

TÜRKİYE'DEKİ SAKİN ŞEHİRLERİNİN İLETİŞİM STRATEJİSİ

Sule Yüksel Özmen¹, Haluk Birsen² ve Özgül Birsen³

Özet

Bu çalışmanın amacını Türkiye'deki sakin şehirlerin iletişim stratejisini ortaya koymak oluşturmaktadır. TÜBİTAK tarafından 113K624 numarası ile desteklenen "İletişim Çağında Frene Basmak: Yavaş Şehirlerin Çevre İletişimi Bağlamında Analizi, Çevresel Toplumsal Katılım, İşbirliği Ve Uzlaşma Stratejilerinin Yavaş Şehirlerde Nasıl Sağlandığının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma" çerçevesinde yapılmıştır. Cittaslow "Sakin Şehir Hareketi"nin temeli ise 1999'da İtalya'nın Toscana bölgesinde bulunan Greve in Chianti şehrinde, 30 kadar Yavaş Yiyecek Şehri'nin katılımıyla atılmıştır., Cittaslow Hareketi doğaya zarar vermeden de kentlerin gelişebileceğini savunmaktadır. Yavaş şehir; tarihsel kentsel öğeleri korumak, çevre dostu teknolojilerden en üst düzeyde yararlanabilmek ve kenti katılımcı bir anlayışla yönetebilmek; yerel ürünlerine, sanatlarına, yemeklerine ve kültürlerine sahip çıkmak, tarihsel yapıyı, ekolojik ve çevresel özellikleri, kentsel dokuyu koruyarak, daha insanca, daha yaşanabilir ve sürdürülebilir bir geleceği katılımcı bir anlayışla tasarlamak anlamına gelmektedir. Türkiye'de cittaslow ağına katılan ilk şehir 2009 yılında İzmir Seferihisar olmuştur. Bu şehri, Aydın Yenipazar, Isparta Yalvaç ve Eğirdir, Sakarya Taraklı, Muğla Akyaka, Kırklareli Vize, Çanakkale Gökçeada, Şanlıurfa Halfeti, Ordu Perşembe, Artvin Şavşat, Erzurum Uzundere, Sinop Gerze ve Bolu Göynük takip etmiştir. Çalışmada bu şehirlerin iletişim stratejilerini ortaya koymak için belediye başkanları, sivil toplum örgütleri derinlemesine görüşmeler yapılmış, bu görüşmeler sonucu ortaya konan stratejilerin halk tarafında katılımının ve farkındalığının nasıl olduğunu belirlemek içinde anket uygulanmıştır.

Anahtar kelimeler: İletişim Stratejileri, Yavaş Şehir, Toplumsal Katılım

COMMUNICATIONS STRATEGY OF TURKISH CITTASLOW CITIES

Abstract

The study was examined in the framework of "Braking In The Communication Age: A research to Analysis Of Slow Cities In The Context Of Environmental Communication, Environmental, Social Participation, Cooperation And Reconciliation Strategies to Determine how it is being secured in Slow Cities" which was supported by TUBİTAK. In the study, nine slow the city of Turkey were examined. Cittaslow "Slow City Movement" is the founded in 1999 in Greve in Chianti in the Tuscany region of Italy, with the participation of about 30 Slow Food Town which affected from this philosophy. In the first declaration of the Quite City Movement abrasively differences, which go towards creating a single model and created concerns about the ordinary people and in the end the judge will order that has been raised despite to all facilitate communication between people, cohesion and change which comes with globalization Cittaslow movement which was part of anti-globalization argues that the city could develop without harming the environment. Slow City means more humane, more livable and sustainable future to design a participatory approach while protecting historic urban elements, to get the highest level of environmentally friendly technologies and an approach to manage urban participants; mantaining local products, art, food and culture and preserving historical structure, ecological and environmental features, the urban texture. Slow cities are working

1. Doç. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü suleyozturk@gmail.com

2. Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın Yayın Bölümü hbirsen@anadolu.edu.tr

3. Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın Yayın Bölümü obirsen@anadolu.edu.tr

for the protection of cultural heritage especially in the intangible cultural heritage. In slow cities it is seen that women play an effective role for the production and marketing of local products; preparing processes in both presentation and sale of food. Local markets and cooperatives, where production and sale made especially by women are part of daily life but local production processes and products which are cultural heritage are available by the fact of slow cities.

Keywords: *Communication Strategies, Slow City, Public Participation*

1. Giriş

Cittaslow, 1999 yılında İtalya’da kurulmuş bir harekettir. Kelime kökeni İtalyanca “Citta (Şehir)” ve İngilizce “Slow (Yavaş)” kelimelerinin birleşmesiyle türetilmiştir. Küreselleşme karşıtı olarak ortaya çıkan yavaş hareketinin bir parçası olan, Cittaslow Hareketi doğaya zarar vermeden de kentlerin gelişebileceğini savunan bir yerel kalkınma modelidir. Yavaş şehir; tarihsel kentsel öğeleri korumak, çevre dostu teknolojilerden en üst düzeyde yararlanabilmek ve kenti katılımcı bir anlayışla yönetebilmek; yerel ürünlerine, sanatlarına, yemeklerine ve kültürlerine sahip çıkmak, tarihsel yapıyı, ekolojik ve çevresel özellikleri, kentsel dokuyu koruyarak, daha insanca, daha yaşanabilir ve sürdürülebilir bir geleceği katılımcı bir anlayışla tasarlamak anlamına gelmektedir. Yavaş şehirlerde kadınların girişimciliği, kent yaşamına katkıları, çocuklara yönelik politikalar ve yerel üretimdeki etkileri bakımından yerel yönetimler tarafından pozitif ayrımcılık uygulanmaktadır.

Yerel unsurlar terk edilmeye başlanıp, tüketim kültürünün dayatmasıyla tüketim toplumu tüm dünyada aynılanan menülerle karşımıza çıkmıştır. Yavaş hareketinin de çıkış noktası budur. Aynılanan gündelik hayatın yerel dokularını korumasını içermektedir. İtalya’da 1986’da Roma Piazza di Spagna’da İspanyol Merdivenleri olarak bilinen mevkide McDonald’s restoranının açılışı büyük bir protestoya sahne olmuştur. Gazeteci Carlo Petrini önderliğindeki bu protesto hareketi küresel restoran zincirlerinin yerel tatları ve yemek kültürünü yok ettiğini “fastfood” olarak adlandırılan hızlı yemek yeme kültürünün yerine hayattan zevk alarak ve tüm tatları hissederek yenilebilecek bir şeye bırakması gerektiği vurgulanmıştır. Bu şekilde de yavaş yemek akımı ortaya çıkmıştır. Sonrasında 1999’da Geir Berthelsen ve onun yarattığı “The World Institute of Slowness”, “Dünya Yavaşlık Enstitüsü”, “Yavaş Gezegen” şeklinde bir geniş görüş sunmuştur. “Yavaş Hareketi” organize edilmiş veya tek bir organizasyon tarafından kontrol edilen bir hareket değildir. Avrupa’nın çeşitli şehirlerinde olduğu gibi, Avustralya ve Japonya gibi bazı Uzakdoğu ülkelerinde de hareketin arkasındaki felsefeyi kabul eden insanların sayısı zamanla artmıştır (Alpat, 2013, 44). Yavaş hareketinin kısaca tanımını yapmak gerekirse; iletişim ve ulaşım teknolojilerinin hızla gelişmesiyle, bu hızlı gelişim toplumsal hayatı dönüştürmesi bu dönüşümün insanların hayattan zevk alacak unsurları gözden kaçırmasını önlemektir (Honore, 2008, 51).

2. Yavaş kent (Cittaslow)

Kelime kökeni İtalyanca “Citta (Şehir)” ve İngilizce “Slow (Yavaş)” kelimelerinin birleşmesiyle oluşturulan yavaş şehir hareketi, Türkiye’de yavaş kelimesinin yarattığı olumsuz anlam nedeniyle sakin şehir olarak adlandırılmaktadır. 1999 yılında Orvieto Kongresi’nden (Ekogastronomi kongresi) sonra yavaş yemek akımının heyecanına kapılan bir grup yerel yönetici kendine has bir yaşam şekli ve korunmaya muhtaç özel ürünleri bulunan bazı küçük şehirleri bir araya getirecek bir birlik kurmak istemiştir. İtalyan 3 belediyenin bir araya gelmesiyle cittaslow organizasyonunun temeli atılmıştır. Bu ağ giderek yaygınlaşmıştır. Bugün bu ağa dahil 30 ülkeden 230 şehir bulunmaktadır (Cittaslow Org). Cittaslow’un amacı, kent sakinleri ve ziyaretçiler için, iyi fikirler, deneyimler ve bilgi alışverişini sağlayarak yaşam kalitesini arttırmaya yönelik çalışmalar yapmaktır (Miele, 2008:136).

Cittàslow, nüfusu 50.000'in altında olan kentlerin üye olabildiği, kentlerin kendi gelecek, göreneklerini, yemeklerini, tarihsel kimliklerini korumalarını öngören bir birliktir. Cittàslow felsefesi kentlerin hangi alanlarda güçlü ve zayıf olduklarını analiz etmelerini ve sahip oldukları şartlar çerçevesinde bir strateji geliştirmelerini teşvik etmektedir (<http://www.cittaslowturkiye.org/>).

Cittaslow ağına dahil olmak için öncelikle Cittaslow organizasyonu tarafından belirlenmiş kriterler mevcuttur. Bu kriterler aslında sakin şehirlerin şehirlerini bu kriterler etrafında kalkındıracağına yönelik birer taahhüttür. "Cittaslow" bildirisi, gürültü kirliliğini ve trafiği kesmek, yeşil alanları ve yaya bölgelerini artırmak, yerel üretim yapan çiftçilerle bu ürünleri satan dükkân ve lokantaları desteklemek ve yerel estetik öğeleri korumak gibi sayısı 70'den fazla taahhüt içermektedir. Bu taahhütler çevre politikaları, altyapı politikaları, kent dokusunun kalitesinin artırılması, yerel üretimi koruma ve destekleme, konukseverlik ve farkındalık başlıkları taşımaktadır

Sakin şehrin ağına dahil olan üye şehirler Cittaslow organizasyonunun simgesi olan salyangoz logosunu kullanmaya hak kazanırlar. SlowFood hareketinin logosu da salyangozdur. Cittaslow logosu sırtında şehir taşıyan bir salyangoz şeklindedir. Bir şehrin Sakin Şehir Ağı'na katılımı gerçekleştiğinde, o şehir, Sakin Şehir hareketinin logosunu ve Sakin Şehir markasını kullanma hakkına sahip olmaktadır. Sakin Şehirlerin logosu, sırtında şehrin taşıyan salyangozdur. Salyangozun simge olarak seçilmesinin felsefi bir anlamı bulunmaktadır. "Salyangoz yavaş hareket eder. Hızlı olmak insanı akılsız ve düşüncesiz kılar. Yavaş hareket etmek bir erdemdir. Akıl ve ağırbaşlılığı ifade eder" (Yurtseven, Kaya ve Harman, 2010:24).

2.1.Dünyada ve Türkiye'de Yavaş Şehirler

Cittaslow ağının merkezi İtalya'dır. 2017 Şubat ayı itibarıyla ağına dahil olmuş 30 ülkeden 230 şehir bulunmaktadır.

Türkiye'de yavaş şehirler, neredeyse ülke coğrafyasının her noktasında görülebilmektedir. Ülkenin doğusunda, batısında, kuzeyinde ve güneyinde yavaş şehir seçilmiş kentler mevcuttur. Adaylık süreci devam eden ve aday olmayı düşünen, bu yönde başvurularını yapmakta olan, ya da başvurmak için hazırlanmakta olan şehirler bulunmaktadır. Şimdilik Türkiye'deki Sakin Şehirlerin sayısı on dördtür (<http://cittaslowturkiye.org/>):

Bunlar:

1. İzmir Seferihisar (Türkiye sakin şehir başkenti),
2. Muğla Akyaka,
3. Çanakkale Gökçeada,
4. Şanlıurfa Halfeti,
5. Sakarya Taraklı,
6. Kırklareli Vize,
7. Isparta Yalvaç,
8. AydınYenipazar,
9. Ordu Perşembe,
10. Artvin Şavşat
11. Erzurum Uzundere

12. Bolu Göynük
13. Eğirdir Isparta
14. Sinop Gerze

3. Araştırma Yöntemi

Çalışma TÜBİTAK tarafından desteklenen “İletişim Çağında Frene Basmak: Yavaş Şehirlerin Çevre İletişimi Bağlamında Analizi, Çevresel Toplumsal Katılım, İşbirliği Ve Ulaşma Stratejilerinin Yavaş Şehirlerde Nasıl Sağlandığının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma” çerçevesinde hazırlanmıştır. Bu kapsamda Türkiye’nin dokuz yavaş şehrine gidilmiş katılımcı gözlem ve derinlemesine görüşme ve anket ile veri toplanmıştır. Toplam 1752 katılımcıya anket uygulanmıştır. Derinleme görüşme yapılan kişi sayısı ise 60’dır.

4. Bulgular ve Yorum

Cittaslow şehirlerinin iletişim stratejilerine ilişkin bir çalışma bulunmamaktadır. Bu konuya ilişkin Türkiye’deki ve yurtdışındaki cittaslow şehirlerini karşılaştıran Tayfun ve Acuner (2014: 243) tarafından yapılan çalışmada çeşitli bilgilere yer verilmiştir. Bu çerçevede Türkiye’de sadece bir sakin şehir televizyon reklamıyla tanıtım yaptığını belirtmiştir. Yine bir sakin şehir tanıtım için dergi reklamını kullandıklarını belirtirken; gazete reklamıyla şehirlerini tanıttık diyenlerin sayısı 4’tür. Billboard kullananların sayısı 3 iken basın bültenleriyle iletişim süreçlerine dahil olan sakin şehir sayısı 6’dır. Broşür kullananların sayısı da altıdır. Görüşmeler, söyleşilerle iletişim sağladıklarını söyleyen sakin şehir sayısı ise 4’dür. Sosyal medyayı kullandıklarını söyleyen şehir sayısı ise 5’dir.

94

Yapılan görüşmeler neticesinde de genellikle tanıtım broşürü, billboard ve yüz yüze toplantı iletişim yöntemlerinin benimsendiği görülmektedir. Bu duruma ilişkin görüşme yapılan kişilerin saptamalarına kendi cümleleri ile aşağıda yer verilmiştir.

“ Yerel belediye olarak kendimizin hazırladığı broşürler yaptık.” (Ahmet Çalca/ Akyaka)

“Herkesle konuşuldu. İlk önce esnafların toplantısı yapıldı. Turizmcilerin toplantısı yapıldı. Onun arkasından çocuklar, kahveler. Afişler hazırlanıp dağıtıldı. Ve bunun arkasından da t-shirtlerimiz bastırıldı. Pazar yerinde toplanıldı bilgilendirme toplantısı yapıldı.” (Oruç Özkan/Akyaka)

“İçerisine cittaslowla ilgili broşürler yaptırdık, dergiler yaptırdık. CD’ler koyduk çantalara evlere dağıttık. Cittaslowla ilgili bez çanta yaptık. Büyük, dışında Perşembe cittaslow yazılı.. Şapkalar yaptırdık.” (Selami Çakıcı/Perşembe)

“Bilgilendirme broşürleri, işte muhtarların katılımıyla yapılan toplantılar, anket çalışmaları bunlar daha çok yapılanlar” (Müge Tokuş/ Vize)

“Gazete haberleri, dergiler. En çok internet. Sosyal medya. Facebook, Twitter, Instagram’ dan bir şeyler yapmaya çalışıyoruz. Broşürlerimiz vardı. Bir bilgilendirme tabelaları yapmaya çalıştık SMS ile, internette, işte. Afiş falan dağıtarak. Ama çok az katılım oldu. Bir 10-15 kişi gelince toplantıya, biz bu sefer mahallelere gidelim dedik. Mahallelerde, köylerde, kahvelere gittik başkan ile. Oralarda sunumlar yaptık, anlattık. Tabi, anlattık ama aslında bu bir iş. Bilgilendirme. Çünkü düzenli olarak yapılması gerekiyor.. Konferans düzenledik. Kent konseyi, turizm sektörü, turizm sektörü temsilcisi, muhtarlar, ilçemizdeki resmi kurumların başkanları, dernek başkanları falan “ (Bülent Köstem/Seferihisar)

Cittaslow şehirler 50 bin nüfusun altında olan şehirlerde olduğu için sayının az olmasından dolayı yüz yüze iletişim yöntemiyle bilgilendirme yapmayı tercih etmektedirler.

Her ay mesela, düzenli halk toplantısı yapıyoruz. Her ayın ilk çarşambası, bizim halkla buluşma günümüz. Onun dışında, her ayın belli bir günü, köy muhtarları ile, kent konseyi ile, mahalle muhtarları ile buluşuruz. Gördüğünüz gibi, konuşmayı seven ve bol konuşan biriyim. Bundan da çok fayda gördüm.

İnsanlar konuşuldukça, onlara samimiyetle yaklaştıkça, onlar da samimiyetle kapılarını açıyorlar. Diyelim ki, tabelalar ile ilgili bir şey yapacaksak, yapacağımız esnafı davet edip konuşuyoruz. Mandalina üretici birliği kuracaksak, tüm mandalina üreticilerini davet ettik. Çocuk belediyesi yapacaksak, tüm çocuklarla konuştuk. Çocuk meclisini topladık. Buralardan çocuk taşıdık. Konuya bağlı, Her konunun ilgisi ile konuyu konuşmak gerekiyor (Tunç Soyer / Seferihisar)

“Tekin Başkan döneminde tanıtıcı levhalar asıldı. Şehir içi billboardlara tanıtımlar yapıldı.” (Mustafa Özmen/Yalvaç)

Halka sakın şehir olgusunu anlatmakta en etkili yöntemin broşür, gazete ve billboard gibi yazılı iletişimden ziyade yüz yüze iletişim olduğu görülmektedir. Bilgilendirme amaçlı toplantılar ve bu toplantılar sonunda da konunun anlaşılıp anlaşılmadığını da ortaya koyacak referandum yapılması en etkili yöntem olarak görülmektedir.

“Evlerin hepsine broşür dağıttık. Ama bizim o zamanlar her ay çıkan bir gazetemiz vardı, Zeybek diye. Onda da bununla ilgili yazılar yazdık. Ama belediye başkanının atladığı bir şey vardı. Türk insanı okumaz. Perşembe'nin yaptığı gibi bir eşantıyonla verseydik, evet. Bir ihtimal ama buradaki herkes tarhana yapıyor. Kooperatifin taptığı tarhanayı biz onlara versek... Hakaret gibi. Sen daha iyi biliyor-san gel bunu yap gibi bir şey olacak. Yani bu görsellerle, toplantılarla birebir anlatılacaktı. Yani şöyle denilecekti. İnsanlar biz girdiğimizde sakın şehri, Seferihisar'ı bilmiyorlardı. Şirince gibi olacağız. Her hafta sonu burası dolacak, taşacak. Siz ürünlerinizi satacaksınız. Yapmaya çalıştığımız şey bu. Halk benimseyemedi. Bunda da bir önceki belediye başkanının vakitsizliği ve bunu halka anlatamaması vardı. Ama yavaş yavaş daha kolay benimsiyorlar artık. İlk sakın şehir olduk dediğimizde, hep şey, bundan sonra sessiz mi konuşacağız, bundan sonra işte yavaş mı yürüyeceğiz yolda falan gibi absürt şeyler oldu. Bizim eksikliğimiz bu. Belediye başkanının normalde ufak bir referandum yapması, referanduma halkın katılması, katılmasa dahi bilgilendirme toplantılarının yapılması gerekiyordu. Ama halkla ne olduğunu paylaşmazsanız, anlanmıyor. Ama işte bu televizyonda çıkmaya başladıkça, işte insanlar pide dışında başka bir şeye gelmeye başladıkça Yenipazar'a, her şey değişti” (Sevil Terzioğlu/ Yenipazar)

“Sakin Şehir kavramını anlatamadık biz. Yani Seferihisar'da referandum falan da yaptılar. Seferihisar'da ya da Akyaka'da referandum yaptılar. Ama oradaki kitle, farklı bir kitle, Akyaka'dakiler, Seferihisar'dakiler falan. Tabi Seferihisar'ın Sığacık' ını ya da Akyaka'yı düşünün. Biraz yeni kentliler de var orada ve onlar çok etkiliyorlar tabi. Seferihisar'da da öyle, Akyaka'da da öyle. Yani oralarda, onlar belki daha başarılı olurlar falan ama ben sakın şehri yani cittaslow'u anlatamadım. Ama cittaslow' u anlatmak için çok şey yaptım. Ben de gittim, kahvelerde anlattım, konuştum. Tek tek broşürler dağıttım evlere bununla ilgili. Belediyenin düzenli yayınladığı bir bülten çıkardım. Sürekli o bültende onlardan söz ettim, anlattım”. (Yüsrar Erden/ Yenipazar)

Tanıtım için broşür ve yüz yüze iletişim yerine interneti de kullananlar da mevcut. Gerek facebook sayfası gerekse belediyenin internet sitesi veya özel olarak hazırlanmış internet siteleriyle online iletişim yönteminin de benimsendiği durumlar söz konusudur.

“Cittaslow hareketini başlattığımızda Cittaslow Seferihisar'ın resmi internet sitesinde 300'e aşkın kişi ile Cittaslow gönüllü katılımı sağladık. Seferihisarlıların bu projeyi sahiplenmesi ve destek olmasıyla başladık.” (Bülent Köstem/Seferihisar)

5. Halkın İletişim Sürecine Tepkisi

Görüşmeler sonunda ortaya çıkan iletişim stratejilerine halkın katılımına ilişkin duruma 9 şehirde 1752 kişiye yapılan anketle bakılmıştır. Ankette öncelikle sakın şehir olgusuna ilişkin bilgileri nereden edindiklerine ardından da sakın şehir toplumsal katılım için kulanılan stratejilerini şehirlere göre açıklaması yapılmıştır.

Tablo 1 Katılımcıların yaşadıkları şehir ve sakin şehri nereden öğrendiklerinin çapraz tablosu

Şehir	Mecra				
	Ulusal Medya	Yerel medya	Belediye başkanı toplantı	Sosyal çevre	Sosyal medya
Seferihisar	328	33	21	7	12
Taraklı	128	2	2	1	1
Yenipazar	127	2	2	1	1
Halfeti	179	16	6	1	1
Akyaka	89	2	-	-	-
Vize	324	14	3	2	3
Gökçeada	126	12	27	2	2
Yalvaç	250	4	4	1	2
Perşembe	178	12	3	-	-

Katılımcılar sakin şehir ve yaşadıkları şehri Seferihisar'da 328 kişi ulusal medyadan, 33 kişi yerel medyadan, 21 kişi belediye başkanı toplantısından, 7 kişi sosyal çevreden, 12 kişi de sosyal medyadan öğrendiklerini söylemiştir. Taraklı' da 128 kişi ulusal medyadan, 2 kişi yerel medyadan, 2 kişi belediye başkanı toplantısından, 1 kişi sosyal çevreden, 1 kişi de sosyal medyadan öğrendiklerini söylemiştir. Yenipazar'da 127 kişi ulusal medyadan, 2 kişi yerel medyadan, 2 kişi belediye başkanı toplantısından, 1 kişi sosyal çevreden, 1 kişi de sosyal medyadan öğrendiklerini söylemiştir. Halfeti'de 179 kişi ulusal medyadan, 16 kişi yerel medyadan, 6 kişi belediye başkanı toplantısından, 1 kişi sosyal çevreden, 1 kişi de sosyal medyadan öğrendiklerini söylemiştir. Akyaka'da 89 kişi ulusal medyadan, 2 kişi yerel medyadan, 2 kişi belediye başkanı toplantısından, 0 kişi sosyal çevreden, 0 kişi de sosyal medyadan öğrendiklerini söylemiştir. Vize'de 324 kişi ulusal medyadan, 14 kişi yerel medyadan, 3 kişi belediye başkanı toplantısından, 2 kişi sosyal çevreden, 3 kişi de sosyal medyadan öğrendiklerini söylemiştir. Gökçeada'da 126 kişi ulusal medyadan, 12 kişi yerel medyadan, 27 kişi belediye başkanı toplantısından, 2 kişi sosyal çevreden, 2 kişi de sosyal medyadan öğrendiklerini söylemiştir. Yalvaç'ta 250 kişi ulusal medyadan, 4 kişi yerel medyadan, 4 kişi belediye başkanı toplantısından, 1 kişi sosyal çevreden, 2 kişi de sosyal medyadan öğrendiklerini söylemiştir. Perşembe'de 178 kişi ulusal medyadan, 12 kişi yerel medyadan, 3 kişi belediye başkanı toplantısından, 0 kişi sosyal çevreden, 0 kişi de sosyal medyadan öğrendiklerini söylemiştir.

Tablo 2 Katılımcıların sakin şehre ilişkin toplumsal katılım faaliyetlerinin dağılımı

Toplumsal katılım faaliyeti	Katıldım (%)	Katılmadım (%)	Haberim olmadı (%)	Cevap yok
Odak grup toplantıları	11,8	43	39,8	5,4
Vatandaş dayanışma toplantıları	14	41,5	39	5,5
Kamuoyu yoklaması	14,4	41,7	38,8	5,1
Belediyenin düzenlendiği halk toplantıları	23,2	40,6	31,9	4,3
Kahvehane toplantıları	17,5	43,9	33,1	5,4
Websitesi aracılığıyla yapılan anketlere	18	42,1	34,5	5,3
Kent konseylerine	13,9	48,5	35,2	5,2
Festival/ etkinliklere	44,2	27,1	25,1	3,6

Odak grup toplantıları faaliyetine katılımcıların yüzde 11,8'i katılmış, yüzde 43'ü katılma-

miş, yüzde 39,8'inin haberi olmamıştır. Soruyu cevaplamayanların oranı yüzde 5,4'tür. Vatan-
 daş dayanışma toplantıları faaliyetine katılımcıların yüzde 14'ü katılmış, yüzde 41,5'i
 katılmamış, yüzde 39'unun haberi olmamıştır. Soruyu cevaplamayanların oranı yüzde
 5,5'tir. Kamuoyu yoklaması faaliyetine katılımcıların yüzde 14,4'ü katılmış, yüzde 41,7'si
 katılmamış, yüzde 38,8'inin haberi olmamıştır. Soruyu cevaplamayanların oranı yüzde
 5,1'dir. Belediyenin düzenlendiği halk toplantıları faaliyetine katılımcıların yüzde 23,2'si
 katılmış, yüzde 40,6'sı katılmamış, yüzde 31,9'unun haberi olmamıştır. Soruyu cevapla-
 mayanların oranı yüzde 4,3'tür. Kahvehane toplantıları faaliyetlerine katılımcıların yüzde
 17,5'i katılmış, yüzde 43,9'u katılmamış, yüzde 33,1'inin haberi olmamıştır. Soruyu cevap-
 lamayanların oranı yüzde 5,4'tür. Websitesi aracılığıyla yapılan anket faaliyetlerine katı-
 lımcıların yüzde 18'i katılmış, yüzde 42,1'i katılmamış, yüzde 34,5'inin haberi olmamıştır.
 Soruyu cevaplamayanların oranı yüzde 5,3'tür. Kent konseyi faaliyetlerine katılımcıların
 yüzde 13,9'u katılmış, yüzde 48,5'i katılmamış, yüzde 35,2'sinin haberi olmamıştır. Soruyu
 cevaplamayanların oranı yüzde 5,2'dir. Festival/ kültürel etkinliklerine katılımcıların yüzde
 44,2'si katılmış, yüzde 27,1'i katılmamış, yüzde 25,1'inin haberi olmamıştır. Soruyu cevap-
 lamayanların oranı yüzde 3,6'dır.

Nüfusları 50 binden az şehirleri kapsayan bir hareket olduğu için yavaş şehir hareketi, yüz
 yüze iletişim yöntemleri daha çok tercih edilmektedir.

Tablo 3 Odak grup toplantıları ve sakin şehirler çapraz tablosu

Şehir	Odak grup toplantılarına				Toplam
	Katıldım	Katılmadım	Böyle bir etkinlikten haberim olmadı	Cevap yok	
Seferihisar	48	155	114	20	337
Taraklı	17	57	49	8	131
Yenipazar	13	57	57	1	128
Halfeti	22	73	74	11	180
Akyaka	9	37	43	2	91
Vize	41	159	111	14	325
Gökçeada	8	17	84	17	126
Yalvaç	32	111	99	9	251
Perşembe	17	88	66	12	183
Toplam	207	754	697	94	1752

97

Toplumsal katılım türlerinden odak grup toplantılarına sakin şehirlere göre katılım bakıl-
 dığında genelde halkın bu tür bir toplantıdan haberinin olmadığı görülmektedir. Seferihi-
 sar'da 337 kişiden sadece 48'i bu toplantılara katıldığını belirtmiştir.

Tablo 4 Vatandaş dayanışma toplantıları ve sakin şehirler çapraz tablosu Vatandaş dayanışma toplan-

Şehir	Vatandaş dayanışma toplantılarına				Toplam
	Katıldım	Katılmadım	Böyle bir etkinlikten haberim olmadı	Cevap yok	
Seferihisar	53	145	119	20	337
Taraklı	22	53	46	10	131
Yenipazar	12	64	50	2	128
Halfeti	24	70	74	12	180
Akyaka	13	31	45	2	91
Vize	60	143	108	14	325
Gökçeada	15	14	82	15	126
Yalvaç	24	118	99	10	251
Perşembe	23	89	60	11	183
Toplam	246	727	683	96	1752

tılarına katılım sayısına bakıldığında katılmadın diyenler diğerlerine göre daha fazladır. Seferihisar'da 337 kişiden sadece 53'ü katılmıştır. Vize'de ise 325 kişiden 60'ı bu toplantılara katılmıştır.

Tablo 5 Belediyenin düzenlediği halk toplantıları ve sakin şehirler çapraz tablosu

Şehir	Belediyenin düzenlediği halk toplantılarına				Toplam
	Katıldım	Katılmadım	Böyle bir etkinlikten haberim olmadı	Cevap yok	
Seferihisar	100	138	84	15	337
Taraklı	36	46	39	10	131
Yenipazar	27	56	44	1	128
Halfeti	28	67	76	9	180
Akyaka	22	33	34	2	91
Vize	92	138	82	13	325
Gökçeada	32	10	79	5	126
Yalvaç	35	128	76	12	251
Perşembe	35	95	45	8	183
Toplam	407	711	559	75	1752

Belediyenin düzenlediği halk toplantılarına katılma durumuna ilişkin sorulan soruya verilen cevaplardan katıldım diyenlerin sayısı nispeten diğer toplumsal katılım türlerine göre daha fazladır. Seferihisar'da 100 kişi katıldım derken bu sayı Vize'de 92, Perşembe ve Yalvaç'ta 35, Taraklı'da 36, Halfeti'de 28, Gökçeada'da 32, Akyaka'da ise 22'dir.

Tablo 6 Kahvehane toplantıları ve sakin şehirler çapraz tablosu

Şehir	Kahvehane toplantılarına				Toplam
	Katıldım	Katılmadım	Böyle bir etkinlikten haberim olmadı	Cevap yok	
Seferihisar	67	155	94	21	337
Taraklı	36	50	36	9	131
Yenipazar	19	59	46	4	128
Halfeti	18	73	79	10	180
Akyaka	13	37	39	2	91
Vize	78	144	83	20	325
Gökçeada	9	28	80	9	126
Yalvaç	46	123	72	10	251
Perşembe	21	101	51	10	183
Toplam	307	770	580	95	1752

Kahvehane toplantılarına katılıp katılmadıkları sorulduğunda ise katılmadım diyenlerin sayısı fazladır. Katıldım diyenler Seferihisar'da 67, Taraklı'da 36, Yenipazar'da 19, Halfeti'de 18, Akyaka'da 13, Vize'de 78, Gökçeada'da 9, Yalvaç'ta 46 ve Perşembe'de 21 kişidir.

Tablo 7 Web sitesi aracılığıyla yapılan anketler ve sakin şehirler çapraz tablosu

Şehir	Websitesi aracılığıyla yapılan anketlere				Toplam
	Katıldım	Katılmadım	Böyle bir etkinlikten haberim olmadı	Cevap yok	
Seferihisar	60	158	97	21	336
Taraklı	28	58	34	11	131
Yenipazar	25	59	42	2	128
Halfeti	18	67	81	14	180
Akyaka	16	36	37	2	91
Vize	78	133	98	16	325
Gökçeada	11	18	90	7	126
Yalvaç	52	113	75	11	251
Perşembe	28	96	51	8	183
Toplam	316	738	605	92	1751

Belediyenin web sitesinden yapılan anketlere katılıp katılmadığı sorulduğunda çoğunluğun katılmadığı görülmektedir. Böyle bir anketten haberi olmadığını belirtenlerin sayısı da katılmadım diyenlere yaklaşımaktadır.

Tablo 8 Festivallere/kültürel etkinlikler ve sakin şehirler çapraz tablosu

Şehir	Festivallere/kültürel etkinliklere				Toplam
	Katıldım	Katılmadım	Böyle bir etkinlikten haberim olmadı	Cevap yok	
Seferihisar	183	92	46	16	337
Taraklı	53	35	32	11	131
Yenipazar	50	42	34	2	128
Halfeti	40	58	74	8	180
Akyaka	27	31	31	2	91
Vize	210	67	39	9	325
Gökçeada	20	12	91	3	126
Yalvaç	128	68	49	6	251
Perşembe	63	70	44	6	183
Toplam	774	475	440	63	1752

Toplumsal katılımın en fazla katılım sağlandığı alan olarak festival ve kültürel etkinliklerle dikkat çekmektedir. Bu bağlamda Seferihisar'da 183 kişi katıldım cevabı vermişti. Seferihisar'da her yıl Mandalina Festivali düzenlenmektedir. İhlamur Festivali'nin düzenlendiği Vize'de ise 210 kişi katıldım cevabı vermiştir. Meyve yemekleri festivalinin olduğu Halfeti'de 40 kişi katıldım derken, Psidia Antiokheia Kültür Turizm ve Sanat Festivali düzenlenen Yalvaç'ta bu sayı 128'dir. Pide festivalinin düzenlendiği Yenipazar'da 50 kişi katıldım diye cevap vermiştir.

Sonuç

Halka sakin şehir olgusunu anlatmakta en etkili yöntemin broşür, gazete ve billboard gibi yazılı iletişimden ziyade yüz yüze iletişim olduğu görülmektedir. Yazılı iletişimin bilgilendirme sağlamadığı görüşmecilerin beyanlarından ortaya çıkmıştır. Bilgilendirme amaçlı toplantılar ve bu toplantılar sonunda da konunun anlaşılıp anlaşılmadığını da ortaya koyacak referandum yapılması en etkili yöntem olarak görülmektedir. Tüm iletişim süreçlerinde olduğu gibi yüz yüze iletişim en etkili iletişim olarak dikkat çekmektedir. Bu şehirlerde nüfusun az olması kitlelere yüz yüze iletişim yöntemiyle ulaşılabilecek olması yüz yüze iletişim yönteminin sürecin mimarları tarafından benimsendiğini göstermekte-

dir. Yüz yüze iletişim yöntemleri de halk toplantıları, odak gruplarla yapılan toplantılar, kent konseylerine ilişkin toplantılar, kahvehane toplantıları gibi çeşitlilik göstermektedir. Bu toplantılara katılıma ilişkin geri dönüşlere bakıldığında anket sonuçlarından ortaya çıkan durum katılımın yüksek olmadığıdır. Bu durum da toplantılar konusunda halkın yeterince haberdar edilemediğini göstermektedir. Halkın haber alma kaynağının çoğunlukla ulusal medya olması da belediyelerinin yüz yüze iletişim dışında stratejilerini ulusal medya üzerinden yoğunlaştırması gerektiğini de ortaya koymaktadır.

Sakin şehirlere ilişkin iletişim stratejisini iki boyutta incelemek gerekmektedir. Birinci boyut sakin şehir olmaya karar verildikten sonra bunun halka benimsetilmesi için bilgilendirme kampanyaları için gerekli olan iletişim süreci ikincisi ise; sakin şehir unvanına sahip olunduktan sonra sakin şehir olmanın getirdiği sorumluluklar konusunda halkın bilgilendirilmesidir. Yapılan çalışma göstermiştir ki bu iki boyutun sadece birincisine ilişkin bir iletişimin stratejisi mevcut ikinci boyutuna ilişkin herhangi bir planlama yapılmamıştır. Sonraki süreç, özellikle ulusal basının bu şehirlerin sakin şehir olmasından kaynaklı ilgi çekicilik unsurunu haberlerine, filmlerine, belgesellerine yansıtıp bu doğrultuda haberdar olunma oranının arttığı görülmektedir. Sakin şehirlerde sakin şehir kriterlerinin uygulanabilmesi, taahhütlerin yerine getirilebilmesi çerçevesinde herhangi bir iletişim planının uygulanmadığı görülmektedir.

Kaynakça

- Alpat, E. (2013). Yavaş Moda Nedir? Akdeniz Sanat Dergisi, 5, 7, 44-47.
- Bilgi, M. G. (2013). "Türkiye'nin Sakin Şehirlerinde Permakültürel Koruma, Planlama, Yönetim ve Eğitim Pratikleri". Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 29, 45-59.
- Değirmenci, İ. & Sarıbayrak, M. (2015). "Tarihi Mekanlarda Sürdürülebilirlik Bağlamında Cittaslow Hareketi : Taraklı Örneği" 2nd International Sustainable Buildings Symposium, 28 - 30th May 2015, Ankara.
- Eşitti, B. & Harputoğlu, D. (2015). "CittaSlow Şehirlerde Yerel Halkın Earth Markete Yaklaşımı: Gökçeada Destinasyonu Örneği" Journal of Tourism and Gastronomy Studies 3/1 (2015) 64-71.
- Hayes, C. A. & Martin, D. G. (2010). "Mobilising Bodies: Visceral Identification in The Slow Food Movement". Transactions of the Institute of British Geographers, C. XXXV, 2, 269-281. doi/10.1111/j.1475-5661.2009.00374.x/
- Honore, C. (2004). Hız Çılgınlığına Başkaldıran Yavaşlık Hareketi Yavaş, İstanbul: Alfa.
- Karadeniz, B.C. (2014). "Sürdürülebilir Turizm Çerçevesinde Sakin Şehir Perşembe" Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7 Sayı: (29).
- Knox, P. & Mayer, H. (2009). Small town sustainability: Economic, social, and environmental innovation. Walter de Gruyter.
- Miele, M. (2008). "Cittaslow: Producing Slowness Against the Fast Life", Space and Polity, 12(1), 135-156.
- Pajo, A. & Uğurlu, K. (2015). "Cittaslow Kentleri İçin Slow Food Çalışmalarının Önemi" Electronic Journal of Vocational Colleges, Aralık, 65-73.
- Petrini C. & Padovani G. (2011). Slow Food Devrimi. Ankara: Sinek Sekiz.
- Tayfun, A. & Acuner, E. (2014). "A cittaslow: A comparative research Turkey and the world" Conference of the International Journal of Arts & Science, 07(03): 239-236.
- Yurtseven, R., Kaya, O., Harman, S. (2010). Yavaş Hareketi, Ankara: Detay.
- www.slowfood.com
- www.cittaslow.org
- www.cittaslowturkiye.org