

Enstitüsü : Sosyal Bilimler
Anabilim Dalı : İletişim Sanatları
Programı : İletişim Sanatları
Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Öykü Ezgi Yıldız
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek lisans-Eylül 2014

ÖZET

SİNEMA FİLMLERİNDEKİ SANATSAL TEMALAR ARACILIĞIYLA MODERN KENTLERİN PAZARLANMASI

Günümüz dünyasında, küreselleşme ile birlikte modern kentlerin ülkeleri adına önemi artmıştır. Kentlerin, pazarlama adına yaptığı çalışmaların çağımızda sürekli ve stratejik bir şekilde yapılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Kentler, sinema filmleriyle eski dönemlerden beri bir ilişki içinde olmuştur. Filmlerin içeriğine bağlı olarak farklı imajlarla ele alınan kent, çağımızda sinemanın pazarlama ve algıyı yönetme yeteneğinden yararlanmaktadır. Kentlerin sinemada kendilerini sanatsal temalar aracılığıyla görünür kılmaları, filmlerde kentlerin çeşitli sanatsal elemanlarla özdeşleşmesine neden olmuştur.

Çalışmada, kentler için olmazsa olmaz bir çalışma alanı haline gelmiş ve her geçen gün önem kazanan kent pazarlaması kavramı ve kent pazarlaması adına sinemada kullanılan sanatsal temaların rolünün üzerinde durulmuştur. Kentlerin, sinemanın ürettiği mitlerin aracılığıyla pazarlanmasında sanat eserlerinin rolü göstergebilimsel çözümler yapılarak açıklanmıştır. Göstergebilimsel anlamda kullanılan sanat öğelerinin senaryoya uygun olarak edindikleri yeni bağlamların kentlerin pazarlanmasındaki etkisi vurgulanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Kent Pazarlaması, Kent ve Sinema İlişkisi, Çekicilik ve Cazibe Pazarlaması, Mit, Sanat, Gösterge

Insitute : Social Sciences
Department : Communication Arts
Program : Communication Arts
Thesis Advisor : Yrd. Doç. Öykü Ezgi Yıldız
Degree Awarded And Date : MA- September 2014

ABSTRACT

ART THEMES URBAN MARKETING POWER USED BY MOVIES

These days specially urban marketing getting important because of globalization. Modern cities are taking control of their countries, economical destiny. Specially urban marketing now, has to be strategical and sustainable. In today's marketing area film and city marketing has got a direct relationship. Cities, now using movies as a marketing device. Films are creating their reality. But that reality is in these days for city marketing useful and creating attractiveness. City related art themes using by movies. Movies using that art themes new way and in the end themes starting control cities images.

This study mostly leveraged published literature in the field of urban marketing. Study aiming the semologically finding real meaning of art themes used by movies. Art theme and movie relationship creating by myth. Mythies and art themes marketing power is a big advantage for cities.

Key Words: Urban Marketing, City and Cinema Relationship, Attraction Marketing, Myth, Art, Signs