



ULUSAL MARKA YÖNETİMİ KONGRESİ

25 NİSAN 2024



<https://markayonnetimi.fbu.edu.tr/>

FENERBAHÇE ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
I. Ulusal Marka Yönetimi Kongresi Bildiri Kitabı

Editör

Prof. Dr. Ece BABAN

Editör Yardımcıları

Arş. Gör. Ece DOĞAN ERDİNÇ

Arş. Gör. Esra Pelin GÜREGEN DEREBOYU

Arş. Gör. Türkay Türkan ÜNLÜ

Arş. Gör. Melek EKİNCİ

ISBN

978-625-94726-1-4

Baskı Tarihi

2024

İletişim Bilgileri

Fenerbahçe Üniversitesi İletişim Fakültesi

Ataşehir Kampüsü Atatürk Mah.

Ataşehir Bulvarı Metropol İstanbul, İstanbul

e-posta: markayonetimi@fbu.edu.tr

Copyright © 2024

Fikir ve Sanat Eserleri Yasası gereğince bu eserin yayın hakkı anlaşmalı olarak T. C. Fenerbahçe Üniversitesi'ne aittir. Her hakkı saklıdır. Kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir. Bu kitabın hiçbir kısmı yayıncısının yazılı izni olmaksızın elektronik veya mekanik, fotokopi, kayıt vb. bir bilgi saklama, erişim sistemi yolu ile çoğaltılamaz, dağıtılamaz ve satışa sunulamaz. Bu kitap, I. Ulusal Marka Yönetimi Kongresi bildirilerinden derlenmiş olup metinlerde yer alan her tür görüş ve düşüncenin sorumluluğu bildirinin yazarına aittir.



Onursal Başkan

PROF. DR. FATMA KANCA

Fenerbahçe Üniversitesi Rektörü

Kongre Başkanı

PROF. DR. NURHAN TOSUN

Fenerbahçe Üniversitesi

İletişim Fakültesi Dekanı

DÜZENLEME KURULU

PROF. DR. ECE BABAN

Kongre Düzenleme Kurulu Başkanı

Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim Fakültesi

PROF. DR. NEŞE KARS TAYANÇ

Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim
Fakültesi

PROF. DR. EBRU GÜZEL

Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim
Fakültesi

DOÇ. DR. AYSUN EYREK KESKİN

Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim
Fakültesi

DR. ÖĞR. ÜYESİ G. NİL ARKAN

Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim
Fakültesi

DR. ÖĞR. ÜYESİ PINAR TINAZ

Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim
Fakültesi

DR. ÖĞR. ÜYESİ ECE OZAN

Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim
Fakültesi

**DR. ÖĞR. ÜYESİ A. ERHAN
AYBERK**

Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim
Fakültesi

ÖĞR. GÖR. ECEM ŞEN

Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim
Fakültesi

ARŞ. GÖR. ECE DOĞAN ERDİNÇ

Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim
Fakültesi

**ARŞ. GÖR. ESRA PELİN
GÜREGEN DEREBOYU**

Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim
Fakültesi

**ARŞ. GÖR. TÜRKEY TÜRKAN
ÜNLÜ**

Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim
Fakültesi

BİLİM KURULU

**PROF. DR. AYDA UZUNÇARŞILI
SOYDAŞ**

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

**PROF. DR. EMEL KARAYEL
BİLBİL**

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

PROF. DR. AYHAN BİBER

İstanbul Arel Üniversitesi İletişim
Fakültesi

PROF. DR. BANU BAYBARS

Kadir Has Üniversitesi İletişim
Fakültesi

**PROF. DR. BANU MÜJDE
KARSAK**

Galatasaray Üniversitesi İletişim
Fakültesi

PROF. DR. BİLLUR ÜLGER

Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi

PROF. DR. EBRU ÖZGEN

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

PROF. DR. FİLİZ OTAY DEMİR

Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi

**PROF. DR. RUKİYE GÜLAY
ÖZTÜRK**

İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim
Fakültesi

**PROF. DR. HALİME YÜCEL
BOURSE**

Galatasaray Üniversitesi İletişim
Fakültesi

PROF. DR. HANİFE GÜZ

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
İletişim Fakültesi

**PROF. DR. HATUN BOZTEPE
TAŞKIRAN**

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi

PROF. İŞİL KARPAT AKTUĞLU

Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi

PROF. DR. İMRAN ASLAN

Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

PROF. DR. NURHAN TOSUN

Fenerbahçe Üniversitesi İletişim
Fakültesi

DOÇ. DR. ÖZLEM ÖZDEMİR

Fenerbahçe Üniversitesi İletişim
Fakültesi

DOÇ. DR. ELGİZ YILMAZ

ALTUNTAŞ

Galatasaray Üniversitesi İletişim
Fakültesi

DOÇ. DR. ELİF BAŞAK SARIOĞLU

Fenerbahçe Üniversitesi İletişim
Fakültesi

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN ŞEHİR MARKALAMADA KULLANIMI: CİTTASLOW METROPOL OLARAK İZMİR’İN ANALİZİ

Alparslan NAS*

Duygu USLU**

Genişletilmiş Özet

Günümüzde toplumsal ve ekonomik açılardan önemi giderek artan sürdürülebilirlik olgusu, Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Gelişme Komisyonu, Ortak Geleceğimiz Raporu’nda (1991: 51) “Bugünün gereksinimlerinin, gelecek kuşakların da kendi gereksinimlerini karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılanması” olarak tanımlanmıştır. Sürdürülebilirlik hedeflerinin sağlanabilmesi doğrultusunda 17 adet sürdürülebilir kalkınma amacı belirlenmiştir. Bu amaçların çoğu, bölgesel ve yerel kalkınmayı destekleyen projeler için yapısal olarak daha uygun mekanlar olan küçük yerleşim merkezlerinde uygulanabilmektedir. Cittaslow (yavaş şehir) ise küreselleşme ile birlikte hayatın her alanında ortaya çıkan önlenemez hızlanmaya rağmen, birbirinin kopyası haline gelmemiş, kendi dokusunu, özgün yaşam tarzını ve yerel halkını kaybetmemiş yerleşim merkezlerini sürdürülebilir hedefler doğrultusunda kentler birliği çatısı altında toplayan bir organizasyondur. Cittaslow, belirlediği çevre, kentsel yaşam kalitesi ve sosyal uyum politikaları gibi kriterleri sağlayan kentleri başvuru esasıyla, bünyesine dahil eden bir şehir markalama hareketi olarak tanımlanabilir. Cittaslow felsefesi de sürdürülebilirlik felsefesine benzer olarak metropollerin karmaşık yapısı ve hızlı döngüleri nedeniyle bu mekanlarda karakterize olmaktan uzak görünmektedir. Buna karşın İzmir, Haziran 2022 tarihinde Dünya’daki ilk Cittaslow Metropol olmaya hak kazanmıştır. Bu çalışmanın amacı, sürdürülebilirlik olgusunun şehir markalamada nasıl kullanıldığını Cittaslow Metropol uygulaması üzerinden İzmir özelinde çözümlemektir. Bu amaçla şehrin Cittaslow Metropol olmasından bu yana, İzmir Büyükşehir Belediyesi resmi web sitesi, kurumsal sosyal medya hesapları ve dijital mecralarda yapılan

*Doç. Dr. Alparslan Nas, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık ve Tanıtım Bölümü, alparslan.nas@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1759-4357

** Dr. Duygu Uslu, Bağımsız Araştırmacı, duyucubuk@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9883-1464

paylaşımları çok modlu söylem analizi yöntemiyle dilsel ve görsel açılardan analiz edilmiştir.

Marka iletişiminde ana iletişim kanalı olarak Instagram uygulamasında oluşturulmuş olan “izmircittaslowmetropol” hesabının kullanıldığı görülmektedir. Şehrin resmi web sitesi ve diğer kurumsal hesaplarının da konuya dair paylaşımlarını bu hesaptan post paylaşıyor olmaları sebebiyle; çalışmaya bu hesaptan yapılan paylaşımlar dahil edilmiştir. Öncelikle hesap genel yapısı itibariyle analiz edilmiştir. Bu bağlamda hesabın profil fotoğrafı incelendiğinde Cittaslow organizasyonunun resmi hesabının kullandığı salyangoz logosunun birebir biçimde kullanıldığı görülmektedir. Hesap ismi olarak “Cittaslow Metropol İzmir” ismi tercih edilirken; açıklama kısmında “Dünyanın ilk sakin metropolünün sakin hesabı” ifadesi yer almaktadır. Ayrıca biyografi bilgisi olarak; paylaşımların açıklama metinlerinde kullanılan kurumsal hashtagler, iletişim adresi ve kurumsal web sitesinin linki yer almaktadır. Cittaslow Metropol İzmir hesabının 2.573 takipçisi olmakla birlikte; hesap tarafından 51 adet sayfa takip edilmektedir. Takip edilen sayfalar arasında şehrin ilçelerinin kurumsal hesapları ve İzmir Büyükşehir Belediyesi’ne bağlı birimlerin resmi hesapları yer almaktadır. Hesaptaki ilk gönderinin tarihi olan 04.04.2022’den bu yana 176 adet post paylaşılmıştır. Paylaşımların 84 tanesini kısa videolar oluştururken, geriye kalan 92 paylaşım ise fotoğraf ağırlıklı görsellerden oluşmaktadır. Hesaptan periyodik olarak paylaşım yapıldığı görülmektedir. Yapılan paylaşımlar genel olarak story formatında olmayıp; gönderi biçiminde gerçekleştirilmektedir. Yapılan paylaşımlarda, #CittaslowMetropol #SakinMahalle ve #Sakinİzmir hashtagleri kullanılmaktadır. Buna ek olarak her paylaşımın altında yer alan açıklamalarda, ilgili mekana ve içeriğe ilişkin farklı hashtaglerin, özellikle #sürdürülebilirlik hashtaginin nizami bir biçimde yer aldığı görülmektedir. Tüm paylaşımlarda, kullanılan tasarım dilinde renk ve logo kullanımının; Cittaslow hareketinin kurumsal kimliğine sadık kalınarak farklı stillerle dinamik bir tasarım tarzı benimsenmiş biçimde yer aldığı görülmektedir. Şehir markalamasının etkili bir hal almasında tasarım dilinin tutarlılıkla kullanımı değer taşımaktadır. Hesapta yer alan paylaşımlarda, görsellerin hem kendi aralarındaki uyum ve ahengi hem de tasarım stilinin hantallaşmadan zaman zaman belirli bir strateji dahilinde yenilenerek kullanılmasına dikkat edildiği görülmektedir. Bunun yanında açıklama metinlerinde de ortak bir marka dili kullanılmış olması olumlu bir markalama stratejisine işaret etmektedir. Öncelerde

metinler soru formatında yazılarak, Cittaslow şehir markasına dair vaat edilen önermeleri içeren cümleler kullanılırken; sonralarda gerçekleştirilmiş ya da gerçekleştirilmekte olan icraatlara ilişkin bilgi verici ifadeler kullanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda, hesabın anlam inşa sürecinin, ilk olarak takipçilerin imgeleme yapmasını ve bir bilinç kazanmasını sağlamaya yönelik inşa edildiği söylenebilir. Sonralarda ise durumun felsefeyi benimsetmenin ötesine geçerek paralel zamanlı faaliyet bilgileri içermesi de markalama açısından önem arz etmektedir.

Paylaşımların içeriğine bakıldığında, hesapta yer alan ilk gönderide, dönemin Belediye Başkanı ve aynı zamanda Cittaslow Uluslararası Başkan Yardımcısı Tunç Soyer tarafından seslendirilmiş bir video yer almaktadır. İzmir'den tabiat ve tarihi mekan görüntüleri içeren bu videoda, Cittaslow'un salyangoz formundaki logosunun taşıdığı anlam anlatılmaktadır. Gönderi hem hesaptan yapılmış olan ilk paylaşım olması sebebiyle hem de bir organizasyonun markalanma açısından en önemli öğelerinden biri olan logosunun anlamını açıklaması yönüyle marka iletişimi yönünden etkili bir paylaşım olarak değerlendirilmiştir. İncelenen diğer paylaşımlarda, İzmir Cittaslow Metropol markasının sıklıkla sürdürülebilirlik felsefesi ekseninde yapılandığını öne çıkaran hem görsel hem metinsel öğelere yer verilmesi; şehirde yaşayan halkın konuyla ilgili bilinçlendirilmesi ve bu bilincin yaygınlaştırılması yönüyle değer taşımaktadır. Sonuç olarak, İzmir'in şehir markalama sürecinde sürdürülebilirlik olgusunun anahtar bir rol oynadığı ve Cittaslow markasının iletişiminde görsel öğelerin metinsel öğelere göre yaygın ve etkin biçimlerde kullanıldığı ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Şehir Markalama, Marka İletişimi, Yavaş Şehir (Cittaslow)

Kaynakça

Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (1991), Ortak Geleceğimiz, B. Çırakçı (Çev.), Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Yayını, Ankara.