

SÜRDÜRÜLEBİLİR MARKA ŞEHİRLER



RÖPORTAJ

GAZİPAŞA BELEDİYE BAŞKANI
MEHMET ALİ YILMAZ İLE SÜRDÜRÜLEBİLİR
MARKA ŞEHİRLER ÜZERİNE BİR RÖPORTAJ

ÜYE HABERLERİ

ATA TOHURLARI,
TOPRAKLA BULUŞUYOR

İNSAN ODAKLI YAKLAŞIM

KUVEYT'İN BİYOÇEŞİTLİLİĞİ
DESTEKLEDİĞİ BENZERSİZ ŞEHİRİ;
XZERO CITY

MAKALE

SÜRDÜRÜLEBİLİR ŞEHİRLERİN
MARKAŞMA SORUNSALI
DOÇ. DR. BURCU ZEYBEK

MARKA ŞEHİRLER SÜRDÜRÜLEBİLİR KENTLER



Şehirlere sağlıklı dokunuŐ

www.skb.gov.tr



2005

BAŞKAN'DAN



Alinur AKTAŞ

Türkiye Sağlıklı Kentler Birliği Başkanı
Bursa BüyüŐehir Belediyesi Başkanı

Değerli Üyelerimiz,

Yeni bir sayıda buluşmanın heyecanı ile her birinizi en kalbi duygularım ile selamlıyorum. Değişen dünya, kendini yenileyen küresel pazarlama sistemleri ve kent olgusu bağlamında Kentli dergimizin 47. sayısını "Sürdürülebilir Marka Şehirler" olarak belirledik.

Günümüz dünyasında ürün ve hizmetler gibi artık şehirlerin de marka konumlandırma çalışmaları yapılmaktadır. Sürdürülebilir marka şehirler, dikkat çekici olanaklar sunarak "tercih edilen" kentler arasına girmek ister. Marka olma yolunda ilerleyen bu şehirler dünya çapında ilgi uyandırmaya çalışarak, aynı zamanda prestijlerini de koruma gayesi içindedir.

Paris denilince "lüks parfüm dünyası", Milano denildiğinde "modanın merkezi" veya Las Vegas "eğlencenin başkenti" olarak akıllara geliyorsa o şehirde sürdürülebilir markalaşma çalışmaları doğru yapılmış demektir. Peki, Osmanlı Devleti zamanında başkentlik görevini üstlenmiş Bursa'mız için bu bahsettiğimiz perspektiflere dayalı sürdürülebilir marka çalışmasını nasıl oluşturduk?

Bildiğiniz üzere Bursa'mızın turizmden aldığı payı artırmak için 2019 yılından bu yana sürdürülen tanıtım, marka ve iletişim stratejilerini nihai sonuca erdirdik. Kentimizi, 'Yeşil Bursa' imajını destekleyecek olan 'Gelenekten Geleceğe Akan Şehir' markası ile dünyaya tanıtmaya karar verdik.

'Gelenekten Geleceğe Akan Şehir' marka konumlandırmamız, su teması altında Bursa'nın fethinin 700'üncü yılı olan 2026 yılına yönelik olarak yeşil eksenler üzerinde kurgulandı. Bursa'nın turistik değerlerini tarih, doğa, kış sporları, sağlık ve gastronomi olmak üzere 5 tema altında topladık.

'Yeşil Bursa' imajının pekiştirilmesine yönelik yapacağımız tanıtım ve markalaşma çalışmaları 'Yeşil Hisset', çevre ve topluma yönelik çalışmalar 'Yeşil Yaşa' ve kent ekonomisine yönelik yapılacak çalışmalar da 'Yeşil Büyü' adı altında gerçekleştirilecektir.

Yine bildiğiniz üzere Bursa 2014 yılında Hanlar Bölgesi, Sultan Külliyesi ve Cumalıkızık ile UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne girmişti. 2021 yılında ise sürdürülebilir marka şehir anlamında çini ve Bursa ipeği ön plana çıkmış, 'zanaat ve halk sanatları' dalında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dâhil olmuştu. Bu yıl ise 2022 Türk Dünyası Kültür Başkenti seçilerek sürdürülebilir marka şehir olduğunu kanıtlayan Bursa; dünya çapında üreten, gelişen şehir konumlandırmasını duyurmaya devam ediyor.

Değerli üyelerimiz, unutulmaması gerekir ki belediye birlikleri olarak yaşadığımız şehri marka şehir haline getirmek en büyük yatırımlarımızdan biri olacak, aynı zamanda şehirlerimiz yerel ve yabancı ziyaretçilerin zihninde pozitif etki yaratacaktır. Bu vesile ile dergimizin 47. sayısının editörlüğünü üstlenen başta Doç. Dr. Burcu Zeybek'e dergimizde emeği geçen ekip arkadaşlarıma ve değerli yazar dostlarıma teşekkürlerimi iletiyorum.

Saygılarımla.



kentli
dergisi

YIL 13 • SAYI 47 • Aralık 2022

İmtiyaz Sahibi

Türkiye Sağlıklı Kentler Birliği adına,
Bursa Büyükşehir Belediye Başkanı ve SKB Başkanı
Alınur AKTAŞ

Yayın Direktörü (Sorumlu)

Dr. Ahmet Recep TEKCAN

Genel Yayın Yönetmeni

Çiğdem KICIOĞLU

Yayına Hazırlayanlar

Yunus İhsan ŞAHİN, Mustafa SEVİM
Muhammed Furkan YURTSEVEN

Katkıda Bulunanlar

Altınova Belediyesi,
Antalya Büyükşehir Belediyesi, Bahçelievler Belediyesi,
Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, Bandırma Belediyesi,
Bilecik Belediyesi, Bursa Büyükşehir Belediyesi,
Gebze Belediyesi, İzmir Büyükşehir Belediyesi,
Kadıköy Belediyesi, Karatay Belediyesi,
Karşıyaka Belediyesi, Kayseri Büyükşehir Belediyesi,
Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, Konya Büyükşehir Belediyesi,
Kütahya Belediyesi, Mersin Büyükşehir Belediyesi,
Mezitli Belediyesi, Tepebaşı Belediyesi,
Yıldırım Belediyesi

Dosya Editörü

Doç. Dr. Burcu ZEYBEK

Editörler Kurulu

Erdem SAKER, Prof. Dr. Atilla AKKOYUNLU,
Prof. Dr. Mustafa SARI, Prof. Dr. Handan TÜRKOĞLU,
Prof. Dr. Feza KARAER, Prof. Dr. Cengiz TÜRE,
Prof. Dr. Emine Didem EVCI KIRAZ,
Prof. Dr. Tülin VURAL ARSLAN,
Prof. Dr. Bülent YILMAZ, Prof. Dr. İnci PARLAKTUNA,
Prof. Dr. Gül SAYAN ATANUR,
Prof. Dr. Koray VELİBEYOĞLU,
Doç. Dr. Emel İRGİL, Doç. Dr. Alpaslan TÜRKKAN,
Doç. Dr. Asım Mustafa AYTEN,
Doç. Dr. Burcu ZEYBEK,
Doç. Dr. Öğretim Üyesi Şuay Nilhan AÇIKALIN

Yapım



www.medyavadisi.com

Baskı

STAR OFSET

Türkiye Sağlıklı Kentler Birliği

Orhanbey Mahallesi 6. Uçak Sokak No:3

Kat: Zemin, Osmangazi / BURSA

Tel: 0224 235 23 99 - Faks: 0224 235 34 70

www.skb.gov.tr • bilgi@skb.gov.tr

Yerel, süreli yayın.

ISSN 2146-0566

Türkiye Sağlıklı Kentler Birliği resmi yayın organı olan Kentli Dergisi basın meslek ilkelerine uymayı taahhüt eder. Dergimizde yer alan yazı ve makaleler kaynak gösterilerek yayınlanabilir. Makalelerin sorumluluğu yazarına aittir.

Türkiye Sağlıklı Kentler Birliğinin ücretsiz yayınıdır.

Üç ayda bir yayımlanır.

İÇİNDEKİLER

04 YAYIN DİREKTÖRÜ

05 DOSYA EDITÖRÜ



06 BİRLİKTEN HABERLER

- Bağımlılık ile Mücadele Çalıştay'ına Katıldık
- Zehirsiz Kentler Toplantısına Katıldık
- Türkiye Sağlıklı Kentler Birliği Ürgüp'te Toplandı



14 RÖPORTAJ

- Gazipaşa Belediye Başkanı Mehmet Ali Yılmaz ile Sürdürülebilir Marka Şehirler Üzerine Bir Röportaj
- Göreme Belediye Başkanı Ömer Eren ile Sürdürülebilir Şehirler Üzerine Bir Röportaj



22 ÜYE HABERLERİ

- Ata Tohumları, Toprakla Buluşuyor
- En İyi Çevre Ödülü Büyükşehir Belediyesi'nin
- Sağlık Kenti Bahçelievler
- Büyükşehir'den Bin Çiftçiye Tohum Desteği
- DASKYLEION'da Yeni Keşif
- Çöp Konteynerleri Yıkılarak Dezenfekte Ediliyor
- Bursa 'Atık Yeter' Diyor
- Kirazpınar'da Çöpler Yer Altına İniyor
- Organik Atıklar Bu Tesiste Gübreye Dönüşüyor
- Kadıköy'de Atık Yönetiminde İki Önemli Adım
- "1 Atık Çok Şey Değiştirir" Atık Toplama Yarışmasında Dereceye Giren 20 Çocuk Bisikletlerine Kavuştu
- Sürdürülebilir Karşıyaka Mottosuyla Kentin ve Kentlinin Geleceği Yeniden Şekilleniyor
- Büyükşehir'den 'Özel' Vatandaşları daha İyi Anlayabilmek İçin "Empati Parkuru"
- Kocaeli Akıllı Şehir Olma Yolunda İlerliyor
- Başkan Altay Konya'da Örnek Bir Uygulamayı Daha Başlattı
- Yeşil Enerjiye Önem Veriyoruz
- Mersin Büyükşehir'in "Avrupa Bisiklet Rotaları Ağı Bisiklet Stratejileri ve Saha Çalışması" Programı Tamamlandı
- Mezitli'de Bisiklet Evi Açıldı
- Atık Kâğıtlar Sanata Dönüşürken Geri Dönüşüm Bilinci Aşılıyor
- Yıldırım Belediyesi Atık Dönüşüm Timi Projesi



42 İNSAN ODAKLI YAKLAŞIM

- Kuveyt'in Biyoçeşitliliği Desteklediği Benzersiz Şehri; XZero City
- Şehrin Kış Festivaline Domino Etkisi



44 KAPAK KONUSU

Sürdürülebilir Marka Şehirler



52 MAKALE

- Sürdürülebilir Şehirlerin Markalaşma Sorunsalı
Doç. Dr. Burcu Zeybek
- Bir Kent Markası Olarak Sürdürülebilirlik
Prof. Dr. Hatice Ayataç
- Kent İmajının Sürdürülebilirliği: Kültür Odaklı Kent Markalaşma Stratejileri
Doç. Dr. İlknur Doğu Öztürk
- Sürdürülebilir Şehir Markalaşmasında Gerçeklik Teknolojileri
Doç. Dr. Banu Küçüksaraç
- SDG 11 Vizyonunda Sürdürülebilir Şehir Markaları
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Genel
- Akıllı Şehirlerde Markalaşma Stratejisi Olarak Akıllı Sağlık: Şehir Hastaneleri
Dr. Öğr. Üyesi Serdar Aydın
Arş. Gör. Deryanur Şimşek
Arş. Gör. İzzettin Kutlu

YAYIN DİREKTÖRÜ

Dr. Ahmet Recep TEKCAN

Türkiye Sağlıklı Kentler Birliği Genel Sekreteri



Değerli Okurlar,

Kentli Dergimizin 47. sayısıyla sizleri selamlıyorum. Her sayıda hayata katkı sunmayı amaçladığımız içeriklerimizle gündemi en dinamik şekilleriyle sizlere ulaştırmayı amaçlıyor daha iyi bir belediyecilik anlayışı için bilgiyi, tecrübeyi ve yenilikleri paylaşmayı görev olarak biliyoruz.

Kentli Dergimizin 47. Sayısını "Sürdürülebilir Marka Şehirler" olarak kurguladık. Sürdürülebilir şehir markalaşması bir ülkenin olumlu imajına destek sağlarken aynı zamanda halkına pozitif yönde katkıda bulunur; çünkü şehirler ve insanlar ayrı düşünülemezler. Şehir ekonomisine katkı sağlayan sürdürülebilir şehir markalaşması diğer şehirlerle de rekabet halinde olup, toplumsal hafızada yer edinmek adına da birtakım stratejiler geliştirirler.

Akıllı kentler, sürdürülebilir şehir kavramları günümüz dünyasında yerel yönetimlere farklı bir bakış açısı getirmiştir. Daha önceleri destinasyon pazarlamasına önem veren yerel yönetimler, teknolojinin gelişmesiyle birlikte akıllı ve inovatif şehir tanımlarını daha da ön plana çıkarmaya başlamışlardır.

Unutulmaması gerekir ki toplumlar da yaşadıkları yerlerin bir uzantısı rolündedir, ondan beslenirler o yeri negatif ya da pozitif açıdan etkileyebilirler. Bu nedenle de yerel yönetimlerin sürdürülebilir marka şehirlere dönüşmesini tek merkezden tasarlamak mümkün olmayacaktır.

Şehir markalaşması oluşturma süreçlerine, sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları, akıllı kent sakinlerinin hepsi dâhil edilmelidir. Bu açıdan da bakıldığında bir yerin itibar kazanması topyekûn çalışma gerektiren bir durumdur.

Bu sayımızda ülkemizdeki ve dünyadaki sürdürülebilir şehir markalaşmasına örnekler vererek, yer ve kent markalaşmasını tüm hatlarıyla incelemeye çalıştık. Alanında uzman akademisyen hocalarımız ve yazar dostlarımızla bu sayının konusunu her açıdan ele aldık.

Başta danışma kurulu üyemiz Doç. Dr. Burcu Zeybek hocamız olmak üzere, dergimizin hazırlanmasında emeği olan herkese ayrıca teşekkürlerimi iletir, keyifli okumalar dilerim. Gelecek sayımızda görüşmek üzere.

DOSYA EDİTÖRÜ



DOÇ. DR. BURCU ZEYBEK

Doğuş Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı Başkanı
SKB Danışma Kurulu Üyesi
KENTSEV Mütevelli Heyeti Üyesi

Değerli Okurlar,

Şehir markalaşmasının nihai amacı, benzersiz bir şehir kimliği oluşturmaktır. Diğer şehirlerle rekabet edebilecek bir marka imajı oluşturmak için yaratıcı, akıllı ve sürdürülebilir bir şehir kavramı önerilmiştir.

Sürdürülebilir şehir kavramı son yıllarda bilim insanları, şehir planlamacıları ve politika belirleyicilerin çalışma alanları ile gittikçe daha da ilişkili hale gelmiştir. Gelişen bilgi ve iletişim teknolojisi ağları ile birlikte her yerde bulunan programcılık kavramının baş döndürücü yayılımı yerlerin, insanların ve nesnelerin birbirleri ile bağlantı kurmasına yardım ederek kentsel gelişim gerçeğini şekillendirmektedir. İçerik ve verinin dijital akışı, kentsel mekânlara nüfuz ederek hem kendi sürdürülebilir ve dengeli gelişimleri için yenilikçi çözümler sağlamakta hem de yeni toplumsal dinamikler ve mekân söylemlerinin önünü açmaktadır. Dijital olarak yönetilen kentsel yeniliklerin yayılımı dünya çapında eşit olmamakla birlikte bazı şehirler akıllı şehir formatına doğru ilerici bir geçişi başlatmışlardır. Geleneksel kentçilik ve fiziksel alan kavramı artık sanal ve dijital temsilin yeni bir boyutuna doğru hareket etmektedir. Her yeri saran bu dijital dünyanın şehir manzaraları açısından da önemi her geçen gün Sanayi Devrimi'nin getirdiği etki ve sonuçlar ile daha çok karşılaştırılmaktadır.

Fiber optik, arttırılmış ve sanal gerçeklik, nesnelerin interneti, sensör kullanımı, büyük veri ve bulut bilişim alanlarındaki yakın zamanlı bilgi ve iletişim teknolojisi gelişmeleri, yeni sürdürülebilir marka şehir manzarasına oldukça önemli katkılarda bulunmaktadır. Bu teknolojik yeniliklerden faydalanan şehirler sürdürülebilirliklerini, verimliliklerini ve kentsel hizmetlerinin niteliklerini geliştirmek için iletişim teknolojileri kullanımına yönelmektedir. Bu yeni dijital bağlam sayesinde şehirler, önemli kentsel sistemleri ve kentsel faaliyetleri ölçümleyen, kaydeden ve bağlantılandıran kapsamlı bir cihazlar ağı ile yönetilen, canlı bir akıllı laboratuvara dönüştürmüştür. Kentsel alt yapıların, eko-verimliliğin, güvenliğin ve hareketliliğin yönetimi, iletişim teknolojileri ve açık veri adına uygulanmış olan radikal yeniliklerin görüldüğü önemli alanlardan yalnızca birkaçıdır.

Kentli Dergimizin 47. Sayısında "Sürdürülebilir Marka Şehirler" temasıyla dünyanın belki de gelecek 50 yılın gündemini tartışmaya açıyoruz. Sürdürülebilir şehir nedir? Sürdürülebilir Marka Şehirlerin özellikleri neler olmalıdır? Bilgi ve iletişim teknolojileri sürdürülebilir marka şehirlere nasıl katkı sağlayabilir, gibi soruların cevaplarını bulmaya çalıştık.

Bu vesile ile başta makaleleriyle değer katan yazarlarımız olmak üzere, faaliyetlerini bizlerle paylaşan üye belediyelerimiz ve konuklarımıza en içten teşekkürlerimi sunarım.

BAĞIMLILIK İLE MÜCADELE ÇALIŞTAYI'NA KATILDIK

Bursa Valiliği koordinasyonunda Bursa İl Sağlık Müdürlüğü tarafından bağımlılıkla mücadele çalışmaları çerçevesinde düzenlenen ve iki gün süren 'Ben Olsaydım' temalı Bağımlılıkla Mücadele Çalıştayı'na katıldık.

Merinos AKKM'de iki gün süren çalıştaya; kamu kurum ve kuruluşlarında görevli ilgili meslek grupları, akademisyenler, muhtarlar, sivil toplum kuruluşu temsilcileri, öğrenciler, esnaf ve vatandaşlar katıldı. Çalıştayı açılış konuşmasını gerçekleştiren Bursa Valisi Yakup Canbolat, bağımlılık yapan maddelerin sayısının ve çeşidinin artması, bunlara erişimin kolaylaşması, madde kullanımı ve bağımlılıkla mücadelede daha çok tedbir almayı gerektirdiğine dikkat çekti.

Uyuşturucu kullanımını sıfıra indirmek, bağımlılıkla mücadelede tüm dünyaya

örnek olmanın en büyük hedefleri olduğunu dile getiren Canbolat, "Geleceğimizi; akıl ve irademizi esir alan, gençlerimizi suça iten her türlü bağımlılıktan uzak tutmak, sokaklarımızı zehirden ve zehir tacirlerinden korumak milli bir vazife haline gelmiştir. Bağımlılıkla mücadeleyi anayasal görev kabul eden devletimiz, ülkemizin her bir şehrinde çok paydaşlı bir mücadele anlayışını hayata geçirmiş bulunmaktadır" dedi.

Empati Yapacağız

Devletin tüm kurumları, sivil toplum kuruluşları ve gönüllü vatandaşlar ile





birlikte bağımlılıkla mücadeleyi azimle sürdüreceklerinin altını çizen Canbolat, "Bizler, yavrularımız ve gençlerimizi her türlü uyuşturucu madde bağımlılığından korumakta kararlıyız. Çalıştayımızın temasına uygun bir şekilde empati yaparak, sanki kendi yakınımızı bağımlılıktan kurtaracak gibi hareket edeceğiz. Dolayısıyla yaptığımız her işte insanı merkez alacağız" şeklinde konuştu.

Katkı Sağlamayı Sürdüreceğiz

İl genelindeki bağımlılıkla mücadele çalışmalarını hakkında sunum

gerçekleştiren Bursa İl Sağlık Müdürü Dr. Fevzi Yavuzılmaz ise, "Bağımlılıkla mücadele, günümüzün ciddi bir sorunu ve hepimizi derinden etkileyen bir konu. İl Bağımlılıkla Mücadele Kurulu ciddi bir çalışma yapıyor. "Bu konuda daha fazla neler yapabiliriz, ben olsaydım nasıl hareket ederdim" temasıyla 17 ilçemizde kaymakamlarımızla yapılan çalıştaylardan sonra il merkezimizde son çalıştayımızı gerçekleştiriyoruz. Burada konuşulanları rapor haline getirip, Bakanlığımıza iletacağız ve bu

sürece katkı sağlamayı sürdüreceğiz" ifadelerini kullandı.

Açılış konuşmalarının ardından başlayan çalıştayda 4 grup halinde katılımcılar, bireyleri, zararlı alışkanlıklardan korumak ve bağımlılıkla mücadeleyi güçlendirmek için çözüm önerilerini ele aldı. Çalıştayda; bağımlılık ile ilgili sorunları tespit etmek ve bu sorunların tespitine yönelik çözüm önerilerini bulmak amacıyla uyuşturucu, alkol, tütün, teknoloji ve davranışsal bağımlılık konuları ele alındı.



ZEHİRSİZ KENTLER TOPLANTISINA KATILDIK

“Zehirsiz Kentlere Doğru” projesiyle, doğaya ve canlı sağlığına zarar vermeyen alternatifleri ön plana çıkararak belediyeler ile birlikte halk ve çevre sağlığının korunması hedeflenmiştir.

Birlik olarak Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği'nin Sivil Toplum Diyaloğu VI programı kapsamında desteklenen ve Avrupa Pestisit Eylem Ağı ortaklığında uygulanan “Zehirsiz Kentlere Doğru” projesi Türkiye’de pestisitler ve biyosidal ürünlerin kullanımına dikkat çekerek bu ürünlerin zararları ile doğaya

ve canlı sağlığına zarar vermeyen alternatiflerini ön plana çıkararak belediyeler ile birlikte halk ve çevre sağlığının korunması hedeflenmiştir.

Bu kapsamda 12-13 Mayıs 2022 tarihlerinde İstanbul’da düzenlenen belediyeler toplantısında halk sağlığı





açısından ulusal bir tehdit oluşturduğu için sivrisinekle, özellikle istilacı türlerle mücadele, strateji

geliştirme, işbirlikleri ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi "Başakşehir Vektörlerle Mücadele Sahası" iyi

uygulama örneği ziyareti etkinliğine katılım sağladık.



TÜRKİYE SAĞLIKLI KENTLER BİRLİĞİ ÜRGÜP'TE TOPLANDI

Türkiye Sağlıkli Kentler Birliği 37. Olağan Meclis Toplantısı – Sağlıkli Beslenme ve Yerel Yönetimler Konferansı 27-29 Mayıs tarihlerinde Ürgüp Belediyesi ev sahipliğinde gerçekteği.

Toplantıya Nevşehir Valisi İnci Sezer Becel, Sağlıkli Kentler Birliği ve Bursa Büyükşehir Belediye Başkanı Alınur Aktaş, Nevşehir Belediye Başkanı Mehmet Savran, Ürgüp Kaymakamı Mehmet Maraşlı, ev sahibi Ürgüp Belediye Başkanı Mehmet Aktürk, üye belediye başkanları, meclis üyeleri, üye belediye koordinatörleri ve basın mensupları katıldı.

Açılış konuşmaları öncesinde Ürgüp'ün anlatıldığı kısa bir tanıtım filmi katılımcılarla

paylaşıldı. Açılış konuşmalarının ardından 37. olağan meclis toplantısında Encümen ve Plan Bütçe komisyonu seçimi yapıldı.

Sağlıkli Kentler Birliği Encümen Üyeleri: Balıkesir Büyükşehir Belediye Başkanı Yücel Yılmaz, Çankırı Belediye Başkanı İsmail Hakkı Esen, Karşiyaka Belediye Başkanı Cemil Tugay, Kadıköy Belediye Başkanı Şerdil Dara Odabaşı, Tepebaşı Belediye Başkanı Ahmet Ataç, Sandıklı Belediye Başkanı Mustafa Çöl.





Plan ve Bütçe Komisyonu Üyeleri:
Mersin Büyükşehir Belediyesi
Meclis Üyesi Haluk Mutluay, Şırnak
Belediyesi Meclis Üyesi Ferit Batmaz,
Muratpaşa Belediyesi Meclis Üyesi
Murat Öztinar, Tepebaşı Belediyesi
Meclis Üyesi Nazan Erşahin,
Pamukkale Belediyesi Meclis Üyesi
Sevgi Çölhan.

37. Olağan meclis toplantısında,
Birliğin 2021 faaliyet raporu,
2021 mali yılı kesin hesabı, norm

kadro ihdası, üyelik kriterlerinin
görüşülmesi gündem maddeleri
mecliste onaylandı.

Erzurum Uzundere Belediyesi,
Ankara Gündül Belediyesi, Sakarya
Büyükşehir Belediyesi, Ankara
Kızılcahamam Belediyesi, Ankara
Kahramankazan Belediyesi, Ağrı
Diyadin Belediyesi, Denizli Buldan
Belediyesi, Gaziantep Nurdağı
Belediyesi, İstanbul Beykoz
Belediyesi, Elazığ Kovancılar

Belediyesi, Elazığ Ağın Belediyesi,
Mardin Midyat Belediyesi, Kırıkkale
Keskin Belediyesi, Ankara Mamak
Belediyesi ve Kırıkkale Çelebi
Belediyesinin Birliğe üyelik
başvurusu oy birliği ile kabul edildi
ve üye sayısı 120'ye yükseldi.

Merkezi Bursa'da bulunan
Birliğimizin uluslararası temsiliyeti
sebebiyle Bakanlıklar, Türkiye
Belediyeler Birliği, DSÖ Türkiye
Ofisi, Birleşmiş Milletlere bağlı diğer
kurum ve kuruluşlar ile ortak çalışma





alanlarında işbirliklerinin daha verimli hale getirilmesi amacıyla Ankara'da ofis kiralması konusu mecliste onaylandı.

Üye sayısının 120'ye ulaşması sonrası Birlik Müdürlüğü yerine Genel Sekreterlik kadrosu, Yazı İşleri Müdürlüğü ve Mali Hizmetler Müdürlüğü kadrolarının açılması mecliste onaylandı.

Mersin Yenişehir Belediyesi tarafından

Birliğimize gönderilen üst yazı ile Şehir Sağlık Profili oluşturacak üye belediyelerin T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü tarafından veya diğer bakanlıklar tarafından toplanan verilerin Birlik üyeleri ile paylaşılması konusunda Türkiye Sağlıklı Kentler Birliği olarak ilgili bakanlıklarla yazışmalar yapılması hususundaki karar mecliste oy birliği ile onaylandı.

Ürgüp Belediye Başkanı Mehmet

Aktürk tarafından meclise sunulan önergede 7 olan encümen üye sayısı 9'a çıkarılması önerisi meclis tarafından kabul edildi. Son gündem maddesinde 2022 yılı ikinci meclis toplantısının Eylül veya Ekim ayında Denizli Pamukkale Belediyesinin ev sahipliğinde yapılması meclis üyeleri tarafından kabul edildi.

Meclis toplantısının ardından, "Sağlıklı Beslenme ve Yerel Yönetimler" konferansına geçildi. Konferansı





düzenleme kurulu başkanı Danışma Kurulu Üyemiz Prof. Dr. Emine Didem Evcî Kiraz tarafından yapıldı. Açılış konuşması sonrası otumlara geçildi.

3 ana başlık altında yapılan otumlarda;

Sağlık Bakanlığı Sağlık Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü Sağlık Teşviki Daire Başkanı Mustafa Örnek, Danışma Kurulu Üyemiz Prof. Dr. Emine Didem Evcî Kiraz ve Doç.

Dr. Asım Mustafa Ayten'in farklı otumlarda başkanlık yaptığı, Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü Sağlık Beslenme ve Hareketli Hayat Daire Başkanı Doç. Dr. Nazan Yardım, Tarım ve Orman Bakanlığı Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü Ziraat Mühendisi Dr. Ayşe Oya Akın, Bursa Teknik Üniversitesi Orman Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü Başkanı ve Danışma

Kurulu Üyemiz Prof. Dr. Gül Sayan Atanur, Kayseri Üniversitesi Safiye Çıkrıkçıoğlu MYO Öğretim Üyesi Dr. Öğretim Üyesi Nihat Yılmaz, üye belediyelerimiz Muğla Büyükşehir Belediyesinden Uzm. Diyetisyen Fatma Özalp, Çankırı Belediyesinden Fatih Eroğlu ve Ürgüp Belediyesinden proje koordinatörümüz Dr. Ali Sıtkı Çakaloz sunumlarıyla destek verdiler. Toplantımız teknik gezi ile sona erdi.



GAZİPAŞA BELEDİYE BAŞKANI MEHMET ALİ YILMAZ İLE SÜRDÜRÜLEBİLİR MARKA ŞEHİRLER ÜZERİNE BİR RÖPORTAJ



Bizim öncelikli hedefimiz vatandaşlarımızın konforlu ve düzenli bir ilçede yaşaması. Çalışmalarımıza bu yönde başladık ve devam ettiriyoruz.

Sayın Başkan sizi ve ilçenizi kısaca tanıyabilir miyiz?

10 Kasım 1964 tarihinde, Antalya'nın Gazipaşa ilçesinde doğdum. 1971-1976 yıllarında Gökçesaray köyünde ilkokulu, 1976-1979 yıllarında Aksu Öğretmen Lisesinde ortaokulu, 1979-1982 yıllarında ise Antalya Lisesinde lise eğitimimi tamamladım. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümünden mezun oldum. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi Kent ve Çevre Bilimleri Anabilim Dalı'nda yüksek lisansımı yaptım. 1988 yılında Sosyal Sigortalar Kurumu Teftiş Kurulu

Başkanlığı'nın açtığı sınavı kazanarak müfettiş yardımcısı olarak göreve başladım. Sonrasında müfettiş ve başmüfettiş olarak 30 yıl boyunca görev yaptım.

12 Haziran 2011 tarihli genel seçimlerinde CHP Antalya Milletvekili adayı oldum. 2019 Yerel Seçimlerine Cumhuriyet Halk Partisi'nden Gazipaşa Belediye Başkanı aday adayı oldum. Parti üyelerinin katılımıyla yapılan ön seçim sonucunda Belediye Başkanı adayı oldum. Yerel seçim sonucunda %54,29 oranında oy alarak Gazipaşa Belediye Başkanı seçildim. Halen görevdeyim. Evli ve iki çocuk babasıyım.

Gazipaşa, Antalya'nın 180 km doğusunda Akdeniz kıyısında yaklaşık 53.000 nüfuslu bir ilçedir. İlçemiz Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ümüzün ismini taşımaktadır. Gazipaşa halkı, Kurtuluş Savaşı sürecinde Delibaş isyanının bastırılmasında Mustafa Kemal Atatürk ve silah arkadaşlarına özveriyle destek olmuştur. O zamanki ismiyle Selinti halkını ödüllendirmek isteyen Bakanlar Kurulu, 21 Ekim 1922 tarihinde Selinti bölgesinin ismini "Gazipaşa" olarak değiştirdiğini duyurmuştur. Gazipaşa doğusunda Mersin ili Anamur İlçesi, kuzeydoğusunda Karaman ili Ermenek ilçesi kuzeyinde Sarıveliler ilçesi ve batısında ise Alanya ilçesiyle komşudur. İlçemiz Akdeniz sahiline paralel şekilde yaklaşık 35 km içeride batıdan doğuya doğru uzanan Toroslarla çevrilidir. Yüzölçümü 931 km olup ilçe merkezi sahilinden 3 km içeride yer almakta ise de yeni yerleşimler sahile kadar uzanmaktadır.

İlçenin kıyı şeridi uzunluğu yaklaşık 50 km'dir. Denize girmek için çok uygun plajlarımız bulunmaktadır. Bölgenin tümünde olduğu gibi Gazipaşa'nın ilçe merkezinde de Akdeniz iklimi hüküm sürmektedir. Kışları ılık ve yağışlı, yazları sıcak ve kuraktır. Nisan ve mayıs aylarında ilçede bir saat arayla hem kayak yapma hem de denize girme imkânı vardır.

Merkez ve kırsal olmak üzere toplamda 53 mahallemiz bulunmaktadır. Yerli halkımızın başlıca geçim kaynağı turfanda sebzeçilik, tarım ve hayvancılıktır. Son yıllarda ilçemizde tropikal meyve üretimi oldukça artmıştır. 20 çeşidin üzerinde tropikal meyve çeşidi üretilmektedir. Gazipaşa muzunu tüm dünyaca tanınmaktadır. Gazipaşa'da yaşayan yerel halk Toroslar'da yayla kültürünü halen devam ettirmektedir. Geçmiş zengin kültürel öğelerle dolu olan Gazipaşa, turizm alanında yapılan çalışmalarla güzelliklerini ön plana çıkarmaya başlamıştır.

Bir ülke, şehir ya da bir ilçeyi ziyaret etmek veya bir ürünü/hizmeti satın almak söz konusu olduğu zaman, karar verme süreci, büyük ölçüde, o bölge veya ürün hakkında edinilen imaja bağlı bulunmaktadır. Bir kentin imajı, rekabet gücü, yaratma potansiyeline sahip olmakta; tüketicinin seyahatini planlanması, bütçe ayırma, kalma süreci ve yapılacak aktiviteler dahil olmak üzere, seyahat etme kararını ve davranışını etkilediği bilinmektedir. Siz Gazipaşa'da yaratmak istediğiniz imajı nasıl tanımlarsınız?

Gazipaşa'mız Türkiye'nin en güzel şehirlerinden biri. Gerek iklimi, gerek doğal güzellikleriyle tanınması ve yaşanması gereken güzide bir şehir. Bizim öncelikli hedefimiz vatandaşlarımızın konforlu ve düzenli bir ilçede yaşaması. Çalışmalarımıza bu yönde başladık ve devam ettiriyoruz. Bu güzel ilçenin gerek tarihi gerekse tarımsal ürünlerinin tüm dünyada tanınması için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Dışarıdan bakıldığında huzurlu, düzenli ve yaşanabilir bir Gazipaşa imajı oluşturmak için çalışıyoruz.

Dışarıdan bakıldığında huzurlu, düzenli ve yaşanabilir bir Gazipaşa imajı oluşturmak için çalışıyoruz.





Belediyeler akıllı kentlerin inşa edilmesinde en önemli rolü üstlenecek kurumlardır.

Bir şehir hakkında edinilen bilgiler ve bizzat yaşanan deneyimlerin yanı sıra, bu şehrin adı duyulduğunda kendiliğinden akla gelen, önceden mevcut bazı motivasyonlar imajın oluşmasında da önem taşımaktadır. Bu imaj bazen tek bir sembole de indirgenebilir. Sizin ilçeniz için böyle bir sembol var mıdır?

Öncelikle Gazipaşa ismi Ulu Önderimiz Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün ismidir. İlçemizin en büyük sembolü ve övünç kaynağı şüphesiz ismimizdir. Bunun yanında Akdeniz ikliminin vermiş olduğu sıcakkanlı ve çalışkan insanların yaşadığı bir şehirdir Gazipaşa. Ayrıca Gazipaşa, ürettiğimiz turfanda sebze ve tropik meyvelerle hem Türkiye'nin meyve sebze deposu hem de yurt dışına açılan bir kapısıdır.

Mavi ve yeşil ilçemizde bir aradadır. Kısaca Gazipaşa ilçesi denildiğinde Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün ismini taşıyan,

doğasıyla, deniziyle, çalışkan insanlarıyla, tropikal ürünleriyle ve sebze üretimiyle herkesin beğenisini kazanan bir ilçe akla gelmektedir.

Sürdürülebilir şehir yaratmak sizce neden önemli? Gazipaşa Belediyesi'nin bu kapsamdaki çalışmalarını bizimle paylaşabilir misiniz?

Sosyal ve ekonomik açıdan kalkınmayı gerçekleştirirken aynı zamanda gelecek nesilleri de düşünmemiz gerekiyor. Bu sebeple sürdürülebilir şehir yaratmak çok önemli. Bizler bu amaçla doğal kaynakları az tüketen ve yenilenebilir hale getirmeye çalışan bir yerleşim birimi oluşturmaya çalışıyoruz. Şehrimizdeki imar planlarımızı bu şekilde hazırlıyoruz. Bununla birlikte tarımla ilgilenen vatandaşlarımızı destekliyoruz ve halkımıza örnek olmak için belediye olarak üretim yapıyoruz. Şehrimizin her noktasında yetişen ürünler üzerinde

deneme ekimleri yapıyoruz. Ata tohumlarımızı ekip çoğaltıyoruz. Sağlıklı insan sağlıklı çevre bilinciyle şehrimize bisiklet yolları, yürüyüş parkurları ve yeşil alanlar kazandırıyoruz. Atıkların gübreye dönüştürülmesi için kompost gübre üretimi çalışmaları yapıyor, bu konuda vatandaşlarımıza eğitim seminerleri düzenliyoruz. Enerji tasarrufu sağlamak için parklarımızda güneş enerjisi pili kullanıyor, şehrimiz genelinde tasarruf pillerimizi yaygınlaştırıyoruz.

Sürdürülebilir şehirlerin temel özelliği bir yandan insan ihtiyaçlarını günümüz şehirlerinden daha iyi karşılarken, diğer yandan da gelecek kuşakların ihtiyaçlarının karşılanmasını engellemeyecek sistemlerin geliştirildiği ya da değişimin süreklilik içinde, sosyal ve ekonomik çıkarların çevre ve enerji konusundaki kaygılarla uyumlu olarak gerçekleştirildiği şehirler olmasıdır. Bu kapsamda sizin ilçeniz bazında çözülmesi veya geliştirilmesi gereken önemli problemler nelerdir?

Son yıllarda yaşanan kuraklık sebebiyle ilçemizde gerek içme suyu gereksinimi için tarımsal sulamada sıkıntılar yaşanmaktadır. Bu sorunun en aza indirgenmesi için projeler geliştiriyoruz. Özellikle muz üretimi yapan çiftçilerimizin bu sorunu yaşamaması için çevre mahallelerden su desteği sağlamaya çalışıyoruz. Su tasarrufu konusunda vatandaşlarımıza bilgilendirmeler yapıyoruz. Aynı zamanda tüm dünyada olduğu gibi bizim ilçemizde de elektrik enerjisi konusunda sorunlar yaşanıyor. Maliyetlerin yükselmesi özellikle üreticilerimizi olumsuz etkiliyor. Bu konuda enerji üretimi için projeler geliştiriyoruz ve enerji tüketimi konusunda vatandaşlarımıza bilinçlendirme çalışmaları yapıyoruz.

Üye belediyelerimiz ile gerçekleştirdiğimiz görüşmelerde markalaşmanın kentlerin girişimci ve yatırımcılarının kârını maksimum seviyeye getirecek iş ortamını sunmayı, turizmin ekonomik getirisi ile sosyo-kültürel ve çevre maliyetleri arasında sürdürülebilir bir denge sağlamayı da amaçladıklarını konuşuyoruz. Siz bu konuda neler söylemek istersiniz?

İlçemizde havalimanı ve yat limanı bulunmaktadır. Tarım şehri olan ilçemiz, aynı zamanda turizm için de çok uygun bir şehir. Hem doğamızı koruyup hem de misafirlerimizi ağırlamak adına çevreyi koruyan imar planları hazırladık. Ekoturizmin ve agro turizmin ilçemizde gelişmesi için çaba gösteriyoruz. Çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını gözetken, doğal alanlara karşı duyarlı bir turizmin ilçemizde gelişmesini istiyoruz. Tarım ve turizmin iç içe yaşandığı bir şehir olma yolunda adımlarımızı bilinçli bir şekilde atıyoruz.

Son olarak eklemek istediğiniz konular varsa alabilir miyiz?

Sağlıklı Kentler Birliği'ne bizlere verdikleri desteklerden dolayı teşekkür ediyorum.

Kentimize yaptığımız çalışmalar ve projelerle her zaman örnek gösteriliyoruz.



GÖREME BELEDİYE BAŞKANI ÖMER EREN İLE SÜRDÜRÜLEBİLİR ŞEHİRLER ÜZERİNE BİR RÖPORTAJ



Yerli-yabancı misafirlerimizin ortalama iki milyondan fazla olmasından dolayı biz Göreme'miz için 'Kapadokya'nın Başkenti' diyoruz.

Sayın Başkan sizi ve ilçenizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Ömer Eren; 1964 yılında Nevşehir'in Göreme kasabasında dünyaya geldim. Öğrenimlerimi Göreme ve Nevşehir'de tamamladım. 1986 yılında, yirmili yaşlarımda turizme atıldım ve bununla birlikte 1986-1995 yılları arasında Göreme Belediyesinde makam şoförü olarak görev yaptım. Daha sonra 1999-2004 yılları arasında Göreme, İsali-Gaferli-Avcılar Mahallesi muhtarlığını yapma şerefine nail oldum. Şu anda Göreme Kasabası Belediye Başkanı olarak görev yapmanın mutluluğu ve onuru içerisindeyim. Göremeli ve iki çocuk babasıyım.

Göreme; 2300 nüfuslu küçük bir kasaba olmasına rağmen, yatak kapasitemiz 10.000'i bulunmasından ve bir yılda ağırladığımız yerli-yabancı misafirlerimizin ortalama iki milyondan fazla olmasından dolayı dünyada ve ülkemizde gözde turizm merkezlerinden birisi konumunda. Biz Göreme için 'Kapadokya'nın Başkenti' diyoruz.

Bir ülke, şehir ya da bir ilçeyi ziyaret etmek veya bir ürünü/ hizmeti satın almak söz konusu olduğu zaman, karar verme süreci, büyük ölçüde, o bölge veya ürün hakkında edinilen imaja bağlı bulunmaktadır.

Bir kentin imajı, rekabet gücü yaratma potansiyeline sahip olmakta, tüketicinin seyahatini planlanması, bütçe ayırma, kalma süreci ve yapılacak aktiviteler dahil olmak üzere, seyahat etme kararını ve davranışını etkilediği bilinmektedir. Siz Göreme’de yaratmak istediğiniz imajı nasıl tanımlarsınız?

Göreme; bilindiği üzere peribacaları, kiliseleri, kayadan oyma butik otelleri, balonları, atları, ATV’leri ve bunun gibi birçok özelliği ile ünlü, kültürel turizmin yoğun yaşandığı bir yer. Bütün bu özelliklerimiz ile ülkemizde ve dünyada belirli bir imajı, belirli bir kaliteyi yakaladığımızı düşünüyorum. Bundan sonraki aşamada ise kasabamızda şu anda gerçekleştirdiğimiz altyapı, doğalgaz, internet ve üstyapı çalışmaları ile kasabamızı daha kaliteli hale getirip, yakalamış olduğumuz imajı en üst seviyelere çıkartarak yerli ve yabancı turist potansiyelimizi arttırmak istiyoruz.

Bir şehir hakkında edinilen bilgiler ve bizzat yaşanan deneyimlerin yanı sıra, bu şehrin adı duyulduğunda kendiliğinden akla gelen, önceden mevcut bazı motivasyonlar imajın oluşmasında da önem taşımaktadır. Bir açık hava müzesi değerindeki Kapadokya ve çevresi, vadileri, peribacaları, volkan konileri, badlands topografyası gibi doğal oluşumların yanı sıra; yeraltı şehirleri, vadi yerleşmeleri, kiliseleri gibi tarihi ve kültürel değerlerle ön plana çıkmıştır. Sizin bu bağlamda öne çıkarmak istediğiniz unsurlar nelerdir?

Bir önceki sorunuzda da biraz dile getirmiştım.

Göreme; Göreme Açık Hava Müzesi, kiliseleri, peribacaları, yeraltı şehirleri olarak doğal oluşumun yanında kayadan oyma butik otellerimiz, balonlarımız, Göreme’nin en eski adı ‘Katpatuka’ Pers dilinde ‘güzel atlar ülkesi’ anlamına geldiği ve bundan dolayı atlarımız, vadilerimiz, ATV’lerimiz, safari turlarımız ile gerek kültürel gerek sportif anlamda önemli bir turizm bölgesidir.

Sürdürülebilir şehir yaratmak sizce neden önemli? Göreme Belediyesi’nin bu kapsamdaki çalışmalarını bizimle paylaşabilir misiniz?

Sürdürülebilir bir kasaba oluşturmak, bunun için çaba harcamak geleceğimizi düşünme noktasında çok önemli.

Göreme ise küçük bir kasaba ama büyük bir turist/misafir ağırlama durumunda olduğu için sürdürülebilir bir kasaba haline getirebilmek için büyük bir gayretle çalışıyoruz. Bu anlamda kasabamızda altyapı yenileme çalışmalarımız tüm hızıyla

Sürdürülebilir bir kasaba oluşturmak, bunun için çaba harcamak geleceğimizi düşünme noktasında çok önemli.





Mustafa Terzi

Turizm konusunda yakalamış olduğumuz marka değerimizi en üst seviyeye çıkartarak daha kaliteli hizmet verme noktasına ulaşacağımıza ve buna bağlı olarak yüksek yatırımı ve geliri olan bir turizmin oluşacağına inanıyorum.

devam ediyor. Yakıt konusunda işletmeler ve evlerimiz kömür kullanırken doğalgaz çalışmalarımız doğrultusunda çevreye daha az zararı olan bir yakıt tüketimine geçiş sağlanıyor. Buna ek olarak GES (Güneş Enerji Santrali) projemiz ile güneşten elektrik üreterek kullanıma sunmak için büyük bir çaba sarf ediyoruz. Hayata geçtiğinde kasabamız için büyük bir yatırım olmuş olacak.

Müzelerin çevresel sürdürülebilirliğe katkısı ise en çok işlenen konular arasında yerini almıştır. Özellikle Göreme Açık Hava Müzesi'nin korunması ve sürdürülmesi hakkında neler söylemek istersiniz?

Göreme Açık Hava Müzemiz, Kültür ve Turizm Bakanlığımıza bağlı olarak faaliyet göstermektedir. Belediye olarak bölgemizin turizmde büyük bir yere sahip olan müzemizi korumak,

destekleyici faaliyette bulunmak ve gelecek nesillere en güzel şekilde aktarmak öncelikli görevimizdir.

Sürdürülebilir şehirlerin temel özelliği bir yandan insan ihtiyaçlarını günümüz şehirlerinden daha iyi karşılarken, diğer yandan da gelecek kuşakların ihtiyaçlarının karşılanmasını engellemeyecek sistemlerin geliştirildiği, ya da değişimin süreklilik içinde, sosyal ve ekonomik çıkarların çevre ve enerji konusundaki kaygılarla uyumlu olarak gerçekleştirildiği şehirler olmasıdır. Bu kapsamda sizin ilçeniz bazında çözülmesi veya geliştirilmesi gereken önemli problemler nelerdir?

Bu konuda kasabamızın en büyük problemi sağlıklı bir altyapının olmaması, doğalgazın bulunmaması idi.

Şu an çok şükür altyapı çalışmalarımız sayesinde sağlıklı içme suyu boruları, kanalizasyon, yağmur suyu borularını kullanmaya başladık. Bunun yanında doğalgaz çalışmalarımız ile daha zararlı yakıt tüketimine geçerek Göreme'nin özellikle kışın oluşan zararlı havasını minimum seviyeye indirmeye çalışıyoruz.

Üye belediyelerimiz ile gerçekleştirdiğimiz görüşmelerde markalaşmanın kentlerin girişimci ve yatırımcılarının kârını maksimum seviyeye getirecek iş ortamını sunmayı, turizmin ekonomik getirisi ile sosyo-kültürel ve çevre maliyetleri arasında sürdürülebilir bir denge sağlamayı da amaçladıklarını konuşuyoruz. Siz bu konuda neler söylemek istersiniz?

Bizler de yapmış olduğumuz faaliyetler çerçevesinde turizm konusunda yakalamış olduğumuz marka değerimizi en üst seviyeye çıkartarak

daha kaliteli hizmet verme noktasına ulaşacağımıza ve buna bağlı olarak yüksek yatırımı ve geliri olan bir turizmin oluşacağına inanıyorum.

Aslında yapılan bütün bu çalışmalar dengeli bir şekilde devamlı olarak yapıldığında sağlıklı ve aksaklıklara neden olmadan devam etmeyi sağlayacaktır. Yani güzel, sağlam bir altyapı gelecekte yenilenmesi gereken altyapının kolay bir şekilde yapılmasını sağlayacaktır.

Son olarak eklemek istediğiniz konular varsa alabilir miyiz?

Değerlerimize sahip çıkmayı, korumayı öğrenmeli bunu güzel bir şekilde hayata geçirmeliyiz. Bu konuda yeteri kadar bizler çalışmaya özen göstersek de bunları teslim edeceğimiz gelecek nesillerimize öğretmek bunun için çaba sarf etmek çok önemli. Bunun için de büyük emek vermeliyiz. Her şey için teşekkür ederim.

Güzel, sağlam bir altyapı gelecekte yenilenmesi gereken altyapının kolay bir şekilde yapılmasını sağlayacaktır.



ATA TOHUMLARI, TOPRAKLA BULUŞUYOR

Altınova Belediyesi, 2018 yılında 'Üreticiye Destek Projesi' kapsamında başlattığı yerli tohum fidesi dağıtımına bu yıl da devam ediyor. Proje kapsamında 200 bin ata tohumu toprakla buluştu.



**"Ata tohumlarımız
Altınova'mızın
bereketli
topraklarıyla
buluşmaya devam
ediyor."**

Geçtiğimiz yıllarda 190 bin adet çoğalma özelliğine sahip yerli tohum fidesi dağıtan Altınova Belediyesi "Üreticiye Destek Projesi" kapsamında bu yıl da ilk etapta 10 bin adet domates fidesi dağıttı.

Dağıtım Devam Edecek

Altınova Belediye Başkanı Dr. Metin Oral, "Ata tohumlarımız Altınova'mızın bereketli topraklarıyla buluşmaya devam ediyor. Bu yıl ilk etapta 10 bin adet domates fidesinin dağıtımını gerçekleştirdik. Dağıtımlarımız ileriki süreçte de devam edecek. Her bir

tohum üretken ellerde bereket ve bolluğa dönüşecek inşallah" dedi

Büyük İlgi Görüyor

Altınova Belediyesi Hizmet Binası önünde bu yıl ilk etapta 10 bin çoğaltılabilir yerli tohum domates fidelerini ücretsiz dağıtmaya devam ediyor. Dağıtılan fideler, yerli tohumdan elde edilme özelliğinden dolayı vatandaşların büyük ilgisini çekti.

Altınova Belediye Başkanı Dr. Metin Oral, tamamen yerli tohumdan elde edilen fidelerin çoğalma imkânının da bulunduğunu belirtti.

EN İYİ ÇEVRE ÖDÜLÜ ANTALYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ'NİN

Antalya Büyükşehir Belediyesi, 2022 yılı En İyi Çevre Eğitim Etkinlikleri Ulusal Jürisi tarafından üst üste üçüncü kez layık görüldüğü 'En İyi Çevre Eğitim Etkinlikleri Ödülü'nü' Kocaeli'de düzenlenen Ulusal Mavi Bayrak Ödül töreninde aldı.



“Çevre hassasiyetiyle Gazipaşa'dan Kaş'a kadar tüm Antalya halkı adına çalışmalarımıza hız kesmeden devam ediyoruz.”

Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV) tarafından koordine edilen 2022 yılı En İyi Çevre Eğitim Etkinlikleri ödülleri sahiplerini buldu. Kocaeli Kandıra Seyrek Halk Plajı'nda gerçekleştirilen Ulusal Mavi Bayrak Ödül Töreni'nde, bu yıl ödül almaya hak kazanan kurumların ödülleri takdim edildi. Antalya Büyükşehir Belediyesi de üst üste üçüncü kez En İyi Çevre Eğitim Etkinlikleri Ödülü'ne layık görüldü.

Bu Ödül Antalya Halkının

En İyi Çevre Bilinçlendirme Etkinlikleri Ödülü'nü Antalya Büyükşehir Belediye Başkanı Muhittin Böcek adına Antalya Büyükşehir Belediyesi Deniz ve Kıyı Yönetimi Şube Müdürü Aliye Ergendedeoğlu aldı. Bu ödülü Antalya halkı adına aldığını söyleyen Ergendedeoğlu, Başkan Muhittin Böcek'in çok istemesine rağmen yoğun programı nedeniyle ödül törenine katılamadığını kaydetti.

Çevre ve Doğa Dostu Antalya

En İyi Çevre Ödülü ile ilgili değerlendirmelerde bulunan Antalya Büyükşehir Belediye Başkanı Muhittin Böcek, “Çevre ve doğa dostu bir Antalya” hedefiyle Antalya'nın denizini, havasını, doğasını korumak adına çok önemli çalışmalar yaptıklarını vurguladı. Başkan Muhittin Böcek, üst üste üçüncü kez Türkiye'nin en prestijli çevre ödülllerinden birini kazanmalarının tesadüf olmadığına dikkat çekerek, “Çevre hassasiyetiyle Gazipaşa'dan Kaş'a kadar tüm Antalya halkı adına çalışmalarımıza hız kesmeden devam ediyoruz. Bu ödül ile 12'nci çevre ödülümüzü kazandık. Turizm, tarım ve ticaretin en önemli merkezlerinden biri olan Antalya'mız da çevre hassasiyetimiz en üst düzeydedir. Daha temiz, sürdürülebilir bir çevre adına çalışmalarımız sürecek. Bu çalışmalarda emeği geçen tüm arkadaşlarıma ve destekleri ile bizleri yalnız bırakmayan hemşehrilerimize teşekkür ederim” dedi.

SAĞLIK KENTİ BAHÇELİEVLER

Bahçelievler Belediyesi sağlığı ulaşılabilir kılmak ve vatandaşlara yüksek hizmet kalitesiyle sağlık hizmeti sunma hedefi doğrultusunda çalışmalarını aralıksız sürdürüyor.



“Bahçelievler Belediyesi olarak ilçemize ilk kez kazandırdığımız Evde Sağlık hizmetimiz, Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Merkezi’mizle sağlık altyapımızı güçlendirdik.”

Yaklaşık 700 bine ulaşan nüfusa hizmet eden Bahçelievler Belediyesi ilçede ilk kez ‘Evde Sağlık ile Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Merkezi’ni’ vatandaşların hizmetine sundu. Bahçelievler Belediye Başkanı Dr. Hakan Bahadır sağlık alanındaki yaptıkları yatırımlara dikkat çekerek, “Bahçelievler Belediyesi olarak ilçemize ilk kez kazandırdığımız Evde Sağlık hizmetimiz ile Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Merkezi’mizle sağlık altyapımızı güçlendirdik. Sağlık alanındaki hizmet standartlarımızı yükselterek, yeni birimler ekleyerek vatandaşlarımıza hizmet vermenin gururunu yaşıyoruz” dedi.

Bahçelievler Belediyesi Evde Sağlık hizmeti ile toplum sağlığını korumak amacıyla ihtiyacı olan bireylere tıbbi bakım ve rehabilitasyon sağlıyor. Kişiye özel bu hizmet hastaneye gereksiz yatışları ve enfeksiyon riskini azaltarak hastaya zaman kazandırırken hem de

hastanın sevdikleriyle daha çok zaman geçirmesine olanak sağlanıyor. Evde Sağlık hizmetiyle Bahçelievler Belediyesi hastanın yaşam kalitesini yükselterek sosyal hayata uyumu için gereken süreyi kısaltmayı amaçlanmaktadır.

“BADEM” Vatandaşların Hizmetinde

Bahçelievler Belediyesi Aile Destek Merkezi’ni (BADEM) vatandaşların hizmetine sundu. Psikologlar eşliğinde aile kurumunu güçlendirmek, aile içi iletişimi arttırmak, topluma sağlıklı bireyler kazandırmak amacıyla vatandaşlara hizmet veriliyor. BADEM çocukların okul öncesi motivasyonunu arttırmak, okul ile aile arasında köprü oluşturarak eğitim dönemlerinde çocukların aileleri ile olan ilişkilerini güçlendirmek, bireylerin kendilerine yeterli hale gelmelerini sağlayarak problemlerini çözmeye yeteneklerini geliştirmesine katkı sağlamak amacı ile hizmet sunuyor.

BALIKESİR BÜYÜKŞEHİR'DEN BİN ÇİFTÇİYE TOHUM DESTEĞİ

Üreticinin elini güçlendiren yatırımlarını, hız kesmeden devam ettiren Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, İl Tarım ve Orman Bölge Müdürlüğü ile iş birliği içerisinde; Savaştepe, Erdek, Marmara, İvrindi ve Balya'da Çiftçi Kayıt Sistemine kayıtlı aktif 1000 çiftçiye tohum desteği sağladı.



“İklimi ve verimli ovalarıyla tarım cenneti olan Balıkesir’i hak ettiği noktaya getireceğiz.”

Balıkesir ekonomisinin can damarı tarımı önceleyen yatırımlarını arı vermeden devam ettiren Büyükşehir Belediyesi; çiftçilerin maliyetini azaltacak ve üretimini artıracak desteklerini sürdürüyor. Büyükşehir Belediyesi, İl Tarım ve Orman Müdürlüğü ile iş birliği içerisinde; Savaştepe, Erdek, Marmara, İvrindi ve Balya'da Çiftçi Kayıt Sistemine kayıtlı aktif 1000 çiftçiye tohum desteği sağladı. Savaştepe'den 250, İvrindi'den 260, Erdek ve Marmara'dan 300 çiftçiye mısır tohumu dağıtan Büyükşehir Belediyesi, Balya'dan 190 çiftçiye Badalan Fasulye tohumu dağıttı.

Tarım Cenneti Balıkesir Hak Ettiği Noktaya Gelecek

Mısır tohumlarını “Damla Sulama ile Mısır Yetiştiriciliği” projesi kapsamında dağıttıklarını belirten Balıkesir Büyükşehir Belediyesi Kırsal Hizmetler Dairesi Başkanı Serkan Akça, üreticilere Başkan Yücel Yılmaz'ın selamlarını ilettili. Başkan Yücel Yılmaz'ın talimatları doğrultusunda üreticinin elini güçlendirecek proje ve yatırımları hayata geçirmeye devam edeceklerini belirten Akça, iklimi ve verimli ovalarıyla tarım cenneti olan Balıkesir’i hak ettiği noktaya getireceklerini söyledi. Tohum dağıtım törenlerine; İl Tarım ve Orman Müdürü Erkan Alkan, İvrindi Belediye Başkanı Yusuf Cengiz, İvrindi Tarım ve Orman Müdürü Mustafa Demir ve üreticiler katılım sağladı.

DASKYLEİON'DA YENİ KEŞİF

Bandırma Belediyesi, tek antik kent kazısı olan Daskyleion'da pişmiş toprak künklerden yapılmış 2 bin 500 yıllık su hattı buldu.



“Sağladığımız desteklerle kentimizin tarihine ışık tutmaya devam edeceğiz.”

Son dönemlerde Bandırma Belediyesi'nin desteği ile çalışmalarına hız kazandıran ve dünya genelinde ses uyandıran arkeolojik buluntuları keşfeden Bandırma'nın tek antik kent kazısı olan Daskyleion'da pişmiş toprak künklerden yapılmış 2 bin 500 yıllık su hattı bulundu.

Kentte zaman tüneli olan, Anadolu'da hüküm sürmüş birçok medeniyetten izlere ev sahipliği yapan İlk Çağ kenti Daskyleion'daki arkeolojik kazıda şehre içme suyu sağlayan boru hattı ile ilgili önemli verilere ulaşıldı.

Kireçten yapılan harçlarla birbirine tutturulan pişmiş toprak künklerden oluşan ve şehre içme suyu sağlayan



bu hattın şimdiye kadar 10 m uzunluğundaki kısmı açığa çıkarıldı. Bulunan künkler milattan önce 4. yüzyıla ait olduğu tespit edildi.

ÇÖP KONTEYNERLERİ YIKANARAK DEZENFEKTE EDİLİYOR

Bilecik Belediyesi tarafından kirliliğin ortadan kalkması ve kötü kokuların oluşmaması için çöp konteynerleri özel yıkama araçlarında itina ile yıkanarak dezenfekte ediliyor.



“Vatandaşlarımızı özellikle evlerde ve iş yerlerinde atık pilleri biriktirmeleri konusunda bilinçlendirmek istiyoruz.”

Temizlik İşleri Müdürlüğü ekipleri tarafından gerçekleştirilen çalışma ile kentteki tüm çöp konteynerlerini yıkama aracında yıkayarak vatandaşlarımızın daha sağlıklı ve kaliteli bir hizmet almasını sağlıyoruz. Temizlik İşleri Müdürlüğü ekipleri, konteyner yıkama çalışmasının belirli bir takvim dâhilinde sürekli olarak gerçekleştirildiği bilgisini de vatandaşlara iletiyor.

Çöp Konteynerleri içinde oluşabilecek sinek vb. uçan böceklerin larvalarının ve popülasyonunun mahallelerde azaltılması, temiz kokan sokakların sağlanması ile yüksek kent sağlığı hedefleniyor. Özellikle yaz aylarında havaların ısınması ile birlikte kötü kokuların azaltılmasını, insan sağlığı

gibi önemseyemediğimiz konteyner çevresinde veya içinde olan kedi, köpek gibi sokak dostlarımızın sağlıklarını da önemseyemediğimizi belirtiyoruz.

Belediye olarak vatandaşlarımızın çöp ve atıklarını ayrıştırmasını, poşetlerin ağzının bağlanarak konteynerlere atılmasını; geri dönüşebilen metal, kâğıt, plastik vb. ürünleri mavi konteynerlere atmalarını rica ediyoruz. Özellikle evlerde ve iş yerlerinde atık pilleri biriktirmeleri konusunda bilinçlendirmek istiyoruz.

Vatandaşlar ise gerçekleştirilen çalışmanın son derece önemli olduğunu belirtilen çalışmada ayrıca belediye görevlilerine de teşekkür edildi.

BURSA 'ATIK YETER' DİYOR

Bursa'yı daha sağlıklı geleceğe taşımak amacıyla önemli çevre yatırımlarını hayata geçiren Büyükşehir Belediyesi 'sıfır atık' hedefi doğrultusunda 'Atık Yeter' Açık Hava Farkındalık Uygulaması başlattı.



“Geri dönüşümü bir şehir kültürü haline getirerek, tüm Bursa olarak karbon ayak izimizi azaltacağız.”

Şehrin altyapısının yenilenmesi, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı, sıfır atık ve atıkların kaynağında ayrıştırılması amacıyla birçok projeyi devreye alan Büyükşehir Belediyesi, sıfır atık hareketini destekleyerek, farkındalık oluşturmak için 'Atık Yeter' Açık Hava Farkındalık Uygulaması başlattı. Bu kapsamında 15 Temmuz Demokrasi Meydanı'na 'geri dönüşüm ve atıkların çevreye verdiği zararlarla ilgili bilgilerin yer aldığı' panolar yerleştirildi. Alanın tam ortasına da Türkiye'de dört kişilik bir ailenin aylık ortalama 137,5 kilogram olan atık miktarını temsil eden dev tenek kutu konuldu.

Bursa Büyükşehir Belediye Başkanı Alınur Aktaş, 'Atık Yeter' farkındalık uygulamasının tanıtımında yaptığı konuşmada; "İstiyoruz ki 7'den 77'ye tüm Bursa, bu işe sahip çıksın ve çevresini temiz tutsun. Atıkların geri dönüşümüne katkı sağlasın. Buradaki farkındalık etkinliğimizle amacımız, sadece çevre temizliği ile sınırlı değil. Geri dönüşümü bir şehir kültürü haline getirerek, tüm Bursa olarak karbon ayak izimizi azaltacak ve iklim değişikliğinin önüne geçmek adına kocaman bir adım atacağız. Devasa atık figürümüzle farkındalık kampanyamızı

başlatıyoruz. Sadece bu nokta ile de sınırlı kalmayacağız. Temsili devasa atığımızı 17 ilçemizde, Bursa'nın dört bir yanında sergileyecek ve gerekli farkındalığı kazandıracacağız" dedi.

Bursa'nın daha sağlıklı kent olması hedefiyle çevre yatırımlarına büyük önem verdiklerini kaydeden Başkan Aktaş, "Aritma tesisleri, dere ıslahı, yeni yeşil alan kazandırma çalışmaları, meydan düzenlemeleri, entegre atık yönetimi, sanayi envanteri, hafriyat ve inşaat yıkıntı atıklarının denetimi gibi birçok projeyi uygulamaya aldık. Enerji verimliliği çalışmaları kapsamında belediyemize ait bina, tesis ve otopark gibi alanlarda güneş enerji santrali kurulumu çalışmaları yapıyoruz. Yenikent Katı Atık Depolama Alanı ve Doğu Katı Atık Entegre Tesisimizde atıklardan elektrik enerjisi üretiyoruz. Emine Erdoğan hanımefendinin himayelerindeki 'sıfır atık' hareketini destekleyerek, farkındalık oluşturmak için başlattığımız 'Atık Yeter' Açık Hava Farkındalık Uygulamasının hayırlı olmasını diliyor, çevremiz ve geleceğimizle ilgili gerekli farkındalığı oluşturmak adına önemli faydalar sağlamlasını temenni ediyorum" diye konuştu.

KIRAZPINAR'DA ÇÖPLER YER ALTINA İNİYOR

Gebze Belediye Başkanı Zinnur Büyükgöz'ün talimatları doğrultusunda çöp konteynırlarının yer altına alınması çalışmaları kapsamında Kirazpınar Emlak Konutlarında 32 adet çaya yer altı sistemi kurulmu yapıldı.



“Yapılan bu çalışmada çöplerin yer altına inmesiyle çevreci, estetik ve modern bir şehir görüntüsü oluşturuluyor.”

Gebze'de konteynırlar yer altına alınıyor. Gebze Belediye Başkanı Zinnur Büyükgöz'ün talimatları doğrultusunda ilçe genelinde başlatılan çalışmalar kapsamında, çöp konteynırları yer altına alınıyor. Gebze'yi daha temiz ve modern bir görüntüye kazandırmayı hedefleyen çalışmalar kapsamında ihtiyaç duyulan bölgeler içerisinde Kirazpınar Mahallesi Emlak Konutları bölgesinde 32 adet yer altı çaya sistemi devreye alındı.

Kirazpınar Emlak Konutları sakinlerini ziyaret eden Gebze Belediye Başkanı Zinnur Büyükgöz, yapılan çalışmalar hakkında mahalle sakinlerini bilgilendirdi. Emlak Konut sakinleriyle belediye çalışmaları ve hizmetlere ilişkin hasbihal eden Başkan Büyükgöz, mahalle sakinlerinin taleplerini de dinledi. Gebze Belediye Başkanı Zinnur

Büyükgöz yer altı konteynır sistemine yönelik yaptığı açıklamada, “Bölgemizde 32 adet yer altı çaya sistemi kurulmu yapıldı. Çalışma yapılan tüm noktalar; alt yapı, çaya aracı, site içi kullanım ve site yönetiminin talepleri gibi birçok durumların değerlendirilmesi yapılarak belirleniyor.

Bölge Sakinlerinden Teşekkür

Yapılan bu çalışmada çöplerin yer altına inmesiyle çevreci, estetik ve modern bir şehir görüntüsü oluşturuluyor. Sunulan bu hizmetten Kirazpınar toplu konut bölgesi olarak 2141 daire ve yaklaşık 10 bin kişi yararlanmış olacak. Bölgemizdeki 32 yeni sistemle birlikte yer altı çöp sistemimizi 318'e yükseltmiş olduk” ifadelerini kullandı. Kirazpınar Emlak Konut sakinleri de Başkan Büyükgöz'e hizmetlerinden ötürü teşekkür etti.

ORGANİK ATIKLAR BU TESİSTE GÜBREYE DÖNÜŞÜYOR

İzmir Büyükşehir Belediyesi çevre projelerine bir yenisini daha ekledi. Park ve Bahçeler Dairesi Başkanlığı hayvansal ve bitkisel atıklardan katma değeri yüksek kompost gübre elde etmeye başladı. Elde edilen organik gübre ağaçlandırma alanlarında ve tarımda kullanılacak.



“Atık yönetiminin sürdürülebilirliğini sağlıyoruz daha az suyla daha çok yeşil ortam elde etmiş olacağız.”

İzmir Büyükşehir Belediyesi Sebze ve Meyve Hali'nden çıkan organik atıklar, park ve bahçelerin budama atıkları ile İzmir Doğal Yaşam Parkı'ndaki hayvan dışkılarının değerlendirildiği tesiste yılda bin ton organik gübre üretilmesi planlanıyor. İzmir Büyükşehir Belediyesi Park ve Bahçeler Dairesi Başkanlığı tarafından şantiyeye getirilen organik atıklar, aerobik koşullarda kontrollü bir şekilde çürümeye tabi tutularak kompost gübreye dönüştürülüyor. Park ve Bahçeler Dairesi Başkanlığı'nda görevli Yüksek Ziraat Mühendisi Bilal Kaya, “Bu atıkları kompost karıştırma makinesinden geçiriyoruz ve böylece kontrol altına alıyoruz. Çimin azot, yere dökülen yaprakların potasyum, talaşın lignin selüloz oranı, İzmir Doğal Yaşam Parkı'ndan aldığımız gübrelerin besin element oranları yüksek. Bu malzemelerin her birinin kabiliyeti farklı. Biz bunları uygun oranlarda karıştırdığımız zaman

mükemmel bir organik ürün elde etmiş oluyoruz” dedi.

Organik olan her şeyin kendiliğinden bir veya iki yıl içerisinde çürüdüğünü ama burada yapılan işlemlerle sürecin iki aya kadar düşürüldüğünü söyleyen Kaya, “Havalandırma ve sulama sayesinde mikroorganizma faaliyetini artırıp iki ay içerisinde çürümeyi sağlayabiliyoruz. Normalde çürümeye terk edilen organik malzeme, sonradan alıp kullanılacak nitelikte değil. Ama biz kontrollü çürüme sayesinde organik atıkların hepsini kullanılabilir, katma değeri yüksek gübreye dönüştürüyoruz. Başkanımız Tunç Soyer’in “Başka Bir Su Yönetimi Mümkün” vizyonu doğrultusunda yürüttüğümüz bu çalışma sayesinde daha az suyla daha çok yeşil ortam elde etmiş olacağız. Aynı zamanda bu atıkları değerlendirdiğimiz için Harmandalı Düzenli Atık Depolama Alanı'na taşınmasına da gerek kalmayacak” diye konuştu.

KADIKÖY'DE ATIK YÖNETİMİNDE İKİ ÖNEMLİ ADIM

Kadıköy Belediyesi, "atıkları kaynağında ayrıştırma" çalışmalarına hız verdi. Belediye bahçesinde 1. Sınıf Atık Getirme Merkezi açıldı; Geri dönüşüm çalışmaları kapsamında ilçe genelinde bulunan Mobil Atık Getirme Merkezi sayısı 23'e çıkarıldı.



"Atık getirme merkezine, elektrikli ve elektronik atık ile bitkisel atık yağlarını getiren vatandaşlara görevliler tarafından hediyeler veriliyor."

Kadıköy Belediyesi'nin iki yıl önce başlattığı "Atıksız Yaşam Hareketi" projesinde yeni bir aşamaya geçildi. 'Atıksız Yaşam Dükkânı', 'Mobil Atık Aracı', 'Atıksız Yaşam Sokağı' ve 'Tek Kullanımlık Plastiklerin Azaltılması' çalışmalarına 'Atık Getirme Merkezleri' eklendi.

Hasanpaşa Belediye binası bahçesinde yer alan 1. Sınıf Atık Getirme Merkezi'ne geri dönüştürülebilir ve ekonomiye tekrar kazandırılabilir atıklar kabul ediliyor. Bunlar; organik atıklar, tekstil atıkları, floresan lambaları ve diğer civa içeren atıklar, kâğıt ve karton ve kompozit atıklar, bitkisel atık yağlar, metal atıklar, atık ilaçlar, atık elektrikli ve elektronik eşyalar, pil ve akü atıkları, ahşap atıklar, plastik atıklar, ömrünü tamamlamış lastikler ve hacimli atıklar,

evsel tehlikeli atıklar, cam atıkları kapsıyor. Ayrıca atık getirme merkezine, elektrikli ve elektronik atık ile bitkisel atık yağlarını getiren vatandaşlara görevliler tarafından hediyeler veriliyor.

Ne Kadar Çok Dönüşüm O Kadar Çok Yeşil Alan

Kadıköy Belediyesi'nin bahçesine kurulan 1. Sınıf Atık Getirme Merkezi ve Mobil Atık Merkezlerine getirilen atık miktarının artmasıyla birlikte düzenli depolama alanlarına giden atık miktarı da o kadar azalacak. Böylece depolama alanları için yeşil alan kayıplarının da önüne geçilecek. Mobil uygulama aracılığıyla kendilerine en yakın noktaya ulaşabilecek olan vatandaşlar atık merkezleri aracılığıyla geri dönüşüme katkı sağlayacak.

“1 ATIK ÇOK ŞEY DEĞİŞTİRİR” ATIK TOPLAMA YARIŞMASINDA DERECEYE GİREN 20 ÇOCUK BİSİKLETLERİNE KAVUŞTU

Karatay Belediyesi tarafından gelecek nesillerde çevre bilincini oluşturmanın yanı sıra ilçe genelinde geri dönüşümü daha da yaygınlaştırmak amacıyla düzenlenen “1 Atık Çok Şey Değiştirir” konulu atık toplama yarışması sona erdi.



“Yarışma kapsamında 9,5 tonun üzerinde atık toplandı. Amacımız Karatay’da Sıfır Atık farkındalığını oluşturmak.”

Karatay Belediyesi tarafından gelecek nesillerde çevre bilincini oluşturmanın yanı sıra ilçe genelinde geri dönüşümü daha da yaygınlaştırmak amacıyla düzenlenen “1 Atık Çok Şey Değiştirir” konulu atık toplama yarışması sona erdi.

En çok atık toplayarak yarışmada dereceye giren 20 çocuk, Karatay Belediye Başkanı Hasan Kılca’nın katıldığı programla bisiklet hediyelerini aldı. İlçe genelinde Sıfır Atık ile ilgili birçok proje yürüttüklerine vurgu yapan Başkan Hasan Kılca; “Amacımız, Karatay’da sıfır atık farkındalığını oluşturmak” dedi.

“1 Atık Çok Şey Değiştirir” sloganıyla yapılan yarışmaya toplam 215 çocuk katıldı. Çocuklar atık toplama merkezlerine gelerek toplamda 6 ton 270 kilo kâğıt, 1 ton 935 kilo plastik ve 1 ton 432 kilo metal atık getirdi. Yarışmacıların ayrıştırarak 1 hafta boyunca topladığı atıklar, Karatay Belediyesi Sıfır Atık ekipleri tarafından puanlama sistemine aktarıldı ve böylece bisiklet kazanan yarışmacılar belirlendi.

Yarışmanın kazananı olan 20 çocuğa bisiklet hediye edildi. Çocukların bisiklet hediyelerini ise Karatay Belediye Başkanı Hasan Kılca takdim etti. Karatay Belediye Başkanı Hasan Kılca; “Bu yarışmayı düzenlerken amacımız, Karatay’da sıfır atık farkındalığını oluşturmaktır. Önünde bulunduğumuz Atığın Sıfır Noktası’na gelen vatandaşlarımız, topladıkları atıklar karşılığında puan alıyor ve çeşitli hediyeler kazanıyorlar. Belediye olarak tüm okullarımızda Sıfır Atık ile ilgili birçok proje yürütüyoruz. İlçemizin her yerine atıkların ayrıştırılarak toplanabildiği kutular, kumbaralar ve konteynerler yerleştirdik. Yine ilçemizdeki sitelerde ikamet eden hemşehrilerimize sıfır atık konusunda eğitimler veriyoruz. Amacımız atığın kaynağında ayrışarak toplanması ve çevreye zarar vermeden bertaraf edilmesi veya ekonomiye geri kazandırılması. Bu yarışma da bu amaçla yapıldı. Yarışmaya katılan ve dereceye giren tüm vatandaşlarımıza teşekkür ediyorum, daha birçok projeye ilçemize hizmet etmeye devam edeceğiz” dedi.

SÜRDÜRÜLEBİLİR KARŞIYAKA MOTTOSUYLA KENTİN VE KENTLİNİN GELECEĞİ YENİDEN ŞEKİLLENİYOR

"Karşıyaka Belediyesi olarak SKA'larını yerele entegre etmek ve sürdürülebilir bir kalkınma hedefinde semtimiz, kentimiz ve gezegenimiz için karbon emisyonlarımızı birlikte düşürmeye çalışıyoruz."



"İklim, çevre ve sürdürülebilirlik konularında farkındalık yaratmanın ötesine geçmek için kararlıyız."

Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA), çevre, ekonomi ve toplumsal konularda gezegende yaratmış olduğumuz tahribatın yıkıcı etkilerinden kaçınmamız için küreselde bize 17 amaç ve 169 alt hedeften oluşan bir yol haritası sunmuştur. Karşıyaka Belediyesi olarak SKA'larını yerele entegre etmek ve sürdürülebilir bir kalkınma hedefinde semtimiz, kentimiz ve gezegenimiz için karbon emisyonlarımızı birlikte düşürmeye çalışıyoruz.

Yerel yönetimlerin kaynaklarını daha adil ve etkin kullanılması, sürdürülebilir projeler ve sistemler oluşturulması konusunda çalışmalar yapmak amacıyla Karşıyaka Belediyesi Sürdürülebilirlik Ofisi kurulmuştur. Belediyemiz bünyesinde gerçekleşen tüm hizmet, proje ve etkinliklerin SKA'ları doğrultusunda planlayıp duyarlı ve etkin sistemler kurmayı, yapılan tüm hizmet, proje

ve etkinliklerin ekonomik, çevresel ve sosyal (ESG) performansını incelemeyi, etki ölçümü ve yönetimlerini yapmayı amaçlamaktadır. Ayrıca kurumsal sürdürülebilirlik çalışmaları kapsamında, kurumumuzun iç işleyişindeki ESG kriterlerine uyum performansını değerlendirmek, proje, faaliyet ve hizmetlerin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi konusunda danışmanlık sağlamak, mevcut çalışmaların SKA'larına hizalanmasını sağlamak, GRI standartlarına uygun Sürdürülebilirlik Raporu hazırlamak için "Sürdürülebilir 1 Karşıyaka" mottosuyla aktif bir şekilde çalışmaktadır. Dış paydaşlar lansmanı ile birlikte özel sektör ile olan bağlarını güçlendiren ve yeni ortaklıklar kuran Karşıyaka Belediyesi, aynı zamanda kurumsal sürdürülebilirlik çalışmalarına her hafta çarşamba günleri gerçekleştirdiği müdürlük toplantıları ile devam ediyor.

BÜYÜKŞEHİR'DEN 'ÖZEL' VATANDAŞLARI DAHA İYİ ANLAYABİLMEK İÇİN "EMPATİ PARKURU"

Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Besime Özderici Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi tarafından bedensel engeli olan vatandaşları daha iyi anlayabilmek adına Empati Parkuru kurdu.



"Ailede, okulda, işte, sokakta, hayatın her alanında özel vatandaşlarımızla omuz omuzayız."

Türkiye'nin en kapsamlı engelsiz yaşam merkezi Besime Özderici Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi'ni hayata geçiren Başkan Dr. Memduh Büyükkılıç başkanlığındaki Büyükşehir Belediyesi, farkındalık oluşturmaya devam ediyor. Kayseri Büyükşehir Belediyesi Besime Özderici Engelsiz Yaşam Merkezi, bu kez vatandaşa yönelik bir proje ile Kayseri halkıyla buluştu.

Kayseri Park Alışveriş ve Yaşam Merkezi'nde Empati Parkuru kuran Besime Özderici Engelsiz Yaşam Merkezi ekipleri, her yaştan katılımcının dâhil olabildiği etkinlikte, insanlar gözlerini bağlayarak günlük yaşam becerilerinden, hobi ve spora kadar birçok işi yapmayı denedi. Yine tek kol kullanarak ve tekerlekli sandalye ile yaptıkları aktivitelerde yaşadıkları farkındalığı paylaşan vatandaşlar, Empati Parkuru'na yoğun ilgi gösterdi.

Onlar Gibi Bakmak Onlar Gibi Hissetmek ve Onlar Gibi Yürümek

Büyükşehir Belediye Başkanı Dr. Memduh Büyükkılıç, konu ile ilgili yaptığı açıklamada, "Ailede, okulda, işte, sokakta, hayatın her alanında özel vatandaşlarımızla omuz omuzayız. Ve ne kadar anlayabilirsek o kadar insanız düşüncesiyle onları biraz da olsa anlayabilmek için Empati Parkuru kurduk. Onlar gibi bakmak, onlar gibi hissetmek ve onlar gibi yürümek için farkındalık oluşturduk. Sağlıklı her insan, her an engelli bir birey olma adayıdır. Her zaman bunun bilincinde olmalı ve engelli vatandaşlarımız ile ele vererek onların toplum hayatında her şartta var olabilmelerini sağlamak ve tüm engelleri ortadan kaldırmak için gayret göstermeliyiz" diye konuştu.

KOCAELİ AKILLI ŞEHİR OLMA YOLUNDA İLERLİYOR

Kocaeli Kenti'nin; gelişmesi, markalaşması, akıllı ve mutlu şehir olması için uygulanabilir politikaların oluşturularak hizmete sunulması amacıyla ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi kuruldu.



“Belli konularda farkındalık uyandırmak, mevcut problemlere çözüm önerisi getirmek için Kocaeli Kent Konseyi birçok alanda çeşitli faaliyetler sürdürüyor.”

Kocaeli Kent Konseyi, bünyesindeki meclis ve çalışma grupları aracılığı ile birçok alanda çeşitli faaliyetler sürdürmektedir. Herkes için eşit bir kent mantığı çerçevesinde hazırlanan engelsiz plajlar, engelsiz yaşam atölyeleri, unutulmaya yüz tutmuş çeşitli kültürel değerlerin yaşatılması, herkesi kentin menfaatleri çerçevesinde birleştirmesi, kadınların, gençlerin ve diğer tüm grupların gelişimlerine katkı sunulması, çevreye, hayvan haklarına duyarlılık gibi birçok konuda attığı adımlar ile akıllı şehir kavramının sağlam bir zemine oturması için yapılabilecek önemli çalışmalara örnek olarak verilebilir.

Kocaeli Kenti'nin; gelişmesi, markalaşması, akıllı ve mutlu şehir olması için uygulanabilir politikaların oluşturularak hizmete sunulması amacıyla ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi kuruldu. Paydaşları arasında Kocaeli Kent Konseyi'nin de bulunduğu kent dinamiklerini bir araya getirerek Kocaeli'yi ortak akılla yönetmeyi uluslararası ve ulusal platformlarda marka ve mutlu şehir hedefine ulaştıracak

sürdürülebilir projeler ortaya koymayı amaçlayan, Kültür Sanat ve Turizm, Sosyal Politikalar, Gençlik Spor Eğitim, Bilim Teknoloji İnovasyon, Çevre Şehircilik, Sivil Toplum Katılımcı Yönetim Medya ve Sanayi Ekonomi İstihdam olmak üzere yedi alt politika kurulundan oluşan Şura kapsamında farklı zamanlarda farklı konu başlıklarının esas alındığı şura- çalıştaylar düzenlenerek, Kocaeli'nin her anlamda sürdürülebilir akıllı bir kent olması hedeflendi.

19 Ocak 2022 tarihinde ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi tarafından Kocaeli Kongre Merkezi'nde Kocaeli Akıllı Şehirler Şûrası ve Çalıştayı düzenlendi. Daha sonra ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi ve Kocaeli Teknopark işbirliğiyle düzenlenen “Akıllı Şehirler Yapay Zeka” konulu Hackathon etkinliğinin ödül töreni yapıldı. KOBİS Kullanım Yoğunluğu Analizi, Trafik Kameraları Görüntü Analizleri ve Su Tüketimi Veri Analizleri olmak üzere 3 farklı başlıkta; dijital odaklı, verimlilik sağlayan ve akıllı çözümleri içeren yenilikçi fikirler ödüllendirildi.

BAŞKAN ALTAY KONYA'DA ÖRNEK BİR UYGULAMAYI DAHA BAŞLATTI

Konya Büyükşehir Belediyesi, 550 kilometre ile Türkiye'nin en uzun bisiklet yolu ağına sahip şehri Konya'da çocukların bisiklet yollarını kullanarak okula bisikletle güvenli şekilde gitmelerini sağlamak için "Güvenli Okul Yolları Projesi"ni ilk kez hayata geçirdi.



"Bisikleti ulaşım aracı olarak kullanan bir nesil oluşturmak istiyoruz, çocuklarımızın güvenliği her şeyden çok daha önemli."

Konya Büyükşehir Belediye Başkanı Uğur İbrahim Altay, "Çocuklarımızın okullara bisikletle gelmelerini ve onların güvenli bir şekilde okullara ulaşımını sağlamak bizim en önemli önceliğimiz. Konya Modeli Belediyecilik anlayışıyla hayata geçirdiğimiz Güvenli Okul Yolları Projesi'nde bisiklet servisi görevi yapacak polisler ve zabıta çocukların geçiş güzergâhını güvenli hale getirerek çocukların okula bisikletle gelmelerini sağlayacak." diyerek Başkan Altay, sözlerine şöyle devam etti: "İlçelerimizde birer okul pilot olarak bu dönem için seçildi. İnşallah bundan sonra özellikle sayıyı

artırarak devam etmeyi arzuluyoruz. Çocuklarımızın okula bisikletle gelmelerini sağlamak, onların güvenli bir şekilde okullara ulaşımını sağlamak bizim en önemli önceliğimiz. Ayrıca spor yapan bir nesil, bisikleti bir ulaşım aracı olarak kullanan bir nesil oluşturmayı arzu ediyoruz. Ben tüm çocuklarımıza ve velilerine teşekkür ediyorum. Ayrıca İl Millî Eğitim Müdürümüze ve İl Emniyet Müdürümüze de gösterdikleri hassasiyetten dolayı teşekkür ediyorum. Görev yapan tüm polis arkadaşlarımıza, zabıta memurlarımıza da teşekkür ediyorum" dedi.

YEŞİL ENERJİYE ÖNEM VERİYORUZ

Çevreye duyarlı yatırımlarıyla yeşil belediyeler arasında yer alan Kütahya Belediyesi, yeşil enerjiye yeni bir yatırım daha kazandırıyor.



“Yeşil enerjiye yaptığınız yatırımlarla beraber bölgemizde yeni bir üretim santralimiz olacak.”

Kütahya Belediyesi ile Osmangazi Elektrik Dağıtım AŞ arasında, 2,5 mega wattlık güneş enerji santrali için lisanssız elektrik üreticilere dağıtım sistemine bağlantı anlaşması imzalandı.

Belediye Başkanı Prof. Dr. Alim Işık'ın makamında imzalanan protokolde Başkan Işık, “Çok hayırlı bir iş için bir araya geldik. Kütahya Belediyesi'ne ait olan alan üzerinde kurulacak yaklaşık 2,5 mega wattlık güneş enerji santrali için lisanssız elektrik üreticilere dağıtım sistemine bağlantı anlaşmamızı, Osmangazi Elektrik Dağıtım AŞ direktörümüz ve il müdürümüzle

birlikte imzalayacağız. Şehrimize ve ülkemize hayırlı olsun. Emeği geçenlere teşekkür ediyorum” dedi.

OEDAŞ Direktörü Muzaffer Yalçın konuşmasında, “Yeşil enerjiye yaptığınız yatırımlarla beraber bölgemizde yeni bir üretim santralimiz olacak. Buradan güneşe dayalı, çevreye duyarlı enerjiyi de kullanıma sunacağız” ifadelerine yer verdi.

Protokol imza töreninde Kütahya Belediye Başkanı Prof. Dr. Alim Işık, OEDAŞ Direktörü Muzaffer Yalçın ve OEDAŞ Kütahya İl Müdürü Kamil Uğur Mumcu yer aldı.

MERSİN BÜYÜKŞEHİR'İN “AVRUPA BİSİKLET ROTALARI AĞI BİSİKLET STRATEJİLERİ VE SAHA ÇALIŞMASI” PROGRAMI TAMAMLANDI

Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin ev sahipliğinde Tüm Bisiklet Dernekleri Federasyonu'nun (TÜBİDEF) iş birliği ile gerçekleştirilen “EuroVelo Avrupa Bisiklet Rotaları Ağı Bisiklet Stratejileri ve Saha Çalışması” programı tamamlandı.



“Mersin Büyükşehir Belediyesi bisiklet turizmi ile yeni bir ufuk açmak istiyor”

Mersin Büyükşehir Belediye Başkanı Vahap Seçer öncülüğünde bisiklet yollarıyla donatılan ve bisiklet kenti olması için önemli adımlar atılan Mersin'de “EuroVelo Avrupa Bisiklet Rotaları Ağı Bisiklet Stratejileri ve Saha Çalışması” programının ilk gününde Avrupa Bisiklet Rotaları Ağı'nın turizm ve ekonomik boyutu, konunun uzmanları tarafından ele alındı. Programın 2. gününde ise bisikletseverler 30 kilometrelik bisiklet sürüşü gerçekleştirdi. Tüm Bisiklet Dernekleri Federasyonu Başkan Yardımcısı Ahmet Salih Özenir, çok başarılı bir salon çalışması gerçekleştirdiklerini, birçok konuda uzmanlar tarafından bilgilendirildiklerini ifade ederek şöyle devam etti:

“Mersin Büyükşehir Belediyesi, yakın dönemde Türkiye'ye örnek olacak bisiklet hamlesi gerçekleştiriyor. Şu anda 91 kilometrelik bir bisiklet ağına sahip oldu. Onlarca bisiklet park yeri yaptı. Otobüsleriyle bisiklet taşıyor. Türkiye'de ilk defa mobil uygulamayla otobüsleri takip edebiliyor bisikletliler. Tamir üniteleri ve Bisiklet Kafe'leri gerçekleştirdi. Bunları da tanıtmak istiyor. Bisiklet turizminin hizmetine sunmak istiyor. Bilinirliğini arttırmak istiyor. Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin bu yaptığı çabalarda bunun bir alt yapısını gördük. Turizme yönelik çalışmalarını

gördük ve bunu federasyon olarak destekliyoruz. Ümit ediyoruz ki bu yapılmış olan çalışmalar öncelikle yerel kullanıcılara hizmet edecektir. Ama orta ve uzun vadede Avrupalı gezginlere hitap edecektir ki, bu çok büyük bir katma değeri olan turizm ağıdır. Mersin'in de bu pastadan olabildiğince payını almasını istiyoruz” dedi.

Enerji Verimliliği ve Çevre Koruma Derneği Yönetim Kurulu üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nde Öğretim Görevlisi Adnan Cangır, Avrupa Bisiklet Rotaları Ağı'nın ülkedeki ulusal temsilciliğini yürüttüklerini belirterek, ulaşım piramidinin üstlerinde bisikletli ulaşımın olduğunu söyledi. Cangır; “Mersin'deki gözlemediğimiz, deneyimlediğimiz 91 kilometre bisiklet yolu bunun bir örneği. Eğer ulaşımınızı buna göre planlarsanız bu değişimi sağlıyorsunuz. Başkanımız da burada bunu başarmış. Ve önümüzdeki süreçte bisiklet yollarının 200 kilometreyi aşacağı da planlanmış. Çok doğru kararlar. Bence başarılı uygulamalar olmuş. Başkanı tebrik ediyorum. Zaten bizimle de bu çalışmayı yapma isteği, vizyonunun da göstergesi sanırım. Mersin güzel bir şehir. Bisiklet yolları Mersin'in incisi gibi olmuş” ifadelerini yer verdi.

MEZİTLİ'DE BİSİKLET EVİ AÇILDI

Mezitli Belediyesi ve Mezitli Kent Konseyinin; İşbirliği ile Bisiklet Evi açıldı. Vatandaşların bisikletleriyle katıldığı açılışta, çevre sorunlarına da dikkat çekildi.



“Her yaştan vatandaşımıza bisiklete binme, güvenli sürüş eğitimi, grup sürüşü eğitimi gibi farklı konularda ücretsiz dersler vereceğiz.”

Mezitli Belediyesi Bale Kafe yanında faaliyete giren Bisiklet Evinin açılışına Mezitli Belediye Başkanı Neşet Tarhan, Mezitli Kent Konseyi Başkanı Sibel Gelbul, Mezitli Belediye Meclis Üyesi Nilgün Aşçı, Mersin Çevre Dostları Derneği Başkanı Sabahat Arslan ve üyeleri, Mezitli Belediyesi çalışanları, kent konseyi bünyesinde bulunan bisikletçilerin yanı sıra mersin genelinde çalışma yapan çeşitli bisiklet platformu üyeleri ve vatandaşlar katıldı.

Vatandaşların bisikletleriyle katıldığı açılışta, konuşan Mezitli Kent Konseyi Başkanı Sibel Gelbul, “Bisiklet evimizin açılışını Dünya Çevre Günü gibi özel bir güne denk getirmek istedik. Burada her yaştan vatandaşımıza bisiklete binme, güvenli sürüş eğitimi, grup sürüşü eğitimi gibi farklı konularda ücretsiz dersler vereceğiz. Mezitli’yi büyük ölçüde bisiklet kenti yapmayı başaran Başkanımız Neşet Tarhan’ın da desteğiyle çalışmalarımızın

daha sistemli yürümesi adına bisiklet evimizi hayata geçirdik” dedi.

Mezitli’de yaşayan herkesin yüzmeyi ve bisiklet sürmeyi öğrenmesini istediklerini ifade eden Başkan Tarhan da, “Belediye olarak en önem verdiğimiz konu çevre olmaktadır. Bu konuda halkımızın da desteğiyle verdiğimiz mücadele herkes tarafından takdir edilmektedir. Bu konuda Mezitli çok özel bir kent olmuştur.” dedi.

Mezitli’de bisiklet kullanımının diğer kentlere oranla daha yüksek olduğunu da belirten Başkan Tarhan, “Mersin gibi doğası ve eğitim şartları uygun bir kentte neden bisiklet kullanılmaz anlaşılır değil. Biz Mezitli’de büyük oranda bunu kırdık. Açtığımız bisiklet yolları, vatandaşlarımıza dağıttığımız binlerce ücretsiz bisikletle bu konuda büyük farkındalık yarattık. Bisiklet Evimizde de vatandaşlarımız ücretsiz olarak bisiklet sürmeyi öğrenecekler” dedi.

ATIK KÂĞITLAR SANATA DÖNÜŞÜRKEN GERİ DÖNÜŞÜM BİLİNCİ AŞILIYOR

Tepebaşı Belediyesi Sukurusu Uygulama Merkezi, geri kazanım konusunda bilincin arttırılmasına dikkat çekerken, atık kâğıtları da sanata dönüştürüyor.



“Ekolojik sorumluluk bilinciyle hazırlanan özgün tasarımlar, belediyenin etkinlik, anma, kutlama gibi özel günlerde iletmek istediği mesajlara dönüşüyor.”

Tepebaşı Belediyesi'nin çevre odaklı çalışmalarından biri olan Sukurusu Uygulama Merkezi, belediyeden çıkan ofis atık kâğıtlarının elde geri dönüşüm yöntemiyle, sanatsal değeri olan her biri farklı el yapımı kâğıt üretimine dönüştüğü bir merkez olmayı sürdürüyor.

Belediyenin kâğıt atıklarının bir kısmı ile başkanlığa gelen buket çiçeklerin eritilerek kâğıt hamuruna dönüştürüldüğü merkezde, eski bir zanaat olan kâğıt yapımının kendine özel dokusu ve çeşitliliği ile ortaya çıkan tasarımlar üzerine çalışılıyor. Ekolojik sorumluluk bilinciyle hazırlanan özgün tasarımlar, belediyenin etkinlik, anma, kutlama gibi özel günlerde iletmek istediği mesajlara dönüşüyor. 2009 yılından beri belediye hizmet binasında faaliyetlerini sürdüren merkezde yoğun emekle ortaya çıkartılan ürünler ise her yıl binlerce kişiye ulaşıyor.

Öte yandan merkez, hem çocuklara hem yetişkinlere sunduğu hizmetlerle, çevre konusunda farkındalık oluşturmaya yönelik

çalışmalarını sürdürüyor. Bu kapsamda son olarak Gelişim Koleji'nden 4'üncü sınıf öğrencileri, Eskişehir Şehir Koleji anaokulu öğrencileri ve Eskişehir TED koleji 3'üncü sınıf öğrencileri merkezi ziyaret ederek eğitimlere katıldı. Merkezin uyguladığı; çevre sorunlarının tüketim ve insan etkileriyle ilgisi ve çözüm önerilerini içeren bilinçlendirme programına katılan çocuklar, oyunlar ve görsel materyallerle doğayı korumanın yollarını eğlenceli bir şekilde öğrendi.

Eskişehir'in Gururu Oldu

Ayrıca Türkiye'nin ilk kamusal el yapımı kâğıt atölyesi olan merkez, çalışmalarını ve üretimleri ile uluslararası alanda da tanınırlığını artırdı. Nisan ayında, Dünya Çapında önde gelen Kâğıt Sanatı Derneği 'The International Association of Hand Papermakers and Paper Artists (IAPMA, e.V.); Tepebaşı Belediyesi Sukurusu Uygulama Merkezi yetkilisi Güneş Evrim Yılmaz'ı Başkan Yardımcılığı görevine atayarak, Eskişehir'e ve Türkiye kâğıt sanatına büyük gurur yaşattı.

YILDIRIM BELEDİYESİ ATIK DÖNÜŞÜM TİMİ PROJESİ

Gelecek kuşaklara daha yaşanabilir bir kent bırakmak adına, çevre ve sıfır atık konularında önemli çalışmalara imza atan Yıldırım Belediyesi, 2022 yılı başı itibarıyla 'Atık Dönüşüm Timi' projesini hayata geçirdi.



"Vatandaşın sıfır atık konusunda bilinçlendirilmesini, geri dönüştürülebilir atıkların ekonomiye kazandırılmasını hedefliyoruz."

Yıldırım Belediyesi, İklim Değişikliği ve Sıfır Atık Müdürlüğü bünyesinde hayata geçirilen projeye; çevrenin korunması, atıkların kaynağında ayrıştırılması, vatandaşın sıfır atık konusunda bilinçlendirilmesi, geri dönüştürülebilir atıkların ekonomiye kazandırılması hedeflenmiştir.

Proje kapsamında; Ambalaj Atığı Toplama ve Ayrıştırma Tesisi kurulup, halk arasında 'çekçekçi' olarak adlandırılan düzensiz atık toplayıcıları Yıldırım Atık Dönüşüm Timi adıyla, Yıldırım Belediyesi geri dönüşüm sistemine entegre edilmiştir.

Sosyal Belediyeciliğe destek olan projeye birlikte; sağlıksız, güvencesiz ve zor şartlar altında çalışan düzensiz atık toplayıcıları sosyal güvenceye kavuşturulmuş, çalışma şartları

iyileştirilmiş ve çocuk işçiliğinin önüne geçilmiştir. Atık Dönüşüm Timi'nin her bir çalışanına GPS takip sistemine sahip, elektrikli atık toplama araçları tahsis edilmiş, oluşturulan denetim sistemi ile birlikte kentin güvenlik ve huzuruna katkı sağlanmıştır.

Yıldırım Atık Dönüşüm Timi Projesi; çevre kirliliğini engellemesi, atıkları kaynağında dönüştürmesi, halkı bilinçlendirmesi, düzensiz atık toplayıcılarını Belediye geri dönüşüm sistemine entegre etmesi açısından kente ve insana katkı sağlayan bir projedir. Projenin nihai hedefi gün geçtikçe artan çevre sorunlarının azaltılmasına katkı sağlamak, çevre bilinci oluşturmak ve atıkların kaynağında ayrıştırılması konusunda farkındalık oluşturmaktır.



Kuveyt'in Biyoçeşitliliği Desteklediği Benzersiz Şehri; XZero City

Kuveyt, 100.000 sakin için 1.600 hektarlık sürdürülebilir bir şehir planlıyor. Yüksek standartlara sahip olacak şehir, doğa ile bir bütün halinde tasarlanıyor.

Arap yarımadasında yer alan Kuveyt Devleti, yüksek yaşam standartlarına sahip, çevre ile uyumlu sürdürülebilir bir yaşam tarzını teşvik etmeyi amaçlıyor. Akıllı şehir olarak planlanan bu yer yeşil alanlarıyla ön plana çıkarken, yürünebilir bir şehirciliğe de imza atacak. Yeşil ulaşım sistemleri ve özel bisiklet parkurları, sınırlı araç erişimine izin veren bir çevre yolunun yanı sıra burayı araçsız bir şehir haline getirecek. Şehir ayrıca sakinleri için gıda ve enerji güvenliği sağlamayı amaçlayan döngüsel bir ekonomiyi de teşvik ediyor.

Biyoçeşitliliği teşvik etmek için tasarlanmış benzersiz peyzajlara sahip olan proje; enerji modelleme ve mikro iklim analizi gibi çeşitli dijital araçlarla optimize edildi. Kentin peyzajı, yaban hayatı korurken, yağmur suyu toplama ve sel azaltma gibi çeşitli habitatlar sağlayan mühendislik harikası olarak yorumlanabilir.

XZero, topluluk bahçeleri, biyo-kubbeler, aquaponics, dikey çiftlikler gibi birden fazla çiftçilik



yöntemini bir araya getirerek üretken bir şehir olmayı hedefliyor. Sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için şehir, teknoloji ve bilgi iletişim teknolojilerini sert ve yumuşak altyapılarına entegre etmeye başladı.

“Akıllı şehir” kavramı, birçok şehir plancısının kentsel ortamların karmaşıklığını önlemek ve daha sürdürülebilir çözümler yaratarak, çevre ile uyumlu şehirler tasarlamak için kullanmış oldukları bir yaklaşımdır.

Kaynak: <https://www.archdaily.com/989042/xzero-city-is-kuwaits-proposal-for-a-self-sufficient-smart-city>



Şehrin Kış Festivaline Domino Etkisi

Sesli ve ışıklı domino taşları, Montreal sakinlerini “Kış Festivallerine” davet ediyor, interaktif bir şehir eğlencesi sunuyor.

Kanada'nın Montreal şehri “Kış Festivallerini” deneyimsel şehir eğlencesine dönüştürüyor. Özel olarak tasarlanmış renkli ve ışıklı domino taşları şehir halkının keyifli vakit geçirmesi için alanlar sunuyor. Domino etkisi, adını verdikleri bu interaktif şehir oyuncakları 120 adet ışıklı ve parlak domino taşından oluşuyor. Şehrin belli istasyon duraklarında yer alan domino setleri özellikle iş çıkışı stres atmak isteyen çalışanları interaktif oyuna davet ediyor.

Farklı renk ve şekillerden oluşan domino taşları özel olarak ses sistemlerini de içinde barındırıyor. Şehir halkını bir araya getiren ve işbirliği ruhunu harekete geçiren interaktif oyun, şehrin eğlencesi haline geliyor.

Oyuncular, domino taşlarını daha hızlı kurmak, bir sonraki aşamaya geçmek için birbirleriyle



yarışıyorlar. Ayrıca her bir domino taşı özel bir sese sahip olduğu için dileyen kişiler ritim çalışıp şehrin seslerine eşlik ediyor.

Kamusal alanı bir araya getiren oynamanın ve eğlenmenin herkesin hakkı olduğu savunan şehir projesi, aynı zamanda mutluluğun bulaşıcı olduğunu da dile getiriyor.

Kaynak: <https://worldlandscapearchitect.com/the-domino-effect-interactive-installation-is-helping-montrealers-forget-the-winter-gloom/#.Y23p8exBwve>



SÜRDÜRÜLEBİLİR MARKA ŞEHİRLER

Küreselleşme ile birlikte şehirler sadece kendi uluslarında yer alan şehirler ile değil aynı zamanda dünyanın tüm şehirleri ile rekabet haline girmiştir. Rakiplerinin önüne geçmek isteyen tüm şehirler ise sürdürülebilir markalaşma çalışmalarına başlamıştır.

“Sürdürülebilir Marka Şehirler” bir ülkenin olumlu imajına destek sağlarken aynı zamanda halkına da katkıda bulunur; çünkü şehirler ve insanlar ayrı düşünülemezler. Şehir imaj ve itibar olarak kendini yükseltirse kamu da aynı oranda yükselmektedir. Şehir veya kent markalaşması turizm başta olmak üzere destinasyon pazarlaması bakımından oldukça önemlidir. Ekonomik kalkınmaya da yardımda bulunan şehir markalaşması diğer şehirlerle rekabet edebilmek ve öne geçebilmek için birtakım stratejiler geliştirmektedir. Küreselleşme ile birlikte şehirler sadece kendi uluslarında yer alan şehirler ile değil aynı zamanda dünyanın tüm şehirleri ile rekabet haline girmişlerdir. Rakiplerinin önüne geçmek isteyen tüm şehirler ise sürdürülebilir markalaşma çalışmalarına başlamışlardır. Şehirle ilgili bütün kalemlerin sembolik bir şekilde yorumlanması markalaşmayı oluşturur.

Dünya üzerinde birçok kent markalaşmakta ve bu markalaşmayı yaparken kendilerine bir söylem, motto oluşturmaktadırlar. Örneğin; Paris aşk ve moda, Rio de Janeiro karnaval, Marakeş otantik, Las Vegas eğlence anlamlarını taşır. Kentler üzerinde taşıdıkları bu sembollerle global düzeyde sürdürülebilir marka şehir olma hayali içerisindeyim. Marka kent bileşenlerinin somut olan temellerle birlikte somut olmayan ancak kentin marka değerini yükselten, kentle duygusal bağ kurulmasını sağlayan, kenti tekrar yeniden keşfetmeye yönelten değerler, kentin sürdürülebilir marka destinasyonu olmasını sağlamaktadır.

MARKA KAVRAMI VE MARKALAŞMA

Marka farklı kılınan ürün ya da hizmettir. Karşılıklı ilişkiye dair bir söz ve kalite garantisidir. Marka bir firma ve firmanın müşterileri arasında bir ilişki kurmaktadır. Güçlü bir marka; ayırt etme, tercih oluşturma ve bir prestije hâkim olma yetisine sahiptir ve olacaktır.



—

Şehir veya kent markalaşması turizm başta olmak üzere destinasyon pazarlaması bakımından oldukça önemlidir.

—

Pazarlamacılıkta markayı oluşturan üç öğeden bahsedilir. Bunlar öz, fayda, nitelik. Öz markaya kendi pazarında ayırt etme özelliği verir, hedef kitle tarafından kolay anlaşılabilir. Fayda ise hedef kitlenin istekleri ve ihtiyaçları doğrultusunda örtüşür. Nitelik, markaya ait olan sembollerini temsil eder. Renkler, kokular, şekiller, tatlar fark edilebilir elle tutulur yapıya sahiptir.

Marka bir tür iletişimdir ve iletişim her zaman iki taraflı bir süreçtir. Tüketici tarafından bakıldığında marka konseptinin merkezi marka algısıdır. Marka algısı, markanın algı evresidir. Tüketicilerin ürüne yükledikleri anlam ya da tüketicilerin üründen anladıklarının toplamıdır. Daha açık bir ifade ile marka algısı, ürünün, ürün kişiliği, duygular ve zihinde oluşan çağrışımlar gibi tüm unsurları içerecek şekilde algılanmasıdır.

SÜRDÜRÜLEBİLİR ŞEHİR MARKALAŞMASI

Marka değer katılmış üründür. Kentin marka olması ya da kent markalaşması, en

yalın tanımıyla kente ölçülebilir ekonomik, sosyal ve kültürel değerler katmak için, ürün markalaşma stratejilerinin kent üzerinde uygulanmasıdır.

Marka bir tür iletişimdir ve iletişim her zaman iki taraflı bir süreçtir.

Kültürel tüketimle birlikte özel markalar gibi artık şehirler de kendi reklamlarını yapmak için stratejiler üretmekte, reklam ajanslarıyla çalışmakta ve marka danışmanlarına başvurmaktadır. Bu stratejiler her şehir için ayrı ayrı yapılsa da amaçları hep aynı olmuştur. Kentte ekonomik zenginliği artırmak, festivaller ve organizasyonlar düzenlemek, kamuoyunun dikkatini çekecek ve kamuoyunu dâhil edecek etkinlikler

yapmak, yerel kültürü canlandırmak, şehre dair simgeler üretmek, kültürel mirasa sahip çıkmak, sosyal belediyeciliği çoğaltmak kısacası bir şehri yedi yirmi dört yaşayan, dinamik bir yer haline getirmektir.

Bir ülkenin ya da kentin marka değeri taşıması, kültürel ve ekonomik değerlerinin de markalaşması demektir. Bir şehri sürdürülebilir marka haline getirmek sadece yönetimi ilgilendiren bir konu değildir. Şehir markalaşması oluşturma süreçlerine, sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları, akıllar, kent sakinlerinin hepsi dâhil edilmelidir. Şehir markalaşmasının, bireysel ya da toplu olarak kenti ziyaret etmelerinde, ticaret yapmalarında, akademik araştırmalara konu olmasında büyük öneme sahiptir. Anholt'a göre; şehirlerin ve ülkelerin marka imajları da her kararın duygusal kısmını destekler ve rasyonel kısmı da kuvvetle etkiler niteliktedir. Nitekim Paris romantizm, Milano tarz, New York enerji, Washington güç, Tokyo modernlik, Barcelona kültür, Rio eğlenceli bir imaja sahip şehirlerdir. Bunlar o şehirlerin markaları haline gelmiştir.

Şehirlerin itibarları olduğu gibi markaları da olabilir; ama itibar marka kavramına göre daha da önemlidir. İtibar bir firmanın ürününün gelişmesinde katkı sunduğu gibi şehirlerin gelişmesi ve ilerlemesi için de son derece önemlidir. Bir şehir için kullanılan bir sloganın veya logonun o şehre sunmuş olduğu herhangi bir değer yoktur. Anholt bu durumu "Ulus Marka Dizini" araştırmasında bahseder. Ulusal markalama çalışmalarına yapılan harcamalar ile

ulusal imaj değişimi arasında hiçbir bağlantı bulunamadı. Bu süreçte sıradan turizm ve yatırım tanıtımları hariç, hiçbir pazarlama çalışması yapmayan birçok ülkenin genel imajları iyileşti. Buna karşın yüksek miktarda reklam ve halkla ilişkiler harcaması yapan birçok ülkenin marka değerleri değişmedi, hatta bazılarının düşmüştür.

SÜRDÜRÜLEBİLİR MARKA ŞEHİR YARATMA SÜRECİ

"Şehrin hedef gruplar açısından önem taşıyan hangi özelliği onu diğer şehirlerden farklı bir konuma getirmektedir?" Bu doğrultuda şehir markalama sürecini, şehrin gerçek ve ayırt edilebilir özelliklerinin anlaşılması ile bu özellikleri içinde barındıran ve kullanan özel bir pazarlama biçiminin geliştirilmesi olarak tanımlanabilir ve şehirler de bu süreç sonunda pazarlanabilen bir ürün olarak kabul edilebilmektedir. Şehir markalama süreci, bir bütün oluşturacak "şehir gelişim programı" olarak algılanmalıdır. Bir şehrin markalama süreci, sadece şehrin kendisini nasıl ifade etmek istediğini değil, aynı zamanda şehrin paydaşları olan çeşitli sosyo-ekonomik grupların şehri ve şehir yönetimini nasıl algıladığını da görmeye yarar.

Kentin marka olması en yalın tanımıyla kente ölçülebilir ekonomik, sosyal ve kültürel değerler katmak için, ürün markalaşma stratejilerinin kent üzerinde uygulanmasıdır.

En rekabetçi şehirler, "varlıklarından" en yüksek geri kazanımı elde eden şehirler olarak tanımlanmaktadır. Şehir markalama sürecinin de, bu varlıkların neler olduğunu, hangilerinin ekonomik anlamda yeterli sonuç verme potansiyeline sahip olduğunu, hangilerinin kentin değer ve sosyal inançlarına uygun olduğunu tanımlaması gerektiğini belirtmekte ve şehir markası geliştirme sürecini üç aşamaya ayırarak incelemektedirler.

Bunlar;

1. Şehir kimliğini anlaşılır kılama
2. Şehir kimliğini imaja dönüştürme
3. Uygulama; şehir imajının yayımı Bu üç aşamalı kurgu, birbiri içine giren ve birbirini tamamlayan, etkileşim içindeki süreçlerden oluşmaktadır. Bu süreçleri kesin çizgilerle birbirinden ayırmak mümkün değildir. Sürdürülebilir şehir markası yaratma süreci aşağıda belirtilen 7 alt başlıktan oluşmaktadır. Bu süreçte öne çıkan unsurlar aşağıda detaylı bir şekilde anlatılmaktadır.

1. SÜRDÜRÜLEBİLİR MARKA ŞEHİRLERDE STRATEJİSİ GELİŞTİRME

Şehirlerin ve ülkelerin markalaştırılma faaliyetleri o şehrin ve ülkenin uzun vadeli kalkınma planını ve gelişme-büyüme stratejisini içerir. Bu noktada markalaşma stratejisinin şehrin kalkınma planlarıyla paralel olarak gelişen sadece bir pazarlama operasyonu ya da marka imajı

Şehir markalama süreci, bir bütün oluşturacak "şehir gelişim programı" olarak algılanmalıdır.

belirleme süreci değil aynı zamanda şehrin kimliğini, değerlerini, vizyonunu ve misyonunu belirleme imkânı sunan uzun soluklu bir planlama olduğu söylenebilir. Ayrıca 21.yy'da bir şehrin markalaştırma çalışmalarında kültürel ve turistik değerlerinin tanıtılmasının yanı sıra dinamik pazarlama stratejilerinin belirlenmesi, küresel ve yerel ekonomik ilişkilerin geliştirilmesi ve kültür endüstrinin ve kültür yönetiminin sürdürülebilir dinamik bir yapıda oluşturulması ile birlikte gerçekleştirilebileceği unutulmamalıdır. Bütün bunların yanı sıra, marka şehir, söz konusu şehrin sakinlerine şehir ile ilgili psikolojik ve duygusal çağrışımlar yaratmak demektir.

Sürdürülebilir marka şehir olabilmek için 4 temel unsurdan yararlanılabilir.

- **Kültürel miras:** Geçmiş nesillerden miras yoluyla edinilen, fiziki-elle tutulabilen insan eliyle yapılmış her şey ve fiziki olmayan tutulamayan tüm özellikler; gelenek-görenek,
- **Doğal yapı-çevre:** Sahip olunan doğal çekicilik ve çevreye gösterilen özen,
- **Özgün çıktı:** O yere özgü yetiştirilen ürünler ile doğal kaynaklardan elde edilen ürünler,
- **Yerleşik beceri:** Geçmişe dayalı beceri, en iyi yapılan iş.

Örneğin, 2000'de faaliyete geçen ve yapısı itibarıyla oldukça eleştirilen London Eye, M. Thatcher ve Birmingham Sarayı'ndan sonra 40 milyon ziyaretçiyle birlikte gelen kâr ile Londra'nın sembolleri arasına girmiştir.

2. ŞEHİR VİZYONU

Vizyon basitçe "Gelecek Resmî" olarak tanımlanabilir. Vizyon, bir örgütün

yöneldiği hedefin göstergesidir. Sürdürülebilir şehir markası yaratma çabaları, şehrin geleceğine yönelik bir vizyonunun olmasını gerektirmektedir. Şehrin geliştirilmesine yönelik politikaların belirlenmesi ve bu politikaların yürütülebilmesi için geleceğe odaklanmak oldukça önemlidir. Bir şehri markalaştırma amacına hizmet eden vizyonun varlığı, şehrin tüm paydaşlarına nereye ve nasıl gideceklerini anlatan tek unsurdur. Bu sebeple şehrin bir imaja kavuşturulması, hem içinde yaşayan insanları hem de şehrin dışındakileri şehir açısından olumlu ve verimli olabilecek her türlü davranışa yönlendirmek açısından yararlı olacaktır.

3. SÜRDÜRÜLEBİLİR MARKA ŞEHİRLERDE KONUMLANDIRMA

Konulandırma kavramının marka yönetimi sürecinde önemli bir yeri vardır. Özellikle rakip markalara karşı bir avantajı işaret eden konumlandırma kavramı şehir markası yaratma sürecinde de önemli işleve sahiptir. Şehrin konumlandırılması da ürün ve hizmet markalarının konumlandırmasındaki gibi bir yaklaşımı öngörür. Şehrin konumlandırılması, şehrin hedef kitesinde yer alan kişilerin zihninde şehre ait özel bir yerin tespit edilmesi ve planlı pazarlama iletişimi çabaları ile ilgili yere/pozisyona şehri yerleştirmektedir. Dünya üzerindeki birçok ülke ve şehir planlı ya da plansız şekilde hedef kitlelerinin zihinlerinde belli konumlarda bulunmaktadır. Las Vegas denince kumar, Paris denince aşk ve romantizm, İtalya denince moda ve Vietnam denince savaş akla gelmesi bu durumu açıklayan en açık örneklerdir. Vietnam'da savaş otuz yıl önce bitmiş olmasına ve çok güzel bir mutfağı olmasına rağmen zihinlerdeki algılama bir yere takılmış durumdadır.

<i>Şehir Tipolojisi</i>	<i>Örnekleri</i>
Başkent Şehirler ve Kültürel Başkentler Roma	Londra, Paris, New York,
Metropol merkezleri ve duvarlarla çevrili tarihi şehirler veya etrafı surlarla çevrili küçük şehirler	Cantebury, New York
Önemli derecede tarihi şehirler	Oxford, Cambridge, Venice
İç alanı ile gündemde olan şehirler	Manchester, Milano
Yeniden Yapılandırılmış Kıyı Bölgeleri Darling, Waterfront	Londra, Docklands, Sydney Harbour, Cape Town
Endüstriyel Şehirler	Bradford, Köln, Linz
Deniz kenarı tatil yeri ve kış sporları merkezleri Innsbruck	Brighton, Nice, Lillehammer,
Amaca göre inşa edilmiş bütünlük turistik bölgeler Vienna	Rogner Resort outside
Turistik eğlence kompleksleri	Disney World, Las Vegas
Özelleşmiş turistik hizmet bölgeleri	Lourdes
Kültürel / sanatsal şehirler	Florance

Kaynak: Mike Peters & Birgit Pikkemaat, (2002) Sustainable Management of City Events The Case of Bergsilvester in Innsbruck, Austria, International ATLAS Conference: Vision Sustainability, Estoril, S;3.

Tablo 1: Şehir Tipolojileri

Tablo 1'de bir şehri konumlandırmada kullanılabilecek genel şehir tipolojileri yer almaktadır.

4. SÜRDÜRÜLEBİLİR MARKA ŞEHİRLERDE KİMLİK

Şehir Kimliği Şehir kimliği, şehir markasını yöneten paydaşların şehrin nasıl algılanması gerektiği tanımlamalarını ifade etmektedir. Diğer bir ifade ile "kentsel kimlik" bir şehrin, çevrenin, doğal ve yapay elemanları ve sosyokültürel özellikleri ile tanımlanır. Şehir kimliği, şehir imajı oluşturma ve şehrin konumlandırılması sürecinde anahtar bir faktördür. Şehir kimliği, şehrin gösterilmek istenen yüzü olarak ifade edilebilir. Şehrin istenildiği gibi algılanmasını sağlamaya yönelik oluşturulmaktadır.

Şehir kimliğini oluşturan özellikler:

- Coğrafi Özellikler (İstanbul, boğazi; Venedik, kanalları ile kimlik kazanmıştır).

- İklimsel Özellikler (Akdeniz bölgesi ılıman iklimi ile kimlik kazanmıştır).
- Anıt Yapılar (İstanbul, camileri; Paris, Eiffel Kulesi; Moskova, Kremlin Sarayı).
- Şehir Meydanları ve Sokakları (Venedik, San Marco Meydanı).
- Folklorik ve Sosyokültürel Özellikler (Viyana, valsleri; Rio, karnavali ile tanınır).

5. SÜRDÜRÜLEBİLİR MARKA ŞEHİRLERDE İMAJ

Şehir imajı, şehrin vaadini ve karakterini oluşturan tek bir mesajın iletilmesi, rakip şehirler arasında farkındalık yaratılması, hedef kitlenin zihinlerine hitap ettiği kadar duygularına da hitap edebilmesidir. Örneğin; romantizm denilince Venedik, Roma ve Paris gibi şehirlerin akla gelmesidir. Dünya örneklerine baktığımızda, Londra, New York, Paris, Prag, Barselona, Sydney ve Moskova gibi şehirler

taşıdıkları farklı özellikler ile markalaşmışlardır.

"Kentsel kimlik" bir şehrin, çevrenin, doğal ve yapay elemanları ve sosyokültürel özellikleri ile tanımlanır.

Pekin, Kahire, Madrid, Roma, Berlin, Seul, Tokyo, Rio de Janeiro ve diğerleri yaşamak veya görmek için merak ettiğimiz şehirlerdir. Paris yılda 20 milyonun üzerinde turist ağırlamaktadır. Dikildiğinde tüm Fransız aydınların beğenmediği ve sökülmesi için kampanya düzenlediği "Eiffel Kulesi"nin, Paris'in turist çekmesinde önemli bir katkısı vardır. Çoğu insana göre Venedik ve Paris ışıkların kentidir. Roma tarihi ve dinsel yapıları, Mısır piramitleri, Las Vegas kumarhaneleri ile tanınır. Bağdat tarih boyunca bin bir gece masallarındaki gizemli şehirdir. Şimdi ise savaşın, yıkımın kentidir. 1980'lere kadar adı ve yeri dahi bilinmeyen Dubai ise şimdi, yapay ada oteliyle lüksün merkezidir.

6. SÜRDÜRÜLEBİLİR MARKA ŞEHİRLERDE LOGO VE SEMBOL

Markanın gözle görünen kısmıdır. Bu kısım, bir marka ya da firmayı göstermek üzere kullanılan, marka ismi içermeyen bir tasarım, bir şekil olabileceği gibi, marka isminin tamamı ya da bir bölümünden oluşan yazı elemanlarının farklı bir tasarımı olabilmektedir. Bu açıdan marka sembolü, bellekte markayı çağrıştıran ya da markayla ilişkilendirilebilen her türlü özgün geometrik şekil, nesne, tema, karakter, harf ya da kelime veya bunların birleşimini içeren bir tasarım

Bugün dünyada marka olmuş şehirler insanları çeşitli amaçlarla kendilerine çekmekte ve bu sayede sürdürülebilir bir kalkınma sağlayabilmektedirler.

olarak tanımlanabilir. Türkiye'deki ilk tescilli şehir logosu Gaziantep iline aittir. Aşağıda Şekil 1'de Gaziantep ilinin, Şekil 2'de İzmir ve Şekil 3'de ise Hong Kong şehrinin şehir markası logosu yer almaktadır. Her logo, kendine özgü yöresel ve bölgesel kültürü içinde barındırarak farklılık oluşturmaktadır.



Şekil 1: Gaziantep Şehir Markası Logosu
Kaynak: <http://www.markasehir.com/>
Erişim Tarihi: 02.03.2015



Şekil 2: İzmir Şehir Markası Logosu
Kaynak: <http://www.izto.org.tr/IZTO/TC/IZTO+Bilgi/logo/>
Erişim Tarihi: 02.03.2015



Şekil 3: Hong Kong Şehir Markası Logosu
Kaynak: <http://www.brandhk.gov.hk>
Erişim Tarihi: 02.03.2015

7. SÜRDÜRÜLEBİLİR MARKA ŞEHİRLERDE SLOGAN OLUŞTURMA

Slogan markayla özdeşleştirilmesi istenen bir fikrin iletiminde kullanılan özlü sözlerdir. Slogan, konumlandırma stratejisini biçimlendirir ve marka adı ve sembolüne anlam ve değer katar. Sloganlar spesifik, konu ile ilgili, ilginç, kinayeli v.b. nedenlerle hatırlanabilir oldukları taktirde etkili olurlar.

<i>Şehir, Bölge veya Ülke</i>	<i>Sloganı</i>
Stockholm	Inspired in Stockholm
Singapore	Live it Up Singapore
Scotland	Silicon Glen
Helsinki	Region- Europe's Magnetic North
Berlin	Capital of the New Europe
St. Petersburg	Gateway to the West/East
Munich	Insurance City Number One in Europe
Chicago	Business Capital of America
Glasgow	An Arts Capital of Europe
Amsterdam	Capital of Inspiration
Spain	Everything Under The Sun
Copenhagen	Wonderfull Copenhagen
Honk Kong	City of Life / Asia's World City

Kaynak: Seppo Rainisto, 2003, Success Factors Of Place Marketing: A Study of Place Marketing Practices In Northern Europe And The United States, Doctoral Dissertation, S;46.

Tablo 2: Dünya'daki Şehirler ve Onları Tanımlayan Kelimeler

Şehir markası sürecinde sunulacak slogan, şehrin anahtar değerlerini içeren ve temel vaadi ortaya koyan en özlü iletişim aracıdır. Amerika'daki şehirler ve onları tanımlayan kelimelerde şöyledir.

<i>Slogan</i>	<i>Anlamı</i>	<i>Şehir Adı</i>
Arkansas	The Natural State	Doğal Eyalet
California	Find Yourself Here	Burada kendini bulursun
Colorado	Fresh Air	Temiz Hava
Kansas	As Big As You Think	Büyük Düşün
New Mexico	Land of Anchantment	Cazibe Ülkesi
North Dakota	Legendary	Efsanevi
Oregon	We Love Dreamers	Hayalperestleri Seviyoruz
Texas	It's Like a Whole Other Country	Hoşlanacağın Diğer Ülke
Utah	Live Elevated	Uzun Yaşamak
West Virginia	Wild and Wonderful	Vahşi ve Harika

Kaynak: www.planlama.org

Tablo 3: Amerika'daki Şehirler ve Onları Tanımlayan Kelimeler

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Şehirlerin sürdürülebilir marka olması, birçok açıdan önemli kazançlar sunmaktadır. Bunun için şehirlerin üst yönetimde yer alan valilik, belediye, üniversite, sivil toplum kuruluşları, sanayi ve ticaret odaları, yerel medya gibi birimlerin şehir markası inşa etme ve markayı geliştirme konusunda profesyonel adımlar atmaları gerekmektedir. Markalaşma sürecinde şehrin var olan soyut ve somut değerlerini ticari açıdan değerlere dönüştürerek tüketici zihninde yer edecek güçlü markayı yaratma amacı gözetilmelidir. Bu sayede tüketici zihninde belli ve özgün bir konuma yerleşmek mümkün olacaktır.

Şehir markası yaratmaya yönelik yapılan çalışmalar şehrin ve şehirde yaşayan tüm vatandaşların hatta o ülkenin veya kentin geleceğine yapılan büyük bir yatırımı ifade etmektedir. Bugün dünyada marka olmuş şehirler insanları çeşitli amaçlarla kendilerine çekmekte ve bu sayede sürdürülebilir bir kalkınma sağlayabilmektedirler. Bu şehirler, içinde barındırdığı yaşayanlarına gerek sosyal gerekse ekonomik anlamda yüksek standartlar sunabilmektedir. Sonuç olarak, şehir markalaşması şehir için bir algı oluşturmak ve onu tanıtmaktan çok daha fazla bir şeydir. İlgi ve dikkat çekici bir yer kimliği ve şehir bilinci oluşturmak, mali yatırım ve politik sermayeyi çekmek, ekonomik tabanlı davranışını değiştirmek gibi sosyo-kültürel tabanlı süreçleri içermektedir.

Bu nedenle şehirde bulunan tepe yönetimin yanı sıra belediyeler, kentte faaliyette bulunan ticari kuruluşlar, sivil toplum örgütleri ve şehirliler elbirliği ile şehrin öncelikle bir marka haline gelmesine yardımcı olmaları gerekmektedir. Buna ilaveten markayı güçlendirme amacına yönelik olarak birlikte hareket etmeleri önem arz

etmektedir. Şehir markası yaratma, ülkelerin, bölgelerin ve yörelerin kamu sektörü yanında, sonuçlarından yararlanacak tüm kesimleri de kapsayan iş birliğine dayalı koordineli bir çalışmayı gerektirmektedir. Şehir yönetimleri hem gelişmiş hem de gelişmekte olan şehirlerin kimlikleri üzerinde belirleyici olmaktadır. Marka olmak kurumsal ve hukuksal düzenlemelerin yapılmasına, kenti oluşturan herkesin, şehrine, yerel yönetimine, değerlerine, haklarına sahip çıkmasına bağlı görünmektedir. Şehirlerde yaşayan bireylere yönelik sosyal ve kültürel yatırımlar, çağdaş kentlerin temel politikaları haline gelmiştir. Bu nedenle kentlerde yaşayan bireyleri doğru anlayabilen, algılarını ve onlardan gelen mesajları doğru yönetebilen markalar, gelecekte varlığını korurken; doğru okuyamayanlar ise gelecekte sadece varlıklarını değil, zihinlerimizde yer alan varlıklarını da yitireceklerdir.

KAYNAK:

1. Alycia Perry, D. W. (2004). Markanın Dna'sı. İstanbul
2. Mihalis Kavaratzis, G. J. (2006). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick? <https://link.springer.com/article/10.1057%2Fpalgrave.pb.5990056> adresinden alındı
3. Peker, A. E. (2006). Kentin Markalaşma Sürecinde Çağdaş Sanat Müzelerinin Rolü: Kent Markalaşması Ve Küresel Landmark.
4. Anholt, S. (2006). How the World Sees The World's Cities. Place Branding.
5. Anholt, S. (2011). Yerlerim Markalaşması Kimlik, İmaj ve İtibar.
6. Seiseddos, G., VAGGINE, P.,(2005), The City Branding Processes: the case of Madrid,41st ISOCaRP Congress 2005. s.2. (1-10)
7. Kavaratzis, M. (2004), «From City Marketing to City.» Place Branding, Vol. 1-1: 58–73
8. Yrd. Doç. Dr. Mutlu Yüksel Avcılar, Şehir Markası Kavramı ve Marka Şehir Yaratma Stratejilerine Yönelik Literatür İncelemesi.
9. Özdemir, G.,(2008), Destinasyon Pazarlaması, Detay Yayıncılık, Ankara, s.114
10. Saran, M.,(2005), "Kent Pazarlaması: Güçlü Bir Kent İmajı ve Kent Markası Oluşturmak,"TMMOB Makine Müh. Odası, Marka Yönetimi Sempozyumu, 14-15 Nisan, Gaziantep, s.30,
11. Borça, G.,(2004),Bu Topraklardan Dünya Markası Çıkar mı? Marka Olmanın ABS'si, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş. , Mediacat Kitapları, İstanbul
12. İslamoğlu, H. (2002), Pazarlama İlkeleri, Beta Yayınları, İstanbul
13. Rainisto, S. K., (2003),Success Factors Of Place Marketing: A Study of Place Marketing Practice In Northern Europe And United States. (Helsinki University of Technology, Institute of Strategy and International Business Doctoral Dissertations 2003/4)
14. Saylan, M. (2007), "Bir şehri Markalaştırmak", internet Adresi: <http://muratsaylan.blogcu.com/14358911.html>,
15. Mike Peters & Birgit Pikkemaat, (2002) Sustainable Management of City Events The Case of Bergsilvester in Innsbruck, Austria, International ATLAS Conference: Vision Sustainability, Estoril, S;3.
16. Seppo Rainisto, 2003, Success Factors Of Place Marketing: A Study of Place Marketing Practices In Northern Europe And The United States, Doctoral Dissertation, S;46.
17. www.planlama.org

SÜRDÜRÜLEBİLİR ŞEHİRLERİN MARKALAŞMA SORUNSALI

Küreselleşmedeki ve gelişmiş ekonomilerin imalat, hizmet ve bilgiye dayalı faaliyetlerindeki süregelen dönüşümle birlikte şehir planlamasında, şehir kalkınmasında ve özellikle bir şehrin mekânsal yönleri üzerinde etkin rol oynayan bilgi toplumu meydana gelmiştir.



DOÇ. DR. BURCU ZEYBEK

DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
PROGRAMI BAŞKANI
SKB DANIŞMA KURULU ÜYESİ
KENTSEV MÜTEVELLİ HEYETİ ÜYESİ

Sürdürülebilirlik kavramı hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde şehir planlaması gündeminin temelini oluşturan yaygın bir politika haline gelmiştir. Bu durumun başlıca sebebi; iklim değişikliği, geri dönüştürülemeyen kaynakların tükenmesi, hava, su ve toprak kirliliği, hızlı ve yayılan kentleşme ve sosyal eşitsizlikler (1). gibi dışsalıkların yarattığı sonuçların, vatandaşların refah ve sağlığını tehlikeye sokacak düzeye ulaşmaya dek dikkate alınmamasıdır. Artan kentsel nüfus ve buna bağlı olarak vatandaş ihtiyaçlarının artması yönündeki eğilimler, sürdürülebilir topluluk hedeflerine ulaşmak adına yapılması gereken faaliyetlerin önemini vurgulamaktadır (2).

Sürdürülebilirlik kavramının yaygınlaşması, yeni bir kalkınma türü

olan sürdürülebilir kentsel kalkınmanın hayat bulmasına neden olmuştur. Sürdürülebilirlik, ekosistem ve onun sunduklarının varlığını sürdürmeye ve insan ihtiyaçlarını karşılamaya işaret etmektedir; öte yandan, kentsel kalkınma, sürdürülebilirliğin aksine yaşam kalitesini doğal kaynakları tüketerek ve doğal alanları tahrip ederek artıran faaliyetlerin tümüdür (3). Kentsel kalkınmanın bütün yönleriyle sürdürülebilir olması mümkün değildir; sürdürülebilir kentsel kalkınma ise doğal ekosistemlere daha az zarar verilen veya bu ekosistemlere daha az müdahale edilen bir kalkınma türüdür (4).

Küreselleşmedeki ve gelişmiş ekonomilerin imalat, hizmet ve bilgiye dayalı faaliyetlerindeki süregelen dönüşümle birlikte şehir planlamasında, şehir kalkınmasında ve özellikle bir



şehrin mekânsal yönleri üzerinde etkin rol oynayan bilgi toplumu meydana gelmiştir (5). Bilgiye dayalı ekonominin yükselişi, aynı zamanda küresel ve yerel ekonomik kalkınmanın güç kazanmasındaki başlıca sebep olarak görülmektedir. Bilgiye dayalı ekonominin yükselişte olduğu bu önemli dönüşüm, azalmakta olan toplum temelli ekonomiden çok daha farklı koşullar ve ortamlar gerektirmektedir. Bu bağlamda, bilgiye dayalı ekonomi çağındaki kentsel planlama ve kalkınmanın amacı; güçlü bir kentsel temel oluşturarak, şehrin ekonomik gücünü değerlendirerek, sosyal dışlanmanın üzerine giderek ve şehrin terk edilmesini önleyerek sürdürülebilir bir

kalkınmaya ulaşmaktır. Bilgiye dayalı kalkınmanın (veya bilgiye dayalı kentsel kalkınmanın) yaygınlaşmasıyla birlikte, şehirler buna yönelik çeşitli stratejiler geliştirmiştir (6).

Artan kentsel nüfus ve buna bağlı olarak vatandaş ihtiyaçlarının artması yönündeki eğilimler, sürdürülebilir topluluk hedeflerine ulaşmak adına yapılması gereken faaliyetlerin önemini vurgulamaktadır.

Bilgiye dayalı kentsel kalkınmanın sonucunda ise bilgi şehirleri oluşmuştur. Daha yüksek gelir, eğitim, öğretim ve araştırmanın yanı sıra, tüm alanlara değer katmanın, yüksek yaşam standartlarının, kültürel desteğin ve ekonomik kalkınmanın izinden giden şehirler olarak tanımlanan bilgi şehri, aynı zamanda araştırma, teknoloji ve beyin gücü yoluyla oluşturulan ve esas olarak bilginin büyümesini artırmak üzere düzenlenmiş, yüksek katma değerli ihracat yapan, bölgesel bilgi ekonomisi odaklı şehirlerdir (7). 1990ların sonu-2010ların başı arasında popülerliğini koruyan bu şehir markası dünyanın birçok şehir tarafından benimsenmiştir.

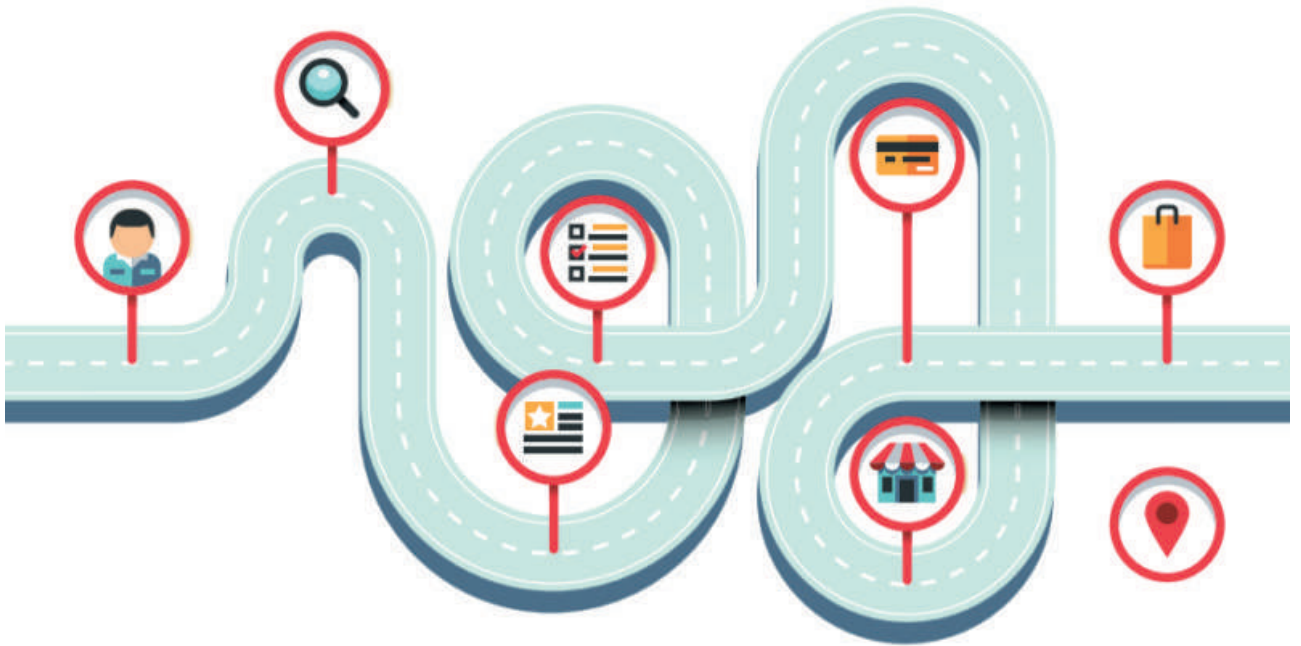
Yıkıcı küresel iklim değişikliği döneminin başladığı son 10 yılda, gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri; kentleşme, sanayileşme ve tüketim hastalıklarımızın etkilerini tersine çevirebilecek veya hafifletebilecek bir her derde deva olarak görülmeye başlanmıştır (8). Özellikle ileri bilgi ve iletişim teknolojisi uygulamalarının çevreye dair alınacak kararları etkileyecekleri yaygın olarak kabul gören bir düşüncedir. Teknolojinin sundukları nedeniyle dünyanın dört bir yanından birçok devlet; yerel, bölgesel, eyalet, ulusal ve ulus üstü düzeylerde teknolojik çözümler trendine katılmış, ve böylelikle akıllı şehir kavramı hayat bulmuştur.

Akıllı şehir gündeminin bir parçası olan akıllı şehir teknolojileri, geçtiğimiz on yıl boyunca büyük ve akıllı bir altyapı omurgası oluşturmak amacıyla şehirlerimizde geniş kapsamlı bir yer edinmiştir. Bu gelişme ile sürdürülebilirlik ideolojisinin yaygınlaşmasının,

şehirlerimizin planlanması ve geliştirilmesinde önemli bir etkisi olmuştur (9). Günümüzde akıllı şehir kavramı, 21. yüzyılın sürdürülebilir ve ideal şehir modelini oluşturma amacı güden bir bakış, tutum veya vaat olarak görülmektedir. Bir başka deyişle akıllı şehir, teknolojik açıdan gelişmiş, yeşil ve sosyal yönden kapsamlı bir şehirdir (10). Dolayısıyla akıllı şehir uygulamalarında ekolojije, topluma, ekonomiye ve yönetime ilişkin sorunlara çözüm üretmede belirli bir teknoloji ön planda rol almaktadır.

Günümüzde akıllı şehir kavramı, 21. yüzyılın sürdürülebilir ve ideal şehir modelini oluşturma amacı güden bir bakış, tutum veya vaat olarak görülmektedir."

Akıllı şehirler kavramı geleneksel olarak sürdürülebilir ekonomik kalkınmaya ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesine yönelik teknolojilere odaklanmaktadır. Bu, "teknolojik ve ekolojik kentsel geçişleri destekleyen politikalar için bir çerçevedir" (11). Muhtemeldir ki, bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) şehirlerin inovasyonu teşvik etmesi (12). ve kentsel hizmetlerin yönetimini iyileştirmesi için kilit bir sosyal ve iş aracı haline gelmiştir. Daha spesifik olarak, literatürde akıllı şehirler için üç tür itici gücün (toplum, teknoloji, politika) ve altı istenen sonucun (üretkenlik, sürdürülebilirlik, erişilebilirlik, refah, yaşanabilirlik ve yönetim) varlığından bahsetmektedir (13). Ancak, akıllı şehirlerin stratejik öncelikleri akademik söylemde tartışmalı konular olmaya devam etmektedir. Bunların bir kısmı, genellikle farklı paydaş öncelikleri (örneğin, küresel şirketler, yerel yönetimler, bölge sakinleri ve yerel işletmeler) ile ilgili kentsel planlama



faktörlerinin karmaşıklığını ve bunların sayısız nüansa pratikte uygulanmasını yansıtabilir. Gerçekten de, teknoloji (yani yapay zeka) ve bilginin (yani insan zekası) bir araya gelmesinin daha etkili kentsel kalkınma yaklaşımlarına yol açabileceğini savunanlar vardır. Buna karşılık, diğerleri, yer markasının büyümesinin, kentlerin rekabet gücüne teknolojik ilerlemelerden daha fazla katkıda bulunduğunu öne sürmektedir. Bu tartışmalar, akıllı şehirlerin teknolojik, insani ve kurumsal boyutlarını göstermektedir. Bununla birlikte, akıllı şehir kavramı, akıllı şehir paradigmasında sıklıkla kullanılan dijital, bağlantılı, kablolu, öğrenen ve hatta yeşil veya sürdürülebilir gibi terimlerle evrensel olarak kabul edilen tek bir tanımdan yoksun kalmaya devam etmektedir.

Akıllı şehirler kavramı geleneksel olarak sürdürülebilir ekonomik kalkınmaya ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesine yönelik teknolojilere odaklanmaktadır.

Geçtiğimiz yıllarda, **sürdürülebilir şehir, bilgi şehri** ve **akıllı şehir** olmak üzere 3 güçlü şehir markası ön plana çıkmıştır; **listeye yaratıcı şehir, zeki şehir, girişimci şehir** ve **ekolojik şehir** de eklenebilir. Son yıllarda süregelen bilimsel tartışmaların odak noktası, bu şehir modelleriyle birlikte şehirlerimizde

istenen sonuçların elde edilip edilemeyeceği veya bu modellerin yalnızca bir markalaşma söylemi mi olduğu sorularıdır. Muhtemelen bu sorular yeterince ele alınmadan önce çağdaş şehirlerin marka kargaşasına katılmak üzere kentsel sahnede yeni bir marka daha doğacaktır; hatta belki de bunlardan bazıları geleceğin şehri, siber şehir veya bağımsız şehir olabilir.

GERÇEKLEŞEN BAZI ÖNEMLİ ARAŞTIRMALAR

Yapılan bazı çalışmalarda, sürdürülebilir şehir kavramının karmaşık doğasının daha iyi kavranmasını sağlamak adına, bilgiye dayalı kalkınma kavramı; vatandaş görüşleri, entelektüel sermaye, üretkenlik ve akıllı uzmanlaşma gibi çeşitli açılardan incelenmektedir.

Örneğin; bilgiye dayalı kalkınmanın kazandırılması amacıyla vatandaş perspektiflerine odaklanılan ve Daniele Nespolo, Ana Cristina Fachinelli, Valter Marcos Monteiro Fortes, Gabriel Sperandio Milan & Maria Emilia Camargo'nun yürüttüğü 'Knowledge-based development from the citizen's perspective: a study from Southern Brazil' adlı çalışma önemlidir. Bu makalenin amacı, Güney Brezilya belediyeleri bağlamında şehirlerin kişilikleri ve bilgili vatandaşlık arasındaki ilişkiyi analiz etmektir. Kişisel bilgiye dayalı kalkınmaya odaklanılan bu makalede, bilgi vatandaşlarının bilgiye dayalı şehir gelişimi hedefinde topluluk

varlıklarını daha iyi kullanmadaki becerilerinin geliştirilmesindeki yeterlilikleri tanımlanmış ve araştırılmıştır. Çalışma kapsamında, elde edilen verilerin analizinde çeşitli istatistiksel tekniklerin kullanıldığı ve gençlik dönemindeki vatandaşlar ile yapılan bir anket gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar, şehirlerin kişiliği ile bilgi vatandaşlığı arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Sürdürülebilir şehir kavramının karmaşık doğasının daha iyi kavranmasını sağlamak adına, bilgiye dayalı kalkınma kavramı; vatandaş görüşleri, entelektüel sermaye, üretkenlik ve akıllı uzmanlaşma gibi çeşitli açılardan incelenmektedir.

Romilda Mazzotta'nın 'The communication of intellectual capital in healthcare organisations: what is disclosed and how?' adlı makalesinde ise, sağlık sektöründeki entelektüel sermaye konusuna odaklanılmaktadır. Bu makalelerin amacı, sağlık kuruluşlarında entelektüel sermaye iletişimini veya bir kuruluşun entelektüel sermaye varlıklarının yıllık raporlar ve ek kurumsal açıklamalar üzerinden

açıklanmasının anlaşılmasıdır. Çalışmada iki araştırma sorusu yer almaktadır: Bir sağlık kuruluşunun entelektüel sermaye açıklamasındaki ana bileşenler nelerdir? Bu kuruluşlar entelektüel sermayelerini nasıl açıklamakta veya iletmektedir? Bu soruların yanıtlanması adına, nitel araştırma yöntemiyle hazırlanan bu çalışmada bir İtalyan sağlık kuruluşu üzerinden durum çalışması yapılmıştır. Elde edilen bulgular, sağlık kuruluşunun entelektüel sermaye iletişiminin zaman içinde giderek değişim geçirdiğini, entelektüel sermayenin bu sektördeki en önemli yönünün yapısal sermaye olduğunu ve her ne kadar entelektüel sermayenin üç alanında farklılık gösterse de iletişimin ağırlıklı olarak anlatıma dayalı gerçekleştirildiğini ortaya koymaktadır.

Sayının devamında, Ilpo Laitinen, Tony Kinder ve Jari Stenvall'in bilgi teknolojisi destekli sosyal girişimcilik konusuna odaklanan 'Local public service productivity and performance measurement' adlı makale yer almaktadır. Yazarlar, yeni kamu yönetiminin kamu hizmetlerinde verimliliğin özel sektöre kıyasla daha düşük olması öncülünün, özel sektör imalatında doğan araç ve tekniklerin devrini doğruladığını öne sürmektedir. Bu temelden yola çıkan makale, kamu hizmetinin etkinliğine odaklanmaktadır. Bu çalışma, hizmet yönetimi de dahil olmak üzere yeni kamu yönetim

biçimlerinin bütünlük bir hizmet sunmak adına departmanlar arası ve organizasyonlar arası çalışmanın yenilikçi yollarını içeren yeni performans ölçütleri meydana getirmesinin muhtemel olmasından dolayı, kamu hizmetinin etkinliğine olan ilginin artacağını savunmaktadır. Makalenin amacı, performansın yalnızca finansal ölçütlere indirgenmesini reddederek, yerel kamu hizmetinin üretkenliğini ve performans verimliliğini & etkililiğini değerlendirmede kullanılacak yeni bir performans ölçme sistemi geliştirmektir. Elde edilen bulgular, bir performans ölçütü olan kamusal değer, performans değerine toplumsal ve bağlamsal açıdan geçerek ölçülebileceği çeşitli yollar önermektedir.

Ele alacağımız son akademik makale ise, Katharina Fellnhöfer'in 'Visualised bibliometric mapping on smart specialisation: a co-citation analysis' adlı, akıllı uzmanlaşma konusunu irdeleyen makaledir. Bu çalışmada, akıllı uzmanlaşma stratejilerinin çok disiplinli, çok düzeyli ve çok bağlamlı boyutlarının araştırılmasında yapılan sistematik literatür taramasında bibliyometrik analiz yöntemi uygulanmıştır. Yakın zamanda ortaya çıkan çok yönlü akıllı uzmanlaşma olgusunun haritalandırılmasında niteliksel yönler de dahil olmak üzere nicel temelli ortak atıf analizleri uygulanmıştır. Veri toplama

aşamasında Web of Science ve Scopus akademik yayın veri portallarından yararlanılmıştır. Makale; hakemli belgelerin, atıf yapılan referansların, ortak atıf yapılan kaynakların, ortak atıf yapılan yazarların, kuruluşların ve ülkelerin analizini içermektedir. Bununla birlikte, konuya ilişkin içgörü oluşturmak adına, makalede eş yazarlık ve bibliyografik eşleşme haritalarına yer verilmiştir. Elde edilen bulgular, ilgili stratejilere karşı aşinalığın artırılması için akıllı uzmanlık üzerine ileri araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu vurgulamaktadır.

KAYNAKLAR

1. Yigitcanlar, T. vd. (2007) 'Travel self-containment in master planned estates: analysis of recent Australian trends', Urban Policy and Research, Vol. 25, No. 1, pp.129–149.
2. Yigitcanlar, T. (Ed.) (2010) Sustainable Urban and Regional Infrastructure Development: Technologies, Applications and Management: Technologies, Applications and Management, IGI Global, Hersey.
3. Yigitcanlar, T. ve Dur, F. (2010) 'Developing a sustainability assessment model: the sustainable infrastructure, land-use, environment

- and transport model', Sustainability, Vol. 2, No. 1, pp.321–340.
4. Dizdaroglu, D. ve Yigitcanlar, T. (2016) 'Integrating urban ecosystem sustainability assessment into policy-making: insights from the Gold Coast city', Journal of Environmental Planning and Management, Vol. 59, No. 11, pp.1982–2006.
 5. Baum, S., O'Connor, K. ve Yigitcanlar, T. (2009) 'The implications of creative industries for regional outcomes', International Journal of Foresight and Innovation Policy, Vol. 5, Nos. 1/3, pp.44–64.
 6. Sarimin, M. ve Yigitcanlar, T. (2012) 'Towards a comprehensive and integrated knowledge-based urban development model: status quo and directions', International Journal of Knowledge-Based Development, Vol. 3, No. 2, pp.175–192.
 7. Carrillo, J. vd. (2014) Knowledge and the City: Concepts, Applications and Trends of Knowledge-Based Urban Development, Routledge, New York.
 8. Yigitcanlar, T. (2016) Technology and the City: Systems, Applications and Implications, Routledge, New York.
 9. Trindade, E.P. vd. (2017) 'Sustainable development of smart cities: a systematic review of the literature', Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, Vol. 3, No. 1, p.11.
 10. Lara, A.P. vd. (2016) 'Smartness that matters: towards a comprehensive and human-centred characterisation of smart cities', Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, Vol. 2, No. 1, pp.1–13.
 11. Vanolo A. (2014). Smartmentality: The Smart City as Disciplinary Strategy. Urban Studies. 2014;51(5):883-898.
 12. Harrison, C. vd. (2010). Foundations for Smarter Cities, IBM Journal of Research and Development, 54(4), pp.1-16.
 13. Yiğitcanlar vd. (2018). Understanding 'smart cities': Intertwining development drivers with Desired Outcomes In a Multidimensional Framework, Cities, 81, pp.145-160.

BİR KENT MARKASI OLARAK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Günümüzde kentler, tıpkı bireysel işletmeler gibi sürekli değişen ve gelişen teknolojilerle birlikte ve artan rekabet ortamında niteliksel olarak büyümelerinin yanı sıra, sürdürülebilir olmak konusunda da yarışmaktadır.



PROF. DR. HATİCE AYATAÇ

İTÜ MİMARLIK FAKÜLTESİ
ŞEHİR VE BÖLGE PLANLAMA BÖLÜMÜ
ÖĞRETİM ÜYESİ

KENTSEV YÖNETİM KURULU ÜYESİ

İTÜ, BİLİM MÜHENDİSLİK VE TEKNOLOJİDE
KADIN ARAŞTIRMALARI VE UYGULAMA
MERKEZİ MÜDÜRÜ

Kentler küresel olduğu kadar yerelde de kendi aralarında farklılaşma, öne geçme, memnuniyet düzeyini artırma, daha yaygın ve çeşitli gruplara hitap etme, tanınma ve olumlu bir algı yaratma çabaları vardır. Birçok kent için Marka yaratma stratejisi ziyaretçilerini, yatırımcıları çekmeyi hedeflemektedir. Oysa yerin markalaşması yaşanabilir ve sürdürülebilir bir kalkınmayı da hedefler içerisinde değerlendirmelidir (1).

Sürdürülebilirlik kavramının en yalın tanımı, insanların dünyaya ve yaşadıkları yerleşmelere doğrudan etkisidir. Sürdürülebilirlik ile yer markalama ilişkisi literatürde çok fazla sorgulanmamasına rağmen bazı araştırmacılar tarafından değerlendirilmiştir. Birçok kent ve yerleşme sosyal ve ekonomik marka değerlerini tanımlarken çevresel sürdürülebilirlik boyutuna da odaklanmaktadır ve şehirlerin özellikle yer markası tanımında sürdürülebilirliği bütünsel bir bakış açısıyla değerlendirilmektedir (2).

Sürdürülebilirliği kullanarak bir kent markası yaratan en iyi örnek, kentsel sürdürülebilirliğin öncüsü olmak için “En Yeşil Şehir Eylem Planını” iddialı bir şekilde uygulayan, Kanada / Vancouver kentidir. En yeşil şehir olma iddiası mesnetsiz değildir: Vancouver, Economist’in Küresel Yaşanabilirlik Sıralamasında üçüncü (2016) ve Dünya Ekonomik Forumunun Yeşil Görüş Endeksi’nde birinci olarak birçok popüler listede üst sıralarda yer almıştır.

Başka bir örnek, Norveç’in başkentidir: geniş paydaş katılımı yöntemi ile, Oslo genç ve öncü bir şehirdir (Project Oslo Region 2015). Oslo’nun nüfusu genç ve iyi eğitilmiş olduğu için bu pozisyonu ve marka değeri hem büyümeyi hedefliyor hem de güvenilirliğini koruyor. Her iki kent de iyi bir marka kentin önemli özellikleri olan, ilham verici ve güvenilir bir konum üstlenen küresel şehirlerin iki başarılı örneğidir.

Sürdürülebilirlik kavramının en yalın tanımı, insanların dünyaya ve yaşadıkları yerleşmelere doğrudan etkisidir.

Bununla birlikte, yerlerin marka değeri kazanması zorlu bir süreçtir çünkü çoğu yerin kaynak kısıtlamaları ve koordinasyon sorunları vardır. Oslo projesi de seminerler, çalıştaylar, derinlemesine görüşmeler, internet anketleri ve toplantılar dahil olmak üzere muazzam kaynaklar ve kapsamlı faaliyetler gerçekleştirilmiştir. Birçok yer, özellikle dünya çapındaki küçük kasabalar, bir yer markası konumunu titizlikle geliştirmek için gereken kaynaklara sınırlı erişime sahip olabilir.

Sürdürülebilirlik birincil olarak nesiller arası eşitliği hedefler. Nesiller arası eşitlik, bugün gerçekleşen süreçlerin gelecek nesiller üzerindeki olumsuz etkileri azaltırken olumlu etkilerinin artırılmasını gerektirir. Nesiller arası eşitlik, kaynakların tahsisine ile ilgilidir ve diğer gruplardaki insanların refahını etkiler. Sürdürülebilirliğin ikincil hedefi üç kavram özelinde, çevresel kalite, ekonomik refah ve sosyal adalet ile açıklanır (3). Yer yönetimi bağlamında,

yerlerin sürdürülebilirliği veya yer sürdürülebilirliği, yerdeki olumlu ekolojik, toplumsal, ekonomik ve diğer süreçleri anlamaya ve bunlara katkıda bulunmaya çalışan bir kavramdır.

Yerlerin sürdürülebilirliği karmaşık bir konudur çünkü şehirler ve kasabalardaki yapısal çevre, doğa ve insanlar gibi çeşitli ve iç içe geçmiş unsurlar arasındaki etkileşimlerle ilgilidir. Mevcut literatür yerin sürdürülebilirliğini doğal çevre, yapısal çevre, su ve atık yönetimi, ulaşım, enerji, ekonomi, eğitim, refah, sağlık ve güvenlik ve yönetim ve vatandaş katılımını açıklayan boyutları ile tanımlamaktadır.

Yer markalama ve sürdürülebilirliği birbirine bağlayan araştırmaların görece eksikliğine rağmen, yer markalama ve sürdürülebilirlik arasındaki boşluğu kapatmaya yönelik çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Örneğin, Pant, bir dizi çevresel ve sosyal politika yoluyla habitat ve insan sermayesini yeniden nitelendirme sürecine odaklanarak ziyaretçileri ve yatırımcıları nasıl çekebileceğini ve memnun edebileceğini araştırmıştır (4).

Kolombiya'nın başkenti Bogota kenti, hem uluslararası hem de ulusal

gündemde sürdürülebilirliğin nasıl geliştirildiğinin bir başka mükemmel örneğidir. Bogota örneğinde, halka açık parkların yeniden tasarlanması, kaldırımların onarımı ve kentsel yenileme programları gibi yapısal çevrenin geliştirilmesi şeklinde projeler geliştirilmiştir.

Yerlerin sürdürülebilirliği karmaşık bir konudur çünkü şehirler ve kasabalardaki yapısal çevre, doğa ve insanlar gibi çeşitli ve iç içe geçmiş unsurlar arasındaki etkileşimlerle ilgilidir.

Bazı yerler için marka konumlarında sürdürülebilirlik terimini bilinçli olarak kullanmasalar da, yer sürdürülebilirliğinin bir veya daha fazla boyutunu temel olarak benimsemişlerdir. Colorado'da bir şehir olan Denver, doğal çevreyi göz önünde bulundurarak, kendisini sürdürülebilirlik konusunda lider bir şehir olarak konumlandırmak için 2006 yılında Greenprint Denver planını başlattı (Resim 1) Vancouver'ın En Yeşil Şehir eylem planı, yer sürdürülebilirliğinin doğal çevre boyutunu vurgulayarak



Resim 1. Hong Kong şehir markası / Bizim Hong Kong Markası - <https://bluecurrentgroup.com.hk/work/brand-hong-kong/>

kendini konumlandıran bir başka yer örneğidir. Chan ve Marafa, (5). Hong Kong'u inceledi ve şehrin "yeşil kaynaklarını" kullanan bir markalaşma çerçevesi önerdi (Resim 2). Peyzaj, markalaşma amacıyla kullanılan yerin sürdürülebilirliğinin başka bir boyutudur. Yeni Zelanda halkının görsel manzarayı kullanarak ülkeleri hakkında nasıl hikayeler anlattıklarını örnek göstererek güzel bir manzara ve yer markalaşması arasındaki ilişkiyi örneklendiren çalışmalar yapılmıştır.

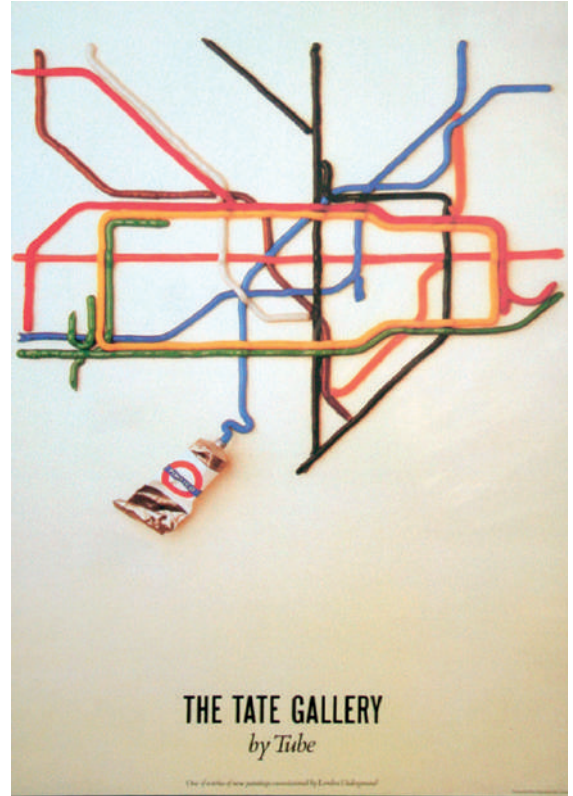


Resim 2. Greenprint Denver Kenti Logosu, Bir marka kent girişimidir <https://www.denvergov.org/Government/Agencies-Departments-Offices/Agencies-Departments-Offices-Directory/Marketing-Services/Brand-Guide/Logo-and-Seal>

Almanya, hükümetin somut bir yol haritasıyla, ülkeyi yenilenebilir kaynaklardan enerji üretiminde lider konuma getirmek için şu anda enerji dönüşümüne öncülük ediyor. Energywende geleneksel bir marka bilinci oluşturma kampanyası olmasa da, çeşitli haber bültenlerinde bildirildiği gibi, stratejilerinin etkisi ve başarısı Almanya'nın markasını önemli ölçüde güçlendirdi. İyi bağlantılı ve verimli bir kentsel ulaşım sistemi de bir yere markalaşmak için kullanılabilir. Londra Metrosu, şehri markalaştırmak için bir araç olarak kullanıldığından, Londra bunun en iyi örneğidir. Londra Metrosu haritasına genellikle modern bir ikon ve Londra'nın bir sembolü olarak atıfta bulunulur. Londralıların yüzde 95'inden fazlasının evlerinde

bulunan sevimli "Tüp Haritası"nın bir kopyası olduğu tahmin ediliyor (6). 1986 yılında David Booth tarafından tasarlanan, "Tate Gallery by Tube" adlı afişte Londra metro haritasının bilinirliğinden ustaca yararlanılmıştır (Resim 3). Afişte boya tüpü Tate Galerisi'nin hemen yanındaki metro istasyonu olan 'Pimlico'da gösterilmiştir. Metro hat çizgileri tüpten çıkmış boyalarla ifade edilerek

Erickson reklam ajansı tarafından Londra Hayvanat Bahçesini desteklemek için yapılan poster kampanyasında kullanılmıştır. 2009 itibarıyla Middlewick tarafından bulunan 38 hayvan imajı koleksiyonu telif hakkıyla korunan, tescilli bir marka olmuştur (8).



Resim 3. Londra Metrosu'nun Tüp Boyalar ile tasviri



Resim 4. illüstratör Paul Middlewick tarafından yaratılan Metrodaki Hayvanlar serisi Metro Haritasının kendi içinde bulunan hayvan imgelerinden türetilmiş ve tescilli bir marka olmuştur.

plastik sanatlara gönderme yapılmıştır. Tüpün üstünde ise Londra metrosu logosu ve istasyonun ismi kullanılmıştır (7). 1988'de illüstratör Paul Middlewick tarafından yaratılan Metrodaki Hayvanlar serisi Metro Haritasının kendi içinde bulunan hayvan imgelerinden oluşmaktadır (Resim 4). Bu çalışma, sadece Londra Metro haritasında bulunan hatlar, istasyonlar ve kavşak sembolleri kullanılarak bulunan hayvan karakterleri koleksiyonudur. 2003'de koleksiyonun konsepti McCann-

Bazı yerler ekonomik büyümeyi de yerin markası olarak benimsemiştir.

Dubai, şehrin ziyaretçileri, sakinleri ve yatırımcıları çekmek için marka konumu olarak dinamik bir ekonomiyi, zenginliği, gelişmişliği ve yeniliği nasıl kullanabileceğinin mükemmel bir örneğidir (9). Dubai de bu konumu güçlendirmek için çeşitli reklam stratejileri uygulamıştır. Ekonomik büyümeye odaklanan bir diğer şehir ise İtalya'nın Torino (Torino) şehridir. Markalaşma projeleri, "Passion Lives Here" (Tutkular Burada Yaşanır) kampanyası aracılığıyla bir kültür kutlamasını harmanlayarak Torino'yu yaratıcı bir şehir olarak konumlandırmayı amaçladı. Torino örneğinde, "tutku" terimi, yerin şenliğini ifade ediyordu.

Barselona, kendisini bir kültürel şehir olarak konumlandırmak için Raval Bölgesi'nin şenliğini veya yaşamını benimsemiştir.

Bir yerin şenlikliliği veya neşeliliği ve sosyallığı de birçok yer için bir marka konumu olarak kullanılmıştır. Örneğin Barselona, kendisini bir kültürel şehir olarak konumlandırmak için Raval Bölgesi'nin şenliğini veya yaşamını benimsemiştir. Aynı şekilde, Çin'in merkezi hükümeti, Pekin'i yaşanabilir ve şenlikli olarak konumlandırmak için şehri uluslararası bir megalopol olarak markalamaya çalıştı. 2000'li yıllardaki markalaşma çabalarını 2008 Olimpiyat Oyunları etrafında ünlü bir şekilde merkeze alarak Pekin'in bir kültür merkezi ve insan yerleşimine uygun bir şehir olarak algılanmasını istediler. Ancak, bu tür faaliyetlerin bir dezavantajı, Pekin

sakinlerinin hükümet tarafından yansıtılan imajı tanınamalarıydı. Sakinler, markalaşma çabasının, şehrin geleneksel değerlere ve kültüre dayalı olarak konumlandırılmasından ziyade turistlere tanıtımının vurgulandığını hissetmekteydiler (10).

Bu makalede, markalama ve sürdürülebilirlik arasındaki bağlantı değerlendirilmiştir. Bir yer markası, marka kimliği, marka iletişimi, marka deneyimi ve marka bağlılığı gibi birçok temel marka bileşenine sahiptir. Mevcut literatür, bazı marka bileşenleri ve sürdürülebilirlik arasındaki bağlantıları katılım, iletişim, deneyimlere bağlı yorumlamaktadır. Marka Kent planlamasında daha katılımcı ve demokratik bir süreç benimsenerek yönetim geliştirilebilir, paydaşların dahil edilmesi, şeffaflık ve işbirliğini teşvik etmek, aynı zamanda kamu, özel sektör arasında güçlü işbirlikçi eylemler geliştirilmelidir. Kısacası, markalaşma sadece rekabetçi değil, aynı zamanda sorumlu ve sürdürülebilir şehirler inşa etmek için de bir araç olarak kullanılmalıdır.

KAYNAKLAR

1. Taecharungroj, V., Muthuta, M., Boonchaiyapruerk, P., 2019. "Sustainability as a place brand position: a resident-centric analysis of the ten towns in the vicinity of Bangkok", *Place Branding and Public Diplomacy* 15(3), 210-228.
2. Zavattaro, S. M. (2014). Re-imagining the sustainability narrative in US cities. *Journal of Place Management and Development*, 7(3), pp. 189-205.
3. Mori, K., and A. Christodoulou. 2012. Review of sustainability

indices and indicators: Towards a new City Sustainability Index (CSI). *Environmental Impact Assessment Review* 32 (1): 94-106.

4. Pant, D.R. 2005. A place brand strategy for the Republic of Armenia: 'Quality of context' and 'sustainability' as competitive advantage. *Place Branding and Public Diplomacy* 1 (3): 273-282
5. Chan, C.-S., and L.M. Marafa. 2016. The green branding of Hong Kong: Visitors' and residents' perceptions. *Journal of Place Management and Development* 9 (3): 289-312 *Insch*, 2014
6. Vertesi, J. (2008). Mind the gap the London under-ground map and users' representations of urban space. *Social Studies of Science*, 38(1), pp. 7-33.
7. Uyan Dur B. İ., 2013. Henry C. Beck'in "Londra Metro Hattı Haritası"nın İletişim Tasarımı Açısından İncelenmesi Ve Günümüz Tasarımına Etkileri, *İletişimde Tasarım, Tasarımda İletişim Konulu Uluslararası Sempozyum, Kütahya*.
8. Lee, H., and D. Jain. 2009. Dubai's brand assessment success and failure in brand management-Part 1. *Place Branding and Public Diplomacy* 5 (3): 234-246.
9. URL 1, <https://animalsontheunderground.com/> The shape of a pig seen in the lines of the London Underground map, from Paul Middlewick's *Animals on the Underground*
10. Zhang, L., Zhao, S. (2009) City branding and the Olympic effect: A case study of Beijing. *Cities*, 26, 245-254.

KENT İMAJININ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: KÜLTÜR ODAKLI KENT MARKALAMA STRATEJİLERİ

Sanayi Devrimi ile hızla büyümeye başlayan kentler, yatırımcı çekme, daha fazla kişi tarafından ziyaret edilme yarışı içerisinde olan ve buldukları ülkelerin ekonomilerine yön veren ekonomik, siyasi ve kültürel roller üstlenen coğrafi alanlardır.



DOÇ. DR. İLKNUR DOĞU ÖZTÜRK

DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
ÖĞRETİM ÜYESİ

Bugün dünya nüfusunun yaklaşık yarısı kentsel alanlarda yaşamakta ve bu oranın 2050'ye kadar üçte ikiye çıkması öngörülmektedir. Avrupa'daki nüfusun yaklaşık %75'i şehirlerde yaşamaktadır (1). Kentlerde nüfus yoğunluğunun hızla artması, doğal kaynakların hızla tükenmesine, gıda ve barınma ihtiyacı ile birlikte üretilen çöp ve atık miktarının artmasına yol açmaktadır. Tüm bu sorunlar ise kentlerin sürdürülebilirlik konusuna eğilmesini gerektirmektedir.

Ekonomik, sosyal ve kültürel yönler arasındaki ilişkiyi gösteren bir vizyonu gerektiren sürdürülebilirlik, yenilenemeyen kaynakların toplum ve devlet yararına kabul edilebilir bir maliyetle korunmasını ifade etmektedir. (2). Kentin sürdürülebilirliği sadece yer altı ve yer üstü kaynaklarına sahip çıkılmasını,

enerji kaynaklarının verimli kullanılmasını ve karbon ayak izlerini azaltmayı değil aynı zamanda kentin belleğini, tarihini, kültürel mirasını ve kentin değerlerini korumayı, gelecek nesillere taşımayı da içermektedir. Böylece ekolojik olarak koruma odaklı ve sakinleri ile ziyaretçilerinin yaşam kalitesinin artırılmasına çalışan kentlerin sürdürülebilir olmaları kent kimliğinin ve imajının önemli bir parçası haline almaktadır. İmaj yoluyla, gidilmesi, görülmesi istenen yer olarak zihinlerde bir konum kazanmak hedeflenmektedir. Bir kentin gezilip görülmeye, yaşanmaya değer bir yer olarak imajının oluşması markalaşma ile gerçekleşebilmektedir. Kentin uluslararası düzeyde yatırım yapılabilir bir yer olarak algılanmasını sağlayan tüm faaliyetler kentin imajına katkıda bulunmaktadır. Kenti işaret eden tüm bilgilerin rekabet gücü yaratacak

önemli bir kaynağa dönüştüğü kent markalama sürecinde marka imajı, gelişiminin ve refahının da önemli kriteri olmaktadır (3).

Ekonomik, sosyal ve kültürel yönler arasındaki ilişkiyi gösteren bir vizyonu gerektiren sürdürülebilirlik, yenilenemeyen kaynakların toplum ve devlet yararına kabul edilebilir bir maliyetle korunmasını ifade etmektedir.

Ülke, bölge ya da kentlerin markalama çalışmaları, şehir planlaması, endüstri, turizm ve kültürün tanıtımı için bir planlama yapmayı sağlamaktadır. Bir kent markası, kentin diğer kentlerle rekabet gücünü arttıran ayırt edici özelliklerine dikkat çekmekte, sermaye, altyapı yatırımı ve kamu politikaları arasında işbirlikçi bir yapı yaratmaktadır (4). Kentlerin marka haline gelmesi, cazip istihdam olanakları, uygun fiyatlı konut sağlayabilmesi, makul toplu taşıma ağına sahip olması, makul bir iklim, iyi okullar ve kültürel etkinlikler gibi unsurları kapsamaktadır (5).

Bir kentin özgün ve önemli niteliklerinin ön plana çıkarılması o yerin yerel, ulusal, uluslararası hedef kitle zihninde konumlanarak marka olmasını sağlamaktadır. Başarılı bir yer imajının yaratılması ve bu imaja ilişkin doğru algılamının gerçekleştirilebilmesi söz konusu

çalışmaların stratejik olarak yürütülmesini gerektirmektedir. İki yönlü bir iletişim şekli olan markalaşma süreci içinde marka kavramının merkezinde, kalite ve değer algıları ve marka ilişkileri ile duyguları içeren marka imajı yer almaktadır (6). Bir kentin marka olması, kültürel mirasına, çevresine ve doğal kaynaklarına, o yere özgü ürünlere, üretim faaliyetlerine bağlıdır.

Bazı kentler buldukları ülkelerden daha fazla bilinmekte ve merak uyandırmaktadır. Avusturya bilinir ancak en fazla görülmek istenen kenti Viyana'dır. İtalya'nın marka bir ülke olmasında Venedik, Floransa ve Roma gibi tarihi kentlerinin büyük payı bulunmaktadır. Kentlerin ilgi çekici olmasını ve bu ilginin de devamlılığını sağlamak için yararlanılan markalaşma faaliyetleri için kültür önemli veriler sağlamaktadır. Kentin önemli simge ve sembolleri ile kültür, imaj kazanımına ve imajın sürdürülebilirliğine dahil edilmektedir (7).

Kültürü basit bir biçimde bir yerde yaşayanların maddi ve manevi ya da soyut ve somut üretimlerinin göstergelerinden oluşan bütün olarak ifade etmek mümkündür. Kültür, halkın kimliğini, geçmişini ifade ettiği ve önemli bir sermaye değeri taşıdığı gibi bir kentte ekonomik büyümenin, turizm potansiyelinin ve kente ilişkin iletişim faaliyetlerinin de temel kaynağı durumundadır. Kentlere ilişkin faaliyetler için oldukça zaruri bir kavram olması kültürü,

kent imajının oluşmasında ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemli öğeler arasında konumlandırmaktadır. Tarihi ve kültürel miras olma özelliği taşıyan mekanlar ve yerler, kentlerin imajının önemli yapıtaşlarıdır ve kimliklerinin önemli birer parçasıdır (8).

Kentin uluslararası düzeyde yatırım yapılabilir bir yer olarak algılanmasını sağlayan tüm faaliyetler kentin imajına katkıda bulunmaktadır.

İmaj bir markanın temsil ettikleri ile ilgili görüşlerdir. Kültür üzerine temellenen sürdürülebilir kent imajının etkisi çok yönlü olmaktadır. Bir bölgenin kentsel dönüşümünde müze, sergi salonu, sanat toplulukları ve kültür merkezi gibi yapılardan oluşan bölgelere yer verilmesi oldukça yaygındır. Kültürel bölgeler, yerel bir kültürü temsil eden varlıklara ihtiyaç duymakta ve genellikle tarihi yerlerde kurularak, doğrudan yerli ya da yabancı turist çekme potansiyeli taşımaktadır. Kültürel bölgeler kurulması otel, ulaşım, el sanatları ve tasarım ürünlerinin satışı ve daha pek çok hizmetin sunulmasını gerektirmektedir. Tüm bunlar ekonomik, sosyal ve kültürel dönüşüm yaratmak ile kentlerin itibar kazanmasını, sürdürülebilir uluslararası imajlarının oluşmasını



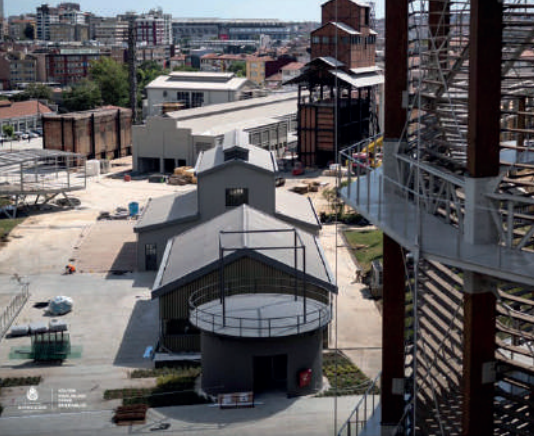
da sağlamaktadır. Kentlerin kültür gibi özgün kaynaklarının kent markasına etki etmesi fiziksel olmayan unsurları kullanarak imajını da görselleştirmektedir (4).

Kentlerin birçok özelliğinden imajının oluşmasında yararlanılmaktadır. Kentsel dönüşüm projeleri, şehir hayatı ve eğlence kültürü, imza niteliğindeki mimari yapılar ve kültürel etkinlikler bu özellikler arasındadır. Bir kentin meydanları, sarayları gibi kamusal mekanları ve tarihi merkezleri, çeşitli festivallere, kültürel etkinliklere ve şenliklere ev sahipliği yapması, sosyal yaşamı daha kaliteli hale getiren yeşil alanların ve parkların çeşitliliği sürdürülebilir bir kent imajı yaratmaya yansımaktadır.

Marka şehir imajına sahip kentler küresel kentler, ulusal marka kentler ve bölgesel kentler şeklinde sınıflandırılmaktadır. İstanbul tüm dünya tarafından bilinen ziyaret edilme çekiciliği yaratan imaja sahip olan kentlere örnektir. İstanbul'da doğu ve batı arasında köprü kurabilme niteliği ile köklü bir geçmişe ve zengin bir kültürel birikime sahiptir. Bu birikimin göstergesi olan Ayasofya Camii ve Müzesi, İstanbul Arkeoloji Müzesi, gibi kültürel yapıların yer aldığı tarihi yarımada kentin imajının önemli kaynakları arasındadır.

Kültür üzerine sürdürülebilir bir kent imajı yaratmak ile ilgili en bilinen örneklerden birisi eski sanayi şehri Bilbao'nun sanat

ortamı ve sürdürülebilir bir kent olarak imaj elde etmesini sağlayan Guggenheim Müzesi'dir. Philip Kotler, Guggenheim Müzesinin sanayi şehri Bilbao'nun güçlü şehir markası olarak konumlanmasında rolü olduğunu vurgular. Müzenin farklı mimari yapısının şehrin geçmişte sanayi kenti olmasının kültürel birikimini yansıttığını, kentin endüstriyel faaliyetini hizmete dayalı bir ekonomiye dönüştürdüğünü belirtir. Kentin geçmişten bugüne dönüşümü müze ile temsil edilmektedir. Fransesc Munoz'a göre de Bilbao, başarılı bir şehir markalaşması örneğidir çünkü Guggenheim Müzesi, iddialı bir stratejik planın tamamlanmasını temsil eder (9).



İstanbul tüm dünya tarafından bilinen ziyaret edilme çekiciliği yaratan imaja sahip olan kentlere örnektir.

Faaliyetine son verilen sanayi tesisleri de buldukları kentlerin sanayileşme tarihini yansıtan tarihi yerler olarak kent

yönetimlerinin dikkatle kente uyumlaması beklenen yapılarıdır. Marka kent imajının sürdürülebilirliği için kültür sanat merkezi olarak dönüştürülen kültürel faaliyetlere ev sahipliği yapan sanayi tesisleri buldukları kentin ticari canlılığına, olumlu izlenim edinmesine, kent varlıklarının sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. Kültür sanat odaklı mekanlar sadece ev gibi rahatlık sağlayan ya da etkinlik yapılan alanlar değil aynı zamanda insanların ev ve iş dışında sosyalleşmesini sağlayan üçüncü yerler olarak

tanımlanır. Bu nedenle de kent imajının oluşmasında bu imajın sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemli rol oynar (10).

İstanbul'un aydınlanma ve yakıt ihtiyacını karşılayan 130 yıllık Hasanpaşa Gazhanesi de teknolojisinin eskimesi ve çevreye zarar vermeme gerekçeleri ile üretimine son verilen bir sanayi tesisi örneğidir. Sanayi alanında önemli bir miras durumunda olan gazhane müze ve yaşam alanı olarak hizmet vermeye başlamıştır (11).



Kültürel bölgeler, yerel bir kültürü temsil eden varlıklara ihtiyaç duymakta ve genellikle tarihi yerlerde kurularak, doğrudan yerli ya da yabancı turist çekme potansiyeli taşımaktadır.



Mercedes-Benz Müzesi ve Porsche-Museum da Almanya Stuttgart'da bulunan imza niteliğinde mimari yapılar ve kentin belleğinin, üretim alanlarının korunarak sahiplenildiği ve sergilendiği mekanlara örnektir (13).

Sürdürülebilir, doğa dostu, yaratıcı, sosyal ve kültürel olanakları bulunan iyi bir kent imajı sakinlerine ve potansiyel ziyaretçilerine çeşitli deneyim olanakları sunmaktadır. Turistik bölgelerde bulunmak, kentin tarihini temsil eden eserlerin sergilendiği müzeleri gezmek, kültür ve sanat festivallerine katılmak gibi deneyimler kent imajına entegre edilmektedir.

Sürdürülebilir, doğa dostu, yaratıcı, sosyal ve kültürel olanakları bulunan iyi bir kent imajı sakinlerine ve potansiyel ziyaretçilerine çeşitli deneyim olanakları sunmaktadır.

Sonuç olarak, kentler açısından sürdürülebilirlik hem kentlerin geleceğini hem de ekonomik, ekolojik ve sosyal olmakla birlikte kültürel sürdürülebilirliğe de katkı sağlayarak sürdürülebilir bir kent imajı kazanmakla ilgilidir. İstanbul, Bilbao ve Stuttgart örnekleri gösteriyor ki topluma, sürdürülebilir ve kaliteli bir kent yaşamını vaat eden kent imajının kültürden bağımsız olması mümkün değildir. Yaşamak ya da ziyaret etmek için büyük istek uyandıran ve çok fazla tercih edilen kentlerin ticari olanakları, sahip olduğu doğal varlıkları, kentin tarihi, kültürel birikimi ve sanat ile ilişkisi gibi kaynakları ön plana çıkmaktadır. Bu kaynakların değerlendirilmesi ile bir kimlik yaratılması ve sürdürülebilir bir marka kent imajı elde edilmesi, kentlerin ayırt edici özelliklerini ortaya çıkarmayı sağlamakla mümkün olmaktadır. Kültürel mirasın korunması, toplumsal bellek ve kimlik kavramlarının entegre edilmesi, yeni bireylerin katılımı ile kitleler oluşturabilme, diyalog kurabilme ve sanatsal canlılık yaratan

etkinlikler, mekanlar, kurumlar ve oluşumlar sürdürülebilir kent imajını yaratmaktadır. Kültürün korunmasını ve aktarılmasını sağlayan mekanlar (müzeler, sergi salonları, kültür merkezleri vb.) bir kentin kimliğinin önemli parçaları ve kıymetli birer markalaşma öğeleri olarak önem taşımaktadır.

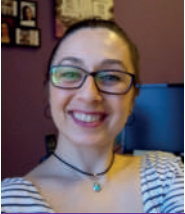
KAYNAKÇA

1. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=The_EU_in_the_world__population#Urban_populations
2. Rehan, R. M. (2014). Urban branding as an effective sustainability tool in urban development. Hbrc Journal, 10(2), 222-230.
3. Anholt, S. (2011). Yerlerin markalaşması kimlik, imaj, itibar. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
4. Kaefer, F. (2021). Insider's Guide to Place Branding. Springer International Publishing.

5. Winfield-Pfefferkorn, J. (2005). Exploring city branding and the importance of brand image. Master of Arts in Advertising Design at the Graduate School of Syracuse University. Erişim adresi: http://culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/nation_branding/The_Branding_Of_Cities_-_Julia_Winfield-Pfefferkorn.pdf
6. Kavaratzis, M. ve Ashworth, G. J. (2005). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick? *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 96(5), 506-514.
7. Hatch, M. J. ve Schultz, M. (2002). The dynamics of organizational identity. *Human Relations*, 55(8), 989-1018.
8. Santagata, W. (2002). Cultural districts, property rights and sustainable economic growth. *International journal of urban and regional research*, 26(1), 9-23.
9. <https://placebrandobserver.com/interview-philip-kotler/>
10. Lim, Y., Im, D. U., & Lee, J. (2019). Promoting the sustainability of city communities through 'Voluntary Arts Activities' at regenerated cultural arts spaces: A focus on the combination of the 'Democratization of Culture'and 'Cultural Democracy'perspectives. *Sustainability*, 11(16), 4400.
11. <https://muzegazhane.istanbul/>
12. Lim, Y., Im, D. U., & Lee, J. (2019). Promoting the sustainability of city communities through 'Voluntary Arts Activities' at regenerated cultural arts spaces: A focus on the combination of the 'Democratization of Culture'and 'Cultural Democracy'perspectives. *Sustainability*, 11(16), 4400.
13. Rehan, R. M. (2014). Urban branding as an effective sustainability tool in urban development. *Hbrc Journal*, 10(2), 222-230.

SÜRDÜRÜLEBİLİR ŞEHİR MARKALAŞMASINDA GERÇEKLİK TEKNOLOJİLERİ

Sürdürülebilir marka şehir yaratma olgusu, şehrin konumu, mimarisi, tarihi, kültürü, altyapısı ekonomisi gibi kendine has özellikleriyle yaşam standartlarının artırılması, doğal kaynakların ve çevrenin korunması ile elde edilebilmektedir.



DOÇ. DR. BANU KÜÇÜKSARAÇ

KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ
ÖĞRETİM ÜYESİ

Kentleşmenin hızlı artışıyla beraber, küresel iklim değişikliğinin etkilerinin yoğun bir şekilde hissedildiği günümüzde, sürdürülebilir şehirler de giderek önem kazanmaktadır. Hava kirliliğini ve karbon emisyonlarını azaltmak, hava kalitesini artırmak ve doğal kaynakları korumak için çevre dostu uygulamaları, yeşil alanları ve destekleyici teknolojileri kentsel çevreye dâhil eden sürdürülebilir şehirler, sosyal ve ekonomik açıdan kalkınmayı gerçekleştirirken aynı zamanda doğal kaynakları az tüketen ve yenilenebilir hale getirmeye çalışan yerleşim birimleridir.

Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun 1987 yılında yayınladığı raporda "bugünün gereksinim ve beklentilerini, gelecek nesillerin kendi gereksinim ve beklentilerini karşılayabilme olanaklarından ödün vermeksizin karşılayabilmek" şeklinde ifade ettiği

sürdürülebilir kalkınma ve hedefleri doğrultusunda çevre dostu şehirler yaratmak misyonuyla ortaya çıkan sürdürülebilir şehir, kentsel planlama ve şehir yönetimi yoluyla sosyal, çevresel ve ekonomik boyutların dikkate alınarak tasarlandığı bir şehirdir.

İnsan sağlığı, kaliteli yaşam, eşitlik ve adalet, güvenlik, eğitim, ulaşım, barınma, sosyal-kültürel yaşam sürdürülebilir şehrin sosyal boyutunu oluştururken, doğayı korumaya yönelik kaynakların verimli kullanılması, çevre kirliliğinin en aza indirgenmesi için sera gazının azaltımı, enerji verimliliği, biyoçeşitlilik, su kalitesi, hava kalitesi, atık yönetimi, afete hazırlık ve yeşil alanlara yönelik çalışmalar çevresel boyutu oluşturmaktadır. İstihdam, ekonomik refah ve büyüme, enerji dışa bağımlılığının azaltılması, tarım ve turizme yönelik çalışmalar da sürdürülebilir şehrin ekonomik boyutunu

ifade etmektedir. Bu boyutlar aynı zamanda sürdürülebilir marka şehir olmanın önemli yapı taşlarını oluşturmaktadır.

Yeşil alanları ve destekleyici teknolojileri kentsel çevreye dâhil eden sürdürülebilir şehirler, sosyal ve ekonomik açıdan kalkınmayı da gerçekleştirirler.

Sürdürülebilir marka şehir yaratma olgusu, şehrin konumu, mimarisi, tarihi, kültürü, altyapısı ekonomisi gibi kendine has özellikleriyle yaşam standartlarının artırılması, doğal kaynakların ve çevrenin korunması ile elde edilebilmektedir. Burada kamu hizmetlerinin iyileştirilmesi, yaşam kalitesinin artırılması gibi ekonomik yapılanmalar ile birlikte şehrin sosyal açıdan kendi varlığını sürdürülebilmesi ve şehre ait kaynakların, kültürel ve çevresel değerlerin göz önünde bulundurulması gerekmektedir².

Sürdürülebilir şehir markalaşması için gerekli olan bu koşulların sağlanması, içinde bulunduğumuz çağda bilgi ve teknoloji ile mümkün hale gelebilmektedir. Günümüzde kullanılan dijital araçlar ve görselleştirme teknolojileri, sürdürülebilir marka şehirlerin planlanmasına ve tasarlanmasına yardımcı olmaktadır. Gerçeklik teknolojileri olarak ifade ettiğimiz artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik

teknolojileri de bu teknolojiler arasında yer almaktadır.

Artırılmış gerçeklik, gerçek dünya ile sanal dünya arasında sağlanan bağlantı ile her iki türdeki nesnelere eş zamanlı etkileşimin yaratıldığı yeni nesil teknoloji olarak tanımlanmakta³ dijital girdileri ve nesnelere fiziksel ortama gömerek onu zenginleştirmektedir. Başka bir ifadeyle, gerçek dünya alanının bilgisayarda üretilen ses, video, grafik, animasyon, GPS konum bilgisi gibi dijital veriyle birleştirilmesi olarak ifade edilebilmektedir. Akıllı telefonlar, tabletler, gözlükler, kontakt lensler veya diğer şeffaf yüzeyler gibi cihazlarla kullanılabilen teknoloji, sürükleyici bir deneyime imkan vererek fiziksel dünyayı sanal dünya ile mekânsal olarak birleştirmektedir.

Sanal gerçeklik ise, kullanıcıların dijital alanda yeni şeyler keşfetmeleri, düşünce ve fikirlerini paylaşmaları ve yeni deneyimleri yaşamaları için tasarlanmış, gerçek zamanlı ve çoklu duyuşsal etkileşimler sağlayan sürükleyici bir ortam olarak ifade edilmektedir.⁴ Bir başka ifadeyle sanal gerçeklik, alternatif, tamamen ayrı, dijital olarak oluşturulmuş yapay bir ortamdır. Kullanıcılar sanal gerçeklikte kendilerini kaptırdıklarını, farklı bir dünyada bulduklarını ve tıpkı fiziksel çevrede olduğu gibi benzer şekillerde çalıştıklarını hissetmektedir⁵. Dolayısıyla sanal gerçeklikte, aslında orada olmayan, ancak tat, koku, dokunma, görme ve duyma gibi duyularımızla gerçek dünyada olduğu gibi algılanması gereken bir gerçeklik versiyonu⁶ ve bir kullanıcının yaşadığı gerçek

veya simüle edilmiş sanal bir ortam söz konusudur⁷. Daldırma kaskları, sanal gerçeklik kulaklıkları ve çok yönlü koşu bantları gibi özel çok sensörlü ekipmanların yardımıyla, kullanıcı deneyimi görme, ses, dokunma, hareket ve sanal nesnelere doğal etkileşim yöntemleriyle güçlendirilmektedir⁸.

Askeri, endüstri, oyun, eğlence, sanat, mimari, sağlık, eğitim, pazarlama, turizm gibi alanlarda her geçen gün kullanımı artan gerçeklik teknolojilerinin, sosyal, ekonomik, çevresel sürdürülebilirliği sağlamak, yaşamı kolaylaştırmak ve yaşam kalitesini artırmak amacıyla şehirler tarafından kullanımı da önem kazanmaktadır.⁹ Etkileşimli platformlar olmalarından dolayı, şehirlerin yenilikçi yaklaşımlarla bütünleşerek sürdürülebilirliklerine katkı sağlayan gerçeklik teknolojileri, insan yaşamına kolaylık sağlamak ve sürdürülebilir kalkınmayı desteklemektedir.¹⁰

Günümüzde kullanılan dijital araçlar ve görselleştirme teknolojileri, sürdürülebilir marka şehirlerin planlanmasına ve tasarlanmasına yardımcı olmaktadır.

Veri modelleme, veri görselleştirme, gerçek zamanlı simülasyon özellikleriyle iyi yönetim, çevresel koruma, ulaşım ve kentsel hareketlilik, halk sağlığı, kamusal güvenlik, kültürel miras ve

turizm başlıkları altında şehirlerin çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliklerine olumlu katkılar sağlamaktadır.

Demokratik bir yönetimin kurulması için gerekli katılımçılık, saydamlık, hesap verebilirlik, etkinlik, tutarlılık, adillik ve hukuka bağlılık gibi ilkeleri içeren¹¹ iyi yönetişimin gerçekleşmesi şeffaflık ve halkın katılımının yüksek olmasına bağlıdır. Bu bağlamda gerçeklik teknolojileri, vatandaşlar ve yöneticiler arasında etkin bir iletişim aracı olarak, aynı zamanda şehir planlamanın ortak bir mekânsal tasarım aracı olarak ortak tasarım süreçlerinde yönetişimi desteklemektedir¹².

Avustralya, Canberra’da, Transport Canberra, halkın rotalar, duraklar ve diğer değişiklikler hakkındaki görüşlerini paylaşabilmesi için hafif raylı sistem projesinin sanal gerçeklik turunu oluşturmuştur.

Gerçeklik teknolojileri ve uygulamaları aracılığıyla, şehirde yer alan her paydaş belediyelerin uygulamalarına erişebilmekte, görüntüleyebilmekte ve üzerinde değişiklikler yapabilmektedir. Dolayısıyla tüm paydaşlar, otoyollar, su ve enerji tesisleri, halka açık parklar, yeni toplu taşıma hatları ve istasyonlar vb. kamusal projelerin gerçeklik teknolojisi yardımıyla inşa edilmeden önce son halini detaylı olarak görebilmekte ve fikirlerini iletebilmektedir¹³. Bu teknolojilerin kullanımı paydaşların görselleştirme teknikleriyle projelerle etkileşime girmesine ve mekanı keşfetmesine yardımcı olmaktadır. Bu durum teknik açıdan donanımlı bireyler (planlamacı, tasarımcı, mimar), karar vericiler (yerel ve merkezi yönetim) ve yerel halk arasındaki işbirliğini kuvvetlendirerek ortak dil oluşumunu sağladığı gibi yönetişimin düzeyini ve kalitesini artırmaktadır.¹⁴

Avustralya, Canberra’da, Transport Canberra, halkın rotalar, duraklar ve diğer değişiklikler hakkındaki görüşlerini paylaşabilmesi için hafif raylı sistem projesinin sanal gerçeklik turunu oluşturmuştur. Ayrıca Canberra’nın Gungahlin semtinde tamamlanan otobüs durağının, paylaşımlı bölgenin

ve şehir merkezinin neye benzeyeceğini görmek ve söz sahibi olmak için sanal gerçeklik deneyimi inşa edilmiştir. Birleşik Krallık’da ise, London Cycling Campaign, bir bisiklet şeridini ve Londra Bulvarı’nın yüksek trafikli bölümü boyunca başka iyileştirmeleri halka önermek için sanal gerçekliği kullanmıştır¹⁵.

Gerçeklik teknolojileri, çevreyle ilgili güncel sorunları görselleştirilip, gerekli önlemlerin alınması ve planlamaların yapılmasının yanında insanların sürdürülebilir yaşam konusunda eğitilmesini sağlayarak çevrenin korunmasına da katkı sunmaktadır. Su, atık ya da afet yönetimi ile ilgili çevresel konulara yönelik sorunların fark edilerek, kaynakların etkili kullanımına ve çevresel farkındalığın artmasına yardımcı olmaktadır. Örneğin, bazı şehir çalışanları yeraltı çalışmalarında altyapı ve varlıkların bir görüntüsünü gerçek görüntünün üzerine yerleştiren mobil cihazlar kullanarak bir caddenin altında boruların nerede olduğunu görebilmekte ve çalışma koşullarını belirleyebilmektedir. Seattle bölgesindeki King ilçesi, bir atık su arıtma tesisinde operatörleri eğitmek için gerçeklik teknolojilerinden yararlanmaktadır.¹⁶ Güney İtalya’da



da, su kaynaklarının korunması ve doğru kullanımı amacıyla artırılmış gerçeklik uygulaması tasarlanmıştır.¹⁷

Gerçeklik teknolojileri, sürdürülebilir şehir olma yolunda ulaşım ve kentsel hareketlilikle ilgili sorunlara da çözümler üretmektedir. Gerçeklik teknolojileri, karayolu, demiryolu, deniz ya da hava yolu hizmetlerine ve aktif toplu taşımaya kadar çeşitli ulaşım sistemlerini birbirine bağlayan bir ağ oluşturarak, trafik olayları, zamanlama ve rota değişiklikleri, yolcu ihtiyaçları, araç bakımı ve sağlığı vb. gibi gerçek zamanlı bilgileri hem taşıt operatörlerine sağlamakta hem de şehir sakinlerine görsel ve işitsel olarak bu verileri sunabilmektedir. Böylece kentsel hareketliliği azaltarak trafik sıkışıklığından meydana gelen zaman kaybını

önlemekte ve araç kullanımından kaynaklı karbon salınımını azaltmaktadır.

Gerçeklik teknolojileri, sürdürülebilir şehir olma yolunda ulaşım ve kentsel hareketlilikle ilgili sorunlara da çözümler üretmektedir.

Gerçeklik teknolojileri, şehirdeki herhangi bir yerleşim yeriyle ilgili sağlık verilerine ulaşılabilmesi, salgın durumlarında gerekli tedbirlerin alınması ve ölçümlenmelerin yapılması, sağlıklı yaşam için yürüyüş ve bisiklet rotaları ile çevrede gezinme gibi

sağlıklı etkinliklerin önerilmesi, hava, su, toprağın kalitesi gibi sağlığı etkileyen bir dizi çevresel faktörün analizlerinin sunulması gibi halk sağlığını ilgilendiren konularda şehirlere katkı sağlamaktadır.¹⁸ Örneğin Çin'de Covid-19 salgınında vatandaşların ateşini ölçme ve yüz tanıma sistemleri gibi halk sağlığı için temassız ve hijyenik olabilecek artırılmış gerçeklik uygulaması geliştirilmiştir.

Gerçeklik teknolojileri, çevresel ve tehlikeli koşullarla ilgili verileri barındırarak tehlikeli durumlara ve kötü hava koşullarına karşı önceden hazırlıklı olabilme, tehlike anında operasyonlara yardımcı olabilme, geçmiş tehlikeleri gösterebilme, olası afet ya da tehlike durumlarını senaryolaştırabilme, noktasında şehirlerde afet ve acil durum yönetiminde kamusal güvenliği





sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. Örneğin New York Acil Durum Yönetimi Ofisi, Los Angeles Polis Departmanı (LAPD), DHS Federal Acil Durum Yönetim Ajansı vb. gibi çeşitli devlet kurumlarında gerçeklik teknolojileri kamusal güvenlik için kullanılmaktadır.

Gerçeklik teknolojilerinin sürdürülebilir marka şehirler için en somut ve yaygın kullanımı ise, kültürel miras ve turizm alanında karşımıza çıkmaktadır. Kullanıcılarına etkileşimli deneyimler sunması nedeniyle gerçeklik teknolojileri aracılığıyla tarihi binalar, eserler, anıtlar, kaleler, savaş alanları gibi kültürel miras öğelerinin 3D olarak canlandırılması (gerçekmiş gibi sanal olarak gezilip görülebilmesi) ve böylece tahrip edilmesinin önüne geçilerek korunması mümkün hale gelebilmektedir. Bu teknolojiler, değerli alanların ve nesnelerin korunmasını kolaylaştırmakta ve sürdürülebilirliği teşvik etmektedir. Örneğin, Çin'de Dunhuang mağaralarında turistlerin mağaradaki heykellere, duvarlara vb. değerli ve tarihi dokulara zarar vermesini önlemek amacıyla sanal gerçeklik sergisi geliştirilmiştir. Ayrıca, sanal gerçeklik teknolojisi seyahat etmek isteyen engelli bireylere destinasyonları

ziyaret imkanı da sunmuştur.¹⁹ Londra müzesi için geliştirilen Street Museum uygulaması da, Londra şehrinin çeşitli tarihi noktalarını görselleştirme fırsatı sunmakta ve turistler müzenin geniş koleksiyonundan çekilmiş gerçek görünümünün üstüne yerleştirilmiş tarihi resimlerin yanı sıra, bilgi düğmeleriyle ek bilgilere de ulaşabilmektedir²⁰.

Gerçeklik teknolojileri, turizmin içerisindeki tüm aktörlere (işletmeler, turistler, müze, destinasyon vb.) birçok fayda sağlayarak çekiçilik oluşturmakta, ilgi, merak, istek ve ihtiyaçları karşılamaktadır. Bu teknolojiler destinasyonda turistlere yol göstererek onlara turistik, tarihi, mimari ve kültürel yerler ve turizm işletmeleri hakkında bilgi vermekte ve deneyimleme imkanı sunmaktadır. Örneğin, Basel, Dublin ve Toskana bölgesinde artırılmış gerçeklik teknolojisi ile bir turist rehberi oluşturulmuş ve bu sayede turistlere İngilizce, Almanca, Fransızca, İspanyolca, İtalyanca vb. dillerde konaklama, yeme, içme, kent hayatı, destinasyon kültürü, destinasyon, pazarlar, destinasyondaki insanlar, restoranlar, etkinlikler, alışveriş merkezleri tarihi yerler, kültürel yerler ve film çekilen

yerler hakkında bilgi verilmekte ve 360 derece izleme imkanı sunulmaktadır²¹.

Gerçeklik teknolojilerinin turizm alanında kullanımı, şehirler açısından değerlendirildiğinde ise, ekonomik kalkınmayı desteklediği ve çevreyi koruduğu da görülmektedir. Turistler ve turizm işletmeleri arasında yapılan işlemlerde (rezervasyon, teslimat vb.) gerçeklik teknolojileri kağıt kullanımını ortadan kaldırarak çevreye daha az zarar vermektedir.²²

Sonuç olarak veri modelleme, veri görselleştirme, gerçek zamanlı simülasyon özellikleriyle şehirlerin sürdürülebilirliklerine katkı sağlayan gerçeklik teknolojileri, insan yaşamına kolaylık sağlama, yaşam kalitesini artırma, markalaşmayı ve sürdürülebilir kalkınmayı destekleme noktasında önemli bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin farkında olan şehirlerin, sürdürülebilir marka şehir olmaları da kolaylaşacaktır.

KAYNAKÇA

1. WCED (1987), World commission on environment and development, Our Common Future: Oxford University Press. 23 Ağustos 2022 tarihinde <https://>

- idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/152/WCED_v17_doc149.pdf adresinden edinilmiştir.
2. Bayram, F. (2001). Sürdürülebilir kentsel gelişme: Araçlar, yaklaşımlar ve Türkiye, Cevat Geray'a Armağan, Mülkiyeliler Birliği Yayınları, 25, 251-265.
 3. Azuma, R.T. (1997). A Survey of augmented reality. Presence: Teleoperators and Virtual Environments, 6, 4, 355-385. 23 Ağustos 2022 tarihinde <https://www.cs.unc.edu/~azuma/ARpresence.pdf> adresinden edinilmiştir.
 4. Gomez, D., Burdea, G. & Langrana, N. (1995). Integration of the rutgers master II in a virtual reality simulation, Virtual Reality Annual International Symposium 1995, Research Triangle Park, North Carolina, 198-202. 21 Ağustos 2022 tarihinde <https://ieeexplore.ieee.org/document/512496> adresinden edinilmiştir.
 5. Slater, M. & Sanchez-Vives, M.V. (2016) Enhancing our lives with immersive virtual reality. Front. Robot. AI 2016, 3, 74.
 6. Jenny, S. (2017). Enhancing tourism with augmented and virtual reality, (Published Bachelor's Thesis), 20 Ağustos 2022 tarihinde <https://www.theseus.fi/handle/10024/123454> adresinden edinilmiştir.
 7. Punako, R. (2018). Computer-supported collaborative learning using augmented and virtual reality in museum education, (Published Dissertation Thesis), 20 Ağustos 2022 tarihinde https://nsuworks.nova.edu/gscis_etd/1052/ adresinden edinilmiştir.
 8. Pellas, N., Dengel, A. & Christopoulos, A. (2020). A Scoping review of immersive virtual reality in STEM education. IEEE Trans. Learn. Technol. 13, 748-761.
 9. Akgül, C. B., Sönmez, O. N., & Alaçam, S. (2017). Understanding a city from its visuals: An interdisciplinary program proposal. In 2017 25th Signal Processing and Communications Applications Conference (SIU), IEEE, 1-4.
 10. Jamei, E., Mortimer, M., Seyedmahmoudian, M., Horan, B., & Stojcevski, A. (2017). Investigating the role of virtual reality in planning for sustainable smart cities. Sustainability, 9(11), 2006.
 11. Toksöz, F. (2008). İyi Yönetişim El Kitabı, İstanbul: Tesev Yayınları. 20 Ağustos 2022 tarihinde https://www.tesev.org.tr/wp-content/uploads/rapor_Iyi_Yonetisim_Kaliteli_Yasam.pdf adresinden edinilmiştir.
 12. Hunter, M., Soro, A., & Brown, R. (2021). Enhancing urban conversations for smarter cities: Augmented reality as an enabler of digital civic participation. Interaction Design and Architecture (s), 48, 75-99.
 13. Smart City Council (2017). Six ways augmented reality can help you see more clearly, 20 Ağustos 2022 tarihinde <https://www.smartcitiescouncil.com/article/six-ways-augmented-reality-can-help-you-see-more-clearly> adresinden edinilmiştir.
 14. Sørensen, S. S. (2013). The development of augmented reality as a tool in architectural and urban design. NA, 19(4).
 15. Dormakaba (2021). Sanal gerçeklik kent yaşamında nasıl devrim yaratır? 20 Ağustos 2022 tarihinde <https://blog.dormakaba.com/tr/sanal-gerceklik-kent-yasaminda-nasil-devrim-yaratir/> adresinden edinilmiştir.
 16. Microsoft (t.y.). Akıllı şehirler: Geleceğin şehirleri, 20 Ağustos 2022 tarihinde <https://www.microsoft.com/tr-tr/industry/government/resources/smart-cities> adresinden edinilmiştir.
 17. Mirauda, D., Erra, U., Agatiello, R., & Cerverizzo, M. (2017). Applications of mobile augmented reality to water resources management. Water, 9(9), 699.
 18. Smart City Council (2017). Six ways augmented reality can help you see more clearly, 20 Ağustos 2022 tarihinde <https://www.smartcitiescouncil.com/article/six-ways-augmented-reality-can-help-you-see-more-clearly> adresinden edinilmiştir.
 19. Chiao, H. M., Chen, Y. L. ve Huang, W. H. (2018). Examining the usability of an online virtual tour-guiding platform for cultural tourism education, Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, 23: 29-38.
 20. Cranmer, E. E. (2017). Developing an augmented reality business model for cultural heritage tourism: the case of geavor museum, (Dissertation), (Published Doctoral Thesis), Department of Operations, Technology, Events and Hospitality Management The Manchester Metropolitan University.
 21. Demirezen, B. (2019). Artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik teknolojisinin turizm sektöründe kullanılabilirliği üzerine bir literatür taraması. Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(1), 1-26.
 22. Akram, W. & Kumar, R. (2017). A study on role and applications of augmented reality in tourism: its challenges and future prospects, International Journal of Advanced Research in Computer Science, 8 (8): 168-172.

SDG 11 VİZYONUNDA SÜRDÜRÜLEBİLİR ŞEHİR MARKALARI

Dünya nüfusunun karşı karşıya kaldığı afetler, sürdürülebilirliğin daha fazla tartışılmasını sağlamıştır. 1992 yılında düzenlenen Çevre ve Kalkınma Konferansı'nda ele alınan sürdürülebilirlik krizi, günümüz dünyasının çözmekte en çok zorlandığı konuların başında gelmektedir.



DR. ÖĞR. ÜYESİ ZEYNEP GENEL

İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ
UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK
BÖLÜMÜ ÖĞRETİM ÜYESİ

Birleşmiş Milletler, krizin hızını yavaşlatmak üzere tüm üye ülkeleri ortak hareket etmeye çağırarak, 2030 ve 2050 yılına kadar tamamlanmak üzere 17 temel amaç belirlemiştir. Bu amaçlardan on birincisi sürdürülebilir şehirler ve topluluk katılımının (SDG11) sağlanmasıdır (2). Zira, günümüzde dünya nüfusunun üçte ikisi şehirlerde yaşamakta, Birleşmiş Milletler (BM) projeksiyonuna göre 2030 yılında bu oranın yüzde 70'i geçmesi beklenmektedir (3). Dünya nüfusunun şehirlerde ağırlık göstermesi gezegenimizin kaynaklarının dağılımında daha fazla eşitsizliğin ortaya çıkması anlamına gelmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) şehirlerin alt ve üst yapısına entegrasyonu bu açıdan enerji ve kaynak tüketiminin sürdürülebilir şehir yönetimi için bir ön koşulu olarak görülmektedir.

Şehir Markalamasından Sürdürülebilir Şehir Markalamasına

Antik dönemden beri ekonomi, kültür, sanat ve bilgiye dair imajlarıyla efsaneleşen dünya şehirlerinin kalkınmadaki rolü 19. yüzyıldan bu yana üzerinde çalışılan önemli bir göstergedir. Savaş sonrası Fransa'nın ekonomik zorlukları aşmak için Hausmann'ın Paris'i dönüştürerek tüm kıtanın dikkatini cezbetmesi ve kalkınmaya katkı sağlaması bunun en bilinen örneklerindedir (4). Günümüzde küresel ekonominin ve dönüşümün en önemli katalizörü olarak görülen şehirler, son yüzyıldır stratejik markalaşma planlarını çalışmalarına eklemeyerek yaratıcı sınıfin adresi olma rekabetini sürdürmektedirler. Uzun yıllar boyunca dünyanın marka farkındalığı açısından en cazip olan şehirlerinden biri olan New York, 1977 yılında başlattığı "I Love NewYork" marka

niyeti kampanyasını 45 yıldır sürdüren ve bu manifesto altında şehri her yeniliğe dönüştürmeyi başaran, tüm dünya şehirlerine ilham kaynağı olmuş lider markalardan biridir (5). Anholt, şehirlerin markalaşmasının kompleks bir süreç olduğunu, bu kompleks yapıyı dengeli sağlamanın, bu dengeyi sürdürülebilir kılmanın başarılı şehir markaları için kilit araç olduğunu ve bunun insanları harekete geçirecek mümkün olabileceğini işaret eder (6). Dolayısıyla şehrin paydaşlarının hangi yapıda kimler olduğunun doğru tespit edilmesi, doğru iletişim yöntemlerine dayalı stratejik planların inşa edilmesi dünden bugüne başarılı olmuş marka şehirlerin en önemli sırrıdır.

Antik dönemden beri ekonomi, kültür, sanat ve bilgiye dair imajlarıyla efsaneleşen dünya şehirlerinin kalkınmadaki rolü 19. yüzyıldan bu yana üzerinde çalışılan önemli bir göstergedir.

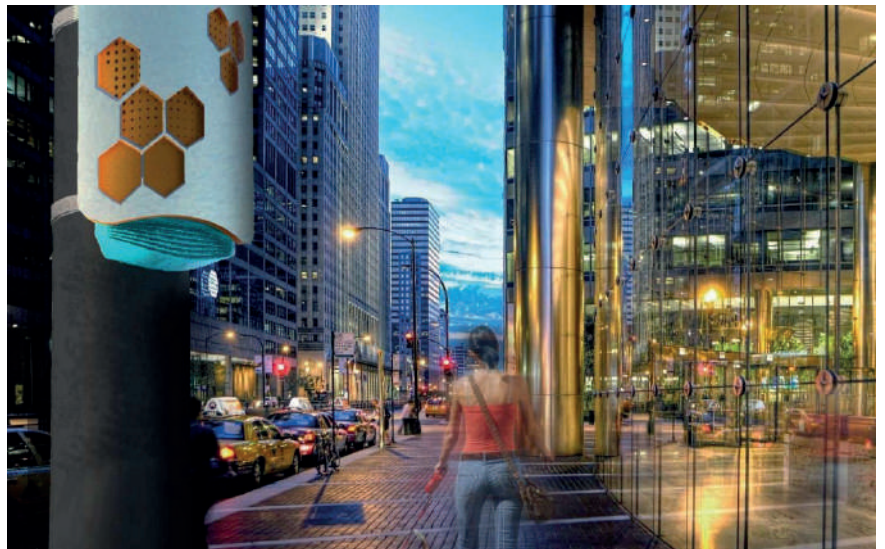
şehirlerin kalkınma açısından en yüksek rekabet avantajına sahip olan şehirler olacağı öngörülmektedir (7). Sürdürülebilir şehirler için öne sürülen indikatörler benzer özellikler göstermekte, yenilik, dönüşüm ve insani sürdürülebilir gelecek şehirlerinin temel kriterleri olarak işaret etmektedir.

Sürdürülebilir şehir formülü olan yaşanabilir, yenilikçi ve adil (8). şehirler ekonomik çevreleri cezbetmekte ve kendine çekerek kalkınmaya katkı sağlayan markalara dönüşebilmektedir. Bu markalaşmayı sağlayan failer öncelikle gündelik yaşantısını o şehirde sürdüren şehrin hemşerileri, onların yansıttığı imajla etkileşim halinde olan ve gündelikten kaçmak isteyen turistler ile iş dünyasının yaratıcı ya da yönetici sınıfından ziyaretçilerden oluşmaktadır. Şehirlerin refah düzeyini belirleyen bu paydaş grubunun hedefleri, istekleri ve beklentileri o markanın geleceğini belirlemekte veya bir sonraki marka şehri inşa etmektedir (9). Süregiden iklim krizinin gözlemlenebilir belirtileriyle birlikte şehir markalarının en önemli paydaşı olan bu sınıfların sürdürülebilirliği karar süreçlerinde

daha fazla ön planda tutmaya başladıkları görülmektedir.

Günümüzün yaşanabilir şehirleri bu grup paydaşlar tarafından doğa ve insan ile barışık, teknoloji odaklı ve yaşamı kolaylaştıran markalar olarak konumlandırılmaktadır. Belirli bir coğrafi bölgede yerleşmiş topluluk katılımı biçimi olan şehirler, bu nedenle giderek daha fazla sürdürülebilirliği marka değerine eklemeyi hedeflemektedirler (10). Geçirmekte olduğumuz küresel salgında değişen yaşam alışkanlıkları her alandaki tercihleri değiştirirken yaşanabilir şehirlerle ilgili tercihleri de değiştirmiş, akıllı ve doğa dostu şehirler tercih nedenine dönüşerek bu alanda yatırım yapmakta olan şehirler marka endekslerinde üst sıralara yerleşmeye başlamıştır. Sürdürülebilir şehir markaları sosyal, ekolojik ve ekonomik boyutlarda eş zamanlı olarak sürdürülebilir hedefler belirlemiş ve bu yönde uygulamalar hayata geçiren markaları kapsamaktadır (11). Bu kapsamda şehirler yeni teknolojileri ekolojik, sosyal ve ekonomik boyuttaki bu hedefleri kalkınmak için entegre etmekte, akıllı şehirlere dönüşmektedirler.

Günümüzün popüler ve en çok tartışılan krizi olan sürdürülebilirlik tüm sektörlerle beraber şehirlerin de en önemli markalama konusu haline dönüşmüştür. Ancak şehirler diğer markalardan farklı olarak sürdürülebilir kalkınma hedeflerini gerçekleştirmekte en çok sorumluluk alması gereken paydaşlardır. Yaratıcılığın tüm meslek alanlarında ön plana çıktığı bu çağda Florida'nın işaret ettiği gibi bu dönüşüme entegre olabilen, paydaşlarını yarı için bu dönüşüme entegre eden



Sürdürülebilir Şehir Markaları için Akıllı Şehir Dönüşümü

Akıllı sürdürülebilir şehir, "mevcut sakinlerinin, diğer insanların veya gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden karşılayan ve bu nedenle yerel veya küresel çevresel sınırlamaları aşmayan ve bunun BİT'ler ile desteklendiği şehirdir" (12). Sensör, biyometrik veri, bulut sistemleri, nesnelerin interneti ve akıllı tabanlı teknolojilerin katkısıyla gerçekleştirilecek olan bu sürdürülebilirlik hedefinin en önemli bileşenlerinden biri ise akıllı sistemlerin yürütülmesinde iki yönlü veri akışını sağlayabilmek için topluluk entegrasyonudur. 250 milyon insanın her dakika hareket halinde olduğu günümüz dünyasında teknoloji-insan etkileşimini sağlamak bir şehrin itibarını oluşturan öğeleri sürdürülebilir kılmak açısından kilit öneme sahiptir. Bir destinasyonu markalaştıran en önemli unsurlardan

bir unsurdur (14). Şehirlerin bir marka olarak hemşerilerinin ve ziyaretçilerinin deneyimlerine bilgi ve iletişim teknolojilerini ne derece entegre edebildiği karar süreçlerinde etkili olmaktadır. Zira, İspanya Telefonica Telekom şirketinin yaptığı bir araştırma kullanıcılarının %70'nin bir şehrin cazip olduğunu düşünmesinde teknolojik altyapısının etkili olduğunu göstermektedir (15). Bu durum dijital uygulamaların eş zamanlı bir görsel şehir deneyimi yaşatma çabalarını başlatmıştır. Sürdürülebilir şehir konsepti altında dijital bir yaşam deneyimi sunulurken, topluluğun katkısı sayesinde kaynakların daha verimli kullanılmasını, akıllı trafik sistemlerinin yapılandırılmasını, şehrin güvenliğinin sağlanmasına olanak tanıyan dijital hemşeri deneyimi aynı zamanda hemşeri ve yerel yönetimler arasında iki yönlü ve simetrik bir iletişim yapısına da imkan verip karar mekanizmasına hemşerilerini de dahil etmektedir.

günderlik pratiklerinin kolaylaşmasını sağlamaktadır. Hava durumu, hava kirliliği, trafik yoğunluğu, güvenli alanlar, en yeşil ulaşım rotası gibi günü planlamaya yardımcı olan veri akışının yanında şehre dair tarihi, kültürel ve coğrafi bilgileri anlık olarak aktaran bu uygulamalar hemşerilerin de anlık veri girişleri sayesinde bulut sistemlerinde tüm şehrin verisini birleştirmekte ve yönetişimi mükemmelleştirmektedir (16). Bu dönüşümde üç temel boyut üzerinden eş zamanlı dönüşüm hedeflenmekte, böylelikle aksaklıkların daha verimli şekilde giderilmesi amaçlanmaktadır. Bu üç boyut teknolojik alt yapı, teknolojik üst yapı ve akıllı topluluktur. Bu üç boyutun ilki olan alt yapı dönüşümünde, güvenlik, ulaşım ve sürdürülebilir kaynak kullanımı için gerekli üst yapı teknolojilerini yönlendirecek yeni nesil sistemler yer almaktadır. Üst yapı, alt yapı ile entegre olmuş veri dolanımı ve dolaşımı sağlayacak olan BİT'ler ve bunların bileşenlerini içermektedir. Örneğin AI teknolojisi ile donatılmış akıllı çöp bidonları alt yapıda oluşturulmuş akıllı algılama sistemleri sayesinde atık merkezine anlık veri iletmekte, böylelikle solar enerji ile çalışan bu akıllı şehir bidonları sürdürülebilir atık yönetimi ile sıfır karbon hedefine katkı sağlamaktadır (17). Sürdürülebilir bir şehrin üçüncü ve marka değerine en büyük etkisi olan boyut ise şehrin paydaşlarının akıllı davranışa katılımının sağlanmasıdır. Bu nedenle SDG11 yalnızca sürdürülebilir şehirler inşa etmek değil aynı zamanda topluluk katılımının sağlanmasıyla tamamlanabilecek bir hedef olarak tanımlanmıştır. Temel yaklaşım bu üç boyutun birlikte ilerletilmesi ve şehrin paydaşlarının bu dönüşümü sahiplenmesini sağlayarak markalaşmaya yönelmiştir.



biri duygusal çekiciliktir (13). Şehir markaları gibi deneyim odaklı markalar için duygusal çekicilik fiziksel deneyim öncesinde zihinde başlayan ve karar sürecini etkileyen

Akıllı sistemler ve nesnelerin interneti ile entegre edilmiş dijital hemşeri uygulamaları, bir şehir markasının en önemi değeri olan hemşerileri akıllı davranışa yönlendirirken,



Bu doğrultuda, sürdürülebilir şehir markalaşma stratejisini dijitalleşme üzerine konumlandıran şehirler, mükemmel bir şehir deneyimi için alt ve üst yapıdaki sistemlerle

gerçekleştirmeye katkı sağlamaktadır. Birçok açıdan Chicago dijital dönüşümü bir marka amacı olarak iletişim ve operasyonuna stratejik olarak ekleyen ve 2021 yılında

entegrasyonunda dünyanın en başarılı dijital şehirlerinden biridir. Yakın geleceğin en itibarlı şehir markası olarak gösterilen Chicago, ESI Thought Lab'ın raporuna göre küresel



entegre olan mobil uygulamalar ile şehrin sakinlerini harekete geçirmeyi hedefleyen iletişim inisiyatiflerini hayata geçirmektedirler.

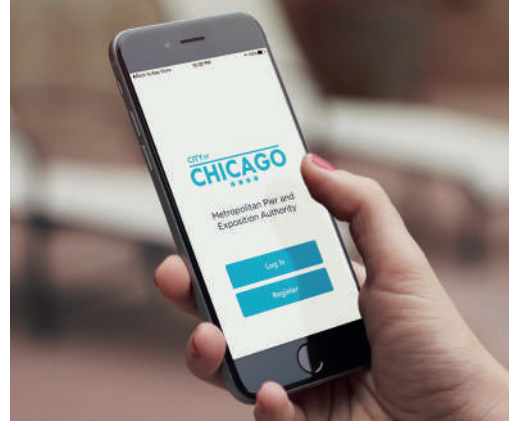
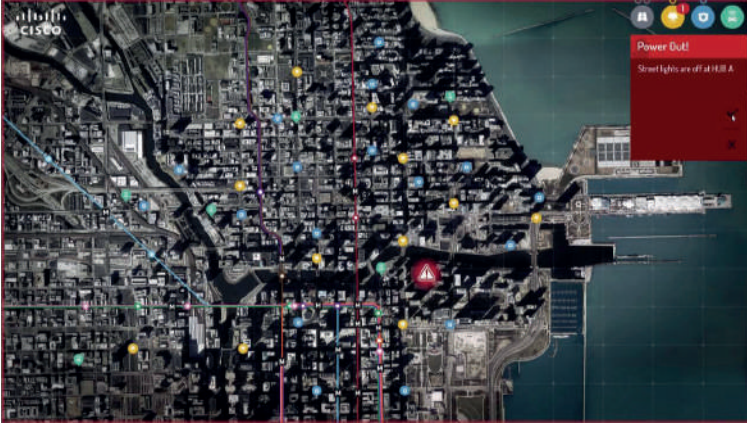
Akıllı uygulamalar aynı zamanda şehrin küçük ve orta ölçekli işletmelerinin dijital dönüşüme dahil olmasına olanak tanıyan ve böylelikle SDG 11'in en önemli koşullarından biri olan topluluk katılımını geride kimseyi bırakmadan

30 milyona yakın turistik ziyaretçi ile (18) ve farklı dönüşüm çalışmalarıyla SDG11 hedeflerini yakalamayı amaçlayan akıllı şehirlerdendir.

Sürdürülebilir Şehir Markaları için Akıllı Topluluklara Dönüşüm

Altyapı, üstyapı sistemlerini dönüşüm ekonomisine dâhil etme konusunda 2006 yılında yola çıkan Chicago, akıllı davranışın topluluğa

ve ekonomik ölçekte 171 öncü akıllı dünya şehri arasında hiper-bağlantı ve teknoloji entegrasyonu açısından lider şehir markasıdır. Bu avantaj, istihdam ve kalkınma konusunda şehirler için kritik öneme sahip olan ve iş modellerine döngüsel ekonomiyi entegre etme stratejileri uygulayan ulus-ötesi şirketlerin yatırımlarını Chicago ve benzeri akıllı şehirlere yönlendirmelerini sağlamaktadır (19). Chicago



Üniversitesi'nin iş dünyasından paydaşları Accenture, Motorola ve Zebra Teknolojileri ile birlikte hayata geçirdiği Array of Things adlı dijital dönüşüm için altyapı projesi, tüm şehrin sensör ve nesnelerin interneti ile adapte teknolojilerle donatılmasını hedeflemektedir. Bu proje ile birlikte aynı zamanda Chicago City Department tarafından ulusal düzeyde nesnelerin interneti ile çalışan teknolojilere dönüşüme öncülük etmek üzere IoT Emerge Event başlatılmıştır (20). 2016 yılında başlatılan Array of Things projesinin ardından 2018 yılında akıllı toplulukları dönüştürmek amacıyla ulusal düzeyde bir inisiyatif olarak Smart City Digital Maturity Inclusion Model geliştirilmiş ve bunun altında topluluk katılımını teşvik edici projeler hayata geçirilmeye başlamıştır (21). AT&T, Motorola, Oracle gibi paydaşlarla hayata geçirdiği teknolojik dönüşüm Chicago halkını dünya ile en hızlı bağlantı kurabilen topluluklarından birine dönüştürerek şehrin bir marka olarak duygusal çekiciliğini artırmayı hedeflemektedir.

CIMQ şirketi ile birlikte geliştirilen, şehri donatan erişim ağı ve mobil uygulama sayesinde bir ilki gerçekleştirerek tüm sokakları görüntüleyebilen, hemşerilerin eş zamanlı olarak şehrin yöneticilerine geribildirimde bulunabilmesini

sağlayan Chicago uygulaması aynı zamanda tüm şehirdeki akıllı sistemlerle entegre bir uygulamadır. Bu uygulamaya katılımı teşvik etmek, dijital okuryazarlığı geliştirmek, sürdürülebilirliğe hemşerilerini motive etmek amacıyla oluşturulan, okullardan iş dünyasına, mahalle birliklerinden küçük ve orta ölçekli esnafa temsilcilerin yer aldığı Akıllı Chicago Koalisyonu şehrin markalaşma yolundaki başarısının en önemli birleşenlerinden biridir. Akıllı Chicago Koalisyonu teknoloji aracılığıyla Chicago'daki yaşamları iyileştirmeye kendini adanmış ve yerel paydaşlardan oluşan bir sivil toplum inisiyatifidir. Birlikte öğrenme ve dönüşmeyi hedefleyen bu sivil inisiyatifin temel misyonu tüm hemşerilerin teknolojiye erişimini sağlamak, dijital okuryazarlık düzeyini geliştirmek ve açık veri erişilebilirliğine toplumsal katılımı sağlamaktır. İniyatif, bu yönde yapılandırılmış akıllı şehir uygulamalarına yönelik kamusal farkındalık projeleri geliştirmekte ve yaşamın her alanını iyileştirmek amacıyla eğitim, sağlık, adalet, eko-sistem ve herkes için teknoloji başlıklarında alt konsorsiyumlar oluşturulmasına katkı sunmaktadır. Böylelikle, akıllı koalisyon şemsiyesi altında birçok farklı topluluk Chicago'nun gelişimi için ortak karar ve eylemler hareket etmektedir (22).

Bu konsorsiyumlardan biri olan herkes için teknoloji başlığı altında 160 milyon dolarlık yatırım yapan paydaşlar sosyal ve fiziki alanda nesnelerin internetini yaygınlaştırmayı hedeflemektedir. Bir diğer alt konsorsiyum olan Chicago Koleksiyonları, Chicago'nun kültürel ve ekonomik mirasını dijital dünyaya entegre ederek erişilebilir kılmayı amaçlayan kütüphane, üniversite, müze ve benzeri kurumlardan oluşmaktadır. Sürdürülebilir bir şehir markasına dönüşmek için tüm düzeylerde yerel iş birliğini geliştirerek bunu bir yönetim modeline dönüştürmeyi amaçlayan Chicago, geleceğin akıllı şehirlerinin en çok tartışılan ve çözüm aranan sorunu olan topluluğu akıllı davranışa yönlendirmeyi diğer yatırımlarla birlikte harekete geçirerek ortak kararlarla buluşturarak başarılı olmuş bir markadır.

Yakın geleceğimizin en önemli konusu olan sürdürülebilirlik krizinin şiddetini azaltmayı başarmamızın iki kilit anahtarı olarak teknoloji ve toplum gösterilmektedir. Hardin'in belirttiği ortakların trajedisini çözümlenmenin tek yolu uzun vadeli ortak fayda sağlayacak davranış kalıplarına ilişkin farkındalığın iletişim yoluyla oluşturulması ve teknolojinin bu yöndeki gelişim için kullanılması olacaktır. Yapılan çalışmalar göstermektedir ki; yeni

nesiller sadece alışveriş alışkanlıklarını değil, tüm alanlarda tercihlerini sürdürülebilir bir yaşam amacına göre şekillendirmektedir. Çalışacakları, yatırım yapacakları, hayatlarını sürdürmek için tercih edecekleri şehirler de bu kriterden bağımsız değildir. Bu noktadan bakıldığında sürdürülebilirliği sağlamak gibi çok kritik bir hedefe ulaşmada sosyal, ekolojik ve teknolojik alanlarda bayrağı önde götüren ve bu yönde topluluk aktivizmini yaratan destinasyonların dünyanın en cazip şehir markaları olması kaçınılmazdır.

KAYNAKÇA

- Çemrek, F. & Bayraç, H.N. (2013). Sürdürülebilir kalkınma skorunun hesaplanması. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14(2), 131-152.
- Indicator report (t.y.) Goal 11. Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable. URL: <https://indicators.report/goals/goal-11/>
- Birleşmiş Milletler (t.y.). Goal 11. Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/cities/>
- Harvey, D. (2019). Paris, modernitenin başkenti. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- New York city performance, brand strengthen and reputation, TPBO (21 Mart 2018). URL: <https://placebrandobserver.com/new-york-city-performance-brand-image-reputation/>
- Kavaratzis, M. & Florek, M. (2021). Special section: The future of place branding. Place Branding and Public Diplomacy, 17(63-64).
- Florida, R. (2002). Yaratıcı sınıf adres değiştiriyor. İstanbul: MediaCat.
- European Commision. (2018). Science and environment policy: In-depth report for sustainable cities. URL ec.europa.edu.
- Kavaratzis, M., Warnaby, G. & Ashworth, G.J. (2015). The need to rethink branding içinde Rethinking Place Branding (s.1-11). New Jersey: Springer
- Gonzalez, L.R. & Gale, F. (2021). Sustainable city branding narratives: a critical appraisal of processes and outcomes. Journal of Place Management and Development, 1753-8335(2022), 1-25.
- Global Power City Index 2021. URL: <https://mori-m-foundation.or.jp/english/ius2/gpci2/index.shtml>
- Kramers, A., Höjer, M., Lövehagen, N., Wangel, J.: Smart sustainable cities: exploring ICT solutions for reduced energy use in cities. Environ. Model Softw. 56 (2014) 52–62.
- Kotler P., Asplund C., Rein I&Heider D. (1999). Marketing places Europe: Attracting investments, industries, residents and visitors to European cities, communities, regions and nations. London: Pearson Education
- Anholt, S. (2010). Definitions of place branding: Working towards a resolution. Place Branding and Public Diplomacy, 6 (2010), 1-10.
- Smart cities and city branding: How ICT impacts urban development and representation, (18 Ekim 2021). TPBO. URL: <https://placebrandobserver.com/smart-cities-how-ict-impacts-urban-development-representation/>
- Buntz, B. (3 Mayıs 2016). Why Chicago is a smart city king? IoT World Today. URL: <https://www.iotworldtoday.com/2016/05/04/why-chicago-smart-city-king/>
- Hun, J.H. (2021). Smart trash bin model design and future for smart city. Applied Science. 2021(11), 1-20.
- Chicago Records 86% Increase in tourism in 2021 compared to 2020, (15 Haziran 2022). URL: www.chicago.gov
- ESI Thought Lab. (2019). Building a hyper-connected city: A global research initiative. URL: http://econsultsolutions.com/wp-content/uploads/2019/11/ESITL_Building-a-Hyperconnected-City_Report.pdf
- Thornton, S. (2 Ocak, 2018). A guide to Chicago's Array of Things Initiative. URL: <https://datasmart.ash.harvard.edu/news/article/a-guide-to-chicagos-array-of-things-initiative-1190>.
- Chicago pilots digital inclusion toolkit for smart cities. (31 Ekim 2018). Digital Inclusion News Log. URL: <http://digitalinclusionnewslog.itu.int/2018/10/31/chicago-pilots-digital-inclusion-toolkit-for-smart-cities/>
- Thornton, S. (2 Aralık, 2013). The smart Chicago Collaborative: A new model for civic innovations in cities. URL: <https://datasmart.ash.harvard.edu/news/article/the-smart-chicago-collaborative-a-new-model-for-civic-innovation-in-cities>.

AKILLI ŞEHİRLERDE MARKALAŞMA STRATEJİSİ OLARAK AKILLI SAĞLIK: ŞEHİR HASTANELERİ



DR. ÖĞRETİM ÜYESİ SERDAR
AYDIN

MARDİN ARTUKLU ÜNİVERSİTESİ
MİMARLIK FAKÜLTESİ
ŞEHİRCİLİK ANABİLİM DALI

Teknoloji odaklı küreselleşme ve kentleşme süreçleri dünya üzerinde hızla artarak yayılmaktadır. Görünen o ki, teknolojik küreselleşme sürecini geriden takip eden kentleri, büyük sıkıntılar beklemektedir.



ARŞ. GÖR. DERYANUR ŞİMŞEK

MARDİN ARTUKLU ÜNİVERSİTESİ
MİMARLIK FAKÜLTESİ
ŞEHİRCİLİK ANABİLİM DALI

Bir taraftan bütün sorunların çözümü olarak görülen “akıllı” kentsel uygulamalar, beklentileri karşılayacak düzeyde fayda sağlamaktan uzak kalabilmektedir. İnsanların çoğunun, içerisinde doğup büyüyen yaşadığı ve yaşlandığı fiziki alt yapıları ve üst çevreleri sunan kentlerin, teknolojik yaklaşma ile büyük yatırımlara giriştiğini de görmekteyiz. Ülkemizdeki sağlık hizmetleri stratejilerinde büyük paya sahip olan “şehir hastaneleri” sürdürülebilir kentsel büyümeyi hedefleyen, bununla birlikte yeni bir kentsel politik ekoloji üreten ve akıllı sağlıklı kentleri markalaşmasını sağlayan teknolojik yatırımlardır.

Akıllı kentlerde kent kullanıcılarına sunulan tüm imkanlar arasında, akıllı sağlık hizmetleri önemli bir yere sahiptir. Akıllı kent ile akıllı sağlık alanı birbiri ile entegre bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanların sağlık hizmeti gereksinimlerini

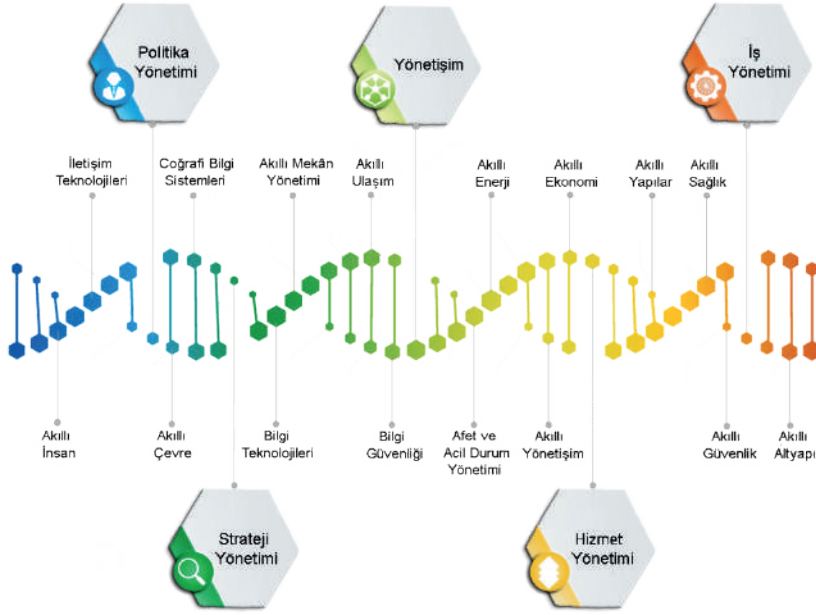
ve sağlıklı olma isteklerindeki düzenli ve sürekli artış, sağlık sektörünü küresel düzeyde önemli hale getirmiştir. Artan nüfus ve kentsel yaşam tarzında yaşanan değişimler ile kent kullanıcılarına daha hızlı ve etkin bir sağlık hizmeti sunmak kentler için kritik hale gelmiştir. Bu amaçla akıllı sağlık kavramı akıllı kentler için bir fırsat ve gereklilik olmuştur (Şekil 1).

Akıllı sağlık, yaşam kalitesini artırmayı hedefleyen, sağlık hizmetlerini iyileştiren, bireylerin sağlıkları ile ilgili farkındalıklarını arttıran, sağlık verisini akıllı bir şekilde analiz edilmesini sağlayan uygulama ve hizmetlerdir¹. Akıllı sağlık sistemi ile toplumların ve bireylerin daha sağlıklı hale getirilmesi, sağlıklı yaşam hakkında bilinç seviyesi yüksek bir toplum yaratma arzusu, sağlık sisteminin etkinliğinin artırılması, hızlı karar alma ve aksiyona geçebilme yetisinin sağlık sistemlerinde artırılması, sağlıkta yapılan harcamaların



ARŞ. GÖR. İZZETTİN KUTLU

MARDİN ARTUKLU ÜNİVERSİTESİ
MİMARLIK FAKÜLTESİ
YAPI BİLGİSİ ANABİLİM DALI



Şekil 1: Akıllı şehir bileşenleri.

Görsel: Çevre ve Şehircilik Bakanlığı 2020-2023 Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı

ve sağlık maliyetlerinin azaltılması akıllı sağlık sistemlerinin temel motivasyon konuları arasında yer almaktadır. Akıllı Şehirler Stratejik Eylem Planı ile akıllı şehir ve akıllı sağlık uygulamalarının entegrasyonundan bu uygulamaların yaygınlaştırılmasına kadar kentlerin bu alandaki marka değerini artıracak olan çözümler hedef gösterilmektedir. Akıllı sağlık sisteminde mevcut olan ve tasarlanan uygulamalara bakacak olursak 2020-2023 Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı'nda;

- Mobil sağlık uygulamaları
- Giyilebilir sağlık teknolojileri
- Uzaktan hasta takibi
- Bireylerin hastanelere yönelmeden önce ayakta tedavi hizmetleri
- Yaşlı, kronik ve engelli için evde hasta desteği
- Farkındalık oluşturan koruyucu sağlık hizmetleri

- Entegre acil çağrı merkezi
- Kronik hasta takibi ve panik butonu hizmetleri

başlıklarına yer verilmiştir. Şehirlerde akıllı sağlık uygulamalarının yaygınlaşması ve etkinliğinin artmasında iki ana parametre işlemektedir. Birincisi akıllı cihazların kullanılacağı yazılım ve uygulamaların geliştirilmesi ile kullanıcılar tarafından yaygın bir şekilde tercih edilip veri oluşması ikincisi ise akıllı cihazların oluşturduğu verileri toplayan, taşıyan, kaydeden ve depolayan ağ teknolojilerinin gelişmesidir². Eylem planında geçen başlıklara ek olarak ülkemizdeki sağlık hizmetleri stratejilerinde büyük paya sahip olan "şehir hastaneleri" sürdürülebilir kentsel büyümeyi hedefleyen, bununla birlikte yeni bir kentsel politik ekoloji üreten ve akıllı kentlerin sağlıkta marka olmasını sağlayan teknolojik yatırımlardır.

Şehir hastanelerinin akıllı sağlıklı kentler için önemli bir fırsat olarak görülmesinin sebepleri hastanelerin

devlet desteği ile uygulanması, kent kullanıcılarına nitelikli ve özelliikli hizmet sunması, şehir içi veya şehirler arası hasta mobilitesini azaltıcı olması, hizmet alımının ortak bir havuzdan sağlanıyor olması, hastanede tüm branşlara ait sağlık hizmetlerinden aynı yerleşkede hızlı ve konforlu şekilde faydalanıyor olmasıdır. Akıllı sağlıkta gelişen teknolojilerin şehir hastanelerindeki mevcudiyet durumu, yeterliliği ve öneri bilgi işlem sistemleri bu çalışmanın genel çerçevesini oluşturmaktadır. Akıllı sağlıkta zorluk olarak görülen yüksek yatırım maliyetleri, birlikte çalışabilirlik yaklaşımının olmaması, kişisel verilerin güvenliğinin sağlanması zorluğu, sağlık sistemlerinin güvenliği ve siber güvenlik tehlikeleri güvenilir teknolojik altyapılara duyulan ihtiyacı gözler önüne sermektedir¹.

İnsanların çoğunun, içerisinde doğup büyüüp yaşadığı ve yaşlandığı fiziki alt yapıları ve üst çevreleri sunan kentlerin, teknolojik yakınlaşma ile büyük yatırımlara giriştiğini de görmekteyiz.

Genişleyen bilgi ve iletişim teknolojisi ağları ile birlikte bilgi işlemin küresel ölçekte yayılması yerlerin, insanların ve nesnelerin bağlantısını mümkün kılmakta ve kentsel gelişimi şekillendirmektedir³⁻⁴. Teknoloji perspektifi içerisinde bakıldığında

kentsel planlama ve kalkınmanın zorlu konularını ele almak için bilgi işlem teknolojilerinin yoğun kullanımına duyulan güven giderek artmakta ve yeni akıllı şehir perspektifine önemli bir katkı sağlamaktadır. Teknolojik yeniliklerden yararlanarak şekillenen akıllı şehirler, sürdürülebilirliklerini, verimliliklerini ve kentsel hizmetlerin kalitesini artırmak için kullanılmaktadır. Bilgi işlem teknolojilerinde "Yıkıcı Teknolojiler (Disruptive technologies)" olarak adlandırılan Yapay Zeka (Artificial Intelligence - AI), Arttırılmış Gerçeklik (Augmented Reality - AR), Sanal Gerçeklik (Virtual Reality - VR), Bina Bilgi Modellemesi (Building Information Modeling - BIM), Makine Öğrenme (Machine Learning - ML), Büyük Veri (Big Data), Blok Zinciri (Blockchain) gibi inovatif teknolojik sistemler hastane ağlarının ve etkin sağlığa erişebilirlik sistemlerinin önemli bir parçasını oluşturabilmektedir.

Genişleyen bilgi ve iletişim teknolojisi ağları ile birlikte bilgi işlemin küresel ölçekte yayılması insanların ve nesnelerin bağlantısını mümkün kılmakta ve kentsel gelişimi şekillendirmektedir.

Sürdürülebilir kentsel büyümeyi hedefleyen dünyanın birçok şehri daha iyi sağlık hizmetlerinin verilmesi için teknolojiye yatırım yapmaktadır. Singapur, Seul, Londra,

Tokyo ve Berlin sağlıkta marka şehirlerin başını çekmektedir⁵. Bilgi, yetenek ve kaynaklar bakımından rekabet gücü yüksek imkanların yaratılarak sağlık hizmetleri üzerine marka değeri üretilmesi, kenti bütüncül ve çoklu yaklaşımlar üzerinden okumaya bağlıdır. Avrupa Birliği'ne üye ülkeler arasında geliştirilen Avrupa Referans Ağı (European Reference Network - ERN) sayesinde az rastlanan veya ileri düzey uzmanlık gerektiren hastalıkların tedavisinin yapıldığı hastaneler arasında sağlık hizmetleri yükünün paylaşılması sağlanmaktadır. Sağlık hizmetlerine dayalı yeni bir kentsel politik ekoloji üreten Medicon Vadisi ile Danimarka ve İsveç arasında bir yaşam bilim kümesi kurulmuştur. Medicon'da tedavi hizmetlerinin yanı sıra, biyoteknoloji ve ilaç alanlarında da Ar-Ge faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Üç dakikada bir ameliyatın başlatıldığı ve yılda 10 milyon hastanın tedavi edilebildiği büyüklükte fiziki imkanlara sahip olan ABD'nin Houston kenti dünyanın en büyük medikal merkezine sahip olmakla markalaşmıştır. Fakat fiziki olarak büyüklük, günümüz markalaşma ihtiyaçlarını karşılamada daha akılcı politikaları da gündeme getirmektedir. Dubai Sağlık Deneyimi programı kapsamında internet üzerinden giriş yapılan portalda bazı ön tedavi hizmetleri sağlanmaktadır.

Ülkemizde ise bugüne dek 18 şehir hastanesinin yapımı tamamlanırken, bunların arasından sağlık alanında markalaşma potansiyelini değerlendirmek isteyen Ankara ve Bursa gibi kentler ortaya

çıkılmaktadır. Şehir hastanelerinin küresel rekabete hazır kentlerimizin sermaye odaklı gelişimine hız kazandırdığını söylemek gerekir. Hasta odaklı düzenlenmiş olan şehir hastanelerinde sağlık hizmetlerinin gerçekleştiği mekânsal özelliklerin artması, fiziki konfor seviyesinin gelişmesi ve birçok yan dalın dahil olduğu tüm branşlardaki uzmanlıkların birlikte çalışmasına imkan tanınmasının yanı sıra otelcilik hizmeti gibi ikincil hizmetler cevap araması gibi bulunduğu bağlama bütüncül etkiler bırakmayı hedefleyen özellikler vardır. Çok fonksiyonlu kentsel kamusal hizmet anlayışıyla şehir hastanelerinin kentlerin politik ekolojisine yaptığı etkiyi ortaya çıkaran yeni mekânsal ihtiyaçlar doğurmaktadır. Kent için bütüncül bir marka değeri oluşturma çabasına dahil olduğunda şehir hastaneleri sağlık hizmetlerinde bir referans merkezi olarak kendine küresel-kentsel bir rol tanımlaması yapabilecek teknolojik alt yapıya sahiptirler ve bu rolü üstlenebilecek potansiyeli de taşımaktadırlar.

Sürdürülebilir kentsel büyümeyi hedefleyen dünyanın birçok şehri daha iyi sağlık hizmetlerinin verilmesi için teknolojiye yatırım yapmaktadır.

SONUÇ

Küresel rekabette yaşanan artış, kentlerin sermaye odaklı gelişimine hız kazandırmaktadır. Ekonomik

gelişmeleri takiben kentler sanayi, ticaret, turizm ve sağlık alanlarında öncü olma mücadelesine girmeye başlamışlardır. Bu mücadelenin kentlerin gelişimine, ulusal ve uluslararası mecralarda tanınabilirliğine önemli katkılar sunmaktadır. Tanıtım ve pazarlamanın en önemli konu başlıklarından olan markalaşma, kentler için de önemli bir çalışma alanı haline gelmiştir. Kentlerin sahip olduğu fiziksel, sosyal, kültürel, tarihsel ve ekonomik özelliklerini bir bütün olarak tanımlandığı ve kentin yeni bir kimlik ile doğuşunun ortaya konulduğu marka kent çalışmaları kentler için büyük avantajlar sağlamaktadır. Marka kent yaratma süreci, kentsel politik boyutlar ile ilintilidir. Stratejik planlama sürecinin, kente dair analiz çalışmalarının, katılımcı odaklı çok paydaşlı sürecin, güçlü tarihsel okumaların sentezi olarak okunmaktadır. Kentsel hafızanın oluşumu bakımından marka kentler önemli bir konu başlığıdır. Marka kentlerin, tanınabilirliği kentsel hafızayı oluşturan ve güçlendiren bir etkiye sahiptir.

Sağlık sektöründe hastalar doktora gitmeden önce danışarak markalaşmış kentlerde markalaşmış hastaneleri seçmektedir. Güven kelimesi, sağlık sektörünün yönünü belirlemektedir ve özellikle sağlık ve hastanelerin markalaşması, ağızdan ağıza iletişim ve hasta memnuniyetine dayalı olması nedeniyle farklıdır. Markalaşmaya yapılan yatırım, hasta güvenini kazandırmakta ve gelir artışının hızlanmasına yol açmaktadır. Güçlü marka imajı oluşturularak hastaların hastaneye gelme sıklığı

arttırılmaktadır. Şehir hastanelerinin güçlü marka imajı oluşturma potansiyeli göz önüne alındığında, ülkemizdeki mevcut potansiyelin de markalaşmaya açık olduğuna değinmek gerekir. Sahip oldukları yüksek yatak kapasiteleri nedeniyle büyük ölçekli şehir hastaneleri, akıllı kentlerin hizmet ayağı olarak değerlendirilmeli ve akıllı şehir hastaneleri özelinde ele alınmalıdır. Şehir hastanelerinin yıkıcı teknolojiler ile entegre bir şekilde ele alınarak kent ve kullanıcılar için kolay erişilebilir, etkin ve hızlı çözüm üreten mekanlara dönüştürülmesi gerekmektedir. Sağlık alanında zaman tasarrufu sağlayacak ve uzun vadede maliyeti düşürecek olan önerilerin geliştirilmesi, şehir hastanelerinin nesne tabanlı programlamaların düşünülerek planlanması ile sağlanacaktır.

KAYNAKÇA

1. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (2019). 2020-2023 Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı. <https://www.akillisehirler.gov.tr/wp-content/uploads/EylemPlanı.pdf> Erişim Tarihi: 19 Ağustos 2022.
2. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (2020). Coğrafi Bilgi Sistemleri Müdürlüğü, Akıllı Şehirler Kapasite Geliştirme ve Rehberlik Projesi Eğitim Kitapçığı. https://www.akillisehirler.gov.tr/wp-content/uploads/KapasiteGelistirme/Egitim_Pdf/Akilli_Saglik.pdf Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2022.
3. Castells, M. (1996). The rise of the network society. The

information age: Economy, society and culture, vol. 1., Wiley, Chichester.

4. Sassen, S. (2011). Talking back to your intelligent city <http://www.nicolasnova.net/pasta-and-vinegar/2011/02/06/saskia-sassen-talking-back-to-your-intelligent-city> Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2022.
5. Juniper Research (2017). Global Smart City Performance Index. <https://www.seoulsolution.kr/en/content/7664> Erişim Tarihi: 21 Ağustos 2022.



2005

TÜRKİYE SAĞLIKLI KENTLER BİRLİĞİ ÜYE BELEDİYELER İLETİŞİM BİLGİLERİ

BELEDİYE	İLETİŞİM	WEB SİTE	BELEDİYE	İLETİŞİM	WEB SİTE
Abana Belediyesi / Kastamonu	0366 564 11 65	www.abana.bel.tr	Bursa Büyükşehir Belediyesi	0224 234 00 87	www.bursa.bel.tr
Adalar Belediyesi / İstanbul	0216 382 78 50	www.adalar.bel.tr	Çankaya Belediyesi / Ankara	0312 488 88 00	www.cankaya.bel.tr
Ağın Belediyesi / Elazığ	0424 551 20 18	www.agin.bel.tr	Çankırı Belediyesi	0376 212 14 00	www.cankiri.bel.tr
Ağrı Belediyesi	0472 215 11 90	www.agri.bel.tr	Çelebi Belediyesi / Kırkkale	0318 414 56 00	www.celebi.bel.tr
Akçadağ Belediyesi / Malatya	0422 417 10 36	www.akcadag.bel.tr	Çiçekpınar Belediyesi / Isparta	0246 421 70 27	www.cicekpinar.bel.tr
Akdağmadeni Belediyesi / Yozgat	0354 314 12 45	www.akdagmadeni.bel.tr	Dağpınar Belediyesi / Kars	0474 334 3011	www.dagpinar.bel.tr
Akyaka Belediyesi / Kars	0474 261 21 78	www.karsakyaka.bel.tr	Darende Belediyesi / Malatya	0422 615 25 00	www.darende.bel.tr
Akyurt Belediyesi / Ankara	0312 844 1 844	www.akyurt.bel.tr	Denizli Büyükşehir Belediyesi	0258 265 21 37	www.denizli.bel.tr
Altıeylül Belediyesi / Balıkesir	0266 241 00 10	www.altieyul.bel.tr	Didim Belediyesi / Aydın	0256 811 26 60	www.didim.bel.tr
Altınova Belediyesi / Yalova	0226 461 29 40	www.altinova.bel.tr	Digor Belediyesi / Kars	0474 311 20 01	www.digor-bel.tr
Amasra Belediyesi / Bartın	0378 315 10 81	www.amasra.bel.tr	Dinar Belediyesi / Afyon	0272 353 60 53	www.dinar.bel.tr
Antalya Büyükşehir Belediyesi	0242 249 50 00	www.antalya.bel.tr	Diyadin Belediyesi / Ağrı	0472 511 20 08	www.diyadin.bel.tr
Aralık Belediyesi / Iğdır	0476 411 20 15	www.aralik.bel.tr	Doğanşar Belediyesi / Sivas	0346 881 20 27	www.dogansar.bel.tr
Arpaçay Belediyesi / Kars	0474 281 20 18	www.arpacay.bel.tr	Doğanşehir Belediyesi / Malatya	0346 881 20 27	www.dogansar.bel.tr
Artuklu Belediyesi / Mardin	0482 212 10 48	www.artuklu.bel.tr	Emet Belediyesi / Kütahya	0274 461 30 10	www.emet.bel.tr
Aydın Büyükşehir Belediyesi	0256 226 63 52	www.aydin.bel.tr	Erbaa Belediyesi / Tokat	0850 633 00 60	www.erbaa.bel.tr
Aydıncık Belediyesi / Mersin	0324 841 30 50	www.mersinaydincik.bel.tr	Erzurum Büyükşehir Belediyesi	0442 233 00 04	www.erkurum.bel.tr
Bahçelievler Belediyesi / İstanbul	444 0 311	www.bahcelievler.istanbul	Fethiye Belediyesi / Muğla	444 90 82	www.fethiye.bel.tr
Balçova Belediyesi / İzmir	0232 455 20 00	www.balcova.bel.tr	Fındıklı Belediyesi / Rize	0464 511 30 10	www.findikli.bel.tr
Balıkesir Büyükşehir Belediyesi	0266 239 15 10	www.balikesir.bel.tr	Gazipaşa Belediyesi / Antalya	0262 642 04 30	www.gazipasa.bel.tr
Bandırma Belediyesi / Balıkesir	0266 711 11 11	www.bandirma-bld.gov.tr	Gebze Belediyesi / Kocaeli	0262 642 04 30	www.gebze.bel.tr
Bayburt Belediyesi	0458 211 2502	www.bayburt.bel.tr	Gölcük Belediyesi / Kocaeli	0262 412 10 12	www.golcuk.bel.tr
Bayındır Belediyesi / İzmir	0232 581 50 00	www.bayindir.bel.tr	Göreme Belediyesi / Nevşehir	0384 271 20 01	www.goreme.bel.tr
Beşiktaş Belediyesi / İstanbul	0212 236 10 20	www.besiktas.bel.tr	Güdül Belediyesi / Ankara	0 312 728 10 09	www.gudul.bel.tr
Beykoz Belediyesi / İstanbul	444 6 661	www.beykoz.bel.tr	Gülyalı Belediyesi / Ordu	0452 811 20 53	www.gulyali.bel.tr
Beypazarı Belediyesi / Ankara	0312 762 25 10	www.beypazari.bel.tr	Hatay Büyükşehir Belediyesi	0326 214 91 90	www.hatay.bel.tr
Bilecik Belediyesi	0228 212 11 68	www.bilecik.bel.tr	Hilvan Belediyesi / Şanlıurfa	0414 681 20 07	www.hilvan.bel.tr
Bozyazı Belediyesi / Mersin	0324 851-3007	www.bozyazi.bel.tr	Edirne Belediyesi	0284 213 91 40	www.edirne.bel.tr
Buldan Belediyesi / Denizli	0258 431 35 83	www.buldan.bel.tr	İnegöl Belediyesi / Bursa	0224 715 10 10	www.inegol.bel.tr
Burdur Belediyesi	0248 233 53 90	www.burdur-bld.gov.tr	İstanbul Büyükşehir Belediyesi	0212 455 14 00-01	www.ibb.gov.tr

BELEDİYE	İLETİŞİM	WEB SİTE	BELEDİYE	İLETİŞİM	WEB SİTE
İzmir Büyükşehir Belediyesi	0232 482 11 70	www.izmir.bel.tr	Niğde Belediyesi	0388 232 35 50	www.nigde.bel.tr
Kadıköy Belediyesi / İstanbul	0216 542 50 55	www.kadikoy.bel.tr	Niksar Belediyesi / Tokat	0850 633 06 60	www.niksar.bel.tr
Kadirli Belediyesi / Osmaniye	0328 718 10 39	www.kadirli.bel.tr	Nilüfer Belediyesi / Bursa	444 16 03	www.nilufer.bel.tr
Kahramankazan Belediyesi / Ankara	444 39 02	www.kahramankazan.bel.tr	Nurdağı Belediyesi / Gaziantep	0342 671 40 33	www.nurdagi.bel.tr
Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi	0344 223 50 72	www.kahramanmaras.bel.tr	Odunpazarı Belediyesi / Eskişehir	0222 217 30 30	www.odunpazari.bel.tr
Karaköprü Belediyesi / Şanlıurfa	0 414 347 72 38	www.karakopru.bel.tr	Oğuzeli Belediyesi / Gaziantep	0342 571 30 14	www.oguzeli.bel.tr
Karatay Belediyesi / Konya	0332 350 13 13	www.karatay.bel.tr	Ordu Büyükşehir Belediyesi	0452 225 01 04	www.ordu.bel.tr
Karesi Belediyesi / Balıkesir	0266 243 04 00	www.karesi.bel.tr	Ortahisar Belediyesi / Trabzon	0462 224 40 71	www.trabzonortahisar.bel.tr
Karşıyaka Belediyesi / İzmir	0232 399 43 03	www.karsiyaka.bel.tr	Osmancık Belediyesi / Çorum	0364 600 13 00	www.osmancik.bel.tr
Kavak Belediyesi / Nevşehir	0384 257 40 44	www.kavak.bel.tr	Osmangazi Belediyesi / Bursa	0224 270 70 70	www.osmangazi.bel.tr
Kayseri Büyükşehir Belediyesi	0352 222 89 60	www.kayseri.bel.tr	Osmaniye Belediyesi	0328 440 00 80	www.osmaniye-bld.gov.tr
Keskin Belediyesi / Kırıkkale	0318 515 34 83	www.keskin.bel.tr	Pamukkale Belediyesi/Denizli	0258 213 76 67	www.pamukkale.bel.tr
Kırıkkale Belediyesi	0318 224 27 61	www.kirikkale-bld.gov.tr	Pendik Belediyesi / İstanbul	0212 444 81 80	www.pendik.bel.tr
Kırklareli Belediyesi	0288 214 13 34	www.kirklareli.bel.tr	Posof Belediyesi / Ardahan	0478 511 20 15	
Kırşehir Belediyesi	0386 213 44 85	www.kirsehir.bel.tr	Sakarya Büyükşehir Belediyesi	444 40 54	www.sakarya.bel.tr
Kızılcahamam Belediyesi / Ankara	0312 736 1030	www.kizilcahamam.bel.tr	Samsun Büyükşehir Belediyesi	0362 431 60 90	www.samsun.bel.tr
Kocaeli Büyükşehir Belediyesi	0262 318 10 10	www.kocaeli.bel.tr	Sandıklı Belediyesi / Afyon	0272 512 69 46	www.sandikli.bel.tr
Koçanlı Belediyesi / Aydın	0256 761 40 24	www.kocarli.bel.tr	Selçuklu Belediyesi / Konya	444 99 19	www.selcuklu.bel.tr
Konak Belediyesi / İzmir	0256 761 40 24	www.kocarli.bel.tr	Serdivan Belediyesi / Sakarya	0264 211 10 50	www.serdivan.bel.tr
Konya Büyükşehir Belediyesi	444 55 42	www.konya.bel.tr	Şirnak Belediyesi	0486 216 1205	www.sirnak.bel.tr
Körfez Belediyesi / Kocaeli	0262 528 23 02	www.korfez.bel.tr	Süleymanpaşa Belediyesi / Tekirdağ	0282 259 59 59	www.suleymanpasa.bel.tr
Kovancılar Belediyesi / Elazığ	0424 611 34 15	www.kovancilar.bel.tr	Şalpazarı Belediyesi / Trabzon	0 462 891 2018	www.salpazari.bel.tr
Kütahya Belediyesi	0274 999 19 43	www.kutahya.bel.tr	Tepebaşı Belediyesi / Eskişehir	0222 320 54 54	www.tepebasi.bel.tr
Lüleburgaz Belediyesi / Kırklareli	0288 417 10 12	www.luleburgaz.bel.tr	Tirebolu Belediyesi / Giresun	0454 411 40 16	www.tirebolu.bel.tr
Malkara Belediyesi / Tekirdağ	0282 427 10 33	www.malkara.bel.tr	Toroslar Belediyesi / Mersin	0324 322 72 00	www.toroslar-bld.gov.tr
Mamak Belediyesi / Ankara	444 0 149	www.mamak.bel.tr	Trabzon Büyükşehir Belediyesi	0462 322 46 01	www.trabzon.bel.tr
Menteşe Belediyesi / Muğla	0252 214 48 80	www.mentese.bel.tr	Ürgüp Belediyesi / Nevşehir	0384 341 70 76	www.urgup.bel.tr
Merkezefendi Belediyesi / Denizli	0258 265 38 88	www.merkezefendi.bel.tr	Urla Belediyesi / İzmir	0232 754 10 88	www.urla.bel.tr
Mersin Büyükşehir Belediyesi	0324 231 88 80	www.mersin.bel.tr	Üzundere Belediyesi / Erzurum	0442 791 32 95	www.uzundere.bel.tr
Mezitli Belediyesi / Mersin	0324 358 10 05	www.mezitli.bel.tr	Yalova Belediyesi	0226 813 98 46	www.yalova.bel.tr
Midyat Belediyesi / Mardin	0482 462 29 80	www.midyat.bel.tr	Yapraklı Belediyesi / Çankırı	0376 361 25 10	www.yaprakli.bel.tr
Mudanya Belediyesi / Bursa	0224 544 16 50	www.mudanya.bel.tr	Yenipazar Belediyesi / Aydın	0256 361 30 04	www.yenipazar.bel.tr
Muğla Büyükşehir Belediyesi	0252 214 18 46	www.mugla.bel.tr	Yenişehir Belediyesi/Mersin	0324 327 33 00	www.yenisehir.bel.tr
Muratpaşa Belediyesi / Antalya	0242 444 80 07	www.muratpasa-bld.gov.tr	Yeşilyurt Belediyesi / Malatya	0422 377 77 77	www.yesilyurt.bel.tr
Muş Belediyesi	0436 212 12 81	www.mus.bel.tr	Yıldırım Belediyesi / Bursa	444 16 02	www.yildirim.bel.tr



2005



kentli

dergisi

SAYI
46



AKILLI KENT VE SOSYAL SERMAYE



RÖPORTAJ

KAYSERİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKANI
DR. MEMDİH BÜYÜKÖZÜCÜLE
AKILLI KENT VE SOSYAL SERMAYE ÜZERİNE
BİR RÖPORTAJ

ÜYE HABERLERİ

PARKINSON HASTALARI
ASFİN'DE YENİDEN HAYATA
BAĞLANIYOR HEM SPOR YAPIYOR
HEM DE SOSYALLEŞİYORLAR

İNSAN ODAKLI YAKLAŞIM

MILANO'YUN ÖDÜLLÜ
SİNGE YAPILARINDAN
BOSCO VERTICALE-ÜREY ORMAN

MAKALE

AKILLI KENT İNŞASINDA SOSYAL
SERMAYENİN ROLÜ
PROF. DR. İNCİ PARLAKTUNA

Kitap istekleriniz için:
bilgi@skb.gov.tr

Bandrol Uygulamasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında
Yönetmelik'in 5'inci maddesinin ikinci fıkrası çerçevesinde
bandrol taşınması zorunlu değildir.