



BANDIRMA
ONYEDİ EYLÜL
ÜNİVERSİTESİ

SAD | **Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**
SSRJ | Social Sciences Research Journal

Cilt / Volume: 4

Sayı / Issue: 1

Yıl / Year: 2021



e-ISSN 2651-2599



Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi

Social Sciences Research Journal

Sahibi/Owner

Prof. Dr. Süleyman ÖZDEMİR (Rektör)

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü/Responsible Publication Manager

Doç. Dr. Ahmet AYDIN

Editörler/Editors

Doç. Dr. Ahmet AYDIN

Doç. Dr. Çağatay BAŞARIR

Yayın Kurulu/Editorial Board

Prof. Dr. Mustafa SARI

Prof. Dr. Zekai METE

Prof. Dr. Hasan Aydın OKUYAN

Prof. Dr. Gökhan ORHAN

Prof. Dr. Suna KORKMAZ

Prof. Dr. Celalettin YANIK

Danışma Kurulu/Advisory Board

Prof. Dr. Süleyman ÖZDEMİR (Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi)

Prof. Dr. Muhsin KAR (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)

Prof. Dr. Alpaslan SEREL (Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi)

Prof. Dr. Bedriye TUNÇSİPER (İzmir Demokrasi Üniversitesi)

Prof. Dr. Rıza ARSLAN (Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi)

Prof. Dr. Özcan KARAHAN (Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi)

Prof. Dr. Erdoğan KOÇ (Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi)

Prof. Dr. Cüneyt AKAR (Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi)

Prof. Dr. Galip ALTINAY (Balıkesir Üniversitesi)

Prof. Dr. Erdal KARAGÖL (Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)

Prof. Dr. Selami SEZGİN (Osmangazi Üniversitesi)

Prof. Dr. Jülide YILDIRIM ÖCAL (TED Üniversitesi)

Prof. Dr. Serpil AYTAÇ (Uludağ Üniversitesi)

Prof. Dr. Özlem İŞİĞİÇOK (Uludağ Üniversitesi)

Prof. Dr. Ahmet SELAMOĞLU (Kocaeli Üniversitesi)

Prof. Dr. Harun ARIKAN (Çukurova Üniversitesi)

Prof. Dr. Oğuz KARADENİZ (Pamukkale Üniversitesi)

Prof. Dr. Ömer İŞBİLİR (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi)

Prof. Dr. Fethi GEDİKLİ (İstanbul Üniversitesi)

Prof. Dr. Recep KARACAKAYA (İstanbul Medeniyet Üniversitesi)

Prof. Dr. Mustafa Güler (Afyon Kocatepe Üniversitesi)

Prof. Dr. Mustafa Yaşar TINAR (Dokuz Eylül Üniversitesi)

Prof. Dr. Slavoljub MILOVANOVIC (University Of Nis)

Prof. Dr. Surhan CAM (Cardiff University)

Prof. Dr. Meryem DUYGUN (University of Nottingham)

Prof. Dr. Mohamed SHABAN (University of Leicester)

Prof. Dr. Saniye DEDEOĞLU (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)

Prof. Dr. Şennur SEZGİN (Osmangazi Üniversitesi)

Associate Prof. Marija ANDJELKOVIC (University Of Nis)

Doç. Dr. Metehan YILGÖR (Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi)

Doç. Dr. Zeynep YÜCEL (Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi)

Lecturer Anton VORINA (Vocational College of Economics, SLOVENIA)

Yayın Kurulu Sekreteryası/Editorial Board Secretaries

Arş. Gör. Bilal COŞAN

Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,

Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (BANÜSAD)

Editörlüğü, 10200, Bandırma/ BALIKESİR

Telefon: +90 266 717 01 17

Fax: +90 266 717 00 30

E-posta: banusad@bandirma.edu.tr

Haziran/June 2021

Cilt 4/Volume 1

Sayı 4/Issue 1

Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi sosyal bilimler alanında ulusal ve uluslararası düzeyde bilimsel ve nitelikli çalışmaları yayımlayarak bilim dünyasına ve akademik hayata yeni bir soluk getirmeyi amaçlamaktadır.

Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde yayımlanan İktisat, İşletme, Maliye, Kamu Yönetimi, Uluslararası İlişkiler, Endüstri ilişkileri, Sosyal Politika, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik, Tarih, Sosyoloji, Coğrafya, Eğitim Bilimleri, Edebiyat ve Yabancı Diller Ana Bilim Dalları gibi başlıkların oluşturduğu geniş bir alanda özgün ve nitelikli bilimsel çalışmaları desteklemeyi ve yayımlamayı amaçlayan uluslararası hakemli bir dergidir. Dergide özgün makalelerin yanı sıra kitap tanıtımı ve eleştirileri ile editöre mektuplar, toplantı ve konferans raporları da yayımlanabilir. Dergi, Haziran ve Aralık aylarında olmak üzere yılda 2 kez yayımlanacaktır.

Dergi, Sosyal Bilimler alanını ilgilendiren konularda yayın yapan elektronik bir dergidir. Dergide, Türkçe ve İngilizce dillerindeki makaleler yayımlanmaktadır. Değerlendirilmek üzere gönderime gönderilen makalelerin, daha önce yayınlanmamış olması, yayımlanmak üzere kabul edilmemiş olması, yayımlanmak için değerlendirilme sürecinde olmaması gerekir. Değerlendirme sürecinde olan ve yayımlanan eserlerin sorumluluğu tümüyle yazar(lar)a aittir. Yayımlanan eserlerin telif hakları Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi'ne aittir. Yayımlanması istenilen çalışmalar dergi yazım kuralları ve yayın ilkelerinde belirtilen koşullara uygun şekilde hazırlanıp gönderilmelidir. Dergiye sunulan makaleler öncelikle şekil ve içerik yönünden ön inceleme tabi tutulmaktadır. Şekil ve içerik olarak uygun bulunan makaleler hakem tayin edilmek üzere yayın kuruluna sunulmaktadır. Değerlendirme sürecine geçildikten sonra hakemlik süreci ortalama 3 ile 5 hafta arası sürmektedir. Yayın Kurulu tarafından incelenen ve uygun bulunan makalelere üç hakem atanmaktadır. Hakemlerden gelen raporlar doğrultusunda, makalenin yayımlanmasına, rapor çerçevesinde yazar(lar)dan düzeltme, ek bilgi ve kısaltma istenmesine veya yayımlanmamasına karar verilmektedir. Hakemlerden iki olumlu ve bir olumsuz rapor verilmesi halinde ilgili çalışma Dergi Editörlüğü tarafından uygun görülmesi halinde yayımlanabilmektedir.





Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi **Social Sciences Research Journal**

SUNUŞ

Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Araştırmaları Elektronik Dergisi **BANÜSAD**'in dördüncü cilt, birinci sayısını okurlarıyla buluşturmuş olmaktan dolayı mutluluk duyduğumuzu ifade etmek isteriz.

BANÜSAD'in 2021 yılının ilk sayısında, makaleleriyle katkı sağlayan yazarlarımıza, gelen çalışmalarını değerlendiren yayın ve danışma kurulunda olan değerli Bilim İnsanlarımıza dergimize olan katkılarından dolayı şükranlarımızı sunarız.

Dergimizin kuruluş aşamasından beri desteğini gösteren dergi yönetimine ve dergimizin düzenli olarak yayınlanmasını sağlayan rektörümüz Sayın Prof. Dr. Süleyman ÖZDEMİR'e teşekkür ederiz.

Yeni sayılarımızda buluşmak dileğiyle...

PRESENTATION

We are pleased to have met with the readers with the third volume of Bandırma Onyedi Eylül University, Social Sciences Research Electronic Journal (BANU SSRJ).

We would like to thank our writers who contributed to fourth volume of the first issue of 2021, BANU SSRJ which, we believe, will make significant contributions to the debate, thanks to the contributions of our valuable scientists to the publications and advisory committees.

We thank to our journal Editorial Board for the efforts they have shown in the preparation phase, and we are grateful to our rector Prof. Dr. Süleyman ÖZDEMİR for his invaluable support.

We hope to meet you in our new issues...

AHMET AYDIN
Assoc. Prof.



Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi **Social Sciences Research Journal**

Cilt / Volume: 4

Sayı / Issue: 1

Haziran / June 2021

İÇİNDEKİLER / CONTENT

SURİYELİ MÜLTECİLERE YÖNELİK NİCEL BİR ÇALIŞMA: SULTANGAZİ ÖRNEĞİ

A SURVEY ON THE SCALE OF SULTANGAZİ FOR SYRIAN REFUGEES

Yaşar TINAR1-20

TURİZM ARZ KAYNAKLARININ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: GÖNEN ÖRNEĞİ

SUSTAINABILITY OF TOURISM SUPPLY RESOURCES: GONEN CASE

Yağmur TURSAN21-46

COMPARING NGO LEADERS THROUGH ORGANIZATIONAL AND SOCIAL PSYCHOLOGY: THE ROLE OF CIVIL SOCIETY FOR ENVIRONMENTAL PROTECTION

STK Liderlerini Örgütsel ve Sosyal Psikoloji ile Karşılaştırmak Çevrenin Korunmasında Sivil Toplumun Rolü

László BALÁZS47-68

MANYAS-GÖNEN VE ERDEK'TEN TESPİT EDİLEN HALK HEKİMLİĞİ UYGULAMALARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

AN ASSESSMENT ON THE FOLK MEDICINE PRACTICES FROM MANYAS-GÖNEN AND ERDEK

Berna AYAZ69-80

TIME-SAVING AS A MOTIVATOR FOR CONSUMPTION VIA DIGITAL PLATFORMS: ISTANBUL EXAMPLE IN THE CONSUMING OF CLOTHES

Dijital Ortamda Bir Tüketim Motivasyonu Olarak Zaman Tasarrufu: Kadınların Giyim Kuşam Tüketiminde İstanbul Örneği

Seçkin ÖZMEN, Esmâ SANCAR81-96

SURİYELİ MÜLTECİLERE YÖNELİK NİCEL BİR ÇALIŞMA: SULTANGAZİ ÖRNEĞİ

Dr. Yaşar TINAR¹ 

ÖZET

Suriye'deki iç savaşın başlamasının ardından Suriye'de yaşayan Suriyeliler mecburi olarak iç savaşın da getirdiği ekonomik, sosyolojik, siyasi ve askeri müdahaleler neticesinde ülkelerini terk etmek zorunda kalmıştır. Suriye'de iç savaşın başladığı 2011 yılından itibaren günümüze en çok Suriyeli mülteciye Türkiye Cumhuriyeti Devleti sahip çıkmış ve sınır kapılarını açarak mültecilerin Türkiye'ye gelmesine müsaade etmiştir. Türkiye'nin günümüzde yaklaşık 4 milyon Suriyeliye ev sahipliği yaptığı bilinmektedir. Nitekim bu 4 milyon Suriyeli mültecinin birçoğu Türkiye'nin yedi bölgesine dağılmış ve buralarda hayatlarını devam ettirmektedirler. Suriyeli mülteciler, 2011 yılından itibaren diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de birçok problemle de karşı karşıya kalmışlardır. Yapılan araştırmada özellikle Suriyeli mültecilerin Türkiye'de yaşadıkları dil sorunu hakkında, çalışma hayatı hakkında, yapmış oldukları meslekler hakkında, eğitim seviyeleri, sosyal güvencelerinin olup olmadığı, ikamet sorunlarının olup olmadığı, Suriye'ye geri dönmeyi düşünüp düşünmedikleri gibi pek çok konuya değinilmiştir. Bu açıdan yaklaşıldığında yapılan araştırmayla Suriyeli mültecilerin Sultangazi ölçeğinde yukarıda muhatap oldukları soru ve sorunların ne aşamada olduğu hakkında bir sonuç elde edilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sultangazi, Suriye, Göç, Mülteci, Sosyo-Ekonomik Durum

A SURVEY ON THE SCALE OF SULTANGAZİ FOR SYRIAN REFUGEES

ABSTRACT

After the beginning of the civil war in Syria, Syrians living in Syria had to leave their country as a result of the economic, sociological, political and military interventions brought about by the civil war. Since the beginning of the civil war in Syria in 2011, the Republic of Turkey has protected the most Syrian refugees and allowed the refugees to come to Turkey by opening the border gates. Turkey is known to host approximately 4 million Syrians today. As a matter of fact, many of these 4 million Syrian refugees are distributed in seven regions of Turkey and continue their lives there. Syrian refugees have faced many problems in Turkey as well as in other countries since 2011. In the study, many issues such as the language problem of Syrian refugees in Turkey, about their working life, about their professions, their education level, whether they have social security, whether they have residence problems, whether they

Geliş Tarihi: 04.11.2020

Kabul Tarihi: 10.07.2021

¹ yasartinar@sultangazi.bel.tr

think of returning to Syria, are mentioned. From this point of view, a result has been tried to be obtained about the stage of the questions and problems that Syrian refugees have dealt with above in the Sultangazi scale.

Keywords: *Sultangazi, Syria, Migration, Refugee, Socio-Ekonomik Status*

1. GİRİŞ

Çatışma, şiddet, zulüm, siyasi ve askeri baskılar sebebiyle zorunlu olarak zorla yerinden edinilen kişilerin sayısı dünya genelinde oldukça yüksek bir seviyeye ulaşmışken; 21. yüzyılda Türkiye dünyaya örnek olacak şekilde en fazla sayıda mülteciye ev sahipliği yapmaktadır. Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği'nin (BMMYK) Türkiye istatistiklerine göre; Suriyeli mülteci ve sığınmacı sayısı yaklaşık 3,6 milyon kişidir. Yine aynı kurumun istatistiklerine göre Suriyeli mültecilerin %98'inden fazlası Türkiye genelinde 81 ilde yaşamlarını sürdürmektedir (UNHCR, 28.10.2020).

Diğer taraftan Türkiye'deki Suriyeli mülteci sayısının her geçen gün artmasından dolayı kendi ülkelerine geri dönme istek, arzu ve eğilimleri de zayıflamaktadır. Aksine Türkiye'deki kalıcılıkları daha da güçlenmektedir. Çünkü yukarıda da değinildiği gibi mülteciler diğer ülkelerdeki gibi kamplarda değil de şehirlerde yaşıyorlar ve belli standartlarda kendi sosyal ve ekonomik hayatlarını kurmuşlardır. Örneğin, Türkiye'de 650 bin civarında okula giden mülteci bulunmakta, yaklaşık yarım milyon yeni doğan bebek olduğu bilinmekte ve 1.2 milyon mültecinin de çalışma hayatında yer almaktadır. Suriyeli mülteciler tarafından iç savaşın ne zaman biteceği, siyasi ve ekonomik kargaşanın ne zaman ortadan kalkacağı veya son bulacağı ve siyasi ve ekonomik istikrarın ne zaman sağlanacağı hala mültecilerin akıllarında soru işareti olarak yer almaktadır. Tüm bu sebeplerden dolayı Suriyeli mültecilerin kendi ülkelerindeki savaş ortamının sona ermesi, siyasi ve ekonomik istikrarın sağlanması, barış ve huzur ortamının tesis edilmesi söz konusu olsa bile kısa ve orta vadede kendi ülkelerine geri dönmeleri pek mümkün gözükmemektedir (Erdoğan, 2019: 24).

Türkiye'de yaşayan yaklaşık 5 milyon Suriyelinin resmi rakamlara göre yaklaşık 60 bini Sultangazi'de yaşamaktadır. Bundan dolayı Sultangazi'de yaşayan Suriyeli mültecilerin bu ilçede hangi meslekte veya sektörde çalıştıkları, Suriye'de yaptıkları meslek veya işlerin neler olduğu, hangi şartlarda ikamet ettikleri, dil problemi yaşayıp yaşamadıkları, cinsiyetleri ve yaş grubu gibi soruların cevapları küçük ölçekte de olsa bir değerlendirme yapma fırsatı vermiş olacaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İnsanlık tarihi kadar eski olan göç hareketleri ilk başlarda insanların yiyecek bulma ihtiyacından dolayı ortaya çıkmış olsa da ilerleyen zaman içerisinde ve özellikle 21. yüzyılda meydana gelen fiziki, siyasi, tarihî, askerî, sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel etkenler bağlamında güncelliğini

korumaktadır. Anlaşılacağı üzere göç olgusunun tek bir sebebi olacağı gibi birçok sebepte göçün sebebi de olabilmektedir. Bir başka ifadeyle göç olgusunu değerlendirirken içerisinde bulunulan dönemin şartlarını iyi anlamak ve ona göre analiz etmek gerekmektedir. En genel anlamda göç veya göç hareketi; “*iyi tanımlanmış coğrafik bölgeler veya idari alanlar arasındaki yerleşim yeri değişiklikleri*” olarak ifade edilmektedir (İnan, 2016: 14).

Bilindiği üzere göç olgusunu insanlık tarihiyle birlikte başlatmak mümkün olmakla birlikte göç konusunda çalışan bazı sosyal bilimciler ve araştırmacılar özellikle içinde bulunduğumuz 21. yy.’ı göç yüzyılı olarak ifade edebileceğimizi söylemektedir (Castles ve Miller, 2008: 5). Bu ifadelerin temeli ise, göçün tüm dünyayı kapsayacak şekilde yayılmasına, göçün uluslararası ilişkileri hiç olmadığı kadar etkin biçimde belirlemesine, göç olgusunun ekonomik ve sosyal sonuçlarının çok büyük çevreleri etkilemesinden ötürü bu yüzyılın daha önce hiç olmadığı kadar göç olgusu tarafından tesis edilmesine dayanmaktadır. Çünkü geçmiş yüzyıllarda en az günümüzdeki kadar önemli ve dünya tarihinin seyrini değiştiren göç hareketlerinin olduğu bilinmektedir. Fakat geçmiş dönemlerde meydana gelen göç hareketleriyle alakalı günümüzle kıyaslayabilecek kadar çok veriye ve bilgiye sahip olunmadığı da bir gerçektir. Fakat tüm bu yaşanan gelişmelerin günümüzdeki göç hareketlerinin değerini azaltmadığı gibi önemini de geçmiş yıllardaki göçlere oranla arttırmamaktadır. Çünkü günümüzdeki göç hareketleri de özellikle ulus devletlerin kontrol politikalarına direnecek yeni siyasal birimler üretebilme ve dolayısıyla son iki yüzyıldır dünyanın her yerine yayılan bildiğimiz siyasal düzenin çok zorlu ve hatta kanlı bile olabilecek süreçler sonucu değişmesi potansiyelini taşımaktadır.

Göç hareketinin ve olgusunun en acımasız ve kötü yanları hiç şüphesiz zorunlu göç, sığınmacılık ve mülteciliktir. Göç olgusunun muhatabı olan zorunlu göçmenler, vatansızlar, sığınmacılar ve mülteciler; yaşama, özgürlük, temel hak ve özgürlükler ile kişinin temel güvenliği haklarının tehlikeye girmesiyle birlikte yaşadıkları ülkeyi terk ederek başka bir ülke sınırları içerisinde hayat bulma ve yaşama mücadelesine itilmektedirler (Urk, 2010: 10). Çünkü kişi yaşadığı ülke içerisinde temel hak ve hürriyetlerinden yoksun durumda kalmaktadır. Buna bağlı olarak mülteci, sığınmacı veya vatansızlar zorunlu olarak ve istemeyerek yaşadığı ülkeyi terk ederek diğer başka bir ülkede yaşam mücadelesine başlamaktağırlar.

Genel olarak tüm dünyaca kabul edilen veya tarif edilen bir göçmen tanımı bulunmamaktadır. Aksine göçmen sözcüğü genellikle, bireyin göç etme kararını zorlayıcı dış faktörlerin etkisi olmaksızın kendi hür iradesiyle ve kişisel uygunluk nedenleriyle almış olduğu tüm pozisyonları kapsar şekilde anlaşılmaktadır. Bundan dolayı göç maddi ve sosyal koşullarını iyileştirmek, kendileri ve ailelerine ilişkin beklentilerini üst seviyede tutmak, daha iyi bir eğitim ve iş imkânına sahip olmak amacıyla başka bir ülkeye veya bölgeye hareket eden kişiler ve aile fertleri için geçerli olarak kabul edilmiştir. Örneğin, Türkiye’de birçok birey ve aile kırsal kesimden sanayileşmiş şehirlere göç etmektedir. Tüm bu göçlerin

nedeni de insanların daha iyi bir sosyo-ekonomik yaşam düzeyi elde etme arzusudur. Diğer taraftan ise tam tersine Birleşmiş Milletler, göçmeni; nedenlerine, gönüllü olup olmadığına, göç yollarına, düzenli veya düzensiz olmasına bakmaksızın yabancı bir ülkede veya bölgede bir yıldan fazla ikamet eden bir birey olarak ifade etmiştir. Böylece Birleşmiş Milletlere göre, turist veya işadamı kimliği ile daha kısa sürelerde seyahat eden kişiler göçmen olarak değerlendirilmemiştir. Ancak genel olarak literatürde tarım ürünlerinin ekimini veya hasadını almak maksadıyla kısa süreliğine seyahat eden mevsimsel tarım işçileri gibi kısa dönemli göçmenlerin de bazı türlerini kapsadığı bilinmektedir (IOM, 2013: 37). Örneğin, Türkiye’de de bazı dönemlerde belli ürünlerin hasadı için mevsimlik tarım işçilerine ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle çay ve fındık toplanma zamanı Türkiye’de Karadeniz Bölgesine yoğun göçler olduğu görülmektedir.

Mülteci kavramı için uluslararası iltica ve göç literatüründe kullanılan kavramlara bakıldığında; göç eden kişilerin tanımlanmasında mülteci, sığınmacı, ülkesinde yerinden edilmiş kişi, göçmen, vatansız kişi gibi kavramların kullanıldığı görülmektedir.

Bilindiği üzere bir başka ülkeye sığınma talep eden herkes için “mülteci” kavramı kullanılabilir. Esasen mülteci kavramı iltica kavramının bir çeşidi olarak bilinmektedir. Yani mülteci kavramı uluslararası korumanın bir türüdür ve uluslararası koruma bütünü ifade eden bir kavramdır. Hatta bu kavramın içerisinde statü olarak mülteci ile birlikte “şartlı mülteci”, “ikincil koruma” ve “geçici koruma” kavramlarının da bulunduğu bilinmektedir (Ekşi, 2017: 39).

Mülteci kavramının daha iyi anlaşılabilmesi bakımından konuyla ilgili diğer kavramlara da kısaca değinmek yerinde olacaktır. Mülteci kavramı; “*medya, siyaset adamları ve kamuoyu tarafından; yaşadıkları yeri terke zorlanan kişiler için kullanılan bir ifadedir. Ayrıca, Mültecilerin Hukuki Statüsüne İlişkin 1967 Protokolü’ne göre mülteci; ırkı, dini, tabiiyeti, belli bir toplumsal gruba mensubiyeti veya siyasi düşünceleri yüzünden zulme uğrayacağından haklı sebeplerle korktuğu için vatandaşı olduğu ülkenin dışında bulunan ve bu ülkenin korumasından yararlanamayan ya da söz konusu korku nedeniyle, yararlanmak istemeyen yahut tabiiyeti yoksa ve bu tür olaylar sonucu önceden yaşadığı ikamet ülkesinin dışında bulunan, oraya dönemeyen veya söz konusu korku nedeniyle dönmek istemeyen her şahıs*” mülteci olarak tanımlanmaktadır (OMBUDSMAN, 16.09.2020).

Bir başka ifadeyle mülteci; ırkı, cinsiyeti, tabiiyeti, siyasi görüşü veya herhangi bir sosyal gruba aidiyeti gibi nedenlerden dolayı haklı bir korkusu ve endişesi olan ve vatandaşı olduğu ülkenin dışında bulunan ve mevzu bahis korku ve endişeler nedeniyle ilgili ülkenin korumasından faydalanmak isteyen kişi olarak tarif edilmiştir (Oral ve Çetinkaya, 2017: 1-2).

Bir başka tanımda ise mülteci; ırkı, dini, vatandaşlığı, herhangi bir sosyal gruba aidiyeti veya siyasî fikir ve söylemlerinden dolayı zulüm ve baskıya uğrayacağından korktuğu için ülkesini terk etmek

zorunda olan kişiye denmektedir. Diğer bir tanımda ise mülteci, vatandaşı olduğu memlekette cereyan eden siyasi olaylar sebebiyle vatandaşı olduğu ülkeyi kendi iradesiyle veya zorla terk etmiş, aynı zamanda yeni bir devletin vatandaşlığına geçmemiş ve herhangi bir devletin siyasi ve diplomatik olarak koruması altında bulunmayan kimse olarak tanımlamıştır (Çiçekli, 2007: 233).

Diğer taraftan Türk hukuk sistemine göre mültecinin tanımı Birleşmiş Milletlerin yaptığı mülteci tanımına göre biraz farklıdır. Şöyle ki; Türk hukuk sistemine göre mülteci, Avrupa’da cereyan eden olaylardan dolayı ırkı, dini, tabiiyeti, belli bir toplumsal gruba aidiyeti veya siyasi fikir ve düşüncelerinden dolayı zulme uğrayacağından haklı sebeplerle korktuğu ve endişelendiği için tabii olduğu ülkenin dışında bulunan ve bu ülkenin korumasından yararlanamayan ya da söz konusu korku ve endişe nedeniyle yararlanmak istemeyen yabancıya veya bu tür olaylar sonucu önceden yaşadığı ikamet ülkesinin dışında bulunan, oraya dönemeyen veya söz konusu korku nedeniyle dönmek istemeyen vatansız kişiye denmektedir (Erdoğan, 2020: 5).

Örneğin Ürdün’de, Suriyeliler dâhil tüm mülteciler “Yabancı Kanunu” (Alien Law) çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu kanun, uluslararası hukukun genel prensibi olan göçmenlerin yaşam ve özgürlüğünü tehdit eden yere geri gönderilmemesini temel almaktadır (Orsam, 2014: 22).

“Sığınmacı” terimi ise, Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği Bürosu tarafından kendi ülkesinde işkence, baskı ve zulüm görme yolunda haklı bir nedene dayanan, korku ve endişesi bulunan ya da silahlı ve şiddet içeren olaylar yüzünden yaşamı tehlikede olan ve bu nedenlerden dolayı başka bir ülkeden mülteci olarak statü isteyen kişi için kullanılmaktadır (BMMYK, 1997: 3).

Bir başka tanıma göre “sığınmacı”, mültecilik statüsü incelenmiş olan ve bundan dolayı kendisine geçici koruma sağlanan kişi olarak ifade edilmiştir. Dolayısıyla sığınmacı, mültecilik statüsü henüz açıklanmamış yabancı kişi konumundadır. 1994 İltica ve Sığınma Yönetmeliği’ne göre, Avrupa dışından herhangi bir yerden gelenlere, üçüncü bir ülkeye kalıcı olarak yerleştirilene kadar sığınma hakkı tanımaktadır. Böylece sığınmacı; ırkı, dini, milliyeti, herhangi bir toplumsal gruba aidiyeti, siyasi fikirleri sebebiyle baskı veya zulme uğrayacağından haklı olarak korktuğu için tabii olduğu ülke dışında bulunan ve tabii olduğu ülkenin korumasından faydalanamayan veya korku ve endişeden dolayı faydalanmak istemeyen ya da tabiiyeti yoksa ve önceden ikamet ettiği ülke dışında bulunuyorsa oraya dönmeyen ya da korku ve endişesinden dolayı dönmek istemeyen yabancı olarak ifade edilmiştir (Resmi Gazete, 1994: karar no:22127).

Daha basit bir şekilde sığınmacı, mülteci olarak uluslararası koruma arayan ancak statüleri henüz resmi olarak tanınmamış kişilere denir. Bu terim genellikle, mülteci statüsü almaya yönelik başvurularının hükümet ya da BMMYK tarafından karara bağlanmasını bekleyen kişiler için kullanılır. Statüleri resmi olarak tanınmamış da olsa, sığınmacılar menşei ülkelerine zorla geri gönderilemezler ve

haklarının korunması gerekir (BİANET, 16.09.2020). Yukarıdaki tanımlardan da anlaşılacağı üzere sığınmacılar ile mülteciler arasındaki temel fark mültecinin mültecilik statüsünün devlet tarafından tanınıyor olmasıdır. Sığınmacı ise; mültecilik statüsü hâlen incelenmekte olan ve bu sebeple kendisine geçici koruma sağlanan kişidir. Devletler mültecilik statüsünü tanıyıp tanımama konusunda münhasır yetkiyi haiz iken, sığınmacı statüsünün tanınması söz konusu değildir. Çünkü ülkesinde baskı ve zulme uğradığına inanan ve ulusal sınırları aşan herkes zaten doğrudan sığınmacı statüsü kazanmaktadır. Nitekim sığınmacı statüsü ülkeden kaçış ile kazanılır ve varılan ülkede yapılan başvurunun sonuçlanmasına kadar devam eder (Saraçlı, 2011: 77-80).

Kısaca mülteci, hukuken statüsü kabul edilmiş bir yabancıyı ifade ederken sığınmacı ise mültecilik statüsü incelenen ve bu sebeple kendisine geçici koruma sağlanan kişiyi ifade etmektedir. Sığınmacının da mültecilik statüsünün incelemesi bitene kadar başvuru yaptığı ülkede ikametine izin verilmektedir. Böylece sığınmacı ülkede bulunduğu sürece asgari düzeyde de olsa sosyal yardımlardan faydalanabilmektedir (Çiçekli, 2007: 212).

Diğer bir tanım olan “göçmen” ise temelde ülkesinden, zulme veya baskıya uğrayacağından korktuğu veya endişe duyduğu için değil tamamen ekonomik nedenlerle ülkesinden veya bölgesinden ayrılan kişiler olarak kullanılmaktadır. Aslında göçmenler, vatandaşı oldukları ülkelerin korumasından yararlanmaya devam ederlerken, daha iyi bir yaşam standardına kavuşabilmek için kendi istekleri ile veya başka bir sebeple bu yolculuğa çıkmaktadırlar (MADDE14, 19.09.2020).

Düzensiz göç hedef, transit ve kaynak ülkeler açısından ayrı ayrı değerlendirilmesi gereken bir konudur. Bu kavram, hedef ülkeler için ülkelere yasadışı yollardan gelen veya yasal yollarla gelip yasal çıkış süreleri içerisinde çıkmayan kişileri kapsarken; kaynak ülke için ülkesini terk ederken gerekli prosedürlere uymayarak ülke sınırlarını geçen kişileri içermektedir. Transit ülkeler içinse; kaynak ülkelerden hedef ülkeye ulaşmak için yasal ya da yasal olmayan yollarla ülkeye girip bu ülkeyi bir geçiş ülkesi olarak kullanıp ülkeyi terk eden kişileri ifade etmektedir (T. C. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, 2017: 56).

Düzensiz göçmen terimi ise, geldiği ülkede kalmak için yasal hakkı bulunmayan kişiler için kullanılır. Ancak bu, tüm düzensiz göçmenlerin buldukları ülkede resmi olmayan bir şekilde veya belgeleri olmadan kaldıkları anlamına gelmemektedir. Belgesiz göçmen terimi ise bir ülkeye yasal yollarla giriş yapmak veya o ülkede kalmak için gerekli belgelerden yoksun kişiler için kullanılır. Buna bakıldığında Düzensiz göçmen ve Belgesiz göçmen; Türkiye’ye yasa dışı yollarla girişini, ülkede yasa dışı kalışını, ülkeden yasa dışı çıkışını, ülkede izinsiz kalmasını ifade etmektedir (Uluslararası Af Örgütü, 2009: 6).

Vatansız kişi; kendi yasalarının işleyişi içinde hiçbir devlet tarafından vatandaş olarak sayılmayan bir kişi anlamına gelir (UNCHR, 2014: 9).

Sonuç olarak mültecilik ya da göç olgusu birçok kaynakta farklı şekillerle ele alınmış ve incelenmiştir. Mülteci kavramlarına bakıldığında mülteci; vatandaşı olduğu ülke dışında olmalıdır. Ülkesinden ayrılma nedeni zulme uğrama korkusu olmalıdır. Zulme uğrama korkusu gerçekçi olmalıdır. Zulüm tehdidi, tanıtımda belirtilen beş sebepten dolayı olmalıdır. (ırkı, dini ve diğerleri...). Kendi ülkesinde, kendi devletinden koruma bulamama, bu korumadan yararlanamama durumu söz konusu olmalıdır.

3. TÜRKİYE VE İSTANBUL'DAKİ SURIYELİ MÜLTECİ SAYISI

2011 yılında Suriye'de iç savaşın başlamasının ardından pek çok Suriyeli ülkesini terk etmek zorunda kalmıştır. İç savaşın başlaması neticesinde Suriye'de siyasi, hukuki, sosyo-ekonomik ve askeri anlamda problemler baş göstermiştir. Böylece bu olumsuz şartların oluşmasıyla birlikte Suriye halkı kendi ülkesinden göç etmek zorunda kalmıştır. Türkiye bu göç sürecinde sınır kapılarını Suriyeli mültecilere açmış ve onların Türkiye'ye gelmesine müsaade etmiştir. Nitekim 2011 yılından itibaren başlayan bu göç süreci ile Suriyeli mülteciler önce kamplara yerleştirilmişlerdir. Ancak bu süreç fazla uzun sürmemiş ve Suriyeli mülteciler yavaş yavaş kamplardan şehirlere göç etmişlerdir. Ve Türkiye'de günümüzde en çok Suriyeli mültecinin yaşamını sürdürdüğü il İstanbul olmuştur. Doğal olarak Suriyeli mülteciler İstanbul içerisinde de farklı ilçelere yerleşmişlerdir. Bu ilçelerin en önemlilerinden ve çokça Suriyeli mülteciyi bünyesinde barındıran ise Sultangazi olmuştur.

Aşağıdaki tabloda da görüldüğü üzere Türkiye'de yaklaşık olarak 4 milyon Suriyeli bulunmaktadır. Doğal olarak tahmin edilebilir ki bu rakamlar ve veriler her iki ülkenin yani Türkiye ve Suriye'nin siyasi ve askeri politikalarına göre çeşitli tarihler itibariyle değişiklik gösterebilmektedir. Tablo 1' göre; Türkiye'de yaşayan Suriyelilerin yaş gruplarına göre dağılımları incelendiğinde 55 yaş ve üstü yaş grubuna kadar erkek sayısının kadın sayısından fazla olduğu görülmektedir. Yine tabloya göre; Türkiye'deki Suriyelilerin yaş aralığı olarak 0-39 yaş grubunun sayıca diğer yaş gruplarına göre daha fazla olduğu görülmektedir. Ayrıca aşağıdaki tablo bize Türkiye'de yaşayan yaklaşık 4 milyon Suriyelinin çoğunluğunu 5-9 yaş grubunun oluşturduğunu göstermektedir. Hatta tablonun geneli itibariyle bir değerlendirme yapıldığında çocuk ve genç nüfusun yaşlı nüfusa oranla kişi sayısı olarak daha fazla olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 1: Türkiye’de Bulunan Suriyeli Mülteci Sayısı

YAŞ ARALIĞI	ERKEK	KADIN	TOPLAM
0-4	255.288	246.290	501.578
5-9	282.343	259.162	541.505
10-14	203.147	183.715	386.862
15-18	141.499	118.134	259.633
19-24	285.473	212.188	497.661
25-29	202.279	147.316	349.595
30-34	158.603	115.488	274.091
35-39	118.667	96.577	215.244
40-44	84.483	75.441	159.924
45-49	60.237	56.941	117.178
50-54	49.579	48.697	98.276
55-59	37.788	37.891	75.679
60-64	28.361	29.212	57.573
65-69	20.291	20.693	40.984
70-74	7.722	8.696	16.418
75+	7.708	9.975	17.683
TOPLAM	1.943.468	1.666.416	3.609.884

Kaynak: MÜLTECİLER (2020) <https://multeciler.org.tr/turkiyedeki-suriyeli-sayisi/>, (18.09.2020).

Tablo 2: Suriyeli Nüfus’un Türkiye’de Yaşadığı İlk 10 İl

Sıra	Şehirler	Suriyeli Nüfusu	İl Nüfusu ile Karşılaştırma (Yüzde)
1	İstanbul	512.578	%3,3
2	Gaziantep	450.553	%21,7
3	Hatay	434.301	%26,6
4	Şanlıurfa	419.803	%20,2
5	Adana	250.003	%11,1
6	Mersin	217.957	%11,8
7	Bursa	177.578	%5,8
8	İzmir	147.101	%3,3
9	Konya	116.921	%5,2
10	Kilis	108.402	%76

Kaynak: MÜLTECİLER (2020) <https://multeciler.org.tr/turkiyedeki-suriyeli-sayisi/>, (02.11.2020).

Yukarıdaki tabloya göre yaklaşık olarak 3 milyon Suriyelinin Türkiye’de daha çok büyük şehirlerde yaşadığı görülmektedir. Suriyeli kişi sayısı bakımından İstanbul en çok Suriyeli mülteciye ev sahipliği yapan illerin başında gelmektedir. Fakat İstanbul nüfus bakımından Türkiye’nin en kalabalık şehri olması hasebiyle İstanbul’da yaşayan Suriyeli mülteci sayısı İstanbul nüfusuna oranla düşük kalmıştır. Diğer taraftan İstanbul’un tam tersi bir durum Kilis için söylenebilmektedir. Ortalama nüfusu 130 bin olan Kilis’te yaklaşık 110 bin Suriyeli mültecinin bulunması Kilis’te nüfus yoğunluğu açısından %76’lara varan bir tabloyu ortaya çıkarmıştır. Yine tabloya göre, Suriyeli nüfusun en fazla yaşadığı ilk

üç il sırasıyla İstanbul, Gaziantep ve Hatay'dır. Bu illeri ise Şanlıurfa, Adana, Mersin, Bursa, İzmir, Konya ve Kilis takip etmektedir.

Tablo 3: İstanbul İlçelerindeki Suriyeli Mülteci Sayısı

İlçe	İlçe Nüfusu	Suriyeli Sayısı	Sayısal Sıra	Suriyeli/İlçe Nüfusu%	Oransal Sıra
K. Çekmece	761.064	38.278	1	5,02	8
Bağcılar	757.162	37.643	2	4,97	9
Sultangazi	521.524	31.426	3	6,02	6
Fatih	419.345	30.747	4	7,33	4
Esenyurt	742.810	29.177	5	3,92	15
Başakşehir	353.311	26.424	6	7,48	3
Zeytinburnu	289.685	25.000	7	8,63	1
Esenler	459.983	22.678	8	4,93	10
Sultanbeyli	321.730	20.192	9	6,27	5
Avcılar	425.228	19.554	10	4,59	12

Kaynak: Palacioğlu, T. (2018) "Suriyeliler, AB ve Türkiye Özelinde Mülteciler", İstanbul: İTO Yayınları.

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere İstanbul'un 10 ilçesinde yaklaşık üç yüz bin Suriyeli yaşamaktadır. Suriyeli mülteciler İstanbul'da en çok bu ilçelerde ikamet etmektedirler. İstanbul ilçeleri arasında ikamet eden en çok Suriyeli mülteci tabloya göre Küçükçekmece'dedir. Küçükçekmece'yi sırasıyla Bağcılar, Sultangazi, Fatih ve Esenyurt takip etmektedir. Yine tabloya göre Sultangazi ilçesi, ilçede ikamet eden Suriyeli mülteci sayısına göre İstanbul'da üçüncü sırada yer almaktadır. Ancak Sultangazi'de yaşayan Suriyeli mültecilerin ilçe nüfusuna oranına bakıldığında Sultangazi'nin %6,02 gibi bir oranla 6. sırada yer aldığı görülmektedir. Kavas ve ark tarafından yapılan çalışma da Sultangazi'de yaşayan Suriyeli mültecilere ilişkin bu bulguları desteklemektedir (Kavas, Avşar, Kadkoy ve Bilgiç, 2019: 39-40).

Ancak bu rakamların gerçek olup olmadığı yerel kaynaklar tarafından tartışılmaktadır. Resmi kayıtlara göre ortalama 35 bin Suriyelinin bulunduğu Sultangazi'de kayıt dışı yine ortalama 15 bin civarında bir Suriyelinin olduğu tahmin edilmektedir (EMİN HABER, 30.10.2020).

4. SULTANGAZİ'NİN SOSYAL VE EKONOMİK YAPISI

Sultangazi ilçesi sosyal ve ekonomik özelliklerinden dolayı İstanbul gibi hem İstanbul dışından hem de İstanbul'un farklı ilçelerinden göç almaktadır. Sultangazi ilçesi bu çerçeveden değerlendirildiğinde nüfus ve demografik açıdan İstanbul'un önemli ilçelerinden birisini oluşturmaktadır (Sultangazi Belediyesi, 2019: 27).

Sultangazi ilçesi genç bir nüfusa sahiptir. Bununla birlikte ekonomik faaliyetleri arasında tekstil ve ayakkabı sektörleri ilçede önemli bir yere sahiptir. Yaklaşık yüz bin kişinin bu iki sektörde çalıştığı tahmin edilmektedir. Bu ekonomik faaliyetlerin yanında mobilya, otomobil tamir ve bakımı ile avize sektörleri de ilçe ekonomisine büyük bir dinamizm kazandırmaktadır. Ayrıca ucuz konutun ve konut alanlarının çokça varlığı ilçeyi göç için önemli bir cazibe merkezi haline getirmektedir. Sultangazi'ye göç ile gelen aileler yukarıda bahsedildiği üzere genellikle tekstil atölyelerinde ve ayakkabı imalathanelerinde çalışmaktadırlar. Yine sosyo-ekonomik açıdan orta seviyede yaşayan ailelerin bulunduğu mahallelerde birçok atölye görmek mümkündür. Sultangazi ilçesinde yaşayan nüfusun sosyo-ekonomik durumu orta sınıf ve dar gelirli ailelerden oluşmasına rağmen ailelerin %70'i mülk sahibidir (Sultangazi Belediyesi, 2019: 27-28).

5. SULTANGAZİ İLÇESİNDE SURİYELİ MÜLTECİLERE YÖNELİK YAPILAN SAHA ARAŞTIRMASI

5.1. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı Sultangazi'de yaşayan Suriyelilerin sosyo-ekonomik analizini yapmak olacaktır. Yine çalışmanın amaçları içerisinde Sultangazi'de yaşayan Suriyeli mültecilerin sosyal ve ekonomik durumları, hangi meslekleri icra ettikleri, cinsiyet ve yaş durumları, nerelerde ve hangi koşullarda ikamet ettikleri, sosyal güvencelerinin olup olmadığı, Türkçe bilip bilmedikleri ve iç savaşın sona ermesi durumunda kendi ülkelerine dönüp dönmeyecekleri gibi konulara açıklık getirmek bulunmaktadır.

5.2. Çalışmanın Önemi

Sığınma hareketinden önemli ölçüde etkilenen Türkiye'de, İstanbul'daki Suriyeli mültecilerin büyük bir kısmının elde edilen verilere dayanarak Sultangazi'de yaşamadığını söyleyebiliriz. Böylece Sultangazi'de yaşayan mültecileri incelemeyi hedefleyen bu araştırma sayesinde mültecilerin kişisel özelliklerine, sığınma nedenlerine, karşılaştıkları sorunlara, yaşamlarını idame ettirme stratejilerine ve beklentilerine ilişkin verilerin elde edilmesi sağlanabilmektedir.

5.3. Çalışmanın Yöntemi

Araştırma örneklem yöntemi ile seçilen 1088 kişiye uygulanmıştır. Elde edilen veriler betimsel olarak yorumlanmıştır. Araştırma amacı bakımından tanımlayıcı tasarımdadır ve bu sebeple hipotez içermemektedir. Yine araştırma yüz yüze yapılmış olup alınan cevaplar forma yazılmıştır. Ayrıca araştırmada literatür taraması yapılmış ve devamında Suriyeli mültecilerin demografik yapıları, eğitim düzeyleri, iş hayatında yer alıp almadığı, sosyal güvencelerinin olup olmadığı ve yaşam düzeylerinin belirlenmesi gibi 11 sorudan oluşan kişisel bilgi formu dağıtılmıştır. Genel olarak araştırma 1088

Suriyeli mülteci ile yapılmıştır. Ayrıca araştırma formu Türkçe olup gerektiği durumlarda tercüman desteği sağlanmıştır. Fakat burada değinilmesi gereken husus şudur ki Sultangazi’de yaşayan resmi rakamlara göre 60 bin civarında Suriyeli bulunmaktadır. Böylece araştırmanın yalnızca 1088 kişi ile yapılması elbette ki genel geçer bir durumu ortaya koymayacaktır. Hatta ortaya çıkacak olan sonuçlarında bu şekilde değerlendirilmesi yerinde olacaktır. Diğer taraftan araştırmanın kesitsel bir araştırma olduğu da unutulmamalıdır.

5.4. Bulgular

Bu çalışma kapsamında Sultangazi ilçe genelinde 1088 Suriyeli mülteciyle yüz yüze görüşme yapılmış ve saha çalışması ise Suriyeli mültecilerin yoğunlukta çalıştığı işyerleri ile mahalleleri kapsamıştır. Araştırmada 286 kadın ve 794 erkek katılımcı yer almıştır. Elde edilen tüm veriler sınıflandırılmış, ortaya çıkan sonuçlar, frekans ve yüzdeleriyle raporda yer almıştır.

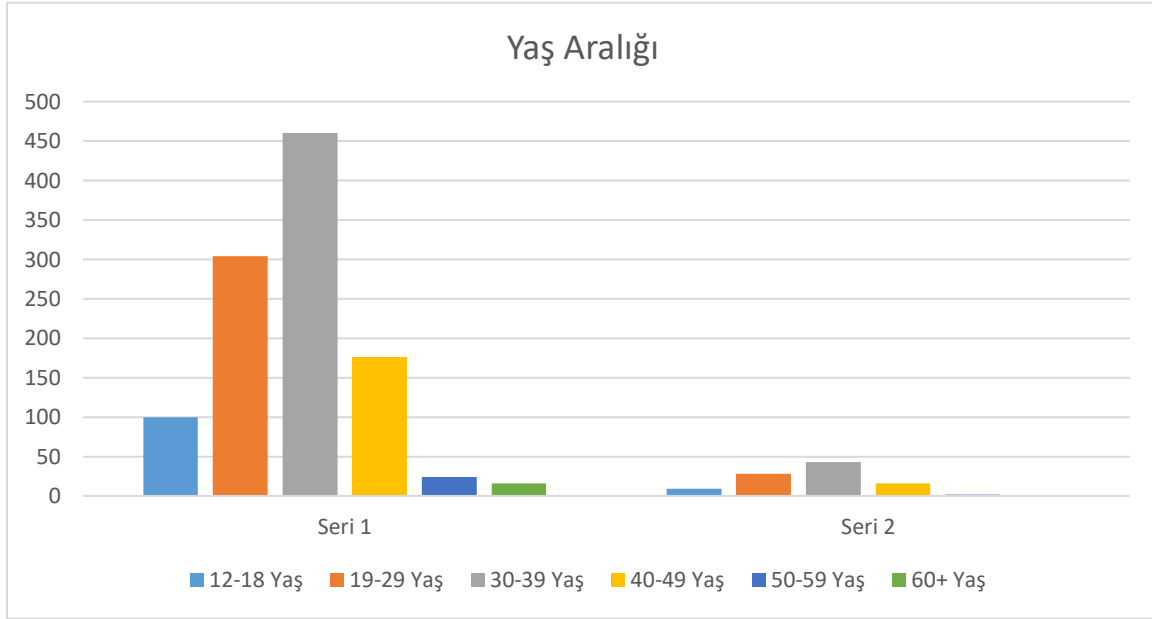
Grafik 1: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı



Kaynak: Sultangazi Belediyesi, Suriyeli Mültecilere Yönelik Çalışmalar, İstanbul: 2020.

Grafik 1’de de görüldüğü üzere yapılan araştırmaya destek veren Suriyeli mültecilerin çoğunluğunun erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Kadın katılımcılar ise araştırmanın sadece %26’sını oluşturmaktadır.

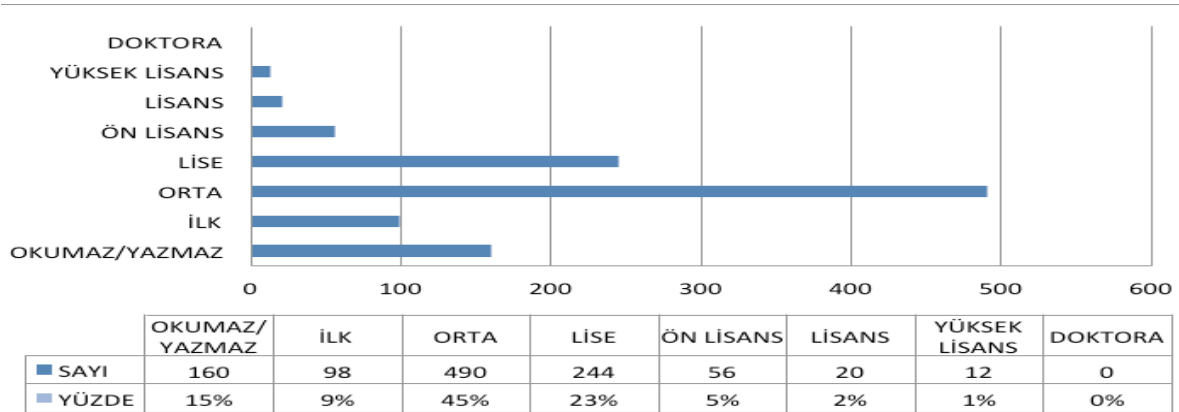
Grafik 2: Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı



Kaynak: Sultangazi Belediyesi, Suriyeli Mültecilere Yönelik Çalışmalar, İstanbul: 2020.

Araştırmada katılımcıların yaşları yaş grupları ile sınıflandırılmıştır. Grafikte’de görüldüğü üzere araştırmaya katılanların yaş grupları en yüksekten en aşağıya doğru sıralanır ise, birinci sırada 30-39 yaş grubu, ikinci sırada 19-29 yaş grubu, üçüncü sırada 40-49 yaş grubu, dördüncü sırada 12-18 yaş grubu, beşinci sırada 50-59 yaş grubu ve altıncı sırada 60 yaş ve üstü grubun olduğu görülmektedir.

Grafik 3: Katılımcıların Eğitim Durumu

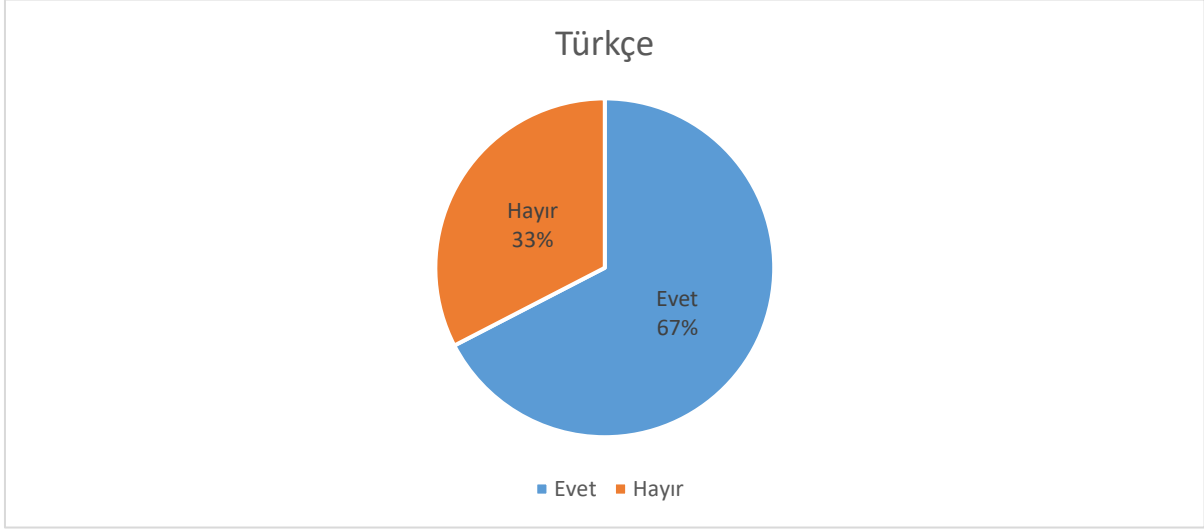


Kaynak: Sultangazi Belediyesi, Suriyeli Mültecilere Yönelik Çalışmalar, İstanbul: 2020.

Yapılan araştırmaya göre katılımcıların ağırlıklı olarak ortaokul mezunu olduğu görülmektedir. Lisans, yüksek lisans ve doktora mezunu oranları ilkökul, ortaokul ve lise mezunlarına göre oldukça düşüktür. Yine yapılan araştırmaya göre okuma ve yazma bilmeyenlerin sayısı ön lisans, lisans ve

yüksek lisans mezunlarından fazladır. Hatta doktora mezunu katılımcı çıkmamıştır. Böylece yukarıdaki tabloya göre gelen Suriyeli mültecilerin eğitim seviyelerinin yüksek olmadığı da görülmektedir.

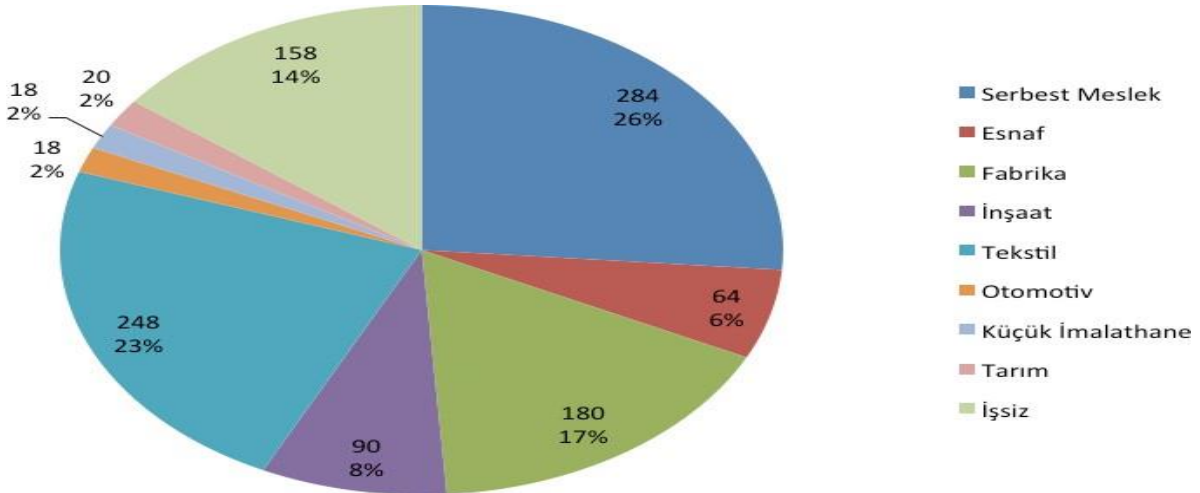
Grafik 4: Türkiye’de Dil Sorunu Yaşıyor Musunuz?



Kaynak: Sultangazi Belediyesi, Suriyeli Mültecilere Yönelik Çalışmalar, İstanbul: 2020.

Katılımcıların geneline bakıldığında büyük oranda Türkçe dil sorunu yaşadığı görülmektedir. Katılımcıların % 67’si Türkiye’de dil sorunu yaşadığından bahsederken % 33’lük kısım ise dil sorunu yaşamadığını dile getirmektedir. Türkiye’de Türkçe dil sorunu yaşamayan Suriyeli mültecilerin çoğu çocukluk döneminde Türkiye’ye gelen gençlerden oluşmaktadır. Hatta bu çocuk ve gençler aynı zamanda ailelerine de tercüman olduklarını yapılan görüşmelerde ifade etmişlerdir.

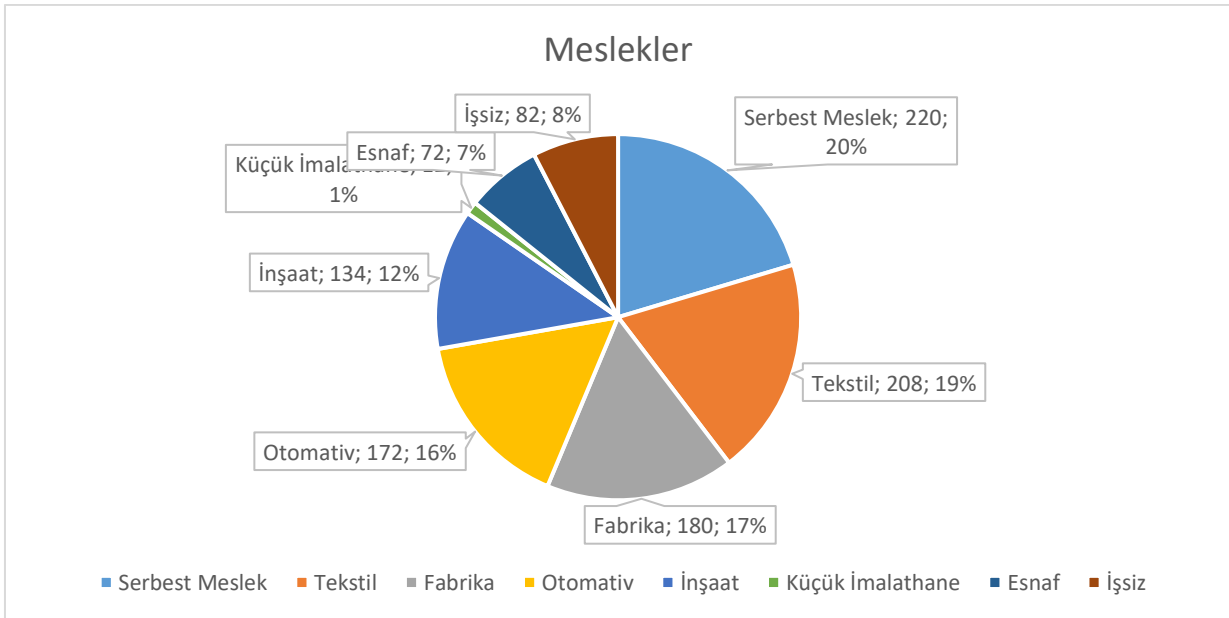
Grafik 5: Suriyelilerin Türkiye’de Yapmış Olduğu Meslekler



Kaynak: Sultangazi Belediyesi, Suriyeli Mültecilere Yönelik Çalışmalar, İstanbul: 2020.

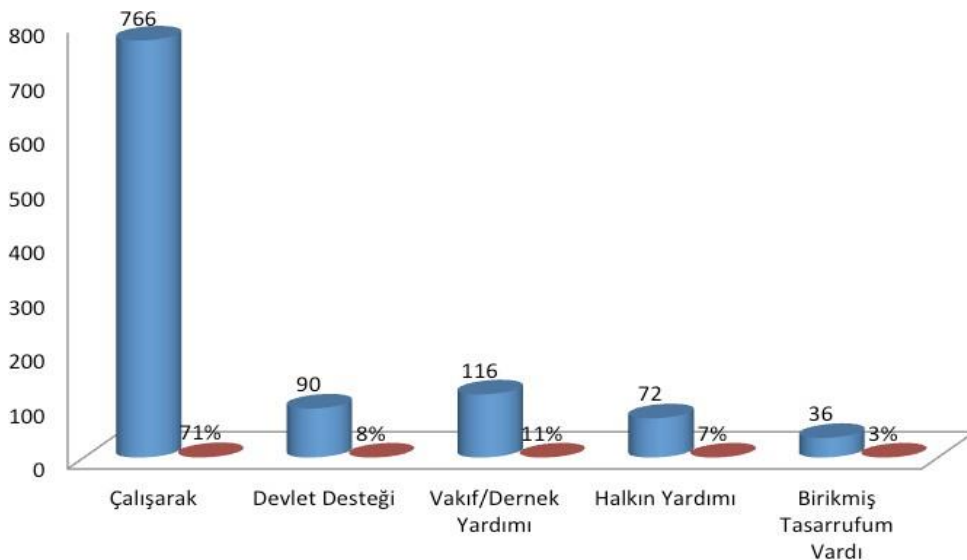
Katılımcıların Suriye ile Türkiye’de yaptıkları meslekler karşılaştırıldığında serbest meslek çalışanlarının yoğunluğu dikkat çekmektedir. Bu çalışma alanını ise tekstil sektörü izlemektedir. Ancak Türkiye’de otomotiv sektörünün güçlü olması ve bu alanda eleman istihdamının birçok sektöre göre yüksek olması nedeniyle Sultangazi’ye gelen Suriyeli mültecilerin otomotiv sektöründe de çalışmayı tercih ettikleri gözlenmektedir. Özellikle Sultangazi’de oto sanayi sitesi ve tekstil kuruluşları birçok Suriyeli mülteciye istihdam imkânı sağlamıştır.

Grafik 6: Mültecilerin Suriye’de Yaptığı Meslekler



Kaynak: Sultangazi Belediyesi, Suriyeli Mültecilere Yönelik Çalışmalar, İstanbul: 2020.

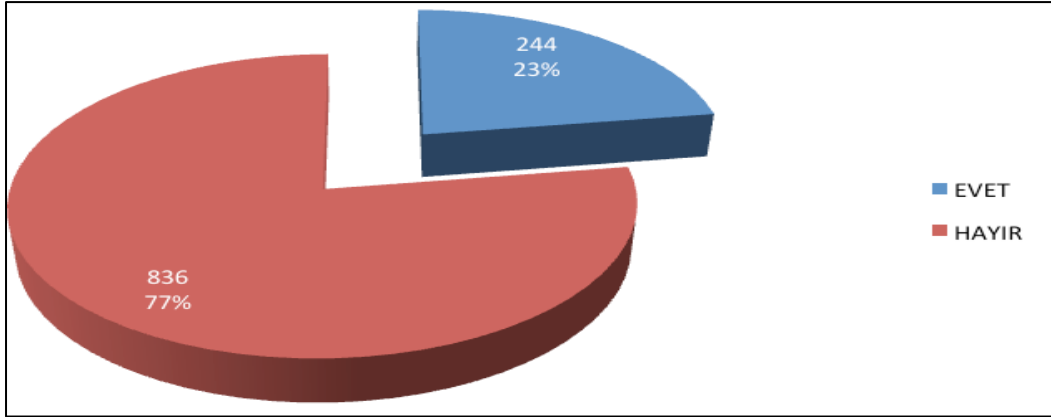
Grafik 7: Suriyeli Mülteciler Yaşamsal İhtiyaçlarını Nerden Karşılıyor?



Kaynak: Sultangazi Belediyesi, Suriyeli Mültecilere Yönelik Çalışmalar, İstanbul: 2020.

Katılımcıların % 71 gibi yüksek oranda yaşamsal ihtiyaçlarının karşılamak için çalışarak gelir sağladıkları gözlenmektedir. Çeşitli vakıf ve derneklerin Suriyeli mültecilere yönelik yaptığı yardımlar % 11 iken devlet desteği ile yaşamını sürdürenlerin oranı % 8'dir. Netice itibariyle Suriyeli mültecilerin büyük çoğunluğunun yaşamını çalışarak sürdürdüğü görülmektedir.

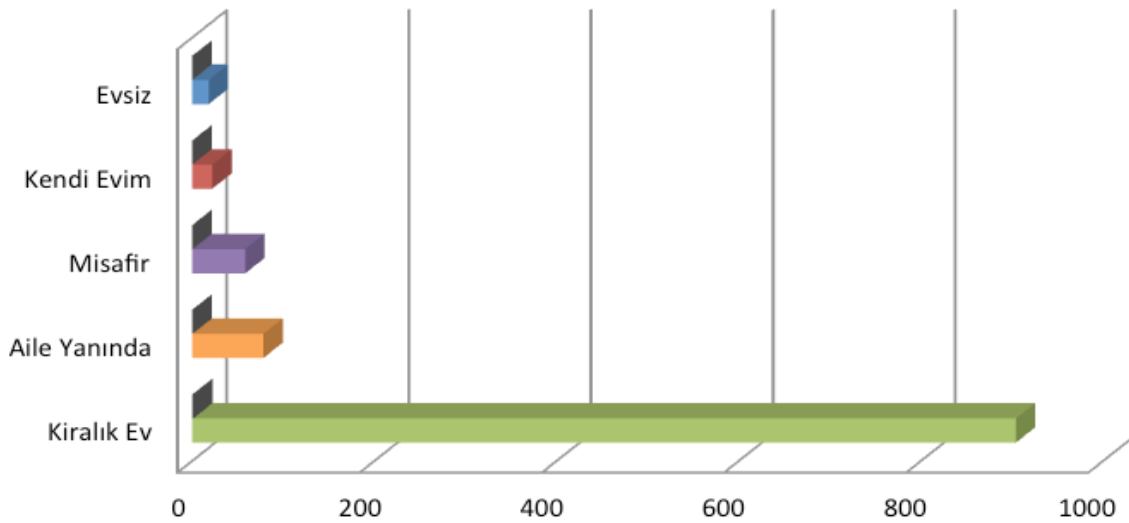
Grafik 8: Suriyeli Mültecilerin Sosyal Güvencesi Var Mı?



Kaynak: Sultangazi Belediyesi, Suriyeli Mültecilere Yönelik Çalışmalar, İstanbul: 2020.

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü üzere Suriyeli mültecilerin büyük bir kısmının sosyal güvencesinin olmadığı anlaşılmaktadır. Sadece 244 katılımcının sosyal güvencesinin olduğu görülmektedir. Sonuç olarak birçok mültecinin Türkiye’de sosyal güvenceden mahrum olarak yaşadığı ortaya çıkmaktadır.

Grafik 9: Suriyeli Mültecilerin İkamet Yerleri

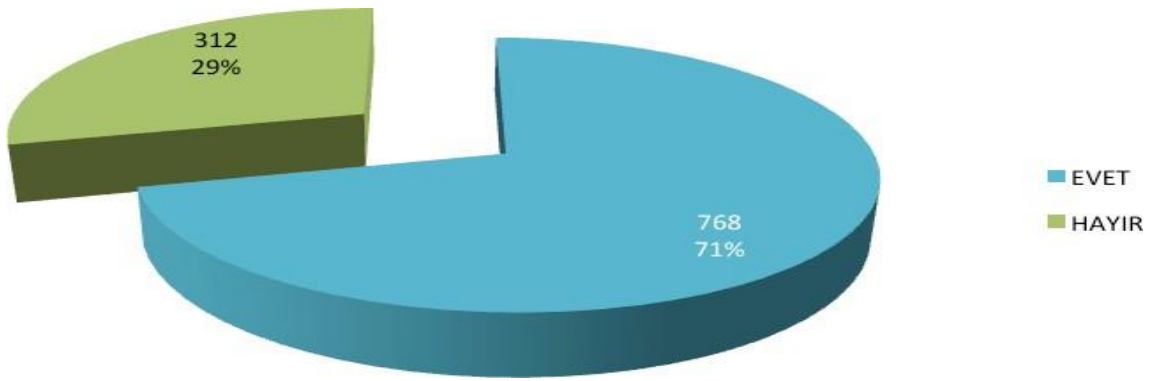


	Kiralık Ev	Aile Yanında	Misafir	Kendi Evim	Evsiz
■ YÜZDE	84%	7%	5%	2%	2%
■ SAYI	904	78	58	22	18

Kaynak: Sultangazi Belediyesi, Suriyeli Mültecilere Yönelik Çalışmalar, İstanbul: 2020.

Katılımcıların büyük çoğunluğu yani %84'ü Sultangazi'de kiraladıkları evlerde ikamet etmektedirler. Aile ya da akrabalarının yanında ikamet edenler ise %7 gibi bir orandadır. Evsizler ise %2'dir. Kendi evinde oturanların oranı da evsiz olan mültecilerle aynıdır. Böylece katılımcıların çoğunun çalışıp elde ettikleri gelirin bir kısmını kira bedeli olarak ödedikleri görülmektedir.

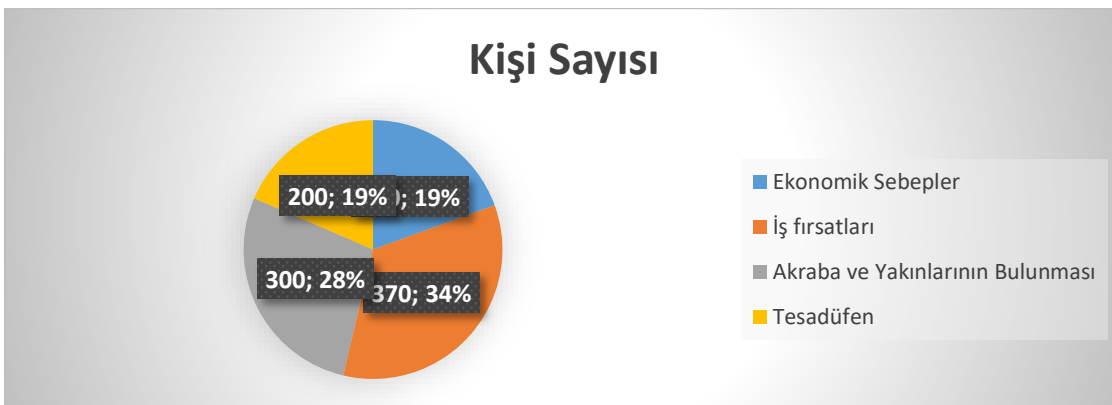
Grafik 10: İç Savaşın Sona Ermesi Durumunda Suriye'ye Geri Dönmeyi Düşünüyor Musunuz?



Kaynak: Sultangazi Belediyesi, Suriyeli Mültecilere Yönelik Çalışmalar, İstanbul: 2020.

Türkiye'de yaşayan mülteciler konusunda belki de en fazla tartışılan konu "Suriye'de yaşanan iç savaşın sona ermesi ve siyasi istikrarın gelmesinin ardından mültecilerin kendi ülkelerine geri dönüp dönmeyecekleri"dir. Katılımcıların %71'i Suriye'de savaşın sona ermesinin ardından ülkelerine geri dönmeyi düşündüklerini beyan ederken geri dönmeyi istemeyenlerin oranı ise %29'dur. Açıkçası özellikle bu soru ve bu soruya verilen cevabın ileriki yıllarda da Türkiye'de tartışma konusu olacağı kesindir.

Grafik 11: Suriyeli Mültecilerin Sultangazi İlçesini Tercih Etme Sebepleri



Kaynak: Sultangazi Belediyesi, Suriyeli Mültecilere Yönelik Çalışmalar, İstanbul: 2020.

Suriye mültecilerin Sultangazi ilçesini seçme nedenleri incelendiğinde iş fırsatlarının %34 ile ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Ayrıca Suriyeli mültecilerin akraba ve yakınlarının da Sultangazi’de bulunması Sultangazi ilçesini mülteciler açısından cazip hale getirmiştir. Suriyeli mültecilerin ekonomik sebeplerden dolayı Sultangazi ilçesini seçmesi de ayrıca önemli bir etkidir. Öyle ki tesadüfen Sultangazi’ye yerleşen Suriyeli mültecilerin olduğu görülmektedir.

6. SONUÇ

Sultangazi, Suriyeli mültecilerin yoğun bir göçü ile karşı karşıya kalmasına rağmen burada yapılan çalışmalarla birçok il ve ilçeye örnek teşkil edecek bir model ortaya koymuştur. Örneğin, IOM ve UNCHR gibi STK’lar Sultangazi’de belediye ile birlikte işbirliği çerçevesinde önemli çalışmalar gerçekleştirmektedir.

Yapılan araştırmada görüldüğü üzere araştırmaya katılanların çoğu erkeklerden oluşmaktadır. Kadınların da erkekler kadar sosyo-ekonomik hayatta yer alması arzu edilen bir durum olmasına karşın araştırmanın yalnızca ¼ ünü kadınlar oluşturmaktadır. Diğer yandan araştırmaya katılanların yaş grubu incelendiğinde ise 19-39 yaş grubunun çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir.

Yine yapılan araştırmaya göre Türkiye’de yaşayan Suriyeli mültecilerin eğitim seviyelerinin düşük olduğu olgusu ortaya çıkmıştır. Özellikle lisans ve yüksek lisans mezunun araştırmaya katılanların sayısına oranla oldukça düşük kalmıştır. Hatta araştırmaya katılanlar içerisinde doktora mezunu hiç bulunmamaktadır.

Diğer taraftan Türkiye’deki Suriyeli mültecilerin tüm resmi iş ve işlemlerinin daha rahat şekilde yapılabilmesi için dil sorununun ortadan kaldırılması amacıyla bu alanda uzmanlaşmış personele ihtiyaç olduğu görülmektedir. Ayrıca Suriyeli çocukların sosyal hayata katılımının sağlanması amacıyla sosyal içerikli daha çok projenin hayata geçirilmesi ve planlanması gerekmektedir. Bununla beraber istihdama katkı sağlanması ve vasıflı eleman yetiştirmek amacıyla mesleki eğitim ve beceri kurslarının çokça açılması gerekmektedir.

Sultangazi’de ikamet eden Suriyeli mültecilerin en çok yaptığı meslekler arasında serbest meslek ilk sırada yer alırken tekstil atölyelerinde çalışan işçiler ikinci sırada yer almaktadır. Bunun en önemli sebepleri arasında Sultangazi’de yoğun bir tekstil atölyesinin var olması gelmektedir. Yine aynı şekilde Suriyeli mültecilerin kendi ülkelerinde yapmış olduğu meslekler incelendiğinde ilk sırada yine serbest meslek ve tekstil atölyelerinde çalışan işçilerin geldiği görülmektedir.

Araştırmadan elde edilen bir başka sonuç ise Suriyeli mültecilerin yaşamsal ihtiyaçlarını nasıl karşıladığı olmuştur. Elde edilen verilere göre yaklaşık %75’lik bir oran Suriyeli mültecilerin yaşamsal ihtiyaçlarını çalışarak karşıladığı sonucunu ortaya koymuştur.

Diğer taraftan yapılan araştırmada Suriyeli mültecilerin büyük kısmının sosyal güvencesinin olmadığı ve büyük kısmının asgari ücretin altında bir şekilde istihdam edildiklerini ortaya koymaktadır. Burada yapılması gereken en önemli şeylerden birisi var olan kaynakların artan talebi karşılayacak seviyeye getirilmesi, yerel ve ulusal mekanizmaların devreye sokularak Suriyeli mültecilerin ekonomik ve sosyal olarak güvende hissetmelerini sağlamak olmaktadır.

Sultangazi'deki mültecilerin çoğunun iş piyasasında kayıtlı veya kayıt dışı istihdam ediliyor olması ve ekonomiye katkı sağladığı ve kendi ihtiyaçlarının büyük bölümünü karşıladığı ayrı bir gerçektir. Suriyeli mültecilerin hayatlarını ikame ettirebilmeleri için gerekli olan temel ihtiyaçları ayrıca valilikler ve ilçe kaymakamlıkları vasıtasıyla sosyal yardımlaşma ve dayanışma vakıflarınca, imkânlar doğrultusunda her ilde farklı miktarlarda karşılanmaktadır. Sultangazi Belediyesi de kendi imkânları ölçüsünde bu çalışmalara destek vermektedir.

Yine yapılan araştırmada Suriyeli mültecilerin %84'lük kısmının ikamet olarak kiralık evlerde yaşadıkları ortaya çıkmıştır. %7'lik kısım aile yanında ikamet ederken, %5'lik kısım ise bir başkasının yanında misafir olarak kaldığını ifade etmiştir.

Diğer yandan Suriyeli mültecilere Suriye'deki iç savaşın sona ermesi durumunda kendi ülkelerine dönmek isteyip istememesi sorulmuş ve %71'lik kesimin iç savaşın bitmesiyle birlikte kendi ülkelerine döneceği sonucu ortaya çıkmıştır. Bir başka ifadeyle, Türkiye'de yaşayan Suriyeli mültecilerin büyük çoğunluğu kendi ülkelerindeki kaos ortamının sona ermesiyle birlikte Türkiye'de kalmayı düşünmedikleri sonucunu ortaya koymuştur.

Aidiyet ve değerler eğitiminin tüm mültecilere verilmesi gerekmektedir. Çünkü mülteciler kendi kültürleri ve Türk kültürü arasında köprü oluşturacak ve kendi kültürleri erozyona uğramadan Türkiye'deki yaşama uyum sağlamalarını sağlayacaktır.

Sonuç olarak gelinen noktada uyum ve entegrasyon temelli ve yerel yönetimlerin doğrudan içerisinde olacağı politikalar geliştirilmezse özellikle 15-29 yaş arası mülteci genç nüfusun daha da marjinalleşerek kendi gettosunu oluşturacağı örgütlenmeler biçimi ortaya çıkabilir. Nitekim bu da asayiş problemleri, geçim kaynaklarına erişimdeki problemler ve en önemlisi de kültür çatışmasını tetikleyecek unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda Türkçe dil eğitimine karşı olan bu kitlenin herhangi bir şekilde sisteme dâhil edilmesi elzemdir. Ayrıca okula yeni başlayacak 7-15 yaş arası mülteci çocuklarında mutlaka eğitim sistemine dâhil edilmeleri ve mümkünse ilköğretim bu kesim için zorunlu kılınması ülkemizin refah ve huzuru açısından önem teşkil etmektedir.

KAYNAKÇA

Bianet. Org (2020) <http://bianet.org/bianet/toplum/167434-multeci-gocmen-siginmaci-arasindaki->, (24.10.2020).

BMMYK. (1997) “Dünya Mültecilerinin Durumu, Bir İnsanlık Sorunu”, Ankara: Oxford University Press.

Castles, S. ve Miller Mark J. (2008) “Göçler Çağı Modern Dünyada Uluslararası Göç Hareketleri”, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Çiçekli, B. (2007) “Yabancılar Hukuku”, Ankara: Seçkin Yayınları.

Ekşi, N. (2017) “İnsan Hakları Perspektifinden Mültecilik”, Ankara; Semih Ofset.

Emek İnan, C. (2016) “Türkiye’de Göç Politikaları: İskân Kanunları Üzerinden Bir İnceleme”, Göç Araştırmaları Dergisi, 2(3): 11-33.

EMİN HABER (2020) <https://www.eminhaber.org/sultangazide-kac-suriyeli-var.html>, (30.10.2020).

Erdoğan, M. (2020) “Suriyeliler Barometresi 2019 Suriyelilerle Uyum İçinde Yaşamın Çerçevesi”, Ankara: Orion Kitabevi.

Erdoğan, M. (2019) “Türkiye’deki Suriyeli Mülteciler”, İstanbul: Türk-Alman Üniversitesi Göç ve Uyum Araştırmaları Merkezi.

IOM. (2013) “Uluslararası Göç Hukuku Göç Terimleri Sözlüğü” İkinci Baskı, No: 31, İsviçre: Uluslararası Göç Örgütü Yayınları.

Kavas, A., Avşar, İ., Kadkoy, O. ve Bilgiç, E. Ç. (2019) “İstanbul’da Suriyeliler ve Savaş Sonrası Suriye Gettoları”, Ankara: TEPAV Yayınları.

Madde 14. Org (2016) <http://www.madde14.org/index.php?title=G%C3%B6çmen>, (26.10.2020).

MÜLTECİLER (2020) <https://multeciler.org.tr/turkiyedeki-suriyeli-sayisi/>, (18.09.2020).

MÜLTECİLER (2020) <https://multeciler.org.tr/turkiyedeki-suriyeli-sayisi/>, (02.11.2020).

Ombudsman. Gov.tr (2016) <http://www.ombudsman.gov.tr/contents/files/45516--Multecilerin-Hukuki-Durumuna-DairSozlesme.pdf>, (09.10.2020).

Oral, B. ve Çetinkaya, F. (2017) “Sosyolojik Bir Olgu Olarak Göç, Tanımı, Nedenleri ve Göç Kuramları”, Türkiye Klinikleri, 3(1): 1-8.



DOI: 10.38120/banusad.821157

BANÜSAD, 2021; 4(1), 1-20

ORSAM. (2014) “Suriye’ye Komşu Ülkelerde Suriyeli Mültecilerin Durumu: Bulgular, Sonuçlar Ve Öneriler”, ORSAM rapor No: 189, Ankara.

Palacioğlu, T. (2018) “Suriyeliler, AB ve Türkiye Özelinde Mülteciler”, İstanbul: İTO Yayınları.

Resmi Gazete (1994) “İltica ve Sığınmacı Yönetmeliği”, Resmi Gazete 30.11.1994 No: 22127, Ankara.

Saraçlı, M. (2011) “Uluslararası Hukukta Yerinden Edilmiş Kişiler”, Ankara: Adalet Yayınevi.

T.C. GOC. (2017) “2016 Türkiye Göç Raporu”, Yayın No: 40, Ankara.

T.C. Sultangazi Belediyesi (2019). “Sultangazi Belediyesi Stratejik Plan 2020-2024”, İstanbul.

UAÖ. (2009) “İki Arada Bir Derede, Türkiye’de Mültecilere Koruma Sağlanmıyor”, Birleşik Krallık: Uluslararası Af Örgütü Yayınları.

UNHCR. (2014). “Vatansız Kişilerin Korunmasına İlişkin El Kitabı”, Cenevre.

Urk, M. (2010) “Göç Olgusu Bağlamında Mülteciler, Sığınmacılar Ve İnsan Hakları”, Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

UNHCR (2020) <https://www.unhcr.org/tr/unhcr-turkiye-istatistikleri>, (28.10.2020).

TURİZM ARZ KAYNAKLARININ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: GÖNEN ÖRNEĞİ

Yağmur TURSAN¹ 

ÖZET

Turizm de sürdürülebilirlik ekonomik sürekliliği sağlayarak, istihdam kalitesini yükselterek bölgesel refah geliştirerek, bunları gerçekleştirirken fiziksel bütünlük ile kültürel zenginlik ve biyolojik çeşitliliği koruyarak, kaynakların etkin kullanımını hedefleyen bir planlama ile mümkündür. Ayrıca, turizm doğal arz kaynaklarının, insan yapısı arz kaynaklarının ve sosyokültürel arz kaynaklarının tüketimine dayanan bir olgudur. Bu çalışmada turizm arz kaynaklarının sürdürülebilirlik boyutlarına göre değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu çalışma Gönen'deki turizm arz kaynaklarının belirlenmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için önem taşımaktadır ve literatürde bu alanda yapılmış çalışmaların eksikliği göz önüne alındığında bu boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. Bu çalışmada Gönen'in turizm arz kaynaklarının belirlenmesi ve bu kaynakların sürdürülebilirliğinin sağlanması için yapılan çalışmaların değerlendirilmesi ve yapılması gerekenler hakkında önerilerin sunulması amaçlanmaktadır. Bu amaca yönelik Gönen' deki 8 paydaş ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmada içerik analizi yapılmış, sonuçlar betimsel bir anlatım ile sunulmuş ve doğrudan anlatımlara yer verilerek, ortaya çıkan kodlamalar çerçevesinde elde edilen bulgular araştırma hedefleri doğrultusunda sınıflandırılarak, açıklanmış ve yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sürdürülebilirlik, Turizm Arz Kaynağı, Gönen, Sürdürülebilir Kalkınma

SUSTAINABILITY OF TOURISM SUPPLY RESOURCES: GONEN CASE

ABSTRACT

Sustainability in tourism is possible with a planning that aims at the efficient use of resources by ensuring economic continuity, as well as improving regional welfare by increasing the quality of employment, on the other hand, by protecting physical integrity, cultural richness and biological diversity. In addition, tourism is a phenomenon based on the consumption of natural supply resources, human-made supply resources and socio-cultural supply resources. In this study, tourism supply resources have been evaluated according to aims of sustainability dimensions. This study is important for determining the tourism supply sources in Gönen and ensuring their sustainability, and considering the lack of studies in this field in the literature, it is thought to fill this gap. In this study, it is aimed to

Geliş Tarihi: 19.02.2021

Kabul Tarihi: 10.07.2021

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, e-mail:yagmurtursan@gmail.com

determine the tourism supply sources of Gönen, to evaluate the work done to ensure the sustainability of these resources and to present suggestions about what needs to be done. Semi-structured interviews were conducted with 8 stakeholders in Gönen for this purpose. Content analysis was carried out in the study, the results were presented with a descriptive expression and direct explanations were included, and the findings obtained within the framework of the emerging coding were classified, explained and interpreted in line with the research objectives.

Keywords: *Tourism, Sustainability, Tourism Supply Sources, Gönen, Sustainable Development*

1. GİRİŞ

Kişilerin stres ve yoğun çalışma hayatından uzaklaşma istediğinin ortaya çıkardığı turizm hareketlerinin istihdam yaratması, bölgeler arası sosyal, kültürel ve ekonomik dengesizliği gidermesi, döviz yaratıcı fonksiyonu ile ödemeler dengesine yaptığı olumlu katkılar turizmi ön plana çıkarmıştır (Koçak, 2016: 2). Turizmin gelişmekte olan ülkelerin ödemeler dengesine yaptığı olumlu katkı, turizmin ülke ekonomisine olan katkısının en önemli göstergesi olmuştur. Bu nedenle turizm, gelişmekte olan ülkeler için kalkınma yollarından birisi olarak görülmüştür. Özellikle zengin doğal kaynaklara sahip olan ülkeler, bu kaynaklarını ve sosyokültürel değerlerini, ülkelerinin kalkınmaları doğrultusunda kullanarak turizm endüstrilerini geliştirmeye başlamıştır (Usta, 2016). Turizm bölge için ekonomik faydalarının yanı sıra sosyal faydalarda sağlar. Kültürel açıdan ise turizm farklı kültürleri bir araya getirerek toplumun zenginleşmesine katkıda bulunan bir unsurdur (Usta, 2016). Kozak (2014: 30) ise turizmi “Çeşitli sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik etkiler yaratan bir sektör” olarak nitelendirmiştir. Turizm, ülkelerin ve/veya bölgelerin istihdam sorunlarını çözmelerine ve ekonomik anlamda istikrarlı bir büyüme elde etmelerine; çevrenin ve doğal kaynakların etkin kullanımına ve korunmasına; dinlenme, eğlenme ve öğrenme gibi sosyal gereksinimlerin karşılanmasına yardımcı olan bir sektör konumunu almıştır (Kozak, 2014: 2).

Turizm konusunda önemli akademisyenlerden olan Usta’ya (2016: 114) göre, Turizm arzı; “ bir ülke tarafından dış ve iç turizme sunulabilen maddi ve manevi değerlerin bütünüdür”. Başka bir tanım da ise turizm arzı; “ bir ülke, bölge veya yörenin belli bir dönemde belli şartlar altında turistlere satmaya hazır olduğu zenginlikler bütünü” olarak tanımlanmıştır (Olahı ve Timur, 1988: 171). Buna yakın bir diğer tanım ise “ belli bir pazarda belli bir fiyata ya da bedelsiz olarak turistlere sunulan mal ve hizmet bütünü” şeklindedir (Çolakoğlu, 2014: 73). Turizm arzını bir işlem bütünü olarak ele alan Kozak vd. (2000: 45) göre turizm arzı, tüketimde yer alan turizm talebinin ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli mal ve hizmetlerin tedarik edilmesini içeren üretime dayalı işlemlerin tamamıdır. Turizm doğal arz kaynaklarının, insan yapısı arz kaynaklarının ve sosyokültürel arz kaynaklarının tüketimine dayanan bir olgudur (Akış, 1999: 45).

2. TURİZM ARZ KAYNAKLARININ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ

Sürdürülebilirlik kavramı sosyal yaşamın bir gerekliliği olarak ortaya çıkmış; birçok alana konu olmuştur. Sürdürülebilirlik kavramı farklı alanlarda çalışılmış olsa da hepsinin ortak özelliği insanın geleceğini konu almaları ve hangi alan için düşünülüyorsa o alanın kaynaklarının korunmasını amaç edinmeleridir (Akşit, 2007: 442). Bu tanımdan da anlaşıldığı gibi esas olan arz kaynaklarının korunması ve kontrollü tüketiminin sağlanmasıdır. Turizm sektörünün sürdürülebilirliği benimsemesi turizm arz kaynaklarını oluşturan varlıkların nitelik ve niceliğinin korunması, turizmin doğal, sosyokültürel çevre üzerinde yarattığı bu olumsuz etkilerinin azaltması açısından önemlidir (Koçak, 2016: 38). Sürdürülebilirlik kavramı turizm arz kaynaklarının yönetimini; kültürel bütünlüğün, zorunlu ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşam destek sistemlerinin devamlılığını sağlarken, bunun yanında ekonomik, sosyal ve estetik gerekleri karşılayacak şekilde sunulmasını içerir (akılıoğlu, 2013: 30). Doğal, çevresel ve sosyokültürel turizm arz kaynaklarının korunmasında ve kayıpların en aza indirilmesinde, turizm alanındaki faaliyetlerin ve getirilerinin gelecekte de arttırılarak, devamını mümkün kılacak tek yol turizm arz kaynaklarının sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır (Akşit, 2007: 445).

Bir turizm destinasyonunun sürdürülebilirliği, değişen pazar koşullarına uyum sağlamasından, turizm arz kaynaklarının verimli kullanılmasından, yenilikçi planlamaların ortaya konulmasından ve geliştirme stratejilerinin sunulması becerilerinden önemli ölçüde etkilenmektedir (Ural, 2015: 176). Turizm arz kaynaklarının sürdürülebilirliği sağlandığı takdirde; destinasyona zarar veren ürünler yerine destinasyon için yararlı olan ve çevre, toplum ve kültürlerle uyum içinde işlenen ürünler sunulabilir (akılıoğlu, 2013: 30). Aranson (1994) ise, doğal ve kültürel kaynakların bir sınırı olduğunu ve aşırı tüketimde zarar göreceğini belirtmiştir. Sürdürülebilir turizm kavramının, yerel halk ve yöre üzerinde yarattığı, olumsuz doğal ve kültürel etkilere bir cevap olarak ortaya çıktığını vurgulamıştır. Turizmde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesinde temel ilkelerin belirlenmesi ve bu ilkelere dayalı olarak faaliyetlerin yerine getirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda Pepper (1999), Cros vd. (2005), Mbaiwa (2005) ve Sithole (2005), turizm sektörüne rehberlik edebilecek bazı temel ilkeler ortaya koymuşlardır. Kaynakların sürdürülebilir kullanımı bu ilkelerin en başında gelmektedir.

Turizmde ve uluslararası formlarda özel bir yere sahip olan sürdürülebilirliği daha verimli hale getirmek için Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) ve Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)' nun 2005' te sürdürülebilir turizm ilkelerini yayınlamıştır. Sürdürülebilirliğin üç ana ilkesi bulunmaktadır. Bunlardan ilki temel ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve ekosistemlerin devamlılığını sağlayan gelişmeleri temin eden 'Ekolojik Sürdürülebilirlik' dir. İkincisi, kültürel ve toplumsal değerler ile uyumlu, yaşam kalitesini arttıran gelişmelere müsaade eden 'Sosyal ve Kültürel Sürdürülebilirlik' dir. Üçüncüsü ise doğal ve kültürel peyzaj değerlerinin gelecek kuşaklara taşınabilmesi için gerekli olan ekonomik gelişmeleri sağlayan 'Ekonomik Sürdürülebilirlik' ilkesidir. (UNWTO). Bu ilkeler

ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri içeren on iki alt ilkedен oluşmaktadır. Ekonomik Süreklilik: Destinasyonların ve işletmelerin rekabet edebilirliği ve yaşanabilirliği sağlamalı, böylece destinasyon ve işletmeler uzun vadede fayda ve gelişme gösterebilir. Yerel Kalkınma: Ziyaretçiler destinasyondaki harcamalarında yerel turizm arz kaynaklarına yönlendirilerek, ev sahibi destinasyonun ekonomik kalkınmasına katkı sağlamalıdır. İstihdam Kalitesi: Turizm sayesinde yaratılan yerel işlerin sayısını ve kalitesini güçlendirirken, istihdamda cinsiyet, ırk, engellilik durumu gibi konularda ayırım yapmadan herkese eşit oranlarda ücret ve hizmet şartları sağlanmalıdır. Sosyal Eşitlik: Turizm faaliyetlerinde elde edilen ekonomik ve sosyal kazanımların toplum genelinde adil bir biçimde dağılması sağlanarak; yoksullar için mevcut fırsatlar, gelirler ve hizmetler iyileştirilmelidir. Ziyaretçi Memnuniyeti: Ziyaretçiler arasında cinsiyet, ırk, engellilik gibi konularda ayırım yapmaksızın herkes tarafından kullanılabilir, güvenli, tatmin edici bir deneyim sağlanmalıdır. Yerel Kontrol: Bölgedeki turizmin yönetimi ve geleceği hakkında diğer paydaşlarla iş birliği sağlayarak; yerel halkı planlama ve karar verme sürecine dâhil ederek destinasyon yönetimi sağlanmalıdır. Toplumsal Refah: Toplumsal bozulmaya ve sömürüye yol açmadan yerel halkın sosyal yapı ve kaynaklara, olanaklara ve yaşam destek sistemlerine erişimlerini sağlayarak, yaşam kalitesinin korunması ve iyileştirilmesi sağlanmalıdır. Kültürel Zenginlik: Tarihi mirasa, otantik kültüre, geleneklere ve ev sahibi toplulukların farklılıklarına saygı duyulmalı ve geliştirilmelidir. Fiziki Bütünlük: Kentsel ve kırsal alanların kalitesini korumalı ve geliştirmeli ayrıca çevrenin fiziksel ve görsel bütünlüğünün bozulması önlenmelidir. Biyolojik Çeşitlilik: Doğal alanların, habitatların ve vahşi yaşamın korunması desteklenmeli ve onlara verilen zarar en aza indirilmelidir. Kaynak Verimliliği: Turistik tesislerin ve hizmetlerin geliştirilmesi ve işletilmesinde kısıtlı ve yenilenebilmesi mümkün olmayan kaynakların kullanımı en aza indirilmelidir. Çevresel Sağlık: Turizm işletmeleri ve ziyaretçilerin neden olduğu hava, su, toprak kirliliği ve atık üretimi en az düzeye indirilmelidir. UNEP ve UNWTO tarafından 2015 yılında yayınlanan ‘‘Turizmi Daha Sürdürülebilir Yapmak’’ rehberi, özellikle kamu kurumları ve politika planlayıcılarının turizmin sürdürülebilir yönetiminin esaslarını öğrenme ve benimsemelerini kolaylaştıracak bir içerikte hazırlanmıştır (Koçak, 2016: 128). Hazırlanan bu hedefler ve temel konular belediyelerin gerçekleştirecekleri sürdürülebilirlik çalışmalarında önemli bir rehber durumundadır (Bağırان editör Kozak, 2014: 302). Belediyeler, sürdürülebilirliğe ilişkin rollerini yapılandırırken ekonomik, sosyal ve çevresel konuları dengeli biçimde değerlendirmelidir (Bağırان, editör Kozak, 2014: 304). Bu çalışmalarda yerel yönetimlerin yararlandığı en önemli araçlardan birisi, söz konusu ilkeler arasındaki bu etkileşimi dikkate alarak yapılandırılan stratejik planlardır. Bu çalışmada bu ilkeler göz önüne alınarak hazırlanmıştır.

3. ARAşTIRMANIN AMACI

Endüstriyellemenin önlenemez ilerlemesinin yol açtığı insan hayatını tehdit eden olumsuz etkilerin her geçen yıl daha yoğun olarak hissedilmektedir. Bu nedenle gelecek nesiller için yaşanabilir bir dünya bırakma amacı etrafında şekillenen sürdürülebilirlik yaklaşımını odak alan çalışmalar hem akademik hem de profesyonel dünyada gelişerek çoğalmaktadır (Koçak, 2016: 27). Bu çalışma Gönen'deki turizm arz kaynaklarının belirlenmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için önem taşımaktadır ve literatürde bu alanda yapılmış çalışmaların eksikliği göz önüne alındığında bu boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. Bu çalışmada Gönen'nin turizm arz kaynaklarının belirlenmesi ve bu kaynakların sürdürülebilirliğinin sağlanması için yapılan çalışmaların değerlendirilmesi ve yapılması gerekenler hakkında önerilerin sunulması amaçlanmaktadır.

Araştırmanın evrenini oluşturan Gönen, dünyaca ünlü kaplıcalarıyla yerli ve yabancı turistlere hizmet veren önemli bir tatil merkezidir. Pek çok hastalığa iyi gelen kaplıcalar etrafında oteller ve pansiyonları barındırmaktadır. Gönen sahip olduğu şifalı sularıyla çok eskiden beri bilinen bir beldedir. Gönen'in turizmi kaplıcalara dayalıdır. Ayrıca ilçe merkezine 10 km. uzaklıkta olan Dağ Ilıcası olarak bilinen bir başka kaplıca kaynağı daha bulunmaktadır. İlçe merkezine 27 km mesafede bulunan, Gönen'e bağlı Denizkent yazlık tatil beldesi ise sahip olduğu termal su ile bronşit ve astım rahatsızlıklarına iyi geldiği bilinmektedir (Gönen Belediyesi Resmî Web Sitesi, 27 Aralık 2017). Gönen, ünlü üstadı hikayeci yazar Ömer Seyfettin 'in doğum yeridir. Hikayelerinde geçen çocukluk mekanları halen Gönen'de ziyaret edilebilecek özelliktedir. Her yıl Mart ayının ilk haftası "Ömer Seyfettin Kültür Sanat Haftası" olarak kutlanmakta ve çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir. (Gönen Belediyesi Resmî Web Sitesi, 27 Aralık 2017). Ayrıca yöreye özgü iğne oyası çok ilgi gördüğünden Gönen Oya Çeyiz Fuarı düzenlenmektedir. Bu etkinlik aynı zamanda Gönen'in düşman işgalinden kurtuluşunun yıl dönümü olan 6 Eylül tarihini de içine alması nedeniyle dolu dolu bir kültür haftası yaşanmaktadır. Son yıllarda oya pazarına alışveriş için gelenler ilçe turizmine hareketlilik getirmektedir. Ayrıca Gönen' de Alacaoluk Kalesi, Babayaka Kalesi ve Güvercinli Köprü Gönen'in çevresindeki başlıca tarihi kalıntılardır (Gönen Belediyesi Resmî Web Sitesi, 27 Aralık 2017).

4. YÖNTEM

Nitel veriler durumu açıklar ve bir kişinin dünya deneyimlerini kişinin kendi kelimeleriyle yakalar ve aktarır (Patton M. Q. Çeviren Dede ve Bilican, 2014: 47). Amaçlı örnekleme yöntemlerinin kullanılması nitel araştırmalar için önerilmektedir. Bu durumda "görelilik olarak küçük bir örneklem oluşturmaya ve bu örnekleme çalışılan probleme taraf olabilecek birey çeşitliliğini sağlamaya çalışın" maksimum çeşitlilik örnekleme yönteminin nitel araştırmalarda oldukça sık tercih edilmesine neden olmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 119). Sürdürülebilir bir destinasyon için en önemli bileşen

şüphesiz paydaşlardır. Bu nedenle araştırmanın evrenini Gönen' deki turizm paydaşları oluşturmaktadır. Toplamda 10 adet paydaş ile randevu oluşturulmaya çalışılmış ancak sadece 8 tanesi çalışmaya katılmayı kabul etmiştir. Çalışmaya katılım sağlayan paydaşlar, destinasyondaki merkezi ve yerel yöneticiler, turizmi konu alan sivil toplum örgütü temsilcileri, turizm sektöründe çalışan özel ve kamu işletme yetkilileri ve yerel halktan oluşmaktadır. Paydaşların görüşlerini ve sürdürülebilirlik hedeflerinin değerlendirilmesini yapabilmek için en etkili yöntem nitel verilere ulaşabilmek için yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi olarak belirlenmiştir. Bireysel görüşme öncesinde katılımcılara kimlik bilgilerinin gizli kalacağı, görüşmeden dolayı kendilerine herhangi bir zarar gelmeyeceği, görüşmelerin ses kayıt cihazına kaydedilmesinin bireysel izinlerine bağlı olduğu ve istedikleri takdirde çalışmadan çekilebilecekleri belirtilmiştir.

Veriler, araştırma konusunun alan yazınına ve pilot uygulamaya dayalı olarak araştırmacı tarafından oluşturulan Gönen ilçesindeki turizm paydaşlarına uygulanan yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığı ile toplanmıştır. Nitel araştırmada öncelikle veri toplama araçlarının araştırma hedefleriyle tutarlılığının ve anlaşılabilirliğinin sınanması amacıyla, Gönen' deki bir turizm işletmenin yöneticisi ile bir pilot çalışma yapılmıştır ve görüşmeler sonucunda elde edilen geribildirimlerle görüşme formuna son şekil verilmiştir.

Nitel araştırma yöntemlerine ilişkin veri analizinin temelinde, elde edilen yazılı ya da sözel metin ya da betimlemelerin içerik açısından analizinin yapılması yatmaktadır (Kozak, 2015: 138). Berelson'a göre içerik analizi (akt. Hansen, 2003: 54) "İçerik çözümlemesi, iletişim sürecinde iletilen mesajların açık/belirgin nesnel, sistematik ve nicel bakımlardan betimlemek için kullanılan bir araştırma tekniğidir. İçerik analizinin aşamaları; araştırma problemini tanımlama, araştırma evrenini belirleme ve örneklem seçimi, araştırma kategorilerini oluşturma ve tanımlama, kodlama cetvelini oluşturma, kodlama cetvelini sınıma ve güvenilirliği ölçme ve veri girişi, analizi ve yorumlanması şeklinde sıralanmaktadır (Hansen, 2003: 60). Nitel araştırmalarında veri analizi, katılımcıların konuyu nasıl algılayıp değerlendirdiklerini anlamaya yönelik olduğu için, yapılan içerik analizinde verinin kavramsallaştırılması ve olguyu tanımlayabilecek temaların ortaya çıkarılması çabası vardır. Bu nedenle, söz konusu çalışmada içerik analizi yapılmış, sonuçlar betimsel bir anlatım ile sunulmuş ve doğrudan anlatımlara yer verilerek, ortaya çıkan temalar ve örüntüler çerçevesinde elde edilen bulgular araştırma hedefleri doğrultusunda sınıflandırılarak, açıklanmış ve yorumlanmıştır.

5. GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK

Nitel araştırmanın geçerlik ve güvenilirliğinin sağlanması konusunda, iç geçerlilik (inandırıcılık), dış geçerlilik (aktarılabirlik) ve güvenilirlik (tutarlılık ve teyit edilebilirlik) kriterleri kullanılması uygun görülmektedir. İç geçerlilikte (inandırıcılık) araştırmacının bulunduğu sonuçlara nasıl vardığını açık

seçik ortaya koyması ve çıkarımları ile ilgili kanıtları diğerk kişilerin ulaşabileceği tarzda sunması gereklidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 255). Bu çalışmada araştırmanın iç geçerliliğinin sağlanabilmesi için ana temaların ve alt temaların belirlenmesi, görüşmeler arasında var olan örüntüler ile verilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın iç güvenilirliğini (tutarlılığını) arttırmak için bulguların tamamı yorum yapılmadan verilmiştir.

6. ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu araştırma için oluşturulan ölçme aracından elde edilen bulgular aşağıda özetlenmiştir. Bulgular sürdürülebilirliğin üç temel ilkesi olan sosyokültürel, ekonomik ve çevresel ilke kategorilerine ve on iki alt ilke kategorisi baz alınarak oluşturulan otuz bir kod ile analiz edilmiştir.

6.1. Sosyokültürel İlke Kategorisi

Sosyokültürel İlke Kategorisinin alt kategorileri olan ‘ziyaretçi memnuniyeti’, ‘yerel kontrol’, ‘toplumsal refah’ ve ‘kültürel zenginlik’ temaları baz alınarak oluşturulan on dört kodlama ile değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Sürdürülebilirlik İlkeleri ve Kodlama Frekans Tablosu

Sosyokültürel İlke Kategorisi											
İlkeler	Kodlar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	Frekans	%
Ziyaretçi Memnuniyeti	Ziyaretçi Memnuniyeti	✓		✓	✓	✓	✓		✓	6	75
Yerel Kontrol	İş Birliği	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	7	87,5
	Denetim		✓		✓				✓	3	37,5
	Eğitim		✓					✓	✓	3	37,5
	Yönetim		✓	✓		✓	✓		✓	5	62,5
	Proje Ve Organizasyonlar								✓	1	12,5
Toplumsal Refah	Yerel Halk ve Turizm	✓			✓		✓	✓	✓	5	62,5
	İmkanlar					✓	✓			2	25
Kültürel Zenginlik	İğne Oyası		✓	✓	✓		✓	✓	✓	6	75
	Ömer Seyfettin				✓		✓	✓		3	37,5
	Müze				✓				✓	2	25
	Tarihi Yapılar				✓			✓		2	25
	Doğal Zenginlikler				✓			✓	✓	3	37,5
	Açığa Çıkmamış Kalıtlar				✓			✓		2	25
Ekonomik İlke Kategorisi											
	Talep	✓	✓							2	25

Ekonomik Süreklilik	Yatırım		✓			✓			✓	3	37,5
	Bütçe				✓		✓	✓		3	37,5
	Girişimcilik						✓	✓		2	25
Yerel Kalkınma	Ekonomi	✓	✓	✓	✓		✓	✓		6	75
	Yerel Halk		✓	✓		✓	✓	✓	✓	6	75
	Yönetim		✓							1	12,5
İstihdam Kalitesi	İstihdam Kalitesi		✓		✓		✓		✓	4	50
Sosyal Eşitlik	Kadının Rolü	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	100
	Eşit İmkanlar		✓					✓	✓	3	37,5
Çevresel İlke Kategorisi											
Fiziki bütünlük	Tabakhane		✓		✓	✓	✓	✓	✓	6	75
	Diğer Tehditler		✓					✓	✓	3	37,5
	Düzenleme				✓				✓	2	25
Biyo Çeşitlilik	Biyo Çeşitlilik		✓					✓		2	25
Kaynak Verimliliği	Termal Su	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	100
	Geri Dönüşüm		✓			✓	✓	✓	✓	5	62,5
Çevresel Saflık	Çevresel Saflık	✓	✓		✓	✓	✓	✓		6	75

Katılımcıların neredeyse tamamı Gönen’ de ziyaretçi memnuniyetinin sağlandığını dile getirmiştir (Tablo 1). Ziyaretçi memnuniyetine (F:6) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1: “Gönen kaplıcalarının Sağlık Bakanlığından ruhsatlı Turizm bakanlığından da İşletme Belgesine sahip olması ziyaretçileri olumlu etkilemektedir. Ayrıca, müşterilere anket uygulanmakta ve değerlendirilmektedir. Genel geri dönüş memnun olduklarını göstermektedir,”

K2: “ziyaretçi memnun kalıp tavsiye ettiğinde ya da buraya gelip konaklayıp memnun kalıp birkaç gün sonra yanlarına yakın arkadaşlarını da arayıp davet ediyorlar”, “suyun doğal oluşu, kaynadığı yeri görebiliyorsunuz, sıcaklığı da kendi ısısı hiçbir işleme tabii tutulmuyor. Isıtma, soğutma, taşıma hiçbir şey yok bunu gören ziyaretçiler memnun kalıyor, ayrıca aile ortamı olması da ziyaretçi memnuniyetinde çok etkili. Huzursuzluk hiç yok güvenleri çok fazla”,

K4: “ Genelde insanlar memnun hatta bir tanesi şöyle bir cümle kurmuştu “ben birçok yer gezdim ama buradaki atmosferi başka yerde bulamıyorum otuz yıldır geliyorum buraya” demişti. Suyun kalitesi bunda etkili. Gelen ziyaretçilerden birisi de “ eşimin bir hastalığı vardı gezmedik yer kalmadı en sonda biz burada şifa bulduk, 10 yıldır düzenli olarak geliriz. “

K5: ‘‘ Gelen ziyaretçiler tekrar geliyor hatta arkadaşlarına söylüyorlar’’

K6: ‘‘Gelen ziyaretçilerden herhangi bir sorunla yaşayanla karşılaşmadım, Gönen’ in seveni çok’’

Bu görüşlerin yanı sıra ziyaretçi memnuniyetine yönelik katılımcının olumsuz görüşü şu şekildedir.

K8: ‘‘ Son yıllarda çok fazla şikâyet geliyor. Kaplıca havuzunun kenarında kirlilikler oluyor diye da hizmet ile ilgili şikayetler geliyor. Eskiden sürekli gelen ziyaretçiler artık gelmeyeceklerini söylüyorlar. Örneğin eskiden restorandaki aktiviteler daha iyiymiş artık aktivite olmadığını söylüyorlar saat gece ondan sonra yapılacak hiçbir şey olmadığını söylüyorlar’’

Yerel kontrol ilkesi (Tablo 1) için ‘‘iş birliği’’, ‘‘denetim’’, ‘‘eğitim’’, ‘‘yönetim’’, ‘‘proje ve organizasyonlar’’ kodları oluşturulmuştur. İş birliğine yönelik (F:7) katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1: ‘‘ Bandırma On yedi Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi ile Termal Sağlık Merkezi kurmak için birlikte çalışmakta. Kültürel zenginliklerin korunabilmesi ve tanıtılabilmesi için Belediye, Kaymakamlık ve Halk Eğitim birlikte çalışmaktadır’’

K2: ‘‘ Destinasyon yönetimi ile ilgili tüm paydaşlarla toplantılar yapılmamakta’’

K3: ‘‘ Son zamanlarda sivil toplum örgütleri Gönen de harekete geçti şu anda yaklaşık 20 tane sivil toplum örgütü sivil toplum platformu adı altında Gönen için birlikte çalışmakta’’

K:4 ‘‘ Gönen’ in tanıtımı ve turizm arz kaynaklarının yönetimi için sivil toplum örgütleri ticaret odasının önderliğinin de bir araya geldi. Ayrıca Bandırma 17 Eylül Üniversitesi kaymakamlık, belediye iş birliği ve kalkınma ajansının desteği ile bir fizyoterapi merkezi kurma projesi ile ilgili adımları atıldı.’’

K:5 ‘‘ Sivil toplum örgütleri yani dernekler halka yardımcı oluyor sorunlarını duyurmasını sağlıyor’’

K:7 ‘‘ Kaymakamlık ve belediye genellikle derneklerle iş birliği içerisinde yürüyüş derneği ile kaymakamlık birlikte trekking yolları belirledi. Ayrıca Gönen Kültür Platformu birkaç aydınımızın kurduğu bir topluluk Gönen’ in değerleri için çalışıyorlar. Haftalık, aylık toplantıları var’’

K:8 ‘‘ Gönen de sosyal medya ile birçok grup ortaya çıktı bu gruplar yerel yönetime Gönenin sesini duyurmaya çalışıyorlar. Ayrıca, Gönen sevdalıları derneği halkla iç içe onlar halkın sözcüsü gibi birtakım önerilerde bulunuyorlar’’

Bunun yanı sıra iş birliğine yönelik katılımcıların olumsuz görüşleri şu şekildedir:

K2: “ Destinasyon yönetimi ile ilgili tüm paydaşlarla toplantılar yapılmamakta ve yapılan iş birlikleri istenilen düzeyde değil bu iş birlikleri hep kamu düzeyinde oluyor yani yukarıda kesim muhatap alınılıyor. Halkın katılımı sağlanmıyor.”

K:4 “ Gönen için birlikte çalışmak karşılıklı oturup anlaşmak şart tek başına hareket etmek çok zor birlik lazım”

K:8 “ Gönen’deki turizmde herkese söz hakkı düşmüyor”

Denetime yönelik katılımcılar olumlu bir görüş belirtmemiştir. Denetime (F:3) yönelik katılımcıların olumsuz görüşleri şu şekildedir:

K2 “ Normal de belli sınırları var tarım arazisi kullanımının merkezden uzak olması gerekiyor ancak vatandaş evinin bahçesin de bile çeltik yetiştiriyor. Denetim eksikliği var”

K4 “Balıkesir’e biraz uzağız o yüzden bazı denetimler aksıyor örneğin tabakhane de çalışan bazı fabrikaların GSM (gayri sıhhi müessese) ruhsatı dahi yok. Bu yetki büyükşehir belediyesinin yetkisinde onların denetlemesi gerekiyor. Çok fazla yasadışı uygulama var. 140 km uzaklıkta büyükşehir belediyesi o yüzden çok aktif değil.”

K8 “ Çevresel açıdan da herhangi bir denetim ve düzenlemeden haberim yok” şeklinde görüş belirtmişlerdir.

Eğitime (F:3) yönelik katılımcılar genelde olumsuz görüşler belirtmiştir. Eğitime (F:3) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K2 “ Sadece yöneticilere ve Belediye personellerine eğitim veriyor. Yerel halka eğitim verilmiyor. Gerek atık yönetimi hakkında gerek Gönenin turizm ile bilinçli bir şekilde kalkınabilmesi için Belediye halkı ve diğer ilgili işletme ve kurumları bilinçlendirme eğitimleri verilmemekte”

K7 “ Halka bilinçlendirme konusunda herhangi bir eğitim verilmiyor onun dışında bakanlığımızın turizm için düzenlediği eğitimler var bunlardan yararlanmak isteyen halk, öğrenci, turizm çalışanları yararlanabiliyor. Bu eğitimler TÜRSAB a bağlı odalarda gerçekleştiriliyor çeşitli iller de düzenleniyor Gönen de düzenlenmiyor ama isteyen Gönencililer katılabiliyor. Ancak şu ana kadar sadece 6 kişi yararlanmak istedi bu eğitimlerden”

K8 “ İğne oyası takı tasarımı kursları düzenleniyor”

Yönetime (F:5) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K2 “ Yerel yönetimin çok fazla yapması gereken sorumlulukları var”

K3 “ Termal su yönetimin belediye de olması Gönen için bir problem. Belediye suyun yönetim ve dağıtımını daha siyasi yoldan ilerlettiği için kimse bu işi değiştirmek için yeterli çabayı harçayamıyor”

K5 “ Belediye termal kaynakları yönetiyor”

K6 “ Belediye yerel halka anket çalışması düzenliyor. Bu anketlerle yerel halkın turizm, çevre temizliği vb. konularda fikirlerinizi alıyorlar”

K8 “ Belediye turizm için sadece kaplıcaları yönetmekte ve pazar yeri sağlamakta, yapılan başka bir planlama yok” şeklinde görüş belirtmişlerdir.

Proje ve organizasyonlara (F:1) yönelik katılımcının görüşü şu şekildedir:

K7 “ İlk olarak sürdürülebilirlik Gönen’ de büyük bir sıkıntı. Yapılan çalışmalar genellikle kişi odaklıdır ve o kişiler değiştiğin de bu projeler yarım kalmaktadır. 2017 yılın da termal turizm alanı olarak turizm bakanlığına bildirilen alan Gönen Çayı ve etrafı ilgili harita bakanlıkta mevcut ama tabakhane bölgesi dahil değil ama çayın diğer yakası dahil. Termal turizme teşvik programı kapsamında bu bölge bakanlığa bildirildi. Ama yapılan bir çalışma hala yok” şeklinde görüş belirtmiştir.

Toplumsal Refah ilkesi (Tablo 1) “ yerel halk ve turizm” ve “imkanlar” kodları ile analiz edilmiştir. Yerel Halk ve Turizme yönelik (F:5) katılımcıların olumlu görüşleri şu şekildedir:

K:1 “ Ziyaretçilere yöresel ürünler satılmaktadır örneğin; tarım ürünleri, gıdalar, elişleri vb.”

K4 “Halkımızın özellikle esnaf kesimi turizm hareketliliğinden memnun ve bu hareketliliğin artmasını istiyor. Ziyaretçilere halk alışkın ve daha çok gelmelerini ekonomik olarak istiyor. Ama yapabilecekleri çok bir şey yok bu yüzden Kültür ve Turizm Bakanlığı ön ayak olmalı”

K6 “Ziyaretçiler konaklama için yerel halka ve eliş satan esnafa sorular sorabiliyorlar ve halkta otellere yönlendiriyor. Halk ziyaretçilerle iç içe ve memnun bir şekilde yaşamakta”

Yerel Halk ve Turizme yönelik katılımcıların olumsuz görüşleri şu şekildedir:

K1 “Yerel Halkı bilinçlendirme konusunda sorunlar yaşanmaktadır”

K7 “Gönen’ de bir turizm bilinci yok öncelikle bunu kabul etmemiz lazım. Halk gelen ziyaretçiyi görmüyor. Genel de Gönen’ e gelen ziyaretçiler paket tur alırlar otelde termal sudan yararlanırlar eğer aldıkları pakette çevre yerlere geziler varsa ona katılırlar sadece birkaç saatlik bir serbest zamanları olur bunu da kelle peyniri gibi ürünleri almakla değerlendirirler daha sonra geri dönerler. Gönen halkı bunun dışında ziyaretçilerle pek karşılaşmaz bu yüzden halkın turizm ile

ilgili bir bilgisi ve ilgisi yok yanlışlıkla yolda bir ziyaretçiye gelse ne yapacağına dair bir fikri de yok. Bu yüzden halk ve turizm çok aynı çatı altında değil”

K8 “Yerel halk çok bilinçli değil”

İmkanlara (F:2) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K5 “Belediye halka Pazar yeri sağlıyor. Dernekler halk için uğraşiyor. Halkın sorunlarını dile getiriyorlar bunun yanında ürünlerini fuarlarda sergiliyorlar”

K6 “Gönen halkı hafta da bir kaplıcalara gider”

Kültürel Zenginlik ilkesi (Tablo 1) “İğne oyası”, “Ömer Seyfettin”, “Müze”, “Tarihi yapılar”, “Doğal zenginlikler” ve “Açığa çıkmamış kalıtlar” olarak kodlanmıştır. İğne oyasına (F:6) yönelik katılımcıların olumlu görüşleri şu şekildedir:

K3 “İğne oyaları ile ilgili iki tane kooperatif kuruldu kadınlarımız tarafından onlar bu konuya çalışmalar yapmakta. İğne oyası motiflerimizin coğrafi işaretleri alındı. Baldo pirinç ile ilgili coğrafi işaretleme çalışmaları yapılmakta.”

K4 “İğne oyasının coğrafi işareti alındı”

K6 “İğne oyası ailede öğretiliyor. İnternette denk gelindiğin de kimi oya için bu Gönen’in has oyası diye tanıyabiliyor insanlar. Çünkü buraya has belli motiflerimiz var. İğne oyası yapan kadınların ürünleri her Salı büyük bir Pazar yerinde sergileniyor”

K8 “İğne oyası için kurslar düzenlenmekte”

İğne oyasına yönelik katılımcıların olumsuz görüşleri ise şu şekildedir:

K2 “İğne oyası sermayeye yeniliyor. Bu işin ticaretini yapanlar bu işle ilgili yapılan bütün çalışmaların önünü kesiyorlar”

K3 “ Eskiden iğne oyası fiskos örtüsü vb. ürünler olarak kızlarımızın çeyizlerinde kullanılmaktaydı ama şimdi evler de kullanılmamakta bu nedenle iğne oyası pazarında bir daralma var. Bizim Gönen’ e has iğne oyalılarımızın farklı alanlarda işlenmesi gerekli örneğin perdeler, gelinliklere, kadın iç çamaşırlarına uygulanması gerekiyor ancak bunun ile ilgili bir Ar- Ge çalışması henüz yok”

K7 “Önceki senelerde iğne oyası için festivaller şenlikler yapılırdı. Son birkaç yıldır yapılmıyor. Gönen iğne oyasının dışarıya tanıtılmaya ihtiyacı var. Bunun yanı sıra Gönen de yetişen yeni nesil de iğne oyasını öğrenmeye pek hevesli değil git gide iğne oyası bilinirliğini kaybetmekte. Oya pazarında talepte azaldı. Halk eğitimde iğne oyası kursları var ama talep yok. Oya annelerinden

ninelerden öğrenilir. Ama şimdiler de öğrencilerin vakitleri yok servislerle okullara geliyorlar köylerden ve oya öğrenecek vakitleri kalmıyor”

Ömer Seyfettin’ e (F:3) yönelik katılımcıların görüşleri ise şu şekildedir:

K4 “ Belediye eski tarihi bir binayı kamulaştırdı orasını bir kent müzesi yapmak istiyorlardı, Ömer Seyfettin Müze Evi yapılma kararı alındı. Kurulumu bitti müzenin tabiat varlıklarını koruma da onayladı. Para bulunursa restorasyon tamamlanacak”

K6 “Yazarlarımızdan Ömer Seyfettin Gönenli olduğu için bir meydanımızın adı Ömer Seyfettin Meydanı orda bir anıtı mevcut. Ayrıca konferans salonunda anma günleri düzenleniyor. Çocuklarımıza tiyatrolarda düzenleniyor”

K7 “Ömer Seyfettin için sadece festival düzenlenmekte ve bir tek heykeli mevcut şehrin meydanının da. Ama bu önemli kişiye sahip çıkıp bir Ömer Seyfettin evi ve müzesi açılabilir. Özel bir okulda Ömer Seyfettin Konferansı düzenlediler. Ama dışardan bunun ne kadar talep gördüğünü ve farkındalık yarattığını bilmiyorum”

Müze (F:2) yönelik katılımcıların görüşleri ise şu şekildedir:

K4 “Aktif bir müzemiz yok. Yıldız parkta kaplıcalar bölgesinde bir mozaik müzemiz var ama şu an kapalı, orası ile ilgili çalışmalar yapmaktayız çünkü oradaki mozaikler Anadolu’nun en eski mozaik tabakalarıdır ve hala ayakta. Maalesef şu an üstü kalın betonlarla kapatılmış biz onları kaldırarak daha modern bir yapı ile orayı günlük gezilebilir bir müze haline getirmek istiyoruz”

K8 “ Gönen de bir mozaik müzesi var açılması isteniyor ama prosedürler engel oluyor”

Tarihi Yapılara (F:2) yönelik katılımcıların görüşleri ise şu şekildedir:

K4 “Alacaoyuk kalesini temizlettik. Küçük gruplar gezmeye gelmeye başladı”

K7 “Kaymakamlık şu an da âtil durumda olan Alacaoyuk Kalesini restore ederek turizme kazandırma çalışmaları yapmakta ve turizm açısından önemli bir nokta haline getirmeye çabalyor”

Doğal Güzelliklere (F:3) yönelik katılımcıların görüşleri ise şu şekildedir:

K4 “Çınarpınar Köyü’nde 1000 yıllık çınar ağaçları var bu bölgede güzel bir turizm merkezi yapılabilir. Gönen’deki bu gibi doğal güzellikleri kullanmalıyız eğer kullanmazsak Gönen’ e hıyanet etmiş oluruz”

K7 “Yine kaymakamlığın öncülüğün de kurulan bir yürüyüş derneği var trekking turizmi destekleniyor”

K8 ‘‘Gönen Kaplıcaları, Gönen Parkı, köylerde çok güzel pek bilinmeyen yerler var şelaleleri olan yerler var kimi yerde kaleler var ama şu an da turizm amaçlı pek kullanılmıyor bilinmiyor ama potansiyel olarak var’’

Açıġa Çıkmamış Kalıntılara (F:2) yönelik katılımcıların görüşleri ise şu şekildedir:

K4 ‘‘henüz açıġa çıkmamış kalıntılarda mevcut bunlarında gün yüzüne çıkartılması gerekiyor’’

K7 ‘‘ park alanı otellerin oldukları alanlar tarihi yapılarla dolu hamam ve benzeri yapılar var topraġın altında kazı çalışmaları yapılabilse birçok deġer ortaya çıkarılabilir’’

6.2. Ekonomik İlke Kategorisi

Ekonomik ilke kategorisinin alt kategorileri olan ‘ekonomik süreklilik’, ‘yerel kalkınma’, ‘İstihdam kalitesi’ ve ‘sosyal eşitlik’ ilkeleri baz alınarak oluşturulan on kodlama ile deġerlendirilmiřtir.

Ekonomik süreklilik (Tablo 1) ilkesi analizi için ‘talep’, ‘yatırım’, ‘bütçe’ ve ‘girişimcilik’ kodları oluşturulmuştur. Talebe (F:2) yönelik katılımcıların görüşleri ise şu şekildedir:

K1 ‘‘ Otellerde yüzde seksen oranında doluluk oranı vardır. Oteller de bu doluluk oranına karşın pansiyonlarda doluluk oranları daha dūřüktür. Bunun yanı sıra turizm mevsimsellikler göstermekte özellikle kış mevsiminde ziyaretçi sayısında dūřüşler yaşanmaktadır. Ancak turizm arz kaynaklarının kullanımının on iki aya yayılabilmesi için çalışmalar yapılmaktadır’’

K2 ‘‘Merkezdeki işletmelerin doluluk oranları daha fazla’’

Yatırıma (F:3) yönelik katılımcıların görüşleri ise şu şekildedir:

K2 ‘‘ Termal suyun yönetimi kamu da kaldığı için layık olduġu yerde deġil. Çünkü suyun kullanım hakkı belediyede, özel sektöre termal suyun kullanımı verilmediġi için yatırım imkânı olmuyor. İlk tesis 70li yıllarda yapılmış bir tesis daha sonrasında 90lar da yapılan tesis bir öncekinden çok daha dūřük olanaklarda ve kalitede bir tesis. Normal de bir řey yapıldığında öncekinden daha iyisi yapılır amaç odur maalesef öyle olmamış. Bu bakış açısıyla ilgili yönetim belediye bakmış pansiyonlara çok müşteri gidiyor biz de o seviye de oradaki müşterileri alacak tesisler yapalım demişler’’

K5 ‘‘ Termal su kaynaġının potansiyeli çok olduġu söyleniyor ama belediyenin yönetimin de bu nedenle işletme kapasitesi artamıyor’’

K8 “ Yatak kapasitesi dolu gelen oldukça fazla ziyaretçi var ve farklı gruplar geldikleri zaman taleplerini karşılayacak durumda değil. Altyapımız ve üstyapımız yeterli değil, özellikle üst yapının artırılması gerekli oteller çoğaltılmalı”

Bütçeye (F:3) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K4 “Fon çok önemli bir konu eğer gerekli finansman sağlanamazsa bütün bu hedefler hayal olur. Ne belediyenin ne de kalkınma ajanslarının bu projelere bütçesi yetmez bu projeler için özel sektöre ihtiyaç var. Tabakhane bölgesinin bir kısmı kamulaştırılmalı. Orası kamulaştığında 80-100 milyon liraya ihtiyaç var ve bu para belediyede yok, neyle kamulaştıracak. Buraların temizlenmesi lazım ilk olarak ki yatırım için arazi sunabilelim”

K6 “ Yerel halktan girişimcileri vergi levhası alma vb. yasal düzenlemeler bütçe olarak zorluyor. Yerel halk yöresel ürünlerini satışa sunmak için dükkân açacak ödeneği bulamıyor. KOSGEB e başvurup hibe alma şansları var ama onun da şartları çok fazla”

K7 “ Yerel yönetim çok büyük çaplı yatırımlara girebilse çok daha başarılı işler olur ama maalesef bunun için imkanları yok. Örneğin park alanı otellerin oldukları alanlar tarihi yapılarla dolu hamam ve benzeri yapılar var toprağın altında kazı çalışmaları yapılabilse birçok değer ortaya çıkarılabilir ama maalesef bunun için şu an orda var olan tüm binaların kurulu yapıların kapatılması gerekir ve bu çok büyük yatırım ister maalesef bunlar yerel yönetimin yapabileceği bütçe de işler değil”

Girişimciliğe (F:2) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K6 “ İğne oyası Gönen ekonomisinin de ev hanımının destekçisidir. Kadınlar ocalarını yapar bunun için günlerce emek harcar ama son birkaç yıldır satışları çok azaldı. Sosyal medya üzerinden satış yapmaya iğne ocalarını tanıtmaya yeni yeni başladılar belki bu yöntem satışları arttırabilir”

K8 “ İğne oyası yapan kadınlar derneği örneğin Kapadokya da bir yer açtı burada iğne oyası yapan kadınların ürünleri orada satılıyor bu sayede”

Yerel kalkınma (Tablo 1) ilkesinin analizi için “ekonomi”, “yerel halk” ve “yönetim” kodları oluşturulmuştur. Ekonomiye (F:6) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1 “ Turizm tarım ve hayvancılık bir arada yürütülmektedir”

K2 “ Yöre insanına sahip çıkma algısı yok en basit örneği ile buradaki merkez otelin ürünlerini aldığı tedarikçi yıllardır aynı bu durumda da yöre halkı fayda sağlayamıyor ve adaletsiz, eşit olmayan bir ekonomi ortaya çıkıyor. Ayrıca solucan gübresi üreticiliği ekonomik açıdan da oldukça fazla getirisi olan bir iş eğer belediye de buna ön ayak olursa Gönen’ in kalkınmasına da olumlu katkılar sağlar”

K3 “ Gönen de turizm ekonominin en önemli kaynağı olarak görülmektedir”

K4 “Balıkesir Türkiye’yi doyuran il olarak tanımlanır. Çünkü tarımsal faaliyetleri çok fazladır. Bu tarımsal önemi buradaki turizmde kullanmaya başladığımızda bölgeyi de kalkındırabilirsiniz. Buradaki marka değeri ürünler var peynir gibi bunların önemi de çok fazla. Halk tarıma ve sanayiye pek istekli değil. Dışardan örneğin Şanlıurfa’dan tarım işçisi getirtiyorlar”

K6 “ Kadınların el emeklerini gelen ziyaretçilere sunması, hatta yaptıklarıyla Gönen’ e ziyaretçi çekmeleri Gönen’nin kalkınması sağlanıyor”

K7 “ İğne oyası Gönen ekonomisinin de ev hanımının destekçisidir. Kadınlar oyelerini yapar bunun için günlerce emek harcar ama son birkaç yıldır satışları çok azaldı. Sosyal medya üzerinden satış yapmaya iğne oyelerini tanıtmaya yeni yeni başladılar belki bu yöntem satışları arttırabilir”

Yerel halka (F:6) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K2 “Yerel halk aslında içerik konusunda çok zengin; iğne oyaları var, el örgüleri var, tarım ürünleri var. Pazar kuruluyor salı günleri oya pazarı. Halk tanıtımı kendi çabaları ile yapıyor. Halkın elinden tutulmuyor. Sadece bir Pazar yeri var. Halbuki iğne oyası yıllardır kadınlarımızın el emeği göz nuru hakkettiği değeri görmüyor. Kooperatifleşme yok, pazarlama yok. Salı günleri bir başlarına ürünlerini pazarlamaya çalışıyorlar. Yöresel gıdaların satıldığı Gönen kapalı pazar yeri var. Çevre illerden iğne oyası pazarına salı günleri turlarla gelenler oluyor. Orda çalışanlar var. Gönen parkında ve Kaplıcalar caddesinde belediye tarafından sağlanmış tezgâh yerleri var yöresel gıda ve iğne oyası satanlar için. Parkta seyyar satıcılar da ve ürünlerini satmakta. Pazar yeri olanağı sunuluyor. Yine tezgahlar da temin ediliyor. Ama maalesef ki önleri açılmıyor ürünleri daha geniş kitlelere sunabilmeleri için olanaklar yaratılmıyor. Gönen ile ilgili ünlü birkaç sosyal medya hesabı hem Gönen’ in sorunlarını dile getiriyor, hem de yöresel ürün ve gıdaların reklamını yapıyor. Tarım fuarı düzenleniyor ancak bu fuar da geçtiğimiz yıllara göre yöresel gıda üreticilerinden ziyade daha çok tarım alet ve makinelerinin pazarlaması üzerine oluyor. Festival düzenleniyor ama çok kısıtlı bir konseptte ve alanda yapılıyor.”

K3 “ Gönen de gıda anlamında çok önemli besinler var çeltiğinden tutunda meyve bahçelerine, domatesine, patlıcanına kadar çeşit çeşit tarım ürünü ve bunları üreten kişiler festivalde ve bazı tezgahlarda ürünlerini satabilmekte. Ama tanıtımın daha çok yapılması lazım. Yöresel ürünlerin satılabilmesi için kurulan bir Pazar yerimiz var. İğne oyası pazarı olanağı sunuluyor. Şarküterilerde de yerel gıda ürünleri pazarlanıyor.”

K5 “Yöresel ürünlere sahip çıkıyor işletmeler satın alıyorlar. Gelen ziyaretçiler de gelip yöresel ürünlerden kendileri için ve tanıdıkları için hediyeler alıyorlar. Oteller yöresel ürünlerden satın alıyor. Ticaret odası halkın alın teri ürünlerini fuarlarda sergiliyor. Pazar yerinde Halk yöresel

gıdalarını peynir pirinç gibi ziyaretçilere sunuyor. Ticaret odası iğne oyası ürünlerini, peynir ve pirinç gibi ürünleri illerdeki büyük fuarlara götürüp sergileyip tanıtıyor. Halk gelen ziyaretçilere ürünlerimi rahatlıkla satabiliyor.”

K6 “ Turizmin gelişmesin iğne oyaları önemli bir unsur, mesela pazara çıkan insanlar bir şeyler üretmese, pazar da hiçbir şey satılmasa bu sefer turizm adı aldın da bakabilecekleri bir şeyler olmaz. Dünyaca ünlü birçok yöresel gıda mevcut bunların ürünleri gelen ziyaretçilere sunulabiliyor”

K7 “ Yerel girişimcilere sunulan herhangi bir imkân yok. Yerel üretici bir şeyler yapmak istiyorsa kendi imkânı ile yapabiliyor”

K8 “ Halkın ürettiği ürünler iyi pazarlanamıyor”

Yönetime (F:1) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K2 “ bölge de turizmin kalkınması için belediyeden termal suyun alınması gerekiyor ki yeni yatırımcı ve girişimciler bölge farklı işletmeler açabilsin. Gönen de işler siyasi çıkar ilişkisi bazında ilerliyor maalesef ve de yeniliklere çok açık bir belediyeçilik eski yönetimde görülmedi, aynı şekil de belediyeye ait otellerde de yenilikçilik algısı yok”

İstihdam kalitesine (Tablo 1) (F:4) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K2 “Çalışan personele belli turizm eğitimleri verilmekte ancak bu eğitimler sürdürülebilirlik bilinçlendirmesi için yeterli değil. Otellerde çalışanlar var bunun yanı sıra çevredeki restoranlarda çalışanlar var. Balık çiftlikleri var, onlar da turizme bağlı çalışıyorlar o şekilde ayakta duruyorlar”

K4 “Turizmde nitelikli eleman önemli bir faktördür. Ama buradaki termal merkezlerin hukuki durumu burayı bir profesyonel işletme gibi yönetmeye yeterli değil şirketin hissesi 95’e yakın ve belediye buraya bir garson alacağında cv ne değil referanslarına belediye ile bağlantılarına bakılıyor. Profesyonellik egemen değil. Belediye başkanı otel yönetim kurulu başkanı olmamalı bence. Burada sadece ürün değil hizmetin kalitesi de satılıyor bu anlayışta olunması gerekir”

K6 “Oteller de özellikle Yıldız otel de yöre halkından kişiler çalışma imkânı bulabiliyor”

K8 “Termal su yönetimi belediyede ve orda çalışanlar çok vasıflı değil halktan belediye ile çıkar ilişkisi içerisinde olan insanlar genelde, yönetim değiştikçe çalışanlarda değişiyor. Rekabet ortamı yok.”

Sosyal eşitlik (Tablo 1) ilkesinin analizi için “kadının rolü” ve “eşit imkanlar” kodları oluşturulmuştur. Kadının rolüne (F:8) yönelik katılımcıların tamamı görüş bildirmiştir. Kadının rolüne yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1 “Özellikle iğne oyası yapımında kadınlar aktif olarak çalışmaktadır”

K2 “Kadınlar Gönen de erkeklere göre daha şanslı ve daha hırslılar. Organik ürünler yapımında da kadınlar oldukça başarılılar kendi ürünlerini kendileri pazarlamaya çalışıyorlar maalesef ki bir kooperatifleri yok. Kooperatif kurmaya çalışıyorlar ama bu işin ticaretini yapanlar engelliyorlar maalesef ki kooperatif kurmalarını. Ayrıca kadınlar otellerde yöresel restoranlarda da oldukça aktif çalışmaktalar. Termal turizm kadınsız düşünülemez çünkü kaplıcalara gelen ziyaretçilerin çoğu kadın ve orda ki çalışanında kadın olmasını istiyorlar. Özel, kadınsal bir sıkıntıları olduğunda kadın çalışanlarla daha iyi bir iletişim kurabiliyorlar”

K3 “Kadınlar Gönen’ de daha çok imkana sahip. Özellikle köylerde ve Gönen’ in belli kesimlerinde ailenin geçimini sağlayan kesim kadınlar. İğne oyaları ile haftalık pazar ihtiyacını karşılayabilen kadınlarımız var. Çiftçilik ile geçinen bir kadın kesimi var. İsteyen kadın istediği hakkı alabiliyor Gönen’ de bu erkekler için de geçerli. Gönen toplumu kadınların önünde durup kadın halinle sen ne anlarsın diyen bir topluluk değil”

K4 “Kadınlar sanayiye de katılmakta. Diğer iş kollarında da aktifler. 600 kişilik bir tekstil fabrikasının yüzde 80 kadın işçi”

K5 “Kadınlar otellerde de çalışıyor bunun yanı sıra iğne oyası ile de geçimini sağlıyorlar. Tarımla da uğraşan çok kadın var”

K6 “Gönen kadınlarının kendi yaptıkları iğne oyalarını gelen ziyaretçilere sunarak Gönen’ e ziyaretçi çekmelerinin, Gönen turizminin gelişmesinde büyük rolünün olduğunu düşünüyorum. Bunun yanı sıra bölgedeki turizm aktiviteleri sayesinde kadınlarda ekonomik anlamda fayda sağlayabiliyor. Kadının rolü Gönen de oldukça önemli, çalışmak isteyen herkese iş imkânı var aslında sadece azimli ve istekli olmaları gerekiyor. Kadınlar el işi yapıp satarak evin bütçesine katkı sağlıyor”

K7 “Gönen’ de oteller belediyeye bağlı kadınlar iş bulabilmesi için belediye ile bağının olması gerekir. Pansiyonların da sadece iki tanesinin müdürü kadın”

K8 “ Kadınlara eşit imkanlar tanınıyor kadınların oldukça fazla iş imkanları var. Genel de iğne oyası ile ilgili bir şey yapılmak istenildiğin de yardımcı olunuyor az da olsa. Gönen iğne oyası yapan kadınlar derneği var onlar geçen yıl bir iğne oyası ağacı yaptılar şeftali ağacı ve bu ağaç Guinness Rekorlar kitabına girdi. Bunlar şimdiye kadar belediyeden bağımsız kendi çabaları ile yaptıkları şeyler. Şimdi belediye değişti neler olur tam bilmiyorum”

Eşit imkanlara (F:3) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K2 “ Ekonomik anlamda adaletsizlik var küçük işletmeler daha doğrusu çıkar ilişkisi olmayan kişiler genelde engelleniyor ve bölgede ekonomik eşitsizlik ortaya çıkıyor. İğne oyası yapan halkın önü bu işin ticaretini yapan büyük şirketler tarafından kesilmekte. Belediye iğne oyası yapan halktan kişilere yeterli imkanlar sunmamakta. Bu işin ticaretini yapan büyük firmalara imkanlar sunulmakta ama halktan kendi imkanları ile iğne oyası yapıp satmaya çalışanlara bu imkanların yaratılmasının önü hep kesilmekte ve bir eşit rekabet ortamı sağlanamamakta”

K7 “Gönen deki girişimler genel de Gönenliler tarafından değil dışardan gelenler tarafından yapılır. Ayrıca işin ticaretini yapan üst düzey kişiler tarafından yerel halkın girişimde bulunması engelleniyor”

K8 “ Gönen’deki turizmde herkese söz hakkı düşmüyor ve herkes eşit fayda sağlayamıyor”

6.3.Çevresel İlke Kategorisi

Çevresel ilke kategorisinin alt kategorileri olan “fiziki bütünlük”, “biyolojik çeşitlilik”, “kaynak verimliliği” ve “çevresel saflık” ilkeleri baz alınarak oluşturulan yedi kodlama ile değerlendirilmiştir. Fiziki bütünlük (Tablo 1) ilkesinin analizi için “tabakhane”, “diğer tehditler” ve “düzenleme” kodları oluşturulmuştur. Tabakhaneye (F:6) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K2 “Tabakhanelerin atıkları yüzünden, önemli bir değer olan Gönen Çayı şu an çok kötü bir halde. Bu tabakhane Yıldız otelin ve Gönen Parkının tam karşısında bir tarafta turizm bir taraf deri sanayi bu tezatlık yıllardır büyük bir sorun. Bu konu da çalışmalar var. Tabakhane kaldırılacak Organize Sanayiye taşınacak ancak çok yavaş ilerliyor bu süreç hızlanması lazım. Çok kötü bir koku yayılıyor ayrıca tabakhanedeki. Gönen Çayı’nın kirlenmesi tabakhane bölgesi merkez de olduğu sürece devam ediyor. Ancak tabakhanelerin atıkları bölgeyi kirlettiği için çay yine de kirleniyor”

K4 “ Tabakhane gönenin en kadim ve en büyük sorunu. Ağır metal içeren bir durumdur. Maalesef ki yakın zamana kadar bu ağır metal içeren su dahil tüm atık suları arıtılmadan Gönen Çayına atılıyordu. Tabakhaneler ciddi bir problem büyük işletmeler var”

K5 “ Gönen’ deki yıllardır olan sorun tabakhane çayı kirletiyorlar ama Tabakhane sorununun da önümüzdeki aylarda tamamen biteceği söyleniyor. Şimdiden birkaç fabrika sanayi bölgesine taşınmış”

K6 “ Tabakhaneler Gönen de çok büyük sıkıntı, eski yıllara göre daha iyi durumdadır, bir çevre düzenlemesi yapılmakta ama yine de tabakhane atıkları Gönen Çayına dökülmekte”

K7 ‘‘ Tabakhane yıllardan beri kalkacağı söyleniyor ama hala kalkmadı. Koku çok büyük bir rahatsızlık veriyor. Gönen Çayı’ndaki tabakhaneler kaldırılmalı’’

K8 ‘‘Tabakhane çok fazla kokuyor Gönen Çayında kirlilik var, biraz bakım yapıldı bu yaz nasıl olacak bilmiyorum ama geçen yaz mesela akşamüzeri çok kötü bir koku çıkıyordu ve parka yayılıyordu bu koku ama bundan sonra nasıl olacak bilmiyorum. Tabakhanenin kaldırılacağı söyleniyor ancak henüz tamamlanan bir çalışma yok’’

Diğer tehditlere (F:3) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K2 ‘‘Tarımdan dolayı da çok sıkıntı var, özellikle çeltik tarımı yapılan bölgelerden çok sivri sinek yayılıyor. Bunun en büyük sebebi nem oranının yüksek olması. Bunlar Gönen turizmi tehdit eden önemli şeyler’’,

K7 ‘‘ Sivri sineklerde halkı ve ziyaretçileri çok rahatsız ediyor. Birçok fabrika atıkları da gönen çayı için büyük tehlike. Gönen halkının kanalizasyon atıkları, tarlalardan gelen kimyasal ilaçların atıkları hepsi gönen için sorun teşkil ediyor. Önce bu sorunların belirlenmesi gerekiyor ki çözüme ulaşılabilsin. Kimyasal ilaçların kanserojen etkileri tam bir veri yok ama Bursa’daki Onkoloji hastanesine en çok giden hastaların Gönenli olduğu söyleniyor. Fabrikalar önlem almıyor. Sorun bir tane değil önce sorunlar tanımlanmalı. Derelerden bir tanesi sülfür akıyor ama neden bilinmiyor’’

K8 ‘‘ Tabakhane ve sivrisinek sorunu var’’

Düzenlemeye (F:2) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K4 ‘‘Geçtiğimiz günlerde gönen çayı kalkınma projesi çevre bakanlığınca kabul edildi. Bir program dahilinde gönen deltası üzerindeki tüm kötü etkilerin bertaraf edilmesi için bir takvim oluşturuldu bakanlık tarafından. Tabakhanelerin kalkması bu yılın sonuna kadar ön görülen bir ayağı bu projenin. Onun dışında çay boyunca olan yerleşim yerlerinin köylerinin de düzenlenmesini kapsamakta. Sanayiye tabi ki karşı değiliz ama termal turizmin önemli bir yerinin olduğu gönen de bu turizmi engelleyecek her türlü şeyin önüne geçmeliyiz. Çünkü termalden yıllardır buranın halkı kadim bir şekilde ekmek kazanıyor. Ama sanayi gönen için daha çok yeni bir alan bu yüzden termali harcayamayız ayrıca sanayi illa bir bölgede olmak zorunda değil ama termal turizm kaynağın olduğu alanda yapılmalıdır. Aynı şekilde tarım da sanayi yüzünden harcanmamalıdır. Türkiye’de sanayi alanında yanlış yatırımlar yapılıyor’’

K8 ‘‘ Gönen’ e gelen ziyaretçiler Gönen’ in eskiden daha güzel olduğunu söylüyorlar. Gönen Parkı eskiden daha farklıydı bence daha iyiydi çünkü kendine hastı Gönen’e ait taşlar vardı yerlerde içerisinde aşıklar köprüsü vardı bunlar bir yenileme çalışması ile birlikte yok oldu sıradan bir park haline geldi. Gönen’ e has imgeler yok oldu’’

Biyo çeşitliliğe (Tablo 1) (F:2) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K2 “ BİO gübre üretimi önemli bir konu çünkü böylece tarım tamamen organik oluyor. Kimyasal gübre ve ilaçlara gerek kalmıyor ve de atıklar değerleniyor”

K7 “ Eskiden Gönen’ e doğasının temizliği için gelen çok fazla ziyaretçi vardı İstanbul’ dan bile Gönen Çayına balık avlamaya gelenler olurdu. Maalesef artık çaydaki canlı hayat sona erdiği için bu etkinlikte sona ermiş durumda. Bu günlerde bir hastalık kestane ağaçlarını öldürüyor ama nedeni tam olarak bilinmiyor. Fabrikaların zararlı atıklarından ya da bilinçsiz kullanılan kimyasal ilaçlardan olabilir”

Kaynak verimliliği (Tablo 1) ilkesinin analizi için “termal su” ve “geri dönüşüm” kodları oluşturulmuştur. Termal suya (F:8) yönelik bütün katılımcılar görüş bildirmişlerdir. Termal suya yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1 “ Termal su otellerde, seracılıkta, konut ve işyerlerinin ısıtmasında kullanılır”

K2 “ Termal su öncelikle tedavi amaçlı kullanılıyor havuzlarda, küvetlerde, jakuzilerde onun dışında Gönen için de jeo termal ısıtma istemi var binaların ısıtılmasın da kullanılıyor. Sistem şu şekilde doğrudan termal su kullanılmıyor termal suyun ısısından yararlanılıyor, termal kaynağın için de normal su boruları geçiriliyor ve böylece binalar ısıtılıyor. Bir de tarım da kullanılıyor, seracılıkta kullanımı için yatırım çalışmaları devam ediyor. Termal kaynakların kullanımı konusunda titiz davranılıyor yasal olarak temizlik ve kullanım konusunda kesin hükümler ve yaptırımlar var. Ancak termal su kapasitesi çok fazla ama yeterli faaliyet gösteren işletme yok su boşa gidiyor.”

K3 “Termal suyun sadece yüzde onluk kısmını aktif olarak kullanabiliyoruz. Termal suyu daha verimli kullanmamız lazım örneğın bir sayaç yardımı ile suyun özel sektöre dağıtılarak oradan gelir elde etmesi lazım”

K4 “ Dağ ılıcası merkezdekinin aksine termal suyu doğal olarak havuza vermekte olan bir kaynaktır. Tabiatı da bir harikadır”

K5 “ Termal su kaplıcalarda ve dolaylı yoldan jeotermal ısıtma olarak binalarda kullanılmaktadır”

K6 “ Termal sular turizm amaçlı kullanılıyor. Bunun yanı sıra jeotermal olarak ısınma amaçlı kullanılıyor. Ama günümüz de doğal gazın gelmesi ile bu talep azalmakta”

K7 “ Halk Kütüphanesinde sıfır atık projesi kapsamın da cam, plastik, kâğıt gibi tüm atıklar toplanmakta. Diğer kurumlarda sıfır atık projesi kapsamında bu ayrıştırılmayı yapmaya başladılar. Termal su, turizm amaçlı kaplıca olarak kullanılıyor. Ve Türkiye’ de ilk jeotermal enerjiyi

kullanan bölgedir Gönen. Efektif kullanım konusuna gelecek olursak kaplıcalar 1950'ler de ya da 1960larda yapıldı ve hala aynı teknoloji kullanılıyor.”

K8 “ Termal kaynak ancak termal suyun yönetimi belediye de ve bence düzgün işletilemiyor. Gönen de çıkarılan bu termal su kaynağı dünyada sadece iki yerde var biri Gönen de diğeri de başka bir ülkede adını tam hatırlamıyorum çok değerli bir su ama yeterince verimli kullanılmıyor. Termal su kaynaklarımız hakkettikleri gibi değerlendirilmiyor daha çok kişiye ulaştırılmalı, temizlik ve bakımları yapılıyor ama kapasitesinin çok altında bir kullanım oranı var. Termal sular oteldeki kaplıca havuzlarında ve hamamlarda kullanılıyor. Jeotermal ısıtmada kullanılıyor.”

Geri dönüşüme (F:5) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K2 “ Büyükşehir belediyesi ile yapılan bir sıfır atık projesi var bu daha çok yeni bir proje. Belediyenin bıraktığı konteynerlere kullanılmayan giysiler bırakılıyor, onlar sonra oradan alınıp ihtiyaç sahiplerine ulaştırılıyor. Kitaplarla ilgili de aynı proje var. Gıda atıkları ile de ilgili solucan gübresi üretme tesisleri çoğaldı. Bunlar özel sektör de bu işletmeler bireysel olarak belli bölge ve işletmeler ile anlaşarak gıda atıklarını topluyorlar aynı şekilde pazar yerinde kalan meyve sebze atıkları da solucan gübresi üretimi ve bio-gübre üretimi için kullanılıyor. Bu konu da duyarlı ailelere ulaşıldığında, halka bilinçlendirme yapıldığında bu kişiler de gıda atıkları gidip bu toplama noktalarına bırakabilirler ve atıklarda değerlendirilmiş olur ve dönüşüm sağlanır.”

K5 “ Sıfır atık diye bir proje duydum ama içeriğini tam bilmiyorum. Çöplerin yanında cam, plastik ve kıyafet ayırma konteynerleri var”

K6 “ Mahallemiz de bir adet giysi toplama konteyneri mevcut çocuğumun, eşimin ve benim giymediğimiz kıyafetlerimizi oraya bırakabiliyorum böylece ihtiyaç sahiplerine ulaştırılabilir. Piller konusun da herhangi bir toplama noktası görmedim. Ama cam ve kâğıt atıkları için ayrı birer konteyner mevcut yine bu atıkları da diğer atıklardan ayrı olarak oralar da toplayabiliyoruz”

K7 “Öğrencilere okullarda farkındalık eğitimler veriliyor sıfır atık projesi ile ilgili. Gönen belediyesi bir dönem sokak hayvanları için halkın yemek atıklarını bırakabileceği kaplar yaptı. Kâğıt atıkları için ve kullanılmayan giysiler için konteynerler yerleştirdi belirli noktalara. Solucan gübresi üreten kişiler bireysel olarak pazar atıklarını topluyorlar.”

K8 “ Çöp kovalarının yanında giysi kutuları oluyor kullanılmayan giysiler toplanıp ihtiyaç sahiplerine ulaştırılıyor. Plastik toplama kutuları oluyor. Gönen Parkının için de kitaplıklar var isteyen oraya kitap bırakıyor isteyen alıp okuyor ama pek aktif değil.”

Çevresel saflığa (Tablo 1) (F:6) yönelik katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1 “Atık sular arıtma tesisi tarafından arıtılmaktadır. Atık yönetimi gönen belediyesi ve büyükşehir belediyesi tarafından yürütülmektedir.”

K2 “Gönen belediyesi geçtiğimiz günler de sıfır artık projesine geçti, atık arıtma tesisi yapıldı. Bununla ilgili birtakım görüşmeler oldu. Atık sular Gönen Çayının orada bulunan bir arıtma tesisinde arıtılıyor ancak çok verimli değil bu arıtma.”

K4 “Şu an ki arıtma tesisi de yarım yamalak çalışıyor zaman zaman kaçaklar meydana geliyor. Tabakhanedeki üreticiler kendi karlarını ve üretimlerini düşünüyor. İstihdam yaratırken ve paramızı kazanırken havamızı, suyumuzu ve toprağımızı da korumalıyız. Telifisi olmayan bir şey varsa o da hava, su, toprak yani çevredir. Sürdürülebilir bir kalkınma için su, toprak ve havanın korunması en temel ilkedir. Şehir arıtmamız geçen yıl faaliyete geçti ama bu sadece merkezi kapsıyor bizim 90 tane de kırsal mahallemiz var buralarda hiç arıtma ile yatırım yapılmamış yerler var. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı hava kirliliği ile ilgili Kasım ayında bir ölçüm cihazı göndereceğini söyledi belli bir periyotta hava kirliliği ölçülecek. Sanayi kirliliği baya yoğun ve bakanlık çok aktif çalışmıyor bu da ülkenin ekonomik durumu ile alakalı gelse tespit etse kapatacak, kapatsa zaten ülke genelinde üretim de sıkıntı var.”

K5 “Çayın kenarında arıtma tesisi var ama ne kadar aktif bilmiyorum.”

K6 “Kanalizasyonlar da sık sık taşmalar meydana gelmekte ve günlerce o şekilde çirkin bir görüntü ile kalmakta.”

K7 “Bir iki yıl önce bir arıtma yapıldı ama aktif olarak çalıştırılmadı. Atıklar Gönen Çayına boşaltılmaktaydı, arıtma tesisinin açılışı yapıldı ama kesin olarak aktif olarak çalışıyor mu bilmiyorum.”

7. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Sürdürülebilir kalkınma, halkın mevcut gereksinimi ve beklentileri ile onların kullanımına sunulmuş olan kaynakların arasındaki dengeyi hem toplumsal hem ekonomik hem de çevresel boyutları ile ele alan bütünlük bir yaklaşımdır (Günlü, editör Kozak, 2014: 64). Turizm de sürdürülebilirlik ekonomik sürekliliği sağlayarak, istihdam kalitesini yükselterek bölgesel refah geliştirerek, bunları gerçekleştirirken fiziksel bütünlük ile kültürel zenginlik ve biyolojik çeşitliliği koruyarak, kaynakların etkin kullanımını hedefleyen bir planlama ile mümkündür (Koçak, 2016: 46). Bir turizm destinasyonunun sürdürülebilirliği, değişen pazar koşullarına uyum sağlamasından, turizm arz kaynaklarının verimli kullanılmasından, yenilikçi planlamaların ortaya konulmasından ve geliştirme stratejilerinin sunulması becerilerinden önemli ölçüde etkilenmektedir (Ural, 2015: 176). Turizm arz kaynaklarının sürdürülebilirliği ile destinasyona zarar vermek yerine yararlı olan yerel çevre, toplum ve kültürlerle uyum içinde işlenen ürünler sunulabilir (Çakılcıoğlu, 2013: 30). Elde edilen bulgular ışığında

Gönen'deki turizm arz kaynaklarının sürdürülebilirliğinin değerlendirilmesi yapılmıştır. Elde edilen bulgular ve incelenen yazın ışığında Gönen'deki turizm arz kaynaklarının sürdürülebilirliğinin sağlanması ve sürdürülebilir kalkınma için sunulan öneriler şu şekildedir:

- Destinasyon yönetiminde tüm paydaşlara eşit söz hakkı verilmeli, toplantılar yapılmalı ve özellikle yerel halkın katılımı sağlanmalıdır.
- Çeltik arazileri ilçe merkezinin dışına taşınmalıdır.
- Tabakhane bölgesindeki fabrikaların denetimi arttırılmalı, çevreye duyarlı çalışmaları sağlanmalıdır.
- Yerel halk sürdürülebilirlik konusunda bilinçlendirilmelidir.
- Atık yönetimi konusunda eğitimler yapılmalıdır.
- Destinasyon yönetimi için sürdürülebilir kalkınma odaklı projeler hazırlanmalıdır.
- Gönen Çayı ve çevresi temizlenmeli ve atık yönetimi ile ilgili gerekli düzenlenmeler yapılmalıdır.
- İğne oyası yapan kadınlara destek olunmalı, gerekli finansman sağlanmalı ve ürünlerini tanıtma imkânı sunulmalıdır.
- Mozaik müzesi ziyarete açılmalıdır.
- Doğa turizmine yönelik turlar düzenlenmelidir.
- Bölgedeki turizm tesisleri yenilenmeli ve bakımları yapılmalıdır.
- Yerel halka yöresel ürünlerini satışa sunabilmesi için destek olunmalıdır.
- İğne oyası festivalinin içeriği geliştirilmeli ve tekrardan düzenlenmelidir.
- Turizm tesislerinde çalışanlar eğitilmeli ve hizmet kalitesi arttırılmalıdır.
- Gönen Çayı'nı tehdit eden Tabakhane bölgesi kaldırılmalıdır.
- Atık yönetimi sağlanmalı ve denetimler sıklaştırılmalıdır.
- Sıfır atık projesi desteklenmeli ve gerekli bilinçlendirmeler sağlanmalıdır.
- Termal su yönetimi daha verimli ve elverişli bir hale getirilmelidir.
- Atık su arıtma tesisleri çoğaltılmalı ve geliştirilmelidir.
- Hava, su ve çevre kirliliğini önlemek için gerekli önlemler alınmalı ve yaptırımlar uygulanmalıdır.

İleride bu çalışmaya ek olarak üç temel sürdürülebilirlik boyutu olan ekonomik, sosyokültürel ve çevresel boyutlar ayrı ayrı incelenerek daha kapsamlı bir çalışmalar yapılabilir.

Kaynakça

Akış, S. (1999). *Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye*. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi. Yıl: 10: 35-39.

DOI: 10.38120/banusad.883182

BANÜSAD, 2021; 4(1), 21-46

Akşıt, S. (2007). *Doğal Ortam Duyarlılığı Açısından Sürdürülebilir Turizm*, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1/2(2): 441-460.

Aranson, L. (1994). *Sustainable Tourism Systems: The Example of Sustainable Rural Tourism in Sweden*, Journal of Sustainable Tourism, 2(1+2), London.

Cros, H. D., Bauer T., Lo C., Rui S. (2005). *Cultural Heritage Assets in China as Sustainable Tourism Products: Case Studies of the Hutongs and the Huanghua Section of the Great Wall*. Journal of Sustainable Tourism, 13(2).

Çakılciöğlü, M. (2013). *Turizm Odaklı Sürdürülebilir Kalkınma İçin Bir Yöntem Önerisi*, Tasarım ve Kuram Dergisi, 16.

Hansen A. (2003) “İçerik Çözümlemesi” “İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi” içerisinde Çeviren M.S.Çebi, Alternatif Yayıncılık, Ankara

Koçak N. (2016). *Sürdürülebilir Turizm Yönetimi*, Detay Yayıncılık, Ankara

Kozak M. (2014). *Sürdürülebilir Turizm Kavramlar ve Uygulamalar*, Detay Yayıncılık, Ankara

Kozak N. vd (2000). *Genel Turizm: İlkeler- Kavramlar*, Ankara Turhan Kitabevi

Mbaiwa, J.E. (2005). *The Problems and Prospects of Sustainable Tourism Development in the Okavango Delta, Bostwana*. Journal of Sustainable Tourism, 13(3): 203-227.

Olalı H. ve Timur A. (1988). *Turizm Ekonomisi*, Ofset Ticaret Matbaacılık Şti., İzmir

Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research and evaluation methods. Thousand Oaks*, çeviren Dede ve Bilican, 3. Baskı, Pegem Akademi, Ankara

Pepper, D. (1999). *The Integration of Environmental Sustainability Considerations Into EU Development Policy: A Case Study of the Leader Initiative in the West of Ireland*. Journal of Environmental Planning & Management, 42(2): 167-187.

Sithole, E. (2005). *Trans-boundary Environmental Actors: The Zambezi Society’s Campaign for Sustainable Tourism Development in the Zambezi Bioregion*. Journal of Sustainable Tourism, 13(5): 204-221.

Timur A. (2014). *Turistik Ürün Politikası*, Detay Yayıncılık, Ankara

Ural, M. (2015). *The Importance of Risk Management for the Sustainability of Tourism*, Balıkesir University Journal of Social Sciences Institute, 18(33): 163–178.

Usta Ö. (2016). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşımı*, Detay Yayıncılık, Ankara



DOI: 10.38120/banusad.883182

BANÜSAD, 2021; 4(1), 21-46

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara

İnternet Kaynakları

Gönen Belediyesi Resmi Web Sitesi (27.12.2020)

Kurum Yayını

World Tourism Organization (1993), *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*, Spain

World Tourism Organization (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*, United Nations Environment Programme, Division of Technology and Economics

COMPARING NGO LEADERS THROUGH ORGANIZATIONAL AND SOCIAL PSYCHOLOGY: THE ROLE OF CIVIL SOCIETY FOR ENVIRONMENTAL PROTECTION

László BALÁZS¹ 

ABSTRACT

Non-governmental organizations (NGOs) have an increasing role in the management and workings of society. For the past three decades, academic interest in NGOs has intensified in tandem with the increase of their number with regards to their workings, maintenance, net-works, and characteristics. This study aims to explore the characteristics of leadership in civil society from the perspective of organizational and social psychology. The main hypothesis of the study is that the leadership of specialized NGOs in the areas of organizational culture perception, emotional intelligence patterns, resilience and leadership style can be distinguished. A central question to this study remains whether leaders of NGOs who work in the sector of environmental protection show divergence in organizational and social psychological dimensions from the leaders of NGOs that work in the economic or cultural sphere. Sixty-one NGOs participated in this survey, representing six different scope of activity profiles. The results show that representatives of certain profiles show different organizational culture dimensions and values, and display unique emotional intelligence patterns. With regards to the deployment of leadership tools and style, leaders indicated cooperation and persuasion; and in case of resilience, study received on average high scores with leaders of all occupational areas. The study also identifies the characteristic features of NGOs working in environmental protection, of which above-average, altogether high scores of resilience stand out, besides low levels of self-confidence, self-realization, commitment to partners, interpersonal relationships, and flexibility compared to leaders of other NGOs.

Keywords: *Non-governmental Organizations (NGOs), Environmental Protection, Leadership, Emotional Intelligence, Organizational culture, Resilience*

ÖZET

Sivil toplum kuruluşları (STK'lar) toplumun yönetiminde ve işleyişinde artan bir role sahiptir. Son otuz yıldır, STK'lara olan akademik ilgi, çalışma, bakım, ağ işleri ve özellikleri bakımından sayılarının artmasıyla birlikte yoğunlaşmıştır. Bu çalışma sivil toplumdaki liderliğin özelliklerini örgütsel ve sosyal psikoloji perspektifinden incelemeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma örgütsel kültür algısı, duygusal zeka

kalıpları, dayanıklılık ve liderlik tarzı alanlarında uzmanlaşmış STK'ların liderliğini ayırt edebilme hipotezini sınavacaktır. Bu çalışmanın temel sorusu, çevre koruma sektöründe çalışan STK liderlerinin ekonomik veya kültürel alanda çalışan STK liderlerinden örgütsel ve sosyal psikolojik boyutlarda farklılık gösterip göstermediğidir. Bu ankete, altı farklı faaliyet profili kapsamını temsil eden altmış bir STK katıldı. Sonuçlar, belirli profillerin temsilcilerinin farklı kurumsal kültür boyutları ve değerleri gösterdiğini ve benzersiz duygusal zeka kalıpları sergilediğini gösteriyor. Liderlik araçlarının ve tarzının kullanılmasıyla ilgili olarak, liderler işbirliği ve ikna etmeyi belirtmişlerdir; ve dayanıklılık durumunda, tüm meslek alanlarının liderlerinden ortalama olarak yüksek puanlar aldık. Ayrıca, bu çalışma düşük özgüven, kendini gerçekleştirme, ortaklara bağlılık, kişilerarası ilişkiler yanında ortalamanın üzerinde, toplamda yüksek direnç puanlarının öne çıktığı ve diğer STK liderlerine kıyasla esnek oldukları çevre koruma alanında çalışan STK'ların karakteristik özelliklerini belirlemiştir.

Anahtar Kelimeler: *Sivil Toplum Kuruluşları (STK), Çevre Koruma, Liderlik, Duygusal Zeka, Örgütsel Kültür, Dayanıklılık*

1. INTRODUCTION

The workings and maintenance of non-governmental organizations have been increasing significance in contemporary societies. For the last decades, Hungarian civil society has shown that they respond to a wide variety of social issues and complement governmental and economic sectors. Hungarian civil society is greatly reactive in a sense that it often reacts to an issue very promptly, despite stereotypes to the contrary. NGOs are important parts of social, political and economic life. They strengthen the social commitment of people and offer ways for people to take part in community life and communal activities. They contribute to general social well-being, and may possess considerable financial and material assets. NGOs invigorate the economy, and their significance of creating workplaces is growing (Lukács, 2007) as they contribute to the establishment of sustainable economy and environment.

By summarizing the function-based approaches to non-governmental organizations, Bartal (2004) explores NGOs on the basis of their functions and roles for society. Functionalist analyses highlight the social, economic and political roles of the civil sphere. In regard to social roles, Bartal highlights that NGOs are an important component of democratic societies: they stand for the right of free, autonomous actions, the goals of civil society, and pluralism. Through their innovations and initiatives, NGOs contribute to social change, to social integration, the decrease of social inequalities, the achievement of harmonious social life, and society's intellectual enrichment by strengthening civil awareness and tolerance. In their economic roles, NGOs have measurable performance in as employers and important institutions of redistribution. In their political roles, civil society influences and controls decision-making, and NGOs are important agents in well-functioning societies (Bartal, 2004: 24–25). NGOs

may contribute to the maintenance of diversity for the establishment of resilient ecological and social systems (Kerekes 2011: 10).

Nárai (2004) highlights the role of civil society in the protection and strengthening of democracy. Non-profit organizations² have great importance for the mobilization of society, and the articulation of social interests. They enable bottom-up organization, mobilization, and the presentation of social alternatives. Due to their great systemic and network embeddedness, they are able to streamline individual interests into social interests—the extensiveness of the civil sphere may serve as the barometer of the health and well-being of society (Kuti, 1998, Nárai, 2004). The role of NGOs for socialization is particularly relevant: by engaging with social issues that concern the community, individuals learn behavioral patterns that enable them to be “citizens, not servants” (Nárai, 2004: 621). NGOs have a great impact on the emergence of self-aware citizenry. They also have great integrative functions, as they strengthen the attachment of the individual to society, support the establishment of social capital, and enhance social structures. The civil sphere may actively influence politics: on the one hand, NGOs mediate between citizens and the government; on the other hand, they are able to identify and fulfill emergent social needs. In this regard, they act as innovators in social life. As intermediaries, they communicate between diverse social systems and sub-systems (Nárai 2004).

Kuldip (2014) summarizes the social roles of civil society in three main areas:

- On the one hand, non-governmental organizations enable the bottom-up *self-organization of society*. They allow citizens to voluntarily work together towards the establishment and promotion of social goals and values. They enhance the free expression of opinions, and promote problem solving across diverse issues such as the environment, health care, culture, art, education, etc. Civil society promotes pluralism and diversity.
- On the other hand, NGOs *constitute a third sector* besides government and for-profit industry. While the government focuses on the provision and protection of the common good, and industry focuses on production and growth, civil society represents *sustainability and social interests*. As such, it constitutes a balance between state and private sectors for the good of society.
- Third, civil society enables the production of social change that neither private, nor state sectors can produce. Civil organizations have introduced innumerable innovations in modern societies worldwide, which later were adopted by state and private sectors as good practices.

Through their development and evolution, NGOs have gone from mobilization for political purposes to the protection of social interest in environmentalism. As in governance, the adoption of western

² In this paper uses “non-profit organizations” and “non-governmental organization” synonymously.

relationships and strategic objectives is gaining priority. By today, NGOs that have a function of natural protection and environmental protection have become distinct categories. The former focus on the adoption of state tasks in the protection of natural habitats, while the special expertise of environmental organizations (energy, waste, toxic materials) act mostly as intermediaries between agricultural and state actors (Monostori, 2007: 29–30).

Along with the strengthening and growing importance of the civil sphere, we also see growing academic interest in its study, as evidenced by numerous international publications. Since the beginning of the 1990s, the study of non-governmental organizations has become increasingly interdisciplinary; in addition to the social and political embeddedness of organizations, research focused on the study of the social functions of the civil sphere (Bartal 2004). Along with these developments, and owing to the fact that civil organizations representing the common good have become important actors, studies of the transparency and accountability of civil organizations also emerged (Molnár & Farkas, 2005; Molnár, 2010). This demonstrates the fact that non-governmental organizations have extensive roles and impact on society. In addition to their mission, they may also fulfill several social roles that are inherent to its organizational structure. The organizational characteristics of an NGO are very different from those of profit-oriented industrial or state sectors.

Within the frameworks of this study, approaching the topic from the perspective of network science and organizational psychology, this study aims to present a descriptive study that focuses on the leaders of NGOs. The objective of this article is the organizational and social psychological analysis of leaders of civil society. Furthermore, it will identify the differences between NGOs of different profiles, and explore the characteristic features of environmental organizations in general. A central question is whether the leaders of environmental NGOs working toward sustainability display differences in organizational and social psychological dimensions from leaders who work for NGOs of economic and cultural profiles. It is important to mention that I know of no similar study in Hungary as of today that should target the organizational and social psychological study of civil society leadership. Before this paper presents its findings, the study will present the leadership features of civil organizations, with special attention to the differences between the leaders of for-profit and non-profit civil organizations.

2. LEADERSHIP AND THE LEADERS OF CIVIL ORGANIZATIONS

Leadership roles and their character have a great impact on every organization. Fulfillment of leadership roles is a great challenge to anyone in those positions. As it becomes evident from the nature of non-governmental organizations, and its difference from profit-oriented or state sectors, leaders of civil organizations need to have different skills for the successful management of that organization. Suffice it to think about the basic values of voluntariness, selflessness, and solidarity that govern non-

profit organizations. In the case of profit-oriented and state organizations, it is customary to organize leadership training for leaders, which aim to improve leadership tools, communication skills, and management mechanisms. In contrast, in non-profit, civil organizations we hardly find such leadership training programs in Hungary, contrary to other European or North American countries, where an entire industry has emerged around this sector. Next, this study will explore the characteristic features and roles of leadership in civil organizations.

Most studies that target the evaluation of leadership have been done at for-profit and state sector organizations, and have paid less attention to civil organizations. This happened in spite of the fact that these organizations work very differently, which necessarily results in different expectations of NGO leaders. Unlike state and for-profit organizations, NGOs face unique challenges by addressing social changes or groups whose problems are ignored, or only considered peripherally, by other organizations (Hailey 2000). Civil society leaders have to mobilize special resources, and lead organizations that are able to serve their communities sustainably. For this reason, NGO leaders have to work with limited resources for an extended period of time in uncertain and insecure political and economic conditions, in order to help, for example, the most deprived members of society, protect the environment, and fight for sustainability. A leader of an NGO has to face unique leadership challenges in order to fulfill the mission of the organization, and manage individual and organizational demands.

According to Frooman (1999), leadership plays an important role in the success of a civil organization. By analyzing leadership processes, Schermerhorn (2001) summarizes the tasks of leaders. These include the inspiration of the members of the organization to continue to work hard for the objectives of the non-governmental organization. The role of leaders is to plan directions, set goals, and mobilize resources for reaching those goals. It is also the leader's task to improve the commitment and enthusiasm of members in order that they may make the best of their skills and competences as the organization strives to reach its objectives.

Ebrahim (2003) finds that the management of civil society organizations differs from the management of organizations in the other two sectors. One of the main reasons for this difference is that the goals of these organizations are different, not to speak of the motivations of members in these organizations. Just like with for-profit and state sector organizations, the leadership of NGOs will have a great impact on the mission of the organization. And just like with any organization, the performance of civil society actors also depends on the members of the organization and their performance. Brundage and Koziel (2010) emphasizes that if an organizational culture and its climate prioritizes people, the maintenance of volunteers is also more successful. In order for the right organizational culture to develop in an organization, the deployment of values should start at the level of leadership. A leader must possess

the skills and knowledge for efficient work in the light of the idiosyncrasies of non-governmental organizations.

Pierog's empirical study (2013) stands out among Hungarian studies in this area, which focused on the organizational and leadership characteristics of NGOs. His work provides a general idea about the characteristic features of Hungarian civil organizations. According to his results, leaders found tasks that had to do with the management of the NGO most important. The order of Fayol functions reflected forecasting, planning, organizing, commanding, coordinating, and controlling. Civil organizations are known for their leaders' high levels of motivation, their desire to help, and altruism. In their motivational tool kit, they considered psychological inspiration to be most important, which may be explained by the very structure and nature of the organization. Besides formal communication, informal communication gains greater importance in the organization. As part of the decision-making process, planning gains greater importance compared to the order or general leadership tasks. They plan for short-term mostly, and social objectives and financial considerations have a special importance.

The tasks and functions that Pierog assesses in his study overlap with the management functions of NGOs determined by Pavluska (2002): the organization of everyday activities, the procurement of human and general resources, acquisition, financial management, marketing, public relations, accounting and supervision. The management of the organization that is driven by classic functions comes from within. The principles of the organization insist that its objectives are relevant and valuable, which has to be accepted by everyone, and which is why it relies on traditional forms of resources such as individual charity, the generosity of the rich, and state subsidies. It focuses on its activity above all, which it shapes and develops according to its own principles, disregarding predictable consumer demand, which it can afford to do because, basically, it operates on the 'market of sellers (Pavluska, 2002: 5).

The overview of organizational and leadership features creates an organizational and operational framework that is often described with the words *resilient organization*, or *resilient leadership*. A common denominator to the diverse definitions of resilience is a sense of flexibility. As an individual characteristic feature, resilience plays a great role in one's ability to get by in life. The most salient feature of a resilient personality is that it is able to work efficiently in spite of stressful and unfavorable circumstances (Wolin & Wolin, 1993). This paper presents below, compares environmental civil organizations on the one hand; on the other hand, this study aims are to nuance the leadership properties of NGOs, and identify the social and organizational psychological features of non-governmental organizations.

3. METHODOLOGY

During this study, respondents were asked to fill out a questionnaire that they received online. They responded to the questionnaire anonymously. In addition to the organizational values represented

by the leader (the perception of organizational culture), the survey aimed to determine and identify leadership style, emotional intelligence patterns, and resilience. The following questionnaires were involved.

Situational leadership (Hersey & Blanchard, 1988): On the basis of the theories of Hersey and Blanchard, the questionnaire distinguished between four leadership styles. *Telling style* is characterized by strong task-, and weak relationship-orientedness: the leader assigns roles, and tells people what to do, how, and when. This leadership is characterized by forcefulness and orders. Subordinates are not allowed and not able to take control, because neither their abilities nor their self-confidence make it possible. *Selling style* is characterized by strong task- and relationship-orientedness: the leader is characterized by both controlling and supportive behavioral patterns. Subordinates would be willing, but are unable to execute required tasks. While they are properly motivated, they lack the necessary skills. *Participating style* is characterized by weak task, and strong relationship-orientedness. Both leader and follower participate in decision-making processes, and the most important task of the leader is to get the follower involved in decision making. To achieve this, they support communication and participative decision-making processes. Subordinates would be able to execute tasks their leader wants, but they are unwilling to do. *Delegating style* is characterized by weak task- and relationship-orientedness. The leader neither directs, nor supports. We could call this empowerment. Subordinates are able and willing to do what is expected of them.

Participants in the questionnaire survey were asked to react to 12 situations. From four behavioral patterns, they were asked to choose the one they feel closest to them. By ordering answers to leadership styles, paper receives the characteristic style of the participant based on highest score.

This study used the “competitive values” model as elaborated by Quinn and Rohrbaugh (1983) to define the type of culture of the institutions being studied. From the basic models by QUINN, there are well-defined roles in the *rule oriented* culture type. The basic expectation is to follow the rules. It is important to respect formal positions. This model is characterized by a high level of internal focus and controlling, and it results in order, predictability, stability and balance. Two important processes belong here; documentation and stabilization. Thus the two primary roles of the leader are observation and coordination. As a monitor, he knows what happens in the organization, and as a coordinator, he is expected to maintain the structure and ensure the operation of the whole organization. At the same time, in an *innovative* culture focus, is on creativity and risk undertaking. It is characterized by free information flow, teamwork and the continuous learning of the members. Members are not controlled but are given stimulus and inspiration. Outward orientation and control are not dominant. Its main strengths are adaptation skills and the ability to change. The two main roles of the leader are that of the innovator and the broker. The innovator is to recognize and promote necessary changes. The broker is to maintain

external legitimacy. In a *target oriented* culture, focus is on profit, productivity and efficiency. This organization highlights the clarification of tasks and the definition of targets. It is characterized by a high level of control and outward orientation. It is led by effectiveness, control and instructions. Two primary roles of the leader are that of the director and the producer. As a director, the leader formulates expectations; as a producer, he or she focuses on the tasks and the work, and inquires about and motivates the employees. In contrast, a *supportive* culture focuses on accord, cohesion, the role and importance of teamwork, and internal control. In this culture, the highlight is on human resources, possible individual development and commitment. This organizational culture monitors internal processes and is flexible at the same time. Two primary roles of the leader are that of the facilitator and the mentor. The facilitator is expected to promote joint efforts while the mentor to develop abilities and skills of members and to provide for training opportunities. The mentor helps to plan individual development of employees.

Quinn's questionnaire includes six groups of questions about the following:

- character and basic type of the organization,
- cohesive force of the organization,
- leader of the unit,
- atmosphere of the organization,
- evaluation of success,
- the leadership system.

Within each group of questions, there are four statements reflecting features of each culture. It is the task of the respondents to score statements according to how true they are for their own institutions. In each question, 100 scores can be distributed between the four answers. Values relating to each culture type can be derived from the average value of the scores of related answers.

Culture dimensions: Organizational culture is further refined in the 11 culture dimensions elaborated by Robbins (1993) as amended by Bakacsi (1996) which is based on the features determining feelings of the members towards the organizational culture.

Based on this theoretical framework, the questionnaire elaborated by Zoltán Kovács et al. (2005) characterizes organizations with 22 value pairs regarding especially the school environment. Two statement pairs are assigned to each dimension. Respondents can characterize the given culture by giving scores from 1 to 7 according to how much the given statement characterizes their own cultures. Thus, dominance of each value is characterized by the score. Results about the organization can be derived from the average of statements related to the given value dimension. The organization is characterized by the following key dimensions:



1. Identification with the position or the organization: Two extremes of this dimension represent identification with the whole organization or certain working groups or a position.
2. Focus on the individual or the group: Focus on individual or group targets. Individual focus is rather characterized by the support of freedom, independence, responsibility, while group focus by group targets.
3. Human orientation: Dimension of a task or relationship oriented leadership. It also characterizes the relationship of the leaders and the employees. To what extent are the leaders attentive to the consequences of the solution of organizational tasks on people?
4. Internal dependence or independence: It relates to the level of integration. It determines the independence of organizational units and the level of central coordination and centralization.
5. Strong or weak control: It relates to the level of regulation and the direct supervision of the control of the employees.
6. Risk taking or risk avoidance: It relates to the tolerance regarding uncertainty of the organization. How much risk taking and innovation is expected or supported, and how much uncertainty is tolerated?
7. Performance orientation: It is characteristic of the system of awards. How much the system of awards builds on performance and how much it takes other factors into account?
8. Conflict tolerance: It characterizes the leadership and the organization from the aspect of how much the open undertaking of disaccording views is allowed or encouraged.
9. Goal or means orientation: It is the characteristic of the leadership based on a focus on organizational results or the process of achieving the targets.
10. Open or closed system: It is the characteristic of the relationship of the organization and the environment. In this dimension, reacting skills to external changes of the organization or its absence appears.
11. Short or long term time orientation: It reflects the outlooks of the future planning of the organization.

Emotional intelligence: This paper used Bar-On's (2006) questionnaire. The emotional intelligence scale contains 121 statements. As many as five main factors are identified in the questions: interpersonal

and intrapersonal emotional intelligence, adapting, stress managing and general mood emotional intelligence. The five main factors include a lot of closely interrelated competences, skills and moderators. The respondent has to give scores from 1 to 5 for each statement according to how true they are for him. Results of each meta-factor are derived from the average of the relevant items. Values of the main factors are constituted by the average values of meta-factors.

Intrapersonal skills (self-conscience and self-expression)

- self-assurance: a determined expression of our emotions and ourselves;
- emotional self-conscience: understanding our emotions;
- self-esteem: being aware of understanding and accepting ourselves;
- independence: developing free emotions independent from others;
- self-realization: determining and realizing, actualizing potential targets.

Interpersonal skills (social awareness and interaction)

- empathy: conscious handling and understanding of how others feel themselves;
- social responsibility: emotional and social identification with other social groups;
- interpersonal relationship: mutually satisfying relationships.

Stress management

- stress management: an efficient and constructive handling of emotions;
- management of instinctive impulses / impulse control: an efficient and constructive controlling of emotions.

Adaptation skills

- testing reality: testing our emotions and finding their parallels with real thinking;
- flexibility: coping with changes, adaptation in everyday life;
- problem solving: efficient solving of problems in intrapersonal and interpersonal situations.

General mood (self-motivation)

- optimism: perceiving positive outlooks;
- happiness: a feeling of being generally satisfied with ourselves, others and life.

Resilience questionnaire (Járai, Vajda, Hargita, & Nagy, 2015): resilience comprises characteristics that enable the individual to adapt successfully in spite of a threatening environment, decreases the negative impacts of stress, and enables adaptive struggle in the face of changes. Besides, resilience also

indicates the ability to return to normal functioning after overwhelming stress that the individual struggled with. The participants of the questionnaire survey scored statements from 0 to 4 depending on to what degree they identified with them. We get the resilience value from the average of the answers given to the ten questions. The higher the value, the more resilient the individual.

3.1. Sample

Altogether 61 NGO leaders were involved in this study. The questionnaire was filled out online. This paper processed data in SPSS 13.0 for the Windows program package. Thirty-four of the participants were men, and 27 women. The organizations were registered in Budapest, Fejér, and Heves counties. Table 1. shows the age and leadership experience of participants. It is clear that elected leaders have occupied their position for a longer period of time (more than 9 years with 27 persons), and they are typically older (30 of them were over 60).

Table 1: The Age and Experience of Leaders in Civil Organizations

		How long have you been serving in your leadership position?						Total
		<= 4	5 - 8	9 - 12	13 - 17	18 - 21	21+	
Age of the participant	25-29	2	0	0	0	0	0	2
	30-34	0	3	0	0	0	0	3
	35-39	2	0	0	0	0	0	2
	40-44	3	0	0	0	0	0	3
	45-49	3	0	0	0	0	0	3
	50-54	3	0	3	0	0	0	6
	55-59	6	0	0	3	3	0	12
	60-64	9	0	0	3	2	0	14
	65-69	3	0	0	0	0	0	3
	70-74	0	0	3	3	0	5	11
75-79	0	0	0	0	0	2	2	
Total		31	3	6	9	5	7	61

This research grouped participating civil organizations according to their activities. Most of the sample consisted of NGOs with culture, information, and communication profiles (16 organizations), sport and leisure profiles (14 organizations), and environmentalism (11 organizations). In terms of membership in a given scope of activity, almost 60% of members belong with environmental, professional, economic, legal, sport and leisure activities. Table 2. shows this data in greater detail.

Table 2: Membership and Category of Civil Organizations

	Frequency	Organization (person)
Culture, information and communication profile	16	739
Sport and leisure profile	14	974
Environmentalism	11	1206
Health care and social welfare profile	9	808
Professional, economic, and legal profile	6	1137
Research profile	5	140
Overall:	61	5004

4. RESULTS

The study presented the results of the survey according to the groups on the basis of profile, and discussed the results of each construct separately.

4.1. The Identification of Organizational Values

For the identification of the value orientation of leaders, the paper compiled two questionnaires about organizational culture results of which are presented above. It was unable to identify the organizational culture of specific NGOs by asking leaders, while the value orientation of leaders in NGOs of similar profiles are well recognizable on the basis of the responses. Table 3 illustrates the data paper received by identifying competing models.

Table 3: The Culture-Orientedness of Leaders on The Basis of Quinn’s Competing Values Framework

	Supportive (%)	Innovative (%)	Rule oriented (%)	Goal oriented (%)
<i>Culture, information and communication (N=16)</i>				
Culture type	32,66	18,91	36,88	11,56
Leadership features	23,59	12,81	47,50	16,09
<i>Sport and leisure (N=14)</i>				
Culture type	61,19	12,92	16,49	9,41
Leadership features	43,21	11,07	27,32	18,39
<i>Environment (N=11)</i>				
Culture type	47,95	16,06	23,86	12,12
Leadership features	30,45	14,09	38,64	16,82
<i>Health care and social welfare (N=9)</i>				
Culture type	34,72	22,50	31,39	11,39
Leadership features	20,00	23,33	37,50	19,17
<i>Professional, economic, legal (N=6)</i>				
Culture type	30,28	35,00	22,22	12,50
Leadership features	25,00	25,00	38,33	11,67
<i>Research (N=5)</i>				
Culture type	21,50	43,17	17,00	18,33
Leadership features	16,50	50,50	18,00	15,00

The study analyzed the difference between groups with ANOVA inquiry too. This paper presents that there is significant difference between the perception of culture and leadership features, with the exception of goal-orientedness. It has a low score in every type of activity. The leaders of NGOs that work in the field of *culture, information and communication* perceived rule-oriented organizational culture and leadership style dominantly. The leaders of NGOs working in the area of *sport and leisure* perceived supportive organizational culture and leadership style dominantly. Leaders in NGOs, who that work in the fields of *environmentalism, health care and social welfare* indicated supportive organizational culture, while they characterized themselves dominantly by rule-orientedness. In case of NGOs working in *research, professional, economic and legal* profiles, study shows the relevance of innovative organizational culture and innovative leadership style in research activities. In order to better explore the organizational values, this study used the questionnaire of organizational culture dimensions. The results of this questionnaire are presented in Table 4.

Table 4: The Perception of Organizational Culture Dimensions By Leaders

	Identification with organization (1) or position (7)	Individual (1) or group (7) orientedness	Relationship (1) or task (7) orientedness	Internal dependence (1) or independence (7)	Strong (1) or weak control (7)	Riska taking (1) or risk avoidance (7)	Performance criteria (1) or other (7))	Conflict tolerance (1) or conflict avoidance (7)	Goal orientedness (1) or means orientedness (7)	Closed (1) or open system (7)	Short terms (1) or long term (7) time orientedness
Average values of entire sample (N=61)	4,56	4,23	2,64	4,16	3,78	2,02	3,61	2,38	5,17	5,58	4,46
Standard deviation	1,38	1,44	1,70	1,13	1,55	0,79	1,64	0,98	1,27	1,19	1,49
Culture, information and communication (N=16)											
Average	4,41	4,75	2,84	4,75	4,06	2,28	2,47	2,81	5,19	4,88	5,25
Standard deviation	1,10	0,75	1,99	0,98	1,44	0,68	1,09	1,35	1,15	1,35	1,52
Sport and leisure (N=14)											
Average	4,11	3,61	1,75	3,93	2,82	2,00	4,25	2,04	5,21	6,00	4,18
Standard deviation	2,10	1,64	0,61	1,11	1,31	0,83	1,54	0,24	0,93	0,83	1,30
Environmentalism (N=11)											
Average	4,23	4,00	2,41	3,82	3,27	2,68	4,64	2,68	5,27	5,18	3,27
Standard deviation	1,08	1,24	1,80	1,31	0,90	0,56	1,52	1,21	1,08	1,19	1,62
Health care and social welfare (N=9)											
Average	4,67	4,50	4,33	3,50	4,83	1,50	4,00	2,50	5,17	6,33	4,67
Standard deviation	0,50	0,75	1,75	1,15	1,64	0,75	1,30	0,43	1,75	0,66	0,90
Professional, economic, legal (N=6)											
Average	5,50	5,50	2,33	4,83	5,00	1,50	3,67	1,67	4,83	5,67	5,50
Standard deviation	1,34	1,95	1,29	0,93	1,95	0,45	2,29	0,26	2,21	1,37	0,77
Research (N=5)											
Average	5,70	2,80	2,30	4,00	3,30	1,30	2,40	1,90	5,20	6,10	3,70
Standard deviation	0,27	1,64	1,10	0,00	1,10	0,27	0,82	0,82	1,10	0,82	1,10

When interpreting the values of organizational culture dimensions, it is important to consider the degree of standard deviation that belongs to each value. In this case, this study considers it unified orientation if the standard deviation of any given value does not exceed 1,5, and that, compared to the average value, the degree of standard deviation makes the orientation of a given culture dimension meaningful. In other words, the degree of standard orientation is not greater than deviance from the

middle range (4)—highlighted in grey in the table. On the basis of this, paper may argue that in the case of NGOs, regardless of their profile, it encounter strong opinions in more than one dimensions, which help characterize the organizations in a unified manner. Regardless of activity scope, the organizational culture values indicated by NGO leaders may be summarized as follows. On the basis of leaders' responses, study may claim that

- The organizations in question tolerate uncertainty, and are willing to take risks.
- Accepting the challenges of conflicts and openness to the changes of the environment are considered valuable.
- The focus of leading is strongly on the means to achieve goals, as opposed to results.
- Organizational culture is characterized by openness to its environment.

There was no unified argument in the case of eight other dimensions, and it can also show divergences and differences according to the organizational profile. On the basis of scopes of activity, beyond general characteristics, study may conclude the following:

- *Culture, information and communication profile:* NGOs pursuing these scopes of activity accord recognition on the basis of performance criteria, and long-term planning had unanimous support.
- *Sport and Leisure:* NGOs pursuing these scopes of activity support transparent, direct communication, and an organizational culture that supports employees, including the strong, direct supervision of members. In other words, relationship-orientedness and strong internal control are strongly supported.
- *Environmnetalism.* For NGOs that pursue this profile, relationship-orientedness is a shared experience; leadership supports members through transparent and direct communication.
- *Health and social welfare.* NGOs pursuing this profile have leadership that strongly identifies with their activities; belonging to the organization is determined through professional identification.
- *Professional, economic and legal profile.* Leaders in NGOs of this profile support the members of their organization through transparent, direct communication; commitment to the organization happens along the lines of professional identification, and organizational operation is characterized by long-term planning. Profile-orientedness, relationship-orientedness, and long-term orientedness had unified support.

- In case of organizations with *research profile*, individual freedom, independence, and responsibility are highly supported; leadership supports members through transparent, direct communication, and recognition takes place according to performance criteria.

Concluding the results of organizational culture, this paper may argue that non-governmental organizations, while showing similarities in certain values, also differ in others depending on their profile. As a result of both typology and dimension analysis, paper can show the relevance of unique organizational culture values according to NGO profile that are distinctive.

4.2. Personal Characteristic Features

In addition to perceptions of organizational values and culture, this study also assessed leadership styles, and the resilience and emotional intelligence of leaders. This paper hypothesized that, besides organizational culture values, the research would also find a difference in individual characteristic features. This study will present research’s results by comparing them to averages and grouping organizations by their profile.

Leadership style

The questionnaire the paper used for the identification of leadership style features four leadership styles, following the theoretical background to the research. With each leadership style category, leaders get a point value based on which style they prefer to employ at work. Table 5 shows the average results of leaders belonging with NGOs of different profile.

Table 5: The Grouping, Average Values and Standard Deviation of Leadership Styles According To NGO Profile.

	Telling style leader	Selling style leader	Participating style leader	Delegating style leader
Culture, information and communication profile (N=16)	2,06	5,13	4,38	0,44
Standard deviation	1,69	2,13	1,82	0,73
Sport and leisure profile (N=14)	0,93	5,5	5,36	0,21
Standard deviation	1,21	1,79	1,60	0,80
Environmental profile (N=11)	1,27	5,55	4,18	1
Standard deviation	1,19	2,07	1,08	1,18
Health care and social welfare profile (N=9)	0,33	9,33	2,33	0
Standard deviation	0,50	1,80	1,32	0,00
Professional, economic and legal profile (N=6)	1,67	5,67	3,67	1
Standard deviation	0,52	1,03	1,37	0,00
Research profile (N=5)	1,8	3,4	6	0,8
Standard deviation	1,10	2,19	0,00	1,10

The idiosyncrasies of non-governmental organizations (see Balázs, 2019) may also explain the dominant presence of selling and participating style leadership on the basis of the responses of leaders. There was deviance from this in case of NGOs with a research profile: leaders opted for participating leadership style. The results based on organizational profile can be seen in the following:

- Among leaders of NGOs with *culture, information and communication* profile, nine persons scored highest for selling leadership style, and eight scored highest for participating leadership style, with three persons among them giving the same score for both styles.
- Among leaders of NGOs with *sport and leisure* profile, eight gave highest score for selling leadership style and seven gave highest score for participating leadership style—one person gave the same score for both styles.
- Among leaders of NGOs with *environmental* profile, seven gave highest score for selling leadership style, and six gave highest score for participating leadership style—two persons gave the same score for both styles.
- Leaders of NGOs with *health care and social welfare* profile gave their unanimous support for selling leadership style (nine persons).
- Similarly, among leaders of NGOs with *professional, economic and legal* profile, selling leadership style scored highest value, while two leaders scored the same for selling and participating leadership styles.
- With leaders of NGOs with a *research* profile, participating leadership style score highest with all five leaders.

These results confirm the results of international research focusing on the leadership of non-governmental organizations. They support the main concept of the leaders as supporters, where leaders support and serve subordinates, and not the other way around. Focus is on service, support and cooperation, thus motivating subordinates toward personal and professional improvement (Greenleaf 1977).

Emotional intelligence and resilience

Based on leadership styles and the relevant literature, study may argue that leaders of non-governmental organizations score high on resilience and emotional intelligence. In case of both measures, the higher value the respondent scored, the more he or she was characterized by that feature. Table 6 shows values in resilience and emotional intelligence.

Table 6: Emotional Intelligence and Resilience Values of Leaders (Maximum Values Are in Brackets)

	Resilience (4)	Confidence (30)	Self-awareness (35)	Self-respect (45)	Independence (35)	Self-realization (35)	Empathy (25)	Collective responsibility (45)	Interpersonal relationship (50)	Perception of reality (50)	Flexibility (40)	Problem solving (40)	Stress tolerance(45)	Impulsiveness control (45)	Optimism (40)	Happiness (45)
Mean (N=61)	3,19	22,02	27,85	36,57	24,87	29,52	20,10	37,38	39,44	38,98	29,48	32,44	31,46	31,54	29,97	35,18
%	80%	73%	80%	81%	71%	84%	80%	83%	79%	78%	74%	81%	70%	70%	75%	78%
Culture, information and communication (N=16)																
Mean	3,15	21,94	28,25	34,13	23,56	30,5	20,56	36,38	38,19	38,44	29,5	32,56	31,25	31,13	27,25	35,5
%	79%	73%	81%	76%	67%	87%	82%	81%	76%	77%	74%	81%	69%	69%	68%	79%
Sport and leisure (N=14)																
Mean	3,14	23,07	29,57	37,21	24,64	28,71	20,57	37,14	38,57	38,86	30,29	32,79	31,79	29,43	30,29	34,86
%	79%	77%	84%	83%	70%	82%	82%	83%	77%	78%	76%	82%	71%	65%	76%	77%
Environmentalism (N=11)																
Mean	3,24	19,55	28,27	37,45	24,45	31,36	20,64	40,18	41,82	39,45	28,18	32,27	31,00	29,45	31,36	36,91
%	81%	65%	81%	83%	70%	90%	83%	89%	84%	79%	70%	81%	69%	65%	78%	82%
Health care and social welfare (N=9)																
Mean	3,13	23,00	28,00	37,00	26,00	27,67	21,00	38,67	42,33	40,00	28,33	32,33	31,67	35,33	30,67	35,33
%	78%	77%	80%	82%	74%	79%	84%	86%	85%	80%	71%	81%	70%	79%	77%	79%
Professional, economic and legal (N=6)																
Mean	3,33	21,00	26,33	39,00	26,67	28,67	21,67	38,00	39,00	40,33	31,00	34,00	31,67	39,00	31,00	34,00
%	83%	70%	75%	87%	76%	82%	87%	84%	78%	81%	78%	85%	70%	87%	78%	76%
Research (N=5)																
Mean	3,32	24,2	22,4	37	26,4	29	12,6	32	36	36,6	30,2	29,8	31,6	27,6	32,2	32,4
%	83%	81%	64%	82%	75%	83%	50%	71%	72%	73%	76%	75%	70%	61%	81%	72%

Among the characteristic features of participants in this study, in case of resilience, NGO leaders scored average high values between 3,14-3,33 (79-83%). By way of comparison, study may mention a Hungarian study that was conducted among students, and showed a 2,8 value average result (70%) on the basis of a sample of 465 (Farkas & Orosz, 2015).

This study presents the results of emotional intelligence scores compared to the average of the whole sample on the basis of profile, highlighting the average low and average high values (indicated in grey in the table), and emphasizing the discrepancies between organizations of distinct profiles. It is important to add that, compared to the emotional intelligence patterns of teachers (N=572), on average civil society leaders have higher emotional intelligence values (Balázs, 2015).

- Leaders of NGOs with a profile of *culture, information and communication* differ negatively from the average in two factors: they scored the two lowest scores in confidence and independence.
- In NGOs with a profile of *sport and leisure*, leaders showed conspicuously high values in self-awareness compared to other leaders.
- In NGOs with a profile of *environmentalism*, leaders scored an average low in confidence; however, they scored conspicuously high in self-realization, collective responsibility, interpersonal relationships and flexibility.
- In NGOs with a profile of *health care and social welfare*, leaders differed from others in low levels of self-realization and high levels of interpersonal relationships.
- In NGOs with a profile of *professional, economic or legal activities*, leaders' confidence, perception of reality, and problem solving resulted in scores much higher than average.
- In NGOs with a profile of *research*, leaders typically display lower values of emotional intelligence. They scored highest average in one value: confidence.

The research results of leaders' personal characteristics also show that analyzing them along with their profile has relevant consequences. Results show that the leaders of NGOs of different profile may also be differentiated along individual characteristics. The paper must highlight leaders of NGOs with *research* profile and with *environmentalism* profile, as they display the most striking divergence.

5. SUMMARY AND CONCLUSIONS

The purpose of this study was to explore the leaders of non-governmental organizations in terms of organizational and social psychological analysis, to identify the differences between NGOs of different profiles and to find the unique patterns of NGOs that work in environmentalism. My results show that leaders of NGOs with different profiles differ from each other in terms of organizational culture perception, as well as individual features. In terms of leadership style, leaders deploy similar tool kits independent of the profile of their organization. On the basis of the responses of leaders in different NGO profiles, the characteristic features of NGOs pursuing *environmental issues* are well visible. This study may summarize them as follows:

While leaders of NGOs in environmental profiles typically perceive supportive organizational culture, rule-following is a dominant feature of leadership style. In organizational culture dimensions, we have seen the articulation of opinions in terms of relationship-orientedness. Leadership style is determined by selling and participating style. Leaders possess higher than average and overall high values

of resilience compared to other NGOs. While emotional intelligence is low in the factor of confidence on average, they scored conspicuously high in self-realization, collective responsibility, interpersonal relationships and flexibility compared to external samples as well as other NGOs.

While this study is unable to compare our results with research on NGOs' organizational idiosyncrasies and social psychological features in Hungary, works that explore the functions, operational environment and challenges of NGOs (Bartal, 2004; Kuti, 1998, Nárai, 2004) expect characteristic features from NGO leaders that they consider to be in harmony with the results of this study. They project that persons in leadership positions will have high emotional intelligence scores and high values of resilience. They prefer supportive culture in the organization they lead, while their leading is characterized by flexibility, cooperation, and service (Greenleaf, 1977).

With regards to the assessment of this research, the study must highlight that I know of no similar work conducted in Hungary that should have explored the leadership features of NGOs along the criteria employed here. When evaluating the results of the leaders, the paper must also add that the volume of the entire sample requires the examination of a population that is larger than examined here. The results here are preliminary due to the limitations of sample size. These results may help with the creation of further hypotheses, and call attention to the lack of research in Hungary on the organizational and social psychological aspects of civil organizations.

REFERENCES

- Bakacsi, Gy. (1996). *Szervezeti magatartás és vezetés*. Budapest: Közgazdasági és jogi Tankönyvkiadó.
- Balázs, L. (2015). *Organizational culture and emotional intelligence in school*. Saarbrücken, Németország: Lambert Academic Publishing (LAP).
- Balázs, L. (2019). Civil szervezetek és vezetői sajátosságok: Vizsgálati lehetőségek szervezetpszichológiai megközelítésből. *Civil Szemle*, 16(4): 25-41.
- Bar-On, R. (2006). The Bar-On model of emotional-social intelligence. *Psicothema*, 18: 13–25.
- Bartal, A. M. (2004). *Cél- és érdekorientált szervezetek a nonprofit szektorban: A nonprofit szervezetek új szempontú tipizálása egy empirikus kutatás eredményei alapján*. Foundation for Hungarian Higher Education.
- Brundage, H., & Koziel, M. (2010). Retaining top talent still a requirement for firms: focus on people now to keep turnover costs down when the economy improves. *Journal of Accountancy*.
- Ebrahim, A. (2003). *NGOs and Organizational Change: Discourse, Reporting and Learning*. United Kingdom: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511488566>



- Farkas, D., & Orosz, G. (2015). Ego-Resiliency Reloaded: A Three-Component Model of General Resiliency. *PLoS ONE*, 10(3). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0120883>
- Frooman, J. (1999). Stakeholder Influence Strategies. *The Academy of Management Review*, 24(2): 191–205. <https://doi.org/10.5465/amr.1999.1893928>
- Greenleaf, R. K. (1977). *Servant leadership: A journey into the nature of legitimate power and greatness*. New York: Poulit Press.
- Hailey, J. (2000). Learning NGOs. In D. Lewis & T. Wallace (Eds.), *New Roles and Relevance: Development NGOs and the Challenge of Change*. West Hartford, Connecticut: Kumarian.
- Hersey, P., & Blanchard, K. H. (1988). *Management and Organizational Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Járai, R., Vajda, D., Hargitai, R., & Nagy, L. (2015). A Connor-Davidson reziliencia kérdőív 10 itemes változatának jellemzői. *Alkalmazott Pszichológia*, 15(1): 129–136.
- Kerekes Sándor (2011). Fenntarthatóság és társadalmi felelősség – a globalizálódó világ megoldatlan problémái. *Magyar Bioetikai Szemle*, 3(1): 4–13.
- Kuldip, S. (2014). Servant leadership in non-governmental organizations (NGOs). *Journal of Administrative Science*, 11(1).
- Lukács, E. (2007). A nonprofit szervezetek magyarországi kialakulásának és jogi szabályzásának jellegzetességei. In A. Gubik (Eds.), *VI. Nemzetközi Konferencia a közgazdász képzés megkezdésének 20. évfordulója alkalmából: volume 2: 322–329*. Miskolc: University of Miskolc.
- Molnár, M. (2010). General Accountability Standards for Hungarian Civil Society Organizations: Towards Organizational Effectiveness. *Advances in Management*, 3(2): 14–19.
- Molnár, M., & Farkas, F. (2005). Towards a Universal Standard of Nonprofit Accountability: 'Standard of Standards' in NGO Accountability? *First ISTR-EMES International Conference: Concepts of the Third Sector: The European Debate. Civil Society, Voluntary and Community Organizations, Social Economy*. PS5_S4a: 1–17.
- Monostori, K. (2007). *Környezettudatosság Magyarországon: Attitűd és cselekvés a szelektív hulladékgyűjtésben*. PhD dissertation, Budapest: Budapest Corvinus University, School of Sociology.
- Nárai, M. (2004). A civil szervezetek szerepe és jelentősége az egyének, közösségek, illetve a társadalom számára. *Educatio*, 2004/4: 616–634.
- Pavluska, V. (2002). Van-e helye a marketingnek a nonprofit szervezetek menedzselésében? *Gyakorlat és kutatás*. Program director: Harsányi László, Kuti Éva, Török Mariann. Budapest: Nonprofit Kutatócsoport Egyesület, 1–17.
- Pierog, A. (2013). *Civil szervezetek vezetési és működési sajátosságai*. PhD dissertation, Debrecen: University of Debrecen.



DOI: 10.38120/banusad.919398

BANÜSAD, 2021; 4(1), 47-68

Quinn, R. E., & Rohrbaugh, J. (1983). A spatial model of effectiveness criteria: Towards a competing values approach to organizational analysis. *Management Science*, 29(3): 363–377.

<https://doi.org/10.1287/mnsc.29.3.363>

Robbins, S. P. (1993). *Organizational behavior*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall International, Inc.

Schermerhorn, J. R. (2001). *Management*. Wiley.

Wolin, S. J., & Wolin, S. (1993). *The Resilient Self: How Survivors of Troubled Families Rise Above Adversity*. New York: Villard Books.

MANYAS-GÖNEN VE ERDEK'TEN TESPİT EDİLEN HALK HEKİMLİĞİ UYGULAMALARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Berna AYAZ¹² 

ÖZET

İnsanoğlunun en büyük çabalarından biri mümkün olduğunca uzun süre hayatta kalmaktır. Geçmişten bugüne ölümsüzlüğü arayan insanoğlu sağlığını kaybettiği noktalarda edindiği tecrübe ve deneyimlerden yola çıkarak bu durum için çareler aramıştır. Bulduğu bu çarelerin etrafında ise çeşitli inanış ve ritüeller oluşmuştur. Elde edilen bu geleneksel tedavi yöntemlerinin Orta Asya'dan Anadolu'ya getirildiği bilinmektedir. Bu bağlamda sağaltma ocaklarının hastalıkların tedavi edilmesi noktasında önemli merkezler olduğunu söylemek mümkündür. Halk hekimliği ile ilgili uygulamalar günümüzde de devam etmektedir. Bu çalışmada Balıkesir iline bağlı Manyas, Gönen ve Erdek ilçelerinden tespit edilmiş halk hekimliği uygulamaları üzerine bir değerlendirme yapılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde ocak, halk hekimliği kavramı üzerine bilgi verilmiş; ikinci bölümünde ise Manyas, Gönen ve Erdek'ten konuyla ilgili derlemiş olduğumuz tedavi yöntemleriyle ilgili inanış, pratik ve uygulamalar değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Halk Hekimliği, Tıbbi Folklor, Ocak, Sağaltma, Manyas, Gönen, Erdek.

AN ASSESSMENT ON THE FOLK MEDICINE PRACTICES FROM MANYAS-GÖNEN AND ERDEK

ABSTRACT

One of the most challenging efforts of human beings is to survive as long as possible. In pursuit of immortality from past the present, humans have been looking for a cure based on their experience obtained during the times when they were ill. Various beliefs and rituals have been shaped due to the cures which they believed were found. These traditional treatment methods are thought to have been brought from the Central Asia to Anatolia. In this context, one can say that the health treatment centers were important locations to treat diseases. The practices from folk medicine are still applied in the modern societies. This study will provide an assessment on the folk medicine practices from Manyas,

Geliş Tarihi: 23.05.2021

Kabul Tarihi:08.06.2021

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, bayaz@bandirma.edu.tr.

² Bu çalışmada kullanılan veriler için Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurul tarafından 2020-4 Toplantı No ve 20.07.2020 karar tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

DOI: 10.38120/banusad.941459

BANÜSAD, 2021; 4(1), 69-80

Gönen and Erdek that are the districts within the provincial borders of Balıkesir. The first chapter of the study will provide information on health treatment centers and the concept of folk medicine and, the second chapter will provide an assessment on beliefs and practices concerning treatment methods we have observed in Manyas, Gönen and Erdek.

Key Words: *Folk Medicine, Medical Folklore, Health Center, Treatment, Manyas, Gönen, Erdek.*

1. GİRİŞ

Yüzyıllardır hayatta kalmanın yollarını arayan insanoğlu için hastalıklar büyük bir tehdit oluşturmaktadır. Hastalıklara çare arama yolları her kültürde vardır. Bu nedenle hastalık ve tedavi kültürel inanış, pratik ve uygulamaları da beraberinde getirmektedir. Halk arasında geleneksel tedavi yöntemlerini ele alan çalışmalarda “halk hekimliği”, “tıbbi folklor”, “tıbbi ve mistik folklor”, “geleneksel tıp”, “sağlık folkloru” kavramları kullanılmaktadır.

Pertev Naili Boratav halk hekimliği kavramını, “halkın olanakları bulunmadığı için ya da başka sebeplerle doktora gidemeyince veya gitmek istemeyince, hastalıklarını tanılama ve sağaltma amacı ile başvurduğu yöntem ve işlemlerin tümü” olarak tanımlamaktadır (2013: 139). Halk hekimliğinin halk eczacılığı yönünü de ifade eden Çobanoğlu “Halkın, hastalıkların nedenleri, belirtileri, süreleri konusundaki görüş ve inanışlarıyla hastalıkları geçirmek ve onları sağaltmak için kullandıkları geleneksel, yöresel ilaçların, büyüsel ve geleneksel işlemlerin uygulamaların tümü halk hekimliği ve eczacılığı olarak adlandırılır” (2009: 1063).

Halk hekimliğini tıbbi ve mistik folklor olarak da tanımlayan araştırmacılar bu tanımlamayı yaparken ananelerin etkinliği üzerinde durmaktadırlar. Tıbbi ve mistik folklor ananelerle şekillenmekle birlikte ruhi ve maddi tertip ve tedbirlerle içgüdüye dayanan animist, totemist, natürist yollardan geçerek mistisizme bürünerek ve maddi taraflarıyla kurallaşarak kuşaktan kuşağa aktarılmaktadır (Ünver, 1983:3, Başar, 1972:1-2)

Orhan Türkoğan ise sağlık-hastalık olgusunu sosyal sistem açısından ele almaktadır. Ona göre din, ekonomi, arazi, meslek, politika ve sağlık birer sosyal sistemdir. Sosyal sistemin bir unsuru olarak da inancı ve bilgiyi incelemektedir. Tıbbi tedaviyi sosyo-kültürel açıdan ele aldığı çalışmasında ise kavram olarak “geleneksel tıp (halk tababeti)” ifadesini kullanmaktadır (2016:33-35). David J. Hufford “halk hekimleri” ifadesini kullandığı sağaltıcıların tedavi ettikleri hastalıklara dair şu bilgileri vermektedir: “Halk hekimleri modern insanca bilinen tüm hastalıkları (siğiller, eklem iltihabı, sancı, cilt rahatsızlığı, kanser vb.) ve tıp biliminin tanımayan hastalıkları da (kem göz, ruhi çöküntü, büyücü etkilerini) pratik olarak tedavi ederler” (2007: 79).

Halk hekimliği ile ilgili inanış ve uygulamalar, büyü, bilim ve din ekseninde tartışılmıştır. Halk hekimliği adı verilen geleneksel tıp uygulamaları halkın ortak yaşam normları içerisinde kabul edilmiş,

DOI: 10.38120/banusad.941459

BANÜSAD, 2021; 4(1), 69-80

tecrübe ve geleneksel bilginin esas olduğu bir uygulama alanıdır. Bunun için de tedaviyi uygulayacak kişiye güven ve inanç tam olmalıdır. Bu noktada tedavi eden kişiye güven duygusunu aşılacak pek çok anlatı ortaya çıkmaktadır. Saunders'e göre halk tababeti halk kültür unsurlarıyla mükemmel bir şekilde bütünleşmiştir. Ekseri hastalıklarda hasta ya iyi olur veya ölür. Eğer iyileşirse tedavi tekniği etkili bir kür olarak güven kazanır. Şayet ölürse nedeni tedavi şeklinin etkili olmayışına bağlanmaz ancak hasta gereken yardımın dışında kalmış kabul edilir. Böylece halk tababetinde esas bilimsel tababette olduğu gibi hastaya yapılan şey nazarı dikkate alınmaksızın hastanın bir an önce iyi olma sürecidir (Saunders'den aktaran Türkoğan, 2016, 48). Bu nedenle halk arasında tedavi yöntemleriyle ilgili olarak aktarılan yaşanmışlıklarda olumsuz herhangi bir duruma yer verilmez. Halk hekimliği uygulamalarını modern tıp bilgisinden ayıran en önemli unsur pratik ve uygulamaların olağanüstünlüklere dayanmasıdır. Geleneksel dünya görüşüne bakıldığında birey yaşadığı doğadan ayrı ve ondan üstün değildir. Birey yaşadığı dünyanın bir parçasıdır. Kendisi gibi yaşamı paylaştığı diğer unsurların da bir ruhu vardır. Bu ruhları küstürmek, kendisine ait olmayan bir mekâna girmiş olmak, yanlış zamanda bir yerden geçmiş olmak, başkasının kötü bakışından ya da sözünden etkilenmek hastalıkların da temel kaynağını oluşturmaktadır. Tuba Saltık Özkan modern tıbbın bu konuyla ilgili yaklaşımını “psikosomatik tıp”, “plasebo etkisi”, “kuantum iyileşme kuramı” kavramlarıyla açıklamaktadır. Psikosomatik tıp, insanın bedenini ve sağlığını ruhsal varlığı ile bir ve bütün olarak görür ve pek çok fizyolojik hastalığın kaynağı olarak psikolojik süreçlere işaret etmektedir (2012: 308).

Halk arasında geleneksel tedavi yöntemleri, “kocakarı ilaçları” olarak adlandırılmaktadır. Halk ilaçlarının hazırlanmasında genellikle çevrede yetişen bitkiler ve hayvanlar kullanılmaktadır. Halkın kendi içinde yetişen bu insanlar, yaşadıkları toplumun bir parçasıdır. Toplumun üyeleri onların aile geçmişini, iyileştirdiği insanları, tedavi yöntemlerini bilir. Çoğunluğu da bu tedavi yöntemlerini deneyimlemiştir. Toplumun diğer üyeleri bu tedavi yöntemlerini bilmekle beraber bu uygulamaları kendileri yapmazlar. Geleneksel bilgiye sahip olan kişi el almıştır ya da aileden gelen bir ocak sahibidir. Bu nedenle inanç gereği bu uygulamaları bilmekle birlikte kendileri yapmaya kalkışmazlar. Halk hekimi olan kişilerin geleneksel bilgiyi uygulamak için seçilmiş kişiler olduğu düşünülür. Tecrübe ve yaşantılarla da bu durum kesinleşmiştir. Bu nedenle halk hekimine ve ocağa saygı duyulur.

Halk sahip olduğu geleneksel tedavi yöntemlerini Orta Asya'dan Anadolu'ya taşımıştır. Orta Asya Türklerinin de halk hekimliği bilgisine sahip olduğunu Jean Paul Roux, “Orta Asya'da Kutsal Bitkiler ve Hayvanlar” adlı çalışmasında hayvanların bedenlerinden elde edilen birçok ilaç ya da hayvanların uygun bir yöntemle kullanılmasıyla gerçekleştirilen sayısız tedavi olduğunu belirtmektedir. Bunlara örnek olarak da bir çocuk konuşmakta geç kaldığında Orta Asya Türklerinin bazı kuşların dilini yedirmesini vermiştir. Roux, Uygur döneminden kalma pek çok tıp metnine sahip bulunduğunu söylemektedir. Bu metinlerde Çin etkisinin de var olduğunun doğrulanmasına rağmen yine de bu metinlerin kökenlerinin belirlenmesi gerektiğinin altını çizmektedir (2005: 165).

Günümüzde modern tıpta tedavisini bulamadığı durumlarda ya da modern tıbbın tedavi yöntemleriyle birlikte ya da tamamen modern tıbbı reddederek ocaklı kimselere başvurulduğu bilinmektedir. Bununla beraber ocaklı kişilerin sayısının azaldığı kendilerinden sonra el verecek kimsenin olmaması da bir gerçektir. Bu çalışmada Manyas, Gönen ve Erdek'ten tespit edilen halk hekimliği uygulamalarına yer verilecektir. Çalışma Manyas, Gönen ve Erdek'te gerçekleştirilmiş olup ocaklı olan ve olmayan on üç kişiyle görüşülmüştür. Saha (alan) araştırmasına dayanan çalışmada mülakat tekniği kullanılmıştır. Geleneksel bilginin kayıt altına alınması noktasında yaptığımız saha çalışmasında amacımız halk kültüründe halk hekimliğinin işlev, aktarım, tedavi yöntemlerini ortaya koymaktır.

2. HALK HEKİMLİĞİNDE OCAK VE OCAKLI KAVRAMLARI

Ocak kelime anlamı bakımından geniş bir kavram olmakla beraber Türk kültürü açısından bir kültür olarak da karşımıza çıkmaktadır. Halk hekimliği bağlamında ocak ise Türkçe Sözlük'te "halk hekimliğinde bir önceki kuşaktan el verme suretiyle aktarılan bilgileri kullanarak belirli bir şikâyeti veya hastalığı iyileştirdiğine inanılan aile" şeklinde tanımlanmıştır (URL-1). Satı Kumartaşlıoğlu, ocakları çeşitli hastalıkları tedavi etme yetisine sahip olan aile ve bu ailenin hastalık tedavi etmekle görevli kişileri olarak yorumlar ve toplumda ocak olarak tanınan kişilerin vazifesini halk hekimliği adı altında yaptığını da ekler (2012:177). Boratav ise belirli bir ya da birkaç hastalığı sağaltma gücünde olan bu işin yöntemlerini bilen bunu uzmanlık edinmiş kimseyi gösterir (2013:129). Halk hekimliği uygulamaları çerçevesinde ocak ve ocaklılar önemli bir yere sahiptir. Halk hekimliğinin tarihsel gelişim sürecine bakıldığında hastalıklarının sebebinin ne olduğuna akıl erdiremeyen fakat kurtulmak için de sürekli bir arayış içinde olan insanlar, sağaltıcı olarak şaman adı verilen kişilere müracaat etmişlerdir. Rıfat Araz'a göre, "Yeni din ve buna bağlı olarak toplum hayatında meydana gelen değişim ve dönüşüm, İslamiyet'ten önceki sosyal yaşamda dini bir önder olmakla beraber pek çok vazifeyi de barındıran şamanların farklı bir kimliğe ve kişiliğe bürünmelerine neden olmuştur. İslamiyet ve yeni yaşam düzeniyle ortaya çıkan içtimai iş bölümü neticesinde şamanların sahip oldukları vazifelerin her biri ayrı bir iş kolu olmuş, bunları ayrı zümreler teşkil etmiş ve farklı bireyler tarafından temsil ve icra edilmiştir" (1995: 84). Eski Türk dini içerisinde yer alan şamanlar değişen inanış ve yaşayış şartları çerçevesinde sahip olduğu yönlerinden biri olan hekimlik becerilerini de ocak ve ocaklılara devretmişlerdir.

Boratav'a göre ocaklı kadın veya erkek olabilir. Erkek hastaya erkek ocaklılar kadın hastaya kadın ocaklılar bakar (2013:129). Ancak bazı hastalıkları yalnızca kadınların tedavi edebildiğini söylemek mümkündür. Fuzuli Bayat, "kadın ilk hekimdir, ilkel toplumlarda çocuğunu tedavi eden, yaşlılara bakan, kocasını iyileştiren yine kadındır ve bu kadın şaman olsa da olmasa da ilk tabip, ilk iyileştiricidir. Gerek teşhis koymada gerekse tedavide kadın şamanların erkeklerden farklı özel metotları, kendilerine özgü yaklaşım tarzları vardır" demektedir (2010:110).

Ocaklar, Türk halkının esas doktorlarıdır. Her hastalığın ayrı bir ocağı vardır. Sıtma ocağı, kuduz ocağı, sarılık ocağı gibi “ocak” deyince akla belirli bir hastalıkla uğraşan aile gelmektedir. Bu ailenin tedavi ile meşgul olan kişilerine “ocaklı” adı verilmektedir. Bir ocaklı, tedavi etmek kudretini ailesinden kan yoluyla almaktadır. Bunun için bir öğrenim ve eğitim devresine ihtiyaç yoktur; ancak ocaklının başarı gösterebilmesi için bazı kurallara dikkat etmesi gerekmektedir (Acıpayamlı, 1969: 5). Ocaklı olan kişi vakti geldiğinde kendince uygun gördüğü, bu işi devam ettirebileceğini düşündüğü kişiye el verir. El verme bir çeşit izindir. Ocaklarda el verme işlemi ocağın sahip olduğu geleneksel ritüeller çerçevesinde yapılır. Araştırma alanında el verirken kibleye dönüldüğü, üç İhlas ve bir Fatiha suresi okunduğu ve sonrasında el verilen kişinin ağzına tükürüldüğü, sırtının sıvazlandığı ya da el öptürüldüğü tespit edilmiştir. El verme işlemi genellikle kan bağı olan kişilere ya da gelin, damat gibi aileden olan kişilere verilmektedir.

3. MANYAS-GÖNEN VE ERDEK'TEN TESPİT EDİLEN HALK HEKİMLİĞİ UYGULAMALARI

Manyas, Gönen ve Erdek'ten tespit edilen halk hekimliği uygulamalarına baktığımızda kaynak kişilerin kendilerini ocaklı ya da el almış kişiler olarak tanımladıklarını tespit ettik. Çalışmamızda ocaktan gelmeyen ya da el almayan ancak yaşadıkları olaylar neticesinde, tesadüf sonucu ya da kişisel merakları sayesinde öğrendikleri tedavileri uygulayan kaynak kişilerin de olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle çalışmanın verilerinin değerlendirildiği bu bölüm “Ocaktan Gelerek ya da El Alarak Yapılan Tedaviler” ile “Ocaklı Olmayan ya da El Almamış Kişilerin Yaptıkları Tedaviler” olmak üzere iki başlık altında incelenmiştir.

3.1. Ocaktan Gelerek ya da El Alarak Yapılan Tedaviler

3.1.1. Kurşun Dökme

Kurşun dökme genellikle nazar değdiğine inanılan kişilere karşı yapılan bir uygulamadır. Kaynak şahıs bu işi babaannesinden öğrenmiştir. Babaannesinin kendisinin ağzına tükürdüğünü ve bundan hoşlanmadığını ifade etmiş olsa da sonrasında kendi ifadesiyle “sıkılanlara” kurşun dökmeye başlamıştır. Öncelikle kendi ailesinden kişilere sonra akrabalara kurşun dökmeye başlamış ve köyün dışından insanların duymasıyla onlara da bu uygulamayı yapmıştır. Kaynak şahıs bu uygulamanın yapılışını şu şekilde anlatmaktadır:

“Bir kap içine, mesela alüminyum bir tencere olabilir. Naylon olmaz. Süpürge teli, kor, tuz, ekmek konur. Ondan sonra bir ferace örteriz. Hasta olan yatar. Kurşunu eritiriz bir kapta mesela. Bir kaşıқта olacak. Tavası olacak. Tüpün üstünde eridi mi örteriz o örtüyü. Başına üç defa, sonra üç defa da karnına, üç defa da ayaklarına. Biter kurşun dökmecilik. Kaşığı atarsın kafandan arkana iş bittiğinde. O sudan üç kaşık üç yudum içirtirsin. Bileklerini, biraz göbeğini, ayaklarını biraz suyla sıvazlarız. Dua da

DOI: 10.38120/banusad.941459

BANÜSAD, 2021; 4(1), 69-80

okuruz tabii. Kendi kafama göre bir şeyler okurum. Bir de nazar okurum işte o kadar. Nazarım da çok iyi gelirmiş. Kurşun üç gün üstünde taşınır, cebe de koyulabilir” (K.Ş. 1)³.

3.1.2. Siğil Tedavisi

Siğil deride özellikle ellerde oluşan zararsız, pütürlü küçük ur olarak tanımlanmaktadır (URL2). Siğille ilgili farklı yörelerde pek çok farklı uygulama yapılmaktadır. Gönen/Paşaçiftlik mahallesinde yapılmış olan derlemede kaynak şahıs küçükken ahretliğinin bileğindeki siğiller için bir komşularına gittiklerini ve komşularının da ağzına tükürerek ona el verdiğini belirtmektedir. Kendisi “sen bu işi yaparsın” diyerek seçilmiştir. Evleninceye kadar da bu işi yapmadığını evlendikten sonra birkaç kişiyi ilaçlamaya başladığını şu an ise Bandırma’dan ve Erdek’ten çok gelen olduğunu söylemektedir. Siğil için ilaçlama üç tane yonga (odun) parçası kullanılarak yapılmaktadır. Odun parçalarını ocaklının kendisi bulmaktadır. Herhangi bir ağacın, dalı kıymığı da bu iş için kullanılabilir. Üç dalın her biri okunur ve atılır. Okunan dal parçaları sapa, ayak basmayacak bir yere atılır. Bazı hastaların ilk okumadan sonra siğilleri geçmektedir ancak ilaçlama genellikle üç gün yapılmaktadır. İlaçlamaya mutlaka bir Cumartesi günü başlanır ve kesinlikle gece ilaçlama yapılmaz (K.Ş.2).

Siğillerden kurtulmanın bir başka yolu ise siğil yıkamadır. Bu işlemde de ocaklı kişi hastaya “ne yıkıyorsun” diye sorar hasta da “siğil yıkıyorum” diye cevap verir. Bu durum üç kez tekrarlanır. Üç ihlas okunur. Cumartesi gün doğmadan yapılmaya başlanır ve üç gün boyunca tekrarlanır. Kaynak şahsımız anneannesinden el almıştır. El verirken de benden izin olsun bundan sonra sen de yıka demiştir (K.Ş. 3).

Siğillerle ilgili yapılan uygulamalardan biri de şu şekildedir: Siğili olan kişi bahçelerden bahçenin sahibi görmeden kabak çalar. Akasya ağacının çalıları önce siğile sonra da çalınan kabağa batırılır. Yaş olan bir yere kabak gömülür. Kabak çürüyünce ellerdeki siğiller de geçer. Yılan gömleği de siğili geçirmektedir. Yılan gömleğini yiyen kişinin bunu yediğinden haberi olmaması gerekmektedir. Bu nedenle eşi, arkadaşı, komşusu yaptığı bir böreğin ya da pastanın içine yılan gömleğini ufalar ve hasta olan kişiye yedirir. Siğile ve mayasıyla da iyi gelir (K.Ş. 4).

Siğillerin geçmesi için siğil otu adı verilen bir ot bulunmaktadır. Bu otun kesilmesi suretiyle siğillerin geçtiğine inanılır. Bu nedenle bu uygulamaya siğil kesme adı verilmektedir. Siğil otu demir parayla kesilmektedir. Siğil otunu kesme işlemi üç Cumartesi güneş doğmadan önce yapılır. Kesilen otlar kuruyana kadar yağmur yağmayan bir yerde saklanır. Otlar kurudukça siğilin de kuruyacağına inanılmaktadır (K.Ş.5).

3.1.3. Temre/Terme İlaçlama

Bir deri hastalığı olan temre/terme de vücutta çıkan kırmızı kızarıklıklara verilen isimdir. Kaynak şahıs, termeyi de maşingada⁴ yanan temiz küle, odun külüne okuduğunu ve kızarıkların olduğu yere

³ K.Ş.: Kaynak şahıs anlamına gelmekte olup makalede K.Ş. şeklinde kullanılmıştır.

⁴ Üzerinde yemek, börek de pişirilebilen bir çeşit soba.

DOI: 10.38120/banusad.941459

BANÜSAD, 2021; 4(1), 69-80

sürdüğünü söylemektedir. Sürerken de “kül dursun temreler kurusun, kül dursun temreler kurusun” sözleri sürekli tekrarlanmaktadır. Siğil gibi temre okuma işlemi de Cumartesi günü başlayıp Pazartesi bitmektedir. Kaynak şahıs, siğil için el verdikleri gibi temre için de el verildiğini belirtmektedir. Kaynak şahsın kendisinden el isteyen olmadığı ve kendisinin de uygun birini bulamadığı için henüz el vermemiştir. Kaynak şahıs kendisine gelen hastalarıyla ilgili yaşanmış olayları da şu şekilde ifade etmektedir:

“Kızın birisinin ensesinde temre çıkmış. Boynunu çeviremiyordu. İlaçladık. 4-5 gün sonra Fatma abla hiç kalmadı kurudu diye geldi. Yine bir gün ben doktora gittim, muayene oldum, bekliyorum sırada. Bir kadın da geldi ondan sonra selamünaleyküm aleyküm selam oturdu yanıma. Sen neden geldin ben teyze dedi. Ben böbreklerimden rahatsızım ameliyat olacağım dedim. Senin neyin var dedim. Teyze baksana benim ellerime, kaç kere doktora gittim dedi. Elleri siğille dolmuş. Kendim de Banvit’te çalışıyorum dedi. Doktora gittik gittik hiç geçmedi dedi. Sonra düşündüm, ay yavrum ben sana bir şey söyleyeceğim dedim, bilmem geçer bilmem geçmez dedim, ben ilaçlıyorum dedim. Ama uzak dedim, Paşaçiftlik Köyü’nden dedim. Bizim sağdıçlarımız var orada dedi. Ben giderim teyze dedi. Tek ellerim geçsin dedi. Geldiler insanlar, üç sabah geldiler. Sonra selam yollamışlar buradaki sağdıçlarıyla hiçbir tane kalmamış ellerinde. Keşke doktora gitmeseydik demişler” (K.Ş.2).

Kaynak şahıslardan bir diğeri ise ocaklı olduğunu ancak el verme olayına inanmadığını ifade etmektedir. Bu işi yapacak kişilerin ocaktan, sülaleden gelmesi gerekmektedir. Kişinin kızı, oğlu, torunu da yapabilir bu işi ancak yabancıya el vermek diye bir uygulamanın olmadığı kesin bir dille ifade edilmektedir. Temre ilaçlama işini ocaktan gelmek şartıyla kadın ya da erkek herkes yapabilmektedir. Kaynak şahsımız temre ilaçlamayı şu şekilde anlatmaktadır:

“Arpa ile temre ilaçlama Çarşamba ya da Cumartesi günleri yapılır. Arpa ile temre çizerken ne biliyorsan onu okursun. Yedi defa aynı yeri çizersin, kenarlarından. Sonra onu ateşin üstüne getirirsin, kavurursun tava içinde. Ondan sonra onu ezip, sürüyorsun bir şey ile ıslayıp da. Gececek olsa bir kerede de geçiyor, iki defa da yapılabilir. El verme diye bir şey yok bence, kanaat edeceksin, inanacaksın, inanmazsan hiçbir şey olmaz” (K.Ş.5).

3.1.4. Gelincik İlaçlama

Gelincik hastalığı da nazarın sebep olduğu hastalıklardan biridir. Tedavisi için mutlaka ocaktan olunması gerekmektedir. Kaynak şahıs ninesinden öğrenmiştir. Gelincik yaparken duası olduğunu belirtmekte ama kendi ifadesiyle “eli giderse” diye korktuğu için söylemekten kaçınmaktadır. Gelincik olan çocuğun karnı şişer, yemez, kusar, uyumaz. Gelincik kurutulur, tımarlanır ve ilaçlanır. Okuyarak hasta olan kişi ilaçlanır. Kaynak şahıs derleme yaptığımız dönemde ilaçladığı bir çocuğun hikayesini şu şekilde anlatmaktadır:

“Geçen Gönen”den geldi iki kadın. Altı aylık bebek karnı şişmiş. Durmaksızın ağlıyor. Bebeği yuvarlaya yuvarlaya ilaçladım, okudum seve seve. Kadın dedi eve vardık çocuk iki saat hiç kalkmadan uyudu dedi. Çocuk uyudu mu düzelir derdi rahmetli ninem. Otuz senedir yapıyorum okumayı” (K.Ş.6).

3.1.5. Köstebek İlaçlama

İnsanın vücudunda çıkan çıban gibi mor renkli, ağrılı ve şiş bölgeler için köstebek ilaçlama yapılmaktadır. Kaynak şahsımız bu uygulamayı yapabilmek için eşinin babaannesinden el almıştır. Köstebeğin kabarttığı topraktan bir miktar alınır ve balla karıştırılır. Dua ile birlikte bu bölgeye sürülür. Bu uygulama kesinlikle gece yapılmaz. Alınan bu köstebek toprağının bir kısmı da hastaya verilir ve su değmeyecek bir yerde toprağın saklanması istenir. Eğer saklanan toprağa su değerse bu çıbana benzeyen şişlikler yeniden çıkar (K.Ş. 8).

3.1.6. Örüklenme

Örüklenme kelime anlamı olarak Derleme Sözlüğü’nde “geceyanığı denilen çıbanları iyileştirmek için yapılan işlem” ve “hasta gözdeki kan” olarak tanımlanmaktadır (Derleme Sözlüğü, 2009: 3354).

Kaynak şahsın bu hastalık ve tedavisi için aktardıkları şu şekildedir:

“Gözünün üstü böyle şişer, parlak şiş olur gözünün üstü, ona da örüklenme deriz. Gözün üstüne kalın bir bez koyuyorsun, kalın bezin üstüne keten çuvalını koparıp, yedi tane çırayla yakıyorsun, gözünün üstünde çeviriyorsun, yakıyorsun. Yandıktan sonra onu alıyorsun bir dal ile alıyorsun yanan çuvalı “Ne örüklüyorsun? Örüklenme örüklüyorum” diye üç kere söylüyorsun, o da geçiyor (K.Ş.5).

3.1.7. Kırık-Çıkık Ocağı

Günümüzde en yaygın ocaklar arasında görülen kırık-çıkık ocakları halk arasında da en fazla itibar edilen ocakların başında gelmektedirler. Kaynak şahıs da bu yeteneğinin aileden geldiğini irsi olduğunu belirtmiştir. Babaannesinin annesi de Çanakkale Savaşlarında cepheye götürülmüş ve oradaki yaralılara yardım etmiştir. Babasının da hacamat yaptığını ancak yaşlılıktan dolayı artık yapamadığını belirtmektedir. Kaynak şahıs babaannesi yetiştirmiştir. Hisle ilgili bir olay olduğunu bunu kavramak için de küçük yaşlardan itibaren bu işin yapılması gerektiğini söylemektedir. Kaynak şahsın parmaklarında da şekilsel bozukluklar ve farklılıklar bulunmaktadır. Ellerinden biri daha iyi hissettiği için baskı için aynı elin kullanması sonucu şekil bozuklukları oluşmuştur. Eskiden ulaşım zor olduğu için köy ve çevresi kendilerini bilirken şimdi Türkiye’nin her yerinden gelenler olduğunu belirtmektedir. Ameliyat olmuş olanlara herhangi bir müdahalede bulunamadığını söyleyen kaynak şahıs ameliyat olanlarda sinirlerin işlem gördüğü için hissedilemediğini ifade etmektedir. Kendisinden sonra bu işi yapacak kimsenin olmadığını, bir oğlu olduğunu ama onun da yapacağını düşünmediğini söylemektedir. Yapılan işte önemli olanın sinire yapılan baskıyı bilmektir ve el küçük yaşlarda bunu tanımalıdır. Küçük çocuklara, yetmiş yaşın üzerindekiilere müdahale etmekten çekindiğini ifade eden kaynak şahıs doktorların bile kendisine geldiğini ifade etmektedir (K.Ş. 11).

3.2. Ocaklı Olmayan ya da El Almamış Kişilerin Yaptıkları Tedaviler

Bu bölümdeki halk hekimliği uygulamalarında kaynak şahıslarımız ocaklı veya el almış kişiler değildir. Başlarından geçen olaylar sonucu kendileri tedavi yöntemlerini bulmuşlar ya da başkalarından öğrenmişlerdir. Öğrendikleri bu yöntemleri başkalarına da aktarmaktadırlar.

3.2.1. Kupa Çekmek

Ağrı olan bölgeler için kullanılan bir yöntem olup kaynak şahıs anneannesinden öğrenmiştir. Eskiden kürdan pamuğa batırılarak yakılıp bardağı üstüne koyup çekilerek yapılırken artık çakmak ile bardağın içi yakılmaktadır. Cam bardak ile çekilir. Sırta, bacaklara ağırlı bölgelere yapılan bir uygulamadır. Uzun süre kupayı tutmamak ve dikkatli olmak gerekmektedir. Eskiden hemen her evde yapılan bir uygulama iken bugün kupa çekmeyi bilenlerin yaptıkları bir uygulamadır (K.Ş.7).

3.2.2. Yakma

Kişinin dişi ağrıdığında yüzü şişer bunun geçmesi için balla kırlangıç yuvasının çamuru ve zeytinyağı karıştırılır ve ağırlı bölgeye küçük parmakla gezdirilerek sürülür. Bu işlem yapılırken üç İhlas ve bir Fatıha suresi okunur (K.Ş.9).

3.2.3. Saçkıran

Saçkıran bir kişinin saçının ya da kaş, kirpik, sakal gibi diğer tüylerinin kısa bir süre içinde bölgesel olarak aniden dökülmesi şeklinde ortaya çıkan bir hastalıktır. Kaynak şahıs çok küçük yaşta büyüklerinden saçkıran tedavisini öğrendiğini belirtmektedir. Asit kullanılarak yapıldığı için oranını ayarlamak önem arz etmektedir. Bununla birlikte sirken otu, zeytinyağı, sarımsak da kullanılan malzemeler arasındadır. Yapılan karışımın bir kere kullanılması yeterli olmaktadır. Kaynak şahıs kendisinde deneyerek oranı ayarladığını aksi halde hastayı yakabileceğini belirtmektedir. Bu uygulama şeker hastası olanlara yapılamamaktadır (K.Ş. 10).

3.2.4. Çeşitli Ağrılar ve Yanıklar İçin Krem

Gönen, Manyas civarında kantaron ve Hava Civa otu çok önemli bir bitkidir. Bu bitkiler kullanılarak ağrı ve yanıklar için kremler yapılmaktadır. Kaynak şahıslardan biri ağrı için yapmış olduğu kremi şu şekilde anlatmaktadır:

“Bu kremi her türlü ağrıya kullanabilirsiniz. Babamın babaanesi yapıyordu, tarifini ondan öğrendim. Balmumu, zeytinyağı, kantaron otu, sorguç (çamın reçinesi). Bunları kaynatıyorsun, süzüyorsun, donduğunda krem oluyor. Hepsini aynı anda kaynatıyorsun. Hangisini ne oranda kullanacağımı ninemden gördüm gibi yapıyorum, gram olarak bilmiyorum. Mesela balmumu aldığımda şöyle parçalar halindeydi, bir kilo zeytinyağının içine tahmini 4-5 tane atmışımıdır. Sorguç da yine üç tane falan atmışımıdır, bir parmağın yarısı kadar. Kantaron otunu da tutam olarak alıyorsun, onu olduğu gibi içine koyuyorsun. Bu krem hiç bozulmaz, yıllarca kullanılabilir. Buzağının bacağına yaptık bunu,

DOI: 10.38120/banusad.941459

BANÜSAD, 2021; 4(1), 69-80

dizi şişti. Geçirdi. Böyle yara oldu, kalkamadı kendisi. Bir arkadaşın dizleri ağrıyordu, sürmüş, çok iyi gelmiş, öyle dedi” (K.Ş. 12).

Hava Civa otundan da yanıklar için krem yapılmaktadır. Yanık olan yere sürüldüğünde iz bırakmadığı ve ağrıyı da hafiflettiği belirtilmektedir. Kaynak şahıs bu kremin yapımını kız kardeşinin kayınvalidesinin iki bacağına ciddi şekilde yanması sonucu ona çare olması için Gönen’de yapan birinden öğrenmiştir. Kendilerine de lazım olur düşüncesiyle yapmaya başlamıştır. İsteyenlere de malzemesini karşılamak üzere yapmaktadır. Hava civa kreminin yapımı şu şekilde anlatılmıştır:

“Hava civa, balmumu, bir de damla sakızı. Bir kilo zeytinyağına 100 gr balmumu koyuyorum. Ondan sonra 50 gr hava civa koyuyorum. Bir de damla sakızı dediğimizden 8 gr bir şey. Onu koyuyorum, onların hepsini kaynatıyorum. Kaynattıktan sonra temiz bir şekilde süzüyorum, şişelere koyuyorum onu. Önceden getiriyorlardı ben yapıyordum alıp gidiyorlardı. Artık kendim evde yapıp bulunduruyorum. Önce zeytinyağı, sonra balmumu, balmumu fıkırdamaya ve erimeye başladıktan sonra hava civayı koyuyorum, onunla da biraz kaynatıyorum, sonra damla sakızını koyuyorum, kaynatmaya devam ediyorum. Hepsi hemen hemen bir saati buluyor. Sonra temiz bir şekilde süzüp küçük şişelere koyuyorum. Kendim de yandım, kolum yandı, evde ilacım vardı, hemen anında sürdüm, evin dışını yapan ustalar vardı onlar da gördüler ve şaşırıldılar, hiç doktora gitmedim. 15 gün içinde hiçbir şey kalmadı, bir de iz bırakmıyor, hiç bırakmıyor. Emdikçe sürüyorsun, onun hiçbir zararı yok. Ondan sonra baloncuklar olursa, onları deliyorsun, akıtıyorsun, üzerindeki ölü derileri alıyorsun. Almanya’ya dahi gitti benim bu ilacım. Komşumuz var hastanede çalışıyor, onun kızının yüzü yanmıştı. Acaba iz kalır mı gibilerinden çok korktuk hani, sonra kullandı bunu, şimdi hastanede hastalara dahi kullanıyorlar, pişik yerlerine. Pişiklere de çok iyi geliyor bu” (K.Ş. 13).

3.3. SONUÇ

Halk hekimliği uygulamalarına bakıldığında geleneksel tecrübeye dayanan bu uygulamaların temelinde inanç yatmaktadır. Hasta olan ve tedavi eden arasında gizli antlaşmanın adı inançtır. Hasta kişi karşısındaki ocaklının ya da el almış kişinin hastalığı tedavi edeceğine koşulsuz ve şartsız bir şekilde inanır. Onun uygulamalarını sorgulamaz. Bunun aksinin olması hastalığın geçmesine engel olur. Eski Türklerin inanış sisteminde kötü ruhların insanları hasta etmesine duyulan inanış yerini nazara bırakmıştır. Hemen her hastalığın temelinde nazar vardır. Halk hekimleri kültürel bir miras olarak taşıdıkları geleneksel tedavi yöntemleri için para talep etmezler. Bu Allah vergisi bir yetenektir. Para ile bu iş yapıldığında yeteneklerinin gideceklerine inanmaktadırlar. Kendilerine verilen hediyeleri, yiyecek- içecek türünden şeyleri ise geri çevirmezler. Bu kişinin gönlünden kopmuştur. Bir anlamda nasiptir ve geri çevrilmemesi gerekmektedir.

Bugün modern tıbbın tedavi yöntemlerine rağmen halk hekimlerine başvurmaya devam edildiği görülmektedir. Toplum halk hekimlerine ve geleneksel bilgilerine saygı duymaktadır. Duyulan bu

saygıyla beraber “doktorun geçiremediğini geçirdi” ifadesine saha çalışmasında sıkça rastlanmıştır. Bu da yapılan tedavinin mistik bir yönünün de bulunduğunu göstermektedir.

Genel olarak halk hekimleri adlandırmasının kullanıldığı geleneksel bilginin temsilcileri için en büyük sorun kendilerinden sonra bu bilgiyi aktaracak (el verecek) kimseyi bulamamalarıdır. Çekirdek aile yapısı, köyden kente göç, aile bireylerinin çoğunlukla özel günlerde bir araya gelmesi bu anlamda yeni bireylerin yetişmesine engel olmaktadır. Bu konuda bir diğer sorunsal gençlerin bu tedavi yöntemlerine ilgi duymamalarıdır. Usta-çırak ilişkisiyle aktarılan, inanmanın birincil şart olduğu bu tedavi yöntemleri aktarılamamaktadır.

Yapılan çalışmada halk hekimliği noktasında kadınların geleneği daha fazla taşıdığını söylemek mümkündür. Çalışmamız kapsamında bazı kaynak kişilerimiz ise bu konuyla ilgili görüşmeyi istememiş, sorularımızı inançsızlık olarak değerlendirmişlerdir. Bir kısmı ise yanlış anlaşılmaktan korktukları için görüşmeyi reddetmiştir. Saha içerisinde görüşmeyi rededen kişi sayısı oldukça azdır.

Halk hekimliği konusu tıp, eczacılık, antropoloji, halkbilimi gibi bilimlerle interdisiplinel olarak çalışılması gereken bir alandır. Geleneksel bilginin modern tıp ve eczacılıkla geliştirilerek yeni çalışmalara katkı sağlayacağını düşünmekteyiz.

KAYNAKÇA

- Acıpayamlı, O. (1969) “Türkiye Folklorunda Halk Hekimliği ve Özellikleri”, Ankara Üniversitesi Dil Tarih ve Coğrafya Fakültesi Dergisi, XXVI (1-2): 1-9.
- Araz, Rifat. (1995) “Harput’ta Eski Türk İnançları ve Halk Hekimliği”, Ankara: Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Kültür Merkezi Yayını.
- Başar, Z. (1972) “Erzurum’da Tıbbi ve Mistik Folklor Araştırmaları”, Ankara: Sevinç Matbaası.
- Bayat, F. (2010) “Türk Kültüründe Kadın Şaman”, İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Bayrı, M. H. (1972) “İstanbul Folkloru”, İstanbul: Baha Matbaası.
- Boratav, P.N. (2013) “100 Soruda Türk Folkloru (İnanışlar, Töre ve Törenler, Oyunlar)”, Ankara: BilgeSu Yayınevi.
- Çobanoğlu, Ö. (2009) “Türk Halkbilimi Çalışmaları Kadrosuna Göre Atatürk Dönemi’nde Araştırma Eğilimleri ve Sonuçları Üzerine Genel Bir Değerlendirme”, Cumhuriyet Dönemi Türk Kültürü: Atatürk (1920-1938), Atatürk Kültür Merkezi, Ankara, 3:1053-1168.
- Hufford, David J, (2007), “Halk Hekimleri”. (Çev. Mustafa Sever). Milli Folklor Dergisi, 73: 73-80.
- Özkan, S. T. (2012) “Geleneksel Tıpta İyileşmenin İnanç Boyutu Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar: Psikosomatik Tıp, Plasebo Etkisi ve Kuantum İyileşme” Milli Folklor, 95: 307-314.
- Roux, J.P. (2005) “Orta Asya’da Kutsal Bitki ve Hayvanlar”, (Çev. Aykut Kazancıgil, Lale Arslan), İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Türkdoğan, O. (2016) “Toplumsal Yapı ve Sağlık-Hastalık Sistemi”, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Türkiye’de Halk Ağzından Derleme Sözlüğü, (2009) V. Cilt, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Ünver, S. (1938) “Tıbbi Folklor ve İyi Telkinler”, İstanbul-Eminönü Halkevi Dil, Tarih ve Edebiyat Şubesi Neşriyatı VI, Konferanslar Serisi III, İstanbul: Bürhaneddin Basımevi.



İnternet Kaynakları

URL-1: <https://sozluk.gov.tr/> (erişim tarihi: 08.05.2021)

URL-2: <https://sozluk.gov.tr/> (erişim tarihi: 10.05.2021)

Sözlü Kaynaklar

- K.Ş. 1: Aysel Miran, 73 yaşında, İlkokul mezunu, Gönen-Paşaçiftlik Mahallesi.
K.Ş. 2: Fatma Türkana, 70 yaşında, İlkokul mezunu, Gönen-Paşaçiftlik Mahallesi.
K.Ş.3: Kadriye Onbaşıoğlu, 58 yaşında, İlkokul mezunu, Gönen-Gaybular Mahallesi.
K.Ş.4: Kadriye Türker, 55 yaşında, İlkokul mezunu, Erdek-Karşıyaka Mahallesi.
K.Ş.5: Meryem Akbaba, 61 yaşında, İlkokul mezunu, Gönen-Turplu Mahallesi.
K.Ş.6: Saniye Dur, 90 yaşında, tahsili yok, Gönen-Kumköy.
K.Ş.7: Arzu Güven, 32 yaşında, İlkokul mezunu, Gönen-Ilıcaoba Mahallesi.
K.Ş.8: Emine Öztürk, 55 yaşında, İlkokul Mezunu, Gönen-Gaybular Mahallesi.
K.Ş.9: Zeynep Memişoğlu, 75 yaşında, tahsili yok, Gönen-Gaybular Mahallesi.
K.Ş.10: Kadri Özmen, 75 yaşında, tahsili yok, Manyas.
K.Ş.11: Kenan Alkan, 45 yaşında, İlkokul mezunu, Manyas-Kocaoğlu Mahallesi.
K.Ş. 12: Nursel Onbaşıoğlu Arabacı, Lisans mezunu, 35 yaşında, Gönen-Gaybular Mahallesi.
K.Ş. 13: Seviye Ercan, İlkokul Mezunu, 63 yaşında, Manyas-Kocagöl Mahallesi..

**TIME-SAVING AS A MOTIVATOR FOR CONSUMPTION VIA DIGITAL PLATFORMS:
ISTANBUL EXAMPLE IN THE CONSUMING OF CLOTHES¹**

Seçkin ÖZMEN² 

Esmâ SANCAR³ 

ABSTRACT

Though women have become more involved in public life, this did not serve to lighten their private workload and “motherhood and housework” have continued to be their primary duties. For women trying to tackle the responsibilities of both the private and the public aspects of life, “time” is one of the most important resources. In this study, the demographic features of women doing their shopping of clothes and accessories through the internet to save time was researched. Subjects of this research were 400 women, living in the 16 districts of Istanbul with the highest socioeconomic level. The data gathering method used in this research was face to face surveying. The results that were obtained through field research indicate that the internet was used in consuming clothing and accessories to save time by working women at the age of 30 and above, who are married and have children.

Keywords: Women, Consumption, Internet, Time-Saving, Clothes

**DİJİTAL ORTAMDA BİR TÜKETİM MOTİVASYONU OLARAK ZAMAN TASARRUFU:
KADINLARIN GİYİM KUŞAM TÜKETİMİNDE İSTANBUL ÖRNEĞİ**

ÖZET

Kamusal hayatta etkinliğini arttıran kadınların özel alandaki iş yükü azalmamakla birlikte, “annelik ve ev işleri” öncelikli görevleri olmaya devam etmektedir. Her iki alandaki sorumluluklarını yerine getirmeye çalışan kadınlar için en önemli olgulardan biri “zaman”dır. Bu çalışmada zaman tasarrufu için giyim-kuşam alışverişlerini internet üzerinde yapan kadınların demografik özellikleri araştırılmıştır. Çalışma; İstanbul’un sosyo-ekonomik düzeyi en yüksek olan 16 ilçesinde yaşayan 400

Geliş Tarihi: 28.05.2021

Kabul Tarihi: 13.07.2021

¹ This study, İstanbul University, Institute of Social Sciences, which was completed and accepted in 2017 in the Department of Radio-TV Cinema "New Media and Consumption Habits: The İstanbul Example in Clothing and Accesories Consumption" is derived from the PhD thesis belongs to Esmâ Sancar (BAP Project ID:22739).

² Prof. Dr. Seçkin ÖZMEN, Department of Radio, TV and Cinema in İstanbul University Faculty o Communication, seckinozmen@gmail.com

³ Dr. Lecturer Esmâ SANCAR, Department of Radio, TV and Cinema in İstanbul University Faculty of Communication, edemirer@istanbul.edu.tr

kadın üzerinde yapılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze anket uygulaması kullanılmıştır. Saha çalışması ile desteklenen araştırmada elde edilen sonuçlar analiz edildiğinde; interneti giyim kuşam tüketimi için zamandan tasarruf etmek amacıyla, hem kamusal alanda, hem de özel alanda yükümlülükleri olan 30 yaş ve üstü, evli ve çocuk sahibi olan kadınların kullandığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kadınlar, Tüketim, İnternet, Zaman Tasarrufu, Kıyafetler

1. INTRODUCTION

With the advancement in digital platforms, new logistical activities and payment options and the ability to perform it anywhere and any time increased people's interest in online shopping (KMPG, 2016). According to the Household Survey on the Usage of Information Technologies conducted by Turkish Statistical Institute, 24.9% of the people in Turkey use the internet to order and sell goods and services for personal use. This means that one in every four people do online shopping. 62.3% of these consumers utilized online shopping to buy clothes and sports equipment (TUIK, 2017).

Among the most preferred products in the retail sector on a global scale, clothing takes the first place (T.R. Strategy and Budget Department, 2021: 12). 50% of the consumers prefer online shopping to traditional methods in order to save time. In Turkey, women utilize online shopping to purchase books and music (50%) the most, then shoes (47%) and then clothes (46%). Turkish consumers shop online 15 times a year on average (KMPG, 2016). Two of the driving products of this consuming culture that has completely surrounded us through online shopping is clothing and accessories.

In this study, women who use online shopping to save time when purchasing clothing and accessories were analyzed with regards to their demographic features. There has been prior research done on the demographic features of women who use online shopping. However, no prior research was done on this matter on the basis of women using online shopping in order to save time. Women becoming more active in public life resulted in them needing more time which requires there be separate research conducted on women who use online shopping to save time when purchasing clothing and accessories. Research on the internet providing no results on a publication that attempted to answer this question was the starting point of this research. The research was done within the context of women living in Istanbul, one of the most important metropoli in the world. 400 women living in 16 districts of Istanbul with the highest socioeconomic level were interviewed for a survey.

Before getting into the research portion of this study, other research on online shopping from both national and international literature will be examined within the context of consumer culture and consumer society. The research will try to answer the question of whether or not the factors of age,

marital status, having children and employment status which increase the need for time, lead women to utilize online shopping more. Thus, the relationship between time-saving and demographic features will be examined. The goal of this research is to contribute to the field literature by determining the demographic features that lead women to utilize online shopping.

2. IDENTITY OF THE CONSUMER WOMAN

Women have had an important societal role Turkish States founded throughout history. Although the role of women varied in accordance with time and place, the role of the Turkish Woman is first and foremost to be a wife and a mother. Family is formed on legitimate grounds and the family has an important place in society. The happiness of the society is dependent on the happiness of the family. Giving birth to and raising a child and giving them their first education is the fundamental duty of the mother (Gündüz, 2012: 130).

Towards the end of the Ottoman Empire, after the declaration of the Rescript of Gülhane, there was a limited increase in women's participation in education, economy and social life. With the founding of the Turkish Republic, women's participation in public life showed another increase through the Civil Code and new regulations regarding education and the right to vote and be elected. More women joined the workforce as a result of the rural-urban migration that started in the 1950s. Today, globalization, advancements in the digital platforms and neoliberal policies gave rise to new forms of work and women are employed now more than ever. With industrialization, women's role in public life increased and the home and the workspace got separated. However, their previous responsibility of creation and maintenance of emotional and social relationships remained. They still had to carry out their traditional duties of housework and care for the child, the sick and the elderly. Leaving the confines of home-oriented private life and entering businesses did not free women from these responsibilities. This is described in socialist feminist literature as the "double burden". Hochschild and Machung define this phenomenon as the second shift. The second shift is a term that refers to the workload assigned to men and women at home with their unpaid duties, in addition to their paid duties in the public field (Başak, et al.; 2013: 20). Women are always secondary in status compared to men in many areas of society. They are oppressed, they experience either open or subtle pressure and have to come home to cook even though they work jobs of their own. They have to stand tall in the face of the patriarchal system (Elçin; 2011: 3).

In this model of civilization where capitalism is at the forefront, people are focused on consuming and their identity is defined by what they consume. Consumption of goods is the acceptance of the capitalist reality and this acceptance is the consumer's passive adoption of their identity. This reveals individual differences. In the mass culture society (or the flip side of the coin,

the consumer society), everybody is different and there is something for everybody. The difference here is in the norms. The construction of an identity out of consumption depends on being bound by a cultural code (Castells, 2004: 128-129).

The project to get people acclimatized to consumption got underway after WW2, in the 1950s. In this age of mass consumption, a consumer class developed whose preferences for goods were guided by advertisers. These consumers were evaluated based on their occupations and occupational groups were the chief factor that determined monetary income. However, from the late 1980s and on, market research analysts and advertisers developed the idea that consumption was determined rather by factors such as age, gender and ethnicity (Aydoğan, 2013: 104-105).

The goal of the consumer culture was to convince large masses to become consumers, making them develop consuming habits, presenting people identities and lifestyles in which they could identify with the values given to them by the consumer products and buying their lifestyles through these presented identities, rather than providing basic necessities to them (Halaçoğlu, 2009: 275). Veblen says that consumption shapes social status (As cited in Hız, 2011: 118) and clothing and accessories are the best indicators of the wealth of an individual (Yanıklar, 2010: 31). Therefore, clothing and accessories are a tool of communication that silently communicates emotions, thoughts and beliefs (Kasapoğlu Akyol; 2010:1).

One of the facilitating factors for consumption is urban life. People who live in the city are no longer ones that avoid unnecessary spending but are now ones that desire to create a sense of identity and thus, have started to consume redundant goods in order to express themselves (Bocock, 2009, 27). According to Baudrillard, for an object to become a consumer object, it must first become a sign. So, a person who wears trainers, does not only think of sports but also of the message that the trainers will convey to others. This way, famous brand X has now become a sign, a status symbol and consumption has become the new way to adopt an identity and has created its own culture (As cited in Senemoğlu, 2017: 66-83).

According to Veblen, women are the first to become slaves to consumption. The reason for this is not their gender but their social and practical activities. In time, the situation created by these two, leads to the consumption of goods (As cited in Ergil, 1978: 103-104). After women got into business life with the consumer identity and the profile of a working woman came to be, a significant change occurred because women were now a consumer group with varying needs with conversely, very little time (Bayraktar, 1995: 1).

Women either purchase 85% of the goods and services or play an active role in their purchase. This dominant rate of purchase, increases in direct proportion to their wealth, level of education and

independence. In an article published in 1998, on USA Today, women were asked to list the greatest advancements in technology that made life easier. 91% listed time-saving home appliances and 79% listed the ability to work from home and another 79% listed online shopping (Quinlon, 2009: 13-174).

Depending on the society, culture and social practices, time has a significant effect on individuals. Any change with regards to time is directly felt by subjects and the social order changes in direct proportion. The progress in technology, international commerce and transportation and the monetary flow necessitated a change to a standardized concept of time. Time came to be measured in terms of money and the interpersonal use of time changed. This reshaping of the concept of time created clear differences between men and women in terms of how they use time. Capitalism made sure that the standardized time was maintained and changed how men and women use time both qualitatively and quantitatively. Thus, the time that people have come under the control of economic powers (Karmaz, 2018: 69).

Because the internet brought all the different geographies under a single present tense, the individual present tense measured through the clock was turned into the collective present tense. In addition, this present tense also creates an intuitive perception of time that allows them to switch between cognitive states. These days, when keeping up with time is a serious issue, the internet has caused a transformation in how time is perceived and experienced (Karadaş, 2015: 339).

Chea, Pisey (2011) found in the research they conducted in the clothing stores in Switzerland that women like spending time doing quality/price comparisons more than men do (Chea, 2011: 1). In today's globalized world, companies have an ever-increasing need for the internet and consequently, e-commerce in order to increase their performance. The internet has become a very attractive solution for the companies to reach customers and for the customers to obtain products. With the use of the internet becoming widespread throughout many areas in life, e-commerce web-sites have become very important (Topal and Bayram, 2019: 314-315).

Online shopping presents a challenge for traditional shopping. One of its most important features and conveniences is the amount of time it saves (Saygılı and Sütütemiz, 2017: 230-237). Convenience, time-saving, safety, the ability to price out and after-sale service are the primary motivators for online shopping (Nazir et al., 2012: 494). People's lifestyles have changed. They are uncomfortable with going to crowded places such as malls and losing time. Online shopping cuts out the middle-man and allows the consumer the ability to reach goods and services directly. Customers are able to visit stores whenever they feel like from the comfort of their homes, through their computers. Consumers may pick and choose from a myriad of products from these stores that are always open (Sunitha and Gnanadhas, 2014: 1). Smartphones and tablets entered our lives as

extensions of the digital media and accelerated the spread of electronic consumptions. With the ease with which one can now access the internet, these devices have become akin to shopping malls that are always close by. The resultant increase in consumption changed the consumer's mentality as well. Consumption is no longer just a way to address one's needs but also to define one's social identity, developing the consumer culture (Ersoy, 2017).

3. METHOD

The survey study used to gather data for this research includes the topics of internet usage, reasons for preferring online shopping, the share of online clothing and accessories purchases within the overall consumption and its effects on it and comparison between traditional and online shopping. This survey is comprised of the most appropriate questions to determine the attitude and the behavior of women of high socioeconomic status who live in Istanbul towards these topics.

Quantitative research method surveying was the chosen method for this research. The data was collected through the quantitative research method of interviewing that also utilized questionnaire forms. The survey consisted of 43 questions total; 24 of which were closed-ended and 19 were open-ended. The questions in the survey were evaluated via descriptive statistics. The survey was tested in a group of 15 in Istanbul. After it was approved, 477 surveys were conducted on women living in Istanbul with 400 being successful and answered in full and precisely.

The universe consisted of the districts of Istanbul with high amount of internet use and population of high socioeconomic status, which include Ataşehir, Bahçelievler, Bakırköy, Beşiktaş, Beşiktaş, Beylikdüzü, Esenyurt, Fatih, Kadıköy, Kartal, Pendik, Sarıyer, Şişli, Ümraniye and Üsküdar. The sample group was 400 women between 15-65 age living in Istanbul. Since use of technology would logically increase in direct proportion to the level of income, socioeconomic development was considered the principal factor when choosing the districts of Istanbul the research would be conducted in. Random sampling method was used in the research. It was determined that the survey has a good level of reliability through the results of the face to face surveys conducted with 15 randomly chosen women in the first stage of this study and the survey reliability test conducted after each of the 400 successful surveys.

The research makes use of the data gathered from these surveys (in accordance with its scope) on women who answered time-saving among their reasons for preferring online shopping and those that did not. In order to be able to measure the preference towards online shopping on the basis of the increasing need for time, the demographic features chosen for this survey are age, marital status, employment status and having children. Literature and expert opinion was utilized in the selection of the demographic features that would define the term "woman who needs time".

A reliability test was conducted to determine the reliability of the examined demographic features to measure the term of “the consumer woman who needs time” which gave a result of 0.721 Cronbach’s Alpha.

Reliability Statistics			KMO and Bartlett's Test		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		
.721	.736	4	Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	.701
				df	633.903
				Sig.	.000

For content validity, expert opinions and the relevant literature were referred to when choosing the demographic features to define the identity of the consumer woman who needs time. Also the high internal consistency rates obtained through Cronbach’s Alpha and the KMO coefficients obtained through factor analysis indicate that reliability and content validity are established.

Rates were compared between different groups and the Z test method was used to determine whether or not there were differences that impacted the universe significantly. The level of significance (α) =5%.

The following formula shall be used to calculate the Z test statistics.

$$Z = \frac{\hat{p}_1 - \hat{p}_2}{\sqrt{\hat{p}(1 - \hat{p}) \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}} \tag{1}$$

- P_1^{\wedge} = 1st sample rate
- P_2^{\wedge} = 2nd group sample rate
- P^{\wedge} = Combined sample
- n_1 = 1st group sample rate
- n_2 = 2nd sample rate

$$p^{\wedge} = (x_1 + x_2) / (n_1 + n_2) \tag{2}$$

- x_1 = 1st group “yes” number
- x_2 = 2nd group “yes” number

On the forming of hypothesis

P_1 = 1st group universe rate

$P_2 = 2_{nd}$ group universe rate

Hypotheses regarding to all the groups assigned in accordance with their demographic features and tested as follows.

H_0 hypothesis; $P_1 = P_2$ (No difference between group sample rates)

H_1 hypothesis; $P_2 > P_1$ (Group 1 average is higher than Group 2 average)

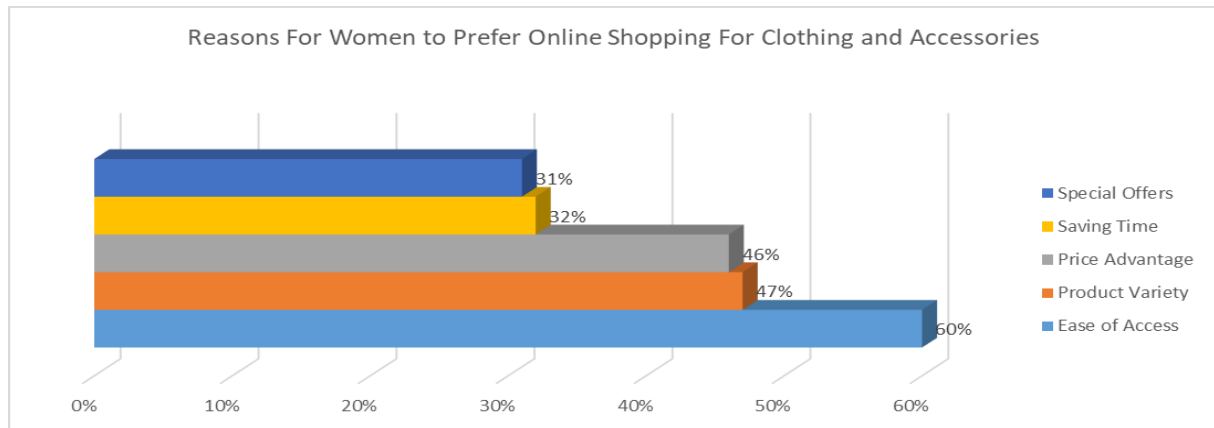
(Based on $\alpha = 5\%$; one-sided test $Z_{critical}=1.645$)

4. FINDINGS AND DISCUSSION

Research Objective: Examining the women who use the internet for consuming clothing and accessories within the context of demographic features.

Multiple answer questions were asked to 400 women on their reasons for preferring to use the internet for their consumption of clothing and accessories. As can be seen in Figure 1, 32% of the women (127 individuals) answered that they were using the internet when shopping for clothes and accessories in order to save time while the larger portion answered the ease of access, product diversity and price advantage.

Figure 1. Reasons For Women to Prefer Online Shopping For Clothing And Accessories



When women were asked why they preferred online shopping when purchasing clothes and accessories, “accessibility” was the most common answer. It was followed by product diversity, price advantage, time-saving and special offers. Our research objective, time-saving, only came in fourth place with 32% of the participants having answered as such. This rate shows that time-saving is not a priority among women who prefer online shopping when purchasing clothing and accessories.

In this study, the sample group of 127 people who answered time-saving are used to research in the context of their demographic features to determine whether or not time-saving is a factor in preferring online shopping.

4.1. Comparison With Regards To Age Groups:

Category of “Age” was examined under the two sub-categories “over 30 years old” and “under 30 years old”. According to the TUIK data that belongs to the year this research was conducted in, the average age for giving birth for women living in Istanbul, 29.6 (Gazete Pusula, 2017). Therefore, the tipping of this analysis was determined to be 30.

Breakdown of all participants who answered time-saving among their reasons for preferring online shopping per their age groups and their ratios within the related groups as presented in Table_1.

Table 1. Narrowed Breakdown per Age Groups of All Participants Who Use the Internet For the Purpose Of the Saving Time

NARROWED BREAKDOWN TABLE PER AGE GROUPS	15 – 29	30 and above	Total
BREAKDOWN OF ALL PARTICIPANTS PER THEIR AGE (NUMBER OF PEOPLE)	304	96	400
BREAKDOWN OF THOSE WHO ANSWERED TIME-SAVING PER AGE (NUMBER OF PEOPLE)	89	38	127
RATE	29%	40%	32%

304 of the participants are in the 15-29 age group and 96 are in the 30 and above group. 89 of the participants in the 15-29 group and 38 of the participants in the 30 and above group answered time-saving as their reason for preferring online shopping when purchasing clothing and accessories. The ratio of those who answered time-saving is 29% in the 15-29 group and 40% in the 30 and above.

The alternative hypothesis per age groups are as follows.

H₁: In the province of Istanbul, the rate of women who use the internet for their clothing and accessories consumption in order to save time is higher in the age group of TUIK-determined maternal age than those who have not reached maternal age ($\alpha = 5\%$).

Z_{test}=1,891 when the data in Figure 1 is run through the Z test statistic formula laid out in the “Method” section. Since Z_{test} (1,891) > Z_{critical} (1,645), the H₀ hypothesis is rejected and the H₁ hypothesis is approved per the 5% significance level. 30 and above age group average is higher than 15-29 age group average.

According to the result of this evaluation, women who are over the average maternal age (29.6) prefer online shopping for clothing and accessories to save time more in comparison to the younger age groups. According to the data presented, due to their responsibilities in public and private life, women over a certain age try to save time and to this end, they utilize digital platforms for shopping.

4.2. Comparison With Regards To Marital Status

For the marital status portion of this research, all participants were categorized into the classes of “married”, “single”, “widowed”, “engaged/betrothed”. For those in the married category, time-saving was the primary reason for preferring to use online shopping when purchasing clothes and accessories. Because there is not a significant difference in the rate between the other groups, the marital status figure was redrawn with only “married” and “not married” and thus interpreted.

Breakdown of all participants who answered time-saving among their reasons for preferring online shopping per their marital status and their ratios within the related groups as presented in Table_2.

Table 2. Narrowed Breakdown per Marital Status of All Participants Who Use the Internet For The Purpose of Saving Time

NARROWED BREAKDOWN TABLE PER MARITAL STATUS	Not Married	Married	Total
BREAKDOWN OF ALL PARTICIPANTS PER THEIR MARITAL STATUS (NUMBER OF PEOPLE)	287	113	400
BREAKDOWN OF THOSE WHO ANSWERED TIME-SAVING PER MARITAL STATUS (NUMBER OF PEOPLE)	82	45	127
RATE	29%	40%	32%

113 of the participants are married and 287 are in the not married group. 82 of the married participants and 45 of the participants who are not married answered time-saving as their reason for preferring online shopping when purchasing clothing and accessories. The ratio of those who answered time-saving is 29% in the married group and 40% in the not married group.

The alternative hypothesis per marital is as follows.

H₁: In the province of Istanbul, the rate of the married women living in Istanbul who use the internet for their clothing and accessories consumption in order to save time is higher than the rate of those who are not married ($\alpha = 5\%$).

Z_{test}=2,176 when the data in Figure 1 is run through the Z test statistic formula laid out in the “Method” section. Since Z_{test} (2,176) > Z_{critical} (1,645), the H₀ hypothesis is rejected and the H₁

hypothesis is approved per the 5% significance level. The married group average is higher than the not married group average.

According to the results after the reclassification, women who are married prefer to use online shopping for purchasing clothing and accessories to save time more in comparison those who are not married. Married women are the main people responsible for the needs of their houses and children. The time they will be saving through online shopping may be an important factor in these women carrying out their responsibilities.

4.3. Comparison With Regards To Having Children

Breakdown of all participants who answered time-saving among their reasons for preferring online shopping per having children and their ratios within the related groups as presented in Table_3.

Table 3. Breakdown per Having Children of All Participants Who Use the Internet For The Purpose of Saving Time

BREAKDOWN TABLE PER HAVING CHILDREN STATUS	Has no children	Has Children	Total
BREAKDOWN OF ALL PARTICIPANTS PER THEIR HAVING CHILDREN (NUMBER OF PEOPLE)	294	106	400
BREAKDOWN OF THOSE WHO ANSWERED TIME-SAVING PER HAVING CHILDREN (NUMBER OF PEOPLE)	86	41	127
RATE	29%	39%	32%

106 of the participants are in the has children group and 294 are in the has no children group. 42 of the participants in the has children group and 86 of the participants in the has no children group answered time-saving as their reason for preferring online shopping when purchasing clothing and accessories. The ratio of those who answered time-saving is 29% in the has children group and 39% in the has no children group

The alternative hypothesis per having children is as follows.

H₁: In the province of Istanbul, the rate of the women living in Istanbul that have children who use the internet for their clothing and accessories consumption in order to save time is higher than the rate of those who have no children ($\alpha = 5\%$).

$Z_{test}=1,788$ when the data in Figure 3 is run through the Z test statistic formula laid out in the “Method” section. Since $Z_{test} (1,788) > Z_{critical} (1,645)$, the H₀ hypothesis is rejected and the H₁ hypothesis is approved per the 5% significance level. The has children group average is higher than the has no children group average.

As was expected, it is proven that, among women who have children, time-saving is given more as a reason for preferring shopping through digital platforms. This preference by women who have children is directly related to our society’s perspective of them. A mother must raise her children in the best way possible. Mothers who work to fulfill this sacred duty try to gain some time through online shopping.

4.4. Comparison With Regards To Occupational Groups:

In the occupational groups portion, it was observed that those in the “clerk/technical staff/expert” class had the highest rate of using online shopping with the purpose of time-saving. However, no conclusions could be drawn because of the lack of significant difference in the rates between occupational groups. For this reason, the participants were reclassified into two groups which are “employed” and “not employed”. “Housewife” and “student” sub-categories that are in the survey were both examined under the “unemployed” sub-category.

Breakdown of all participants who answered time-saving among their reasons for preferring online shopping per employment status and their ratios within the related groups as presented in Table_4.

Table 4. Breakdown per Employment Status of All Participants Who Use the Internet For the Purpose of Saving Time

NARROWED BREAKDOWN TABLE PER EMPLOYMENT STATUS	Un-employed	Employed	Total
BREAKDOWN OF ALL PARTICIPANTS PER THEIR EMPLOYMENT STATUS (NUMBER OF PEOPLE)	226	174	400
BREAKDOWN OF THOSE WHO ANSWERED TIME-SAVING PER THEIR EMPLOYMENT STATUS (NUMBER OF PEOPLE)	63	64	127
RATE	28%	37%	32%

174 of the participants are in the employed group and 226 are in the unemployed group. 64 of the participants in the employed group and 63 of the participants in the unemployed group answered time-saving as their reason for preferring online shopping when purchasing clothing and accessories. The ratio of those who answered time-saving is 28% in the employed group and 37% in the unemployed group.

The alternative hypothesis per employment is as follows.

H₁: In the province of Istanbul, the rate of the women living in Istanbul that are employed who use the internet for their clothing and accessories consumption in order to save time is higher than the rate of those who are not employed ($\alpha = 5\%$).

$Z_{\text{test}}=1897$ when the data in Figure 1 is run through the Z test statistic formula laid out in the “Method” section.

$Z_{\text{test}} (1,897) > Z_{\text{critical}} (1,645)$, H₀ hypothesis is rejected and H₁ hypothesis is approved per the 5% significance level. Employed group average is higher than the unemployed group average.

As per the new classification, it was found that women who are employed use online shopping with the purpose of time-saving more than those who are not employed. Working women must fulfill the responsibilities of both public and private life. Thus, time-saving is a need for them. Doing online shopping to meet their aforementioned needs is the expected behaviour pattern.

5. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

The correlation between time-saving and demographic features was examined within the context of the sample group and a description of the new identity of the consumer woman was attempted. In order to understand the issue more clearly at the microscale, this research focused on women only instead of doing a gender-based classification. According to the results, women with the demographic features that result in them needing more time preferred the use of digital platforms in order to save time. The results show that the women who are employed, married, mothers and who deal with increased responsibilities as a result value saving time more compared to the rest of the women. The term “the woman who needs time” was conceived based on the data at hand. This term describes the women who are 30 years old and above, married, employed and have children. While employment gives a woman economic freedom, women still have to deal with their other responsibilities described by Hochschild and Machung’s term of double burden. This is the double burden brought on by the changing identity of the woman in the new world order. In her second shift, the Turkish Woman has to flawlessly carry out her historical primary role of a wife and a mother. Only then is she deemed successful.

As was stated by Castells, Veblen and Boccock, clothing and accessories allow women to have a place in the societal map and therefore, have an identity of their own. According to Veblen, clothes have become akin to words for women who were the first to become slaves to consumption. Clothes allowed them to communicate with the other members of the society and have the identity that they desire. Women have to satisfy their need to have an identity and fulfill their responsibilities at the same time and thus, they need more time. It is inevitable that women will utilize the internet in order

to save time when purchasing their social language, their clothes. It can be said that the internet has become a digital assistant for women who are oppressed under the patriarchal order and need time. Women who have acquired a weapon against the male hegemony with their financial strength, prefer doing their clothing and accessory purchases online in order to save time.

Women who live in Istanbul and need more time have turned clothes into consumer objects. For these women, clothes are signifiers that convey a message. Women who are trying to have a place in urban life assume the identity of the consumer woman that the dominant powers intended for them. It can be inferred that the consumer woman who is under the yoke of the dominant powers is attempting to regain some of the time she needs through digital platforms.

Though it was found that much research was done on the demographic features of women who do online shopping, none was found that described the women who purchase their clothing and accessories online in order to save time. It is thought that this study will contribute to filling this gap. Based on this research, it can be stated that clothing and accessories can be further categorized in online shopping sites for employed women, women who are 30 years old and above and women who are mothers and allow women to find the products they are looking for in a shorter amount of time.

This study was conducted only within the province of Istanbul. It could be helpful in defining the needs and the identity of the Turkish woman who needs time, if this research is conducted throughout the entire country. This study is derived from the PhD Dissertation and the data contained within belongs to the pre-COVID-19 pandemic period. It is recommended that a new study is repeated during the COVID-19 pandemic period in order to research the identity of the consumer woman during the pandemic.

REFERENCES:

Journals

Kasapoğlu, Akyol P. (2010) "Research On The Blue Jeans Culture In The Context of Globalized Fashion", Milli Folklor Dergisi, 11 (86): 186-196.

Elçin, E. (2011) "Discourse of Being Woman in Turkey: A Discourse Study With Women", Psikoloji Çalışmaları Dergisi, 31: 1-28.

Ergil, D. (1978) "Yabancılaşma Kuramına İlk Katkılar", Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 33(3): 93-108.

Ersoy, E. (2017) "Changing Shopping Habits of Consumers (Online Shopping)", İletişim Çalışmaları Dergisi, 3(4): 87-129.

DOI: 10.38120/banusad.943957

BANÜSAD, 2021; 4(1), 81-96

- Gündüz, A. (2012) “Historical Process and The Importance of Women in The Turkish Society and The States, International Journal of Social Sciences, 5 (5): 129-148.
- Hız, G. (2011) “A Field Survey On The Conspicuous Consumption Trend In Turkey (Case Study of Muğla Province)”, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3 (2): 117-128.
- Karadaş, N. (2015) “Theoretical Approaches On The Time Concept and Present The Phenomenon on The Internet”, Kıbrıs Uluslararası Üniversitesi Folklor/Edebiyat Dergisi, 21 (83): 325-341.
- Karmaz, E. (2018) “Transformation Of Time As A Social Fact”, Journal Of Social And Cultural Studies, 2 (2): 69-89.
- Nazir, J., Spengler, R., Marschang, R. E. (2012) “Envorimental Persistence Of Amphibion And Reptilion Ranaviruses”, Diseases Of Aquatic Organisms, 98: 177-184.
- Topal, B., Şahin, H. (2019) “Investigation of Factors Affecting Consumers’ Internet Shopping Behavior Preferences: Case of Kütahya”. Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(1): 314-328.
- Saygılı, M., Sütütemiz, N. (2017) “Comparative Analysis Of Online Shopping According To Consumers Shopping Style”, Researchers Social Sciences Studies, 5 (9): 230-234.
- Senemoğlu, 0. (2017) “Consumption, Consumption Society And Consumption Culture: A Comparative Analysis”, İnsan ve İnsan Dergisi, 4 (12): 66-86.
- Yanıklar, C. (2010) “A Discussion On The Relationship Between Consumer Culture, Capitalism and Human Needs”, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 34 (1): 25-32.

Books

- Aydoğan, F. (2013) “Medya Yoluyla Modernleşmek, Medyadan Yansıyanlar”, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Castells, M. (2004) “Ağda Küreselleşme, Kimlik ve Toplum Calhoun, Lyon, ve Tourain’e Cevap!, Küresel Kuşatma Karşısında İnsan”, Ed. Mustafa Armağan, İstanbul: Da Yayıncılık.
- Bayraktar, M. (1995) “Kadının Çalışma Durumu ve Tüketim Davranışları”, Ankara: Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları.
- Başak, S., Kınır, S., Yaşar Ş. (2013) “Kadının Görünmeyen Emeği: İkinci Vardiya ”, Ankara: Anka Kadın Araştırma Merkezi.
- Bocock, R. (2009) “Tüketim”, 3rd Edition, Ankara: Dost Kitabevi.

DOI: 10.38120/banusad.943957

BANÜSAD, 2021; 4(1), 81-96

Halaçoğlu, B. (2009) “Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları ve 1990’lı Yıllar: Yeni Kuşak Türkiye Sinemasında Marjinal Kimlikler”, Medya Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Quinlon, L. M. (2009) “Kadınlara Pazarlama Kadın Tüketicilerin Kalbine Ulaşmanın Yolları”, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri.

Theses

Chea, P. (2011) “Gender Differences in The Fashion Consumption and Store Characteristics in Swedish Clothing Stores”, Master Thesis in Business Administration.

Institution Publication

T.R. Strategy and Budget Department (2021) “Perakende ve E-Ticaretin Yükselişİ, Fırsat Sorunlar ve Öneriler”, Strateji ve Bütçe Başkanlığı Yayınları, Ankara.

Online Resources

Gazete Pusula (2017), <http://www.gaziantepusula.com/haber/anne-olma-yasi-dusuyor-haberi-64638.html>, (15th, May, 2021).

KMPG (2016) 2017 Küresel İnternet Tüketicileri Araştırması
<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2017/07/the-truth-about-online-consumers.pdf>,
(5.06.2021).

Sunitha C.K., Gnanadhas E (2014) “Online Shopping-An Overview”,
https://www.researchgate.net/publication/264556861_Online_Shopping_-_An_Overview, (15th,
December.2020).

TUIK 2017 [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2017-24862](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2017-24862), (05.06.2021).