören), İstanbul: Scala
- McLuhan, M. (2011). *The Gutenberg Galaxy: The Making Of Typographic Man*. University Of Toronto Press.
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital*. <http://governance40.com>. Erişim Tarihi: (2020,01.15).
- Oskay, Ü. (1982). *Walter Benjamin Üzerine*. Estetize Edilmiş Yaşam: Dost Yayınevi.
- Oskay, Ü. (2015). *Estetize Edilmiş Yaşam*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Rigel, N. (2005). *Kadife Karanlık*. İstanbul: Su Yayınevi.
- Russell, B. (1999). *Aylaklığa Övgü*. (çev. M. Ergin) İstanbul: Cem Yayınları.
- Sontag, S. (1977). *On Photography*. New York: Macmillan
- Sönmez, R. (2017, 05 06). *Mahremiyet Alanı*. <https://www.kocaeligazetesi.com.tr/makale/1291925/ruhittin-sönmez>
- T.C Sağlık Bakanlığı (2020, 19 06). *Covid-19 Nedir?*. <https://covid19.saglik.gov.tr> adresinden alınmıştır.
- Tester, K. (1994). "Introduction", *The Flaneur içinde*, Ed. Keith Tester, London: Routledge.
- Tiedemann, R. (2012). *Pasajlar Yapıtı'na Giriş*. (çev. A. Cemal), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Urry, J.,& Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. Sage. London
- Wikipedia- Flaneur (2021, 01 15). Flâneur - Wikipedia <https://en.wikipedia.org> › : www.wikipedia adresinden alınmıştır.
- Yeygel, Ç. (2015). *Kullanıcı Reklamcı mı Oluyor? Sosyal Medyada etkileşimciliğin Gücü ve Kullanıcı Merkezli İçerik Üretimi*. İstanbul: Derin Yayınları.

- **Etik kurul onayı:** Etik kurul onayına ihtiyaç bulunmamaktadır.
- **Çıkar çatışması:** Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
- **Ethics committee approval:** There is no need for ethics committee approval.
- **Conflict of interest:** There is no conflict of interest.

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.