

T.C.  
BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

**KADIN BAKIŞ AÇISIYLA KENTLERİN MARKALAŞMASI: BALIKESİR ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ECENUR ERKEN

TEZ DANIŞMANI  
PROF. DR. SANEM BERKÜN

BİLECİK, 2025

10591636

T.C.  
BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

**KADIN BAKIŞ AÇISIYLA KENTLERİN MARKALAŞMASI: BALIKESİR ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ECENUR ERKEN

TEZ DANIŞMANI  
PROF. DR. SANEM BERKÜN

BİLECİK, 2025

10591636

## BEYAN

“Kadın Bakış Açısıyla Kentlerin Markalaşması: Balıkesir Örneği” adlı yüksek lisans tezinin hazırlık ve yazımı sırasında bilimsel araştırma ve etik kurallarına uyduğumu, başkalarının eserlerinden yararlandığım bölümlerde bilimsel kurallara uygun olarak atıfta bulunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, tezin herhangi bir kısmının Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını, aksinin tespit edileceği muhtemel durumlarda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Bu çalışmanın, Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP), TÜBİTAK veya benzeri kuruluşlarca desteklenmesi durumunda; projenin ve destekleyen kurumun adı proje numarası ile birlikte, ETİK KURUL onayı alınması durumunda ise ETİK KURUL tarih karar ve sayı bilgilerinin beyan edilmesi gerekmektedir.			
<b>DESTEK ALINMIŞTIR</b>	<input type="checkbox"/>	<b>DESTEK ALINMAMIŞTIR</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Destek alındı ise;</b>			
<b>Destekleyen kurum;</b>			
<b>Desteğin Türü</b>		<b>Proje Numarası</b>	
1- BAP (Bilimsel Araştırma Projesi)			
2- TÜBİTAK			
Diğer;..... .....			
<b>ETİK KURUL onayı var ise;</b>			
<b>ETİK KURUL karar tarih/sayı:</b>		...../..... .....	

**Ecenur Erken**

**Tarih**

.....

**İmza**

.....

## ÖN SÖZ

Kadın Bakış Açısıyla Kentlerin Markalaşması: Balıkesir Örneği adlı tez çalışmamda desteğini esirgemeyen kıymetli hocalarımı burada anmak isterim. Bu süreçte öncelikle bir danışmandan daha fazlası olan, bilgisi ve tecrübeleriyle bana destek olan, rehberlik eden değerli danışmanın Prof. Dr. Sanem Berkün'e, Doç. Dr. Yavuz Cankara'ya, Doç. Dr. Görkem Altınörs'e, Dr. Öğr. Üyesi Gökhan Murat Üstündağ'a, Dr. Öğr. Üyesi Çağdaş Zarplı'ya ve Doç. Dr. Pınar Özden Cankara'ya minnettarlığımı belirtmek isterim. Eğitim sürecimde her zaman yanımda olan; değerli eşime, anneme, babama, dayıma ve eğitim hayatım boyunca manevi desteğini esirgemeyen, yol gösterici olan saygıdeğer öğretmenim Olgun Yolcu'ya sonsuz teşekkürler. Balıkesir kentinde araştırma yapmamı, bilgi edinmemi kolaylaştıran Saadettin Akbaba ve Nursel Süzener Kılıç'a tez çalışmamı destekledikleri için ayrıca teşekkür ederim. Tüm kentlerde ve memleketim olan Balıkesir'de bütün kadınların güvenli, mutlu bir şekilde yaşamlarını sürdürebilmesi en büyük temennimdir.

**Ecenur ERKEN**

**2025**

## ÖZET

### KADIN BAKIŞ AÇISIYLA KENTLERİN MARKALAŞMASI: BALIKESİR ÖRNEĞİ

Marka kent kavramı, bir kentin özgün kimliğini ön plana çıkararak, o kente yönelik algıyı güçlendiren ve tanıtımına katkı sağlayan bütüncül bir yaklaşımdır. Kentlerin markalaşmasında logo ve slogan kullanımı, turizm altyapısının gelişmişliği, coğrafi işaretli ürünler, gastronomi alanındaki başarılar, sahip olduğu yer altı kaynakları ve sağlıklı bir çevre gibi unsurlar temel belirleyiciler arasında yer almaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitliğinin olduğu kentlerde, kadınların hem gündelik yaşam sorumluluklarını yerine getirebilmesi hem de istihdam süreçlerine entegre olabilmesi, öncelikle yeterli sayıda ve erişilebilir nitelikte kreş gibi destekleyici altyapıların varlığına bağlıdır. Bununla birlikte, kadınların mesleki gelişimini destekleyen meslek edinme kursları, sosyal katılımlarını artıran üretim ve etkileşim alanları ile kadınların ekonomik yaşama aktif biçimde katılımını sağlayan kadın kooperatifleri gibi yapılar, kentte kadınların güçlenmesine doğrudan katkı sunmaktadır. Bu unsurlar kentin hem sosyal sürdürülebilirliğini hem de marka değerini artıran temel bileşenler arasında yer almaktadır.

Balıkesir, sahip olduğu tarihsel miras, coğrafi işaretli ürünler, zengin yöresel mutfak kültürü, gelişmiş gastronomisi ve deniz ile dağ turizmi gibi çeşitli turizm olanaklarının yanı sıra termal kaynaklarıyla da dikkat çeken bir kenttir. Bu çok yönlülük, kenti marka kent olma sürecinde avantajlı bir konuma taşımaktadır. Ancak bu potansiyelin markalaşmaya dönüşebilmesi; stratejik planlama, etkili pazarlama faaliyetleri ve yerel yönetimlerin sürdürülebilir politikalarla destek sağlamasıyla mümkündür.

Kadın Bakış Açısıyla Kentlerin Markalaşması: Balıkesir Örneği adlı çalışmada kent markalaşması sürecinde toplumsal cinsiyet perspektifinden kadınların rolünü analiz etmeyi amaçlamakta olup, Balıkesir ili örneğinde kadın bakış açısıyla kent yaklaşımını irdelemektedir. Bu kapsamda, kadınların kamusal yaşama, istihdama ve siyasete katılımı; güvenli kentsel mekanlara erişimi, Balıkesir Büyükşehir Belediyesi ve Balıkesir Valiliği tarafından sunulan destekleyici hizmetler değerlendirilmiştir. Ayrıca Balıkesir'in sosyo-kültürel, ekonomik ve doğal güzellikleri doğrultusunda markalaşma potansiyeli, özellikle sağlık turizmi, gastronomi ve yerel değerler üzerinden ele alınmıştır. Çalışma, kadın odaklı kentsel politikaların kentlerin marka kimliğine katkı sağladığını ortaya koymayı hedeflemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kent, Marka Kent, Balıkesir'de Kadınların Kent Yaşamı.

## ABSTRACT

### BRANDING OF CITIES FROM A WOMEN'S PERSPECTIVE: THE CASE OF BALIKESİR

The brand city concept is a holistic approach that highlights a city's unique identity, strengthens perceptions of that city, and contributes to its promotion. Key determinants of city branding include the use of logos and slogans, the development of tourism infrastructure, geographically indicated products, achievements in gastronomy, underground resources, and a healthy environment. In cities with gender equality, women's ability to fulfill their daily responsibilities and integrate into employment processes depends primarily on the existence of supportive infrastructures such as adequate and accessible daycare centers. Furthermore, vocational courses that support women's professional development, production and interaction spaces that enhance their social participation, and structures such as women's cooperatives that enable women to actively participate in economic life directly contribute to women's empowerment in the city. These elements are among the fundamental components that enhance both the city's social sustainability and brand value.

Balıkesir is a city notable for its historical heritage, geographically indicated products, rich local culinary culture, advanced gastronomy, and various tourism opportunities such as sea and mountain tourism, as well as its thermal springs. This versatility puts the city in an advantageous position in the process of becoming a brand city. However, transforming this potential into branding is possible through strategic planning, effective marketing activities, and the support of local governments with sustainable policies.

The study, "City Branding from a Women's Perspective: The Case of Balıkesir," aims to analyze the role of women in the city branding process from a gender perspective and examines the urban approach from a women's perspective in the case of Balıkesir province. In this context, women's participation in public life, employment, and politics; their access to safe urban spaces; and the supportive services provided by the Balıkesir Metropolitan Municipality and the Balıkesir Governorate are evaluated. Furthermore, the branding potential of Balıkesir, in line with its socio-cultural, economic, and natural beauty, is examined, particularly through the lens of health tourism, gastronomy, and local values. The study aims to demonstrate that women-focused urban policies contribute to the brand identity of cities.

**Keywords:** City, Brand City, Women's Urban Life in Balıkesir.

## İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖN SÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT .....	iii
İÇİNDEKİLER .....	iv
TABLolar LİSTESİ .....	ivii
RESİMLER LİSTESİ.....	viii
ŞEKİL VE GRAFİKLER LİSTESİ .....	ix
KISALTMALAR LİSTESİ .....	x
GİRİŞ .....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### KENT MARKALAŞMASI

1.Kent Markalaşması.....	3
1.1.Kent.....	3
1.2.Kentleşme.....	5
1.3. Marka.....	7
1.4. Kent Markalaşması ve Marka Kent Kavramı.....	8
1.5. Marka İmajı ve Marka Kimliği.....	10
1.6. Marka İmajı ve Marka Kimliği: Sembol Yaratma Süreci.....	12
1.7. Marka Kişiliği ve Marka Değeri.....	12
1.8. Kentlerin Markalaşma Süreci.....	18
1.9. Kent Markası Unsurları.....	19
1.10. Kentlerin Markalaşma Gerekçeleri.....	20
1.11. Kentleşmede Kamu ve Yerel Yönetim Politikaları.....	21
1.12.Özel Sektör ve Diğer Kurumlar.....	21

## İKİNCİ BÖLÜM

### KENTTE KADINLAR

1. Kentte Kadınlar.....	23
1.1.Kadın ve Kentsel Mekan.....	23
1.2. Kadın Hakları ve Gelişim Süreci.....	30
1.2.1.Türkiye Tarihinde Kadınların Kent Hakkı Kavramının Gelişim Süreci.....	30
1.3. Kent Hakkı Kavramı.....	31
1.3.1. Kadınların Kent Hakkı ve Gelişim Süreci.....	32
1.3.2. Dünya Tarihinde Kadınların Kent Hakkı Kavramının Gelişim Süreci.....	33
1.3.3. Türkiye Tarihinde Kadınların Kent Hakkı Kavramının Gelişim Süreci.....	34
1.4. Kentlerde Meydana Gelen Cinsiyet Algısı.....	35
1.5. Kadınların Kamusal Alanda Katılımını Engelleyen Kent Durumları.....	36
1.6. Türkiye’de Kadınların Kamusal Alana Katılımı Önündeki Kent Kaynaklı Engeller.....	38
1.7. Kadınların Çalışma Hayatında Kır ve Kent Ayrımı.....	39
1.8. Türkiye’de Kadın İşgücünü Etkileyen Temel Faktörler.....	41
1.8.1. Kayıt Dışı İstihdam Faktörü.....	41
1.8.2. Eğitim Faktörü.....	42
1.8.3. Medeni Durum Faktörü.....	43
1.9. Siyasal Katılım.....	44
1.9.1. Kadınların Siyasette Görünmezliği.....	45
1.10. Kadınlar Açısından Kentte Güvenlik.....	46
1.11. Kentte Kadına Yönelik Şiddet.....	47
1.12. Belediyelerin Kadınlara Yönelik Hizmetleri.....	49

1.13. Kadın Dostu Kentler.....	50
1.13.1. Avrupa’da Kadın Dostu Kentlere Örnekler.....	52
1.13.2. Türkiye’de Kadın Dostu Kentler Projesi.....	54

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### BALIKESİR KENT KİMLİĞİNİN ÖGELERİ

1. Balıkesir Kent Kimliği.....	58
1.1. Balıkesir Kentinin Coğrafi Konumu ve Doğal Çevre Özellikleri.....	59
1.2. Balıkesir Kentinin Tarihi Sosyo-Kültürel Çevre Özellikleri.....	61
1.3. Balıkesir Kentinin Ekonomik Yapısı ve Kente Etkisi.....	63
1.4. Balıkesir Kentinin Yapay Çevre Özellikleri.....	65
2. Balıkesir Kentinin Markalaşma Süreci.....	67
2.1. Logo ve Slogan.....	68
2.2. Coğrafi İşaretli Ürünler.....	70
2.3. Sağlık Turizmi ve Termal Turizm.....	73
2.4. Türkiye’de Termal Turizm.....	75
2.5. Balıkesir Kentindeki Termal Turizm ve Özellikleri.....	76
3. Balıkesir Kentinde Yemek Kültürü.....	78
3.1. Unesco Yaratıcı Kent Balıkesir.....	79
3.2. Balıkesir’in Gastronomi Alanında Yayınları.....	80
4. Balıkesir Kentinin Yer Altı Kaynakları.....	82
5. Balıkesir Kentinin Markalaşmasında SWOT Analizi.....	83
6. Kadın Bakış Açısıyla Balıkesir’in Markalaşması.....	87
6.1. Balıkesir Kentinde Kadınlara Yönelik Sağlık Hizmetleri.....	87
6.2. Balıkesir Kentindeki Kadın Sivil Toplum Kuruluşları.....	88
6.3. Balıkesir Kentinde Kadınların Siyasal Katılımı.....	90
6.4. Balıkesir Kentinde Kadın İstihdamı.....	93

6.4.1. Balıkesir Kentinde Kadınların İstihdamını Artırmaya Yönelik Öneriler.....	99
6.5. Balıkesir’de Kadınların Kent Güvenliği.....	100
6.6. Balıkesir’de Kadına Yönelik Hizmetler.....	102
<b>SONUÇ.....</b>	<b>105</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>109</b>

## TABLULAR LİSTESİ

	Sayfa
<b>Tablo 1.1.</b> Ülkeler ve Sloganları .....	13
<b>Tablo 2.1.</b> ‘Kadınlar Çalışmamalıdır’ Diyenlerin Gerekçeleri.....	44
<b>Tablo 2.2.</b> Kota Uygulamaları.....	52
<b>Tablo 2.3.</b> Avrupa’da Eşitlik Faaliyetleri Yürüten Kentler.....	53
<b>Tablo 2.4.</b> Ülke Bazında Kadın Dostu Faaliyetler.....	53
<b>Tablo 3.5.</b> Balıkesir’in Tescillenmiş Coğrafi İşaretleri.....	71
<b>Tablo 3.6.</b> Balıkesir Kadın Sivil Toplum Kuruluşları.....	88
<b>Tablo 3.7.</b> Dönemleri İle Birlikte Balıkesir Kadın Milletvekilleri.....	92
<b>Tablo 3.8.</b> 2023 Yılı TÜİK Bölgesel İşgücü Göstergeleri.....	94
<b>Tablo 3.9.</b> Sektörlere ve Cinsiyete Göre Çalışan Sayıları.....	94
<b>Tablo 3.10.</b> Balıkesir’deki Kadınların İstihdama Katılımdaki Sektör Dağılımı.....	98
<b>Tablo 3.11.</b> Balıkesir’de Yıllara Göre Boşanma Sayıları.....	102

## RESİMLER LİSTESİ

	Sayfa
<b>Resim 2.1.</b> Osmanlı Döneminde Ev Mimarisi.....	37
<b>Resim 3.1.</b> Balıkesir Kenti ve Komşu Kentleri.....	60
<b>Resim 3.2.</b> Karesi Bey Türbesi.....	61
<b>Resim 3.3.</b> Balıkesir Kentinden Bir Görünüm.....	62
<b>Resim 3.4.</b> Balıkesir Milli Kuvvetler Caddesinden Tren Garı Görünümü.....	67
<b>Resim 3.5.</b> Balıkesir'in Yeni Logosu.....	69
<b>Resim 3.6.</b> Balıkesir'in Özgün Eserleri.....	81
<b>Resim 3.7.</b> Kadınlar İçin Meslek Eğitim Kursu Tanıtımı.....	96
<b>Resim 3.8.</b> Çarşı 2025 Projesi.....	97

## ŞEKİL VE GRAFİKLER LİSTESİ

	Sayfa
<b>Şekil 3.1.</b> Kentsel Kimlik Bileşenleri.....	58
<b>Şekil 3.2.</b> Balıkesir Kentindeki Nirengi Noktaları.....	66
<b>Şekil 3.3.</b> Türkiye Jeotermal Kaynaklar Haritası.....	76
<b>Grafik 2.1.</b> Kadın İstihdam Oranının En Yüksek ve En Düşük Olduğu 5 Bölge.....	40
<b>Grafik 2.2.</b> Cinsiyete Göre En Az Bir Eğitim Düzeyini Tamamlayanların Oranı, 2008-2022.....	43
<b>Grafik 2.3.</b> Eğitim ve Cinsiyet Durumuna Göre İşgücüne Katılma Oranı (2022).....	43

## KISALTMALAR LİSTESİ

**BALMEK:** Balıkesir Meslek Eğitim Kursları

**BM:** Birleşmiş Milletler

**CEDAW:** Kadınlara Karşı Ayrımcılığın Önlenmesi Beyannamesi

**CEMR:** Avrupa Belediyeler ve Bölgeler Konseyi

**IPU:** Parlamentolar Arası Birlik

**İŞKUR:** İş ve İşçi Bulma Kurumu

**KOSGEB:** Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

**MEB:** Milli Eğitim Bakanlığı

**OECD:** Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü

**STK:** Sivil Toplum Kuruluşları

**ŞÖNİM:** Şiddet Önleme ve İzleme Merkezi

**TBMM:** Türkiye Büyük Millet Meclisi

**TÜİK:** Türkiye İstatistik Kurumu

**UNESCO:** Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu

**WEF:** Dünya Ekonomik Forumu

**WHO:** Dünya Sağlık Örgütü

## GİRİŞ

Kentler, medeniyetlerin şekillendiği yaşam alanlarıdır. Kentlerin güçlenebilmesi için kendilerine özgü niteliklerini, uygun stratejilerle markalaştırarak etkili bir biçimde pazarlamaları gerekmektedir. Bu süreçte belediyeler ve valilikler, özverili bir şekilde çalışarak markalaşma sürecine katkı sunmalıdır. Kent yönetiminin markalaşma çalışmalarındaki ekonomik, idari, politik ve mali rolleri oldukça belirleyicidir. Markalaşma, bu alanlar arasında kurulacak iş birliği ile başarıya ulaşabilecek uzun soluklu bir süreçtir.

Gelir artışına dayalı kalkınmayı sağlamaya yönelik sistemlerden biri de kent markalaşmasıdır. Kentsel markalaşma, dünya genelinde görece yeni bir kavram olarak ortaya çıkmıştır. Literatürde, ticari ürünlerde uygulanan markalaşma stratejilerinin kent ölçeğine uyarlanarak ekonomik kazanımların artırılması amaçlanan bir kalkınma modeli olarak değerlendirildiği görülmektedir. Turizm, sanayi ya da tarım gibi alanlarda öne çıkan kentler, bu alanlarda markalaşma yoluna gitmektedir. Kentler sahip oldukları avantajları, tarihsel ve kültürel miraslarını, üretim potansiyellerini etkili strateji ve tanıtım araçlarıyla pazarlayarak, kalkınmalarını markalaşma yoluyla gerçekleştirmektedir. Marka kent statüsüne ulaşan yerleşimler, daha fazla yatırım, turist ve nitelikli iş gücü çekmekte; böylece kentin vizyonu dönüşmektedir.

Balıkesir, Türkiye'nin batısında yer alan, büyük ölçüde Marmara Bölgesi'nde, bir kısmı ise Ege Bölgesi'nde toprakları bulunan, önemli ulaşım yolları üzerinde konumlanmış bir kenttir. Ovada kurulu bir büyükşehir olan Balıkesir, ticaret, imalat ve hizmet sektörlerinde gelişmiş bir yapı sergilemektedir. Nirengi noktaları, turistik bölgeleri ve tarımsal üretimiyle dikkat çeken kentte; tarihi Tren Garı ve Milli Kuvvetler Caddesi öne çıkan kentsel referans noktaları arasında yer almaktadır. Balıkesir'in sahip olduğu coğrafi konum ve iklim koşulları; tarım, hayvancılık, turizm ve yenilenebilir enerji kaynakları açısından önemli bir potansiyel sunmaktadır. Kentte yaz turizmi, kültür turizmi, ekoturizm, arkeolojik turizm, sağlık ve termal turizm gibi farklı turizm türleri gelişmiştir. Ayrıca kentte 22 termal kaplıca ve 22 coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır (Karagöz, 2020).

Kentsel yaşamda kadınların erkeklerden farklı ihtiyaçlara sahip olduğu görülmektedir. Güvenli sokaklar, etkili bir aydınlatma sistemi, artırılmış toplu taşıma hizmetleri, istihdama katılımı destekleyici uygulamalar ve kreş sayısının artırılması gibi ihtiyaçlar ön plana çıkmaktadır. Yerel yönetimlerde kadın temsilinin düşük olması, kadınların kente dair ihtiyaçlarının yeterince karşılanamamasına neden olmaktadır. Kadınların siyasi katılımının yetersizliği, kent planlamalarının ağırlıklı olarak erkek bakış açısıyla yapılmasına yol

açmaktadır. Kadınların ve erkeklerin siyasi katılım oranlarının eşitlenmesi, kent yaşamında kadınların ihtiyaçlarının daha etkin biçimde karşılanmasını kolaylaştıracaktır.

Balıkesir, “kadın dostu kent” olma yolunda önemli adımlar atmış, kadın bakış açısıyla kentsel markalaşmayı destekleyen birçok proje ve çalışmaya imza atmıştır. Kentte kadınların sosyal hayata aktif biçimde katılabilmeleri amacıyla çeşitli vakıf, kooperatif ve dernekler faaliyet göstermektedir. Güvenliğin sağlanması adına kent merkezine yerleştirilen çok sayıda kamera sistemi, madde bağımlılığıyla mücadeleyle yönelik projeler, savunma teknikleri atölyeleri ve Kadın Danışma Merkezi gibi hizmetler sunulmaktadır. Kadınların istihdama katılımını artırmak için meslek edindirme kursları ve kreş hizmetleri gibi destek mekanizmaları oluşturulmuştur.

Balıkesir’de kadınların yaşamını kolaylaştırabilecek ve kenti kadın bakış açısıyla gözlemleyerek sorunların çözümüne katkı sunabilecek önemli bir unsur ise Balıkesir Kent Konseyi başkanının bir kadın olmasıdır.

Bu çalışma, “Kadın Bakış Açısıyla Kentlerin Markalaşması” konusunu Balıkesir özelinde ele almaktadır. Çalışmanın amacı, kentlerin markalaşma süreçlerinde kadınların ihtiyaçlarına yönelik hizmetlerin belirlenmesi ve Balıkesir’in markalaşmasında kadınlara yönelik yaşam kolaylaştırıcı unsurların tespit edilmesidir. Aynı zamanda, kadın bakış açısının kent markalaşmasındaki rolünü belirlemek ve bu perspektiften hareketle uygulanabilir önerilere ulaşmak hedeflenmiştir. Çalışma üç ana bölümden oluşmaktadır:

Birinci bölümde, markalaşma ve marka kent kavramlarına ilişkin teorik bir altyapı sunulmaktadır. Bu kapsamda kent, marka, marka kent kavramları ile kentlerin neden markalaşma ihtiyacı duyduğu gibi konulara yer verilmektedir.

İkinci bölümde, kadın ve kentsel mekân ilişkisi ele alınmakta; kadın haklarının tarihsel gelişimi, kentlerdeki toplumsal cinsiyet algısı, kadınların kamusal alana katılımını engelleyen unsurlar, kadın işgücünü etkileyen faktörler ve kadın dostu kentler hakkında literatüre dayalı bilgilere yer verilmektedir.

Üçüncü ve son bölümde ise ilk olarak Balıkesir’in kent kimliğini oluşturan unsurlar ele alınmaktadır. Bu çerçevede Balıkesir’in markalaşma süreci, sahip olduğu potansiyel, coğrafi işaretli ürünleri, yemek kültürü ve SWOT analizi sunulmaktadır. Ardından “Kadın Bakış Açısıyla Balıkesir’in Markalaşması” başlığı altında; Balıkesir’de kadınlara yönelik hizmetler, kadınların istihdam ve siyasete katılımı ile kent güvenliğine ilişkin veriler literatür taramasına dayanarak değerlendirilmiş ve Balıkesir özelinde analiz edilmiştir.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## KENT MARKALAŞMASI

### 1. Kent Markalaşması

#### 1.1. Kent

Kent kavramının kesin ve evrensel bir tanımını yapmak güçtür. Köken olarak Soğdakçaya dayanan bu sözcük, Türk Dil Kurumu'na göre “şehir” veya “site” kavramlarıyla eş anlamlı olarak kullanılmaktadır (Evin, 2019). Kent, disiplinler arası yaklaşımlarla ele alınan; sosyoloji, coğrafya, ekonomi, kamu yönetimi gibi çeşitli alanların inceleme nesnesi olmuş çok boyutlu bir kavramdır.

Genel hatlarıyla kent; belirli bir nüfus eşiğini aşmış, insan-mekân ilişkilerinin düzenli bir yapıya kavuştuğu, gelişmiş altyapı ve hizmet ağlarına sahip, tarım dışı üretimin baskın olduğu, çok çeşitli toplumsal, ekonomik ve kültürel dinamikleri bünyesinde barındıran, her türlü faaliyetin sistematik biçimde işlediği bir yerleşim alanı olarak tanımlanabilir.

1924 yılında yürürlüğe giren 442 Sayılı Köy Kanunu'nun birinci maddesinde yer alan tanıma göre; nüfusu 2.000'den az olan yerleşim birimleri “köy”, 2.000 ile 20.000 arasında nüfusa sahip olanlar “kasaba”, 20.000'den fazla nüfusu bulunan yerleşim yerleri ise “kent” olarak tanımlanmıştır. Bu tanımlama, kent olmanın temel ölçütü olarak nüfus büyüklüğünü esas almıştır. Benzer şekilde, 1930 yılında kabul edilen 1580 Sayılı Belediye Kanunu'nda da, “nüfusu 2.000'in üzerinde olan yerlerde belediye kurulabilir” ifadesiyle kent ve köy ayrımı yapılmıştır.

Akademik çevreler ve kamu kurumları tarafından yapılan araştırmalarda da benzer bir yaklaşım söz konusudur. Örneğin, Kalkınma Bakanlığı tarafından yapılan tanımlamalarda da kent-köy ayrımında temel kıstas olarak nüfus ölçütüne başvurulduğu görülmektedir. Nüfusun yanı sıra yönetsel sınırlar da belirleyici unsurlar arasındadır. Bu yaklaşıma göre, belirli bir yönetim biriminin sınırları içerisinde kalan yerleşim alanları "kent", bu sınırların dışında kalanlar ise "köy" olarak tanımlanmakta; belediye sınırları içindeki nüfus “kentli nüfus” olarak adlandırılmaktadır.

Farklı dillerde kent kavramı farklı sözcüklerle ifade edilmektedir: İngilizcede *city* veya *urban*, Fransızcada *urbain* ya da *la cité/la ville*, İtalyancada *città*, İspanyolcada *ciudad*, Arapçada ise *Medine* terimleri kullanılmaktadır.

Telek'e göre kent, daha geniş bir tanımla; tarım faaliyetlerinin dışında ve tarıma dayalı üretimin denetim altında yürütüldüğü, dağıtım süreçlerinin sistemli biçimde organize edildiği, ekonomik yapısının tarım dışı üretime dayandığı, teknolojik gelişmelere bağlı olarak uzmanlaşmanın, teşkilatlanmanın ve iş bölümünün en üst düzeye ulaştığı, çok boyutlu fonksiyonları nedeniyle belirli bir nüfus yoğunluğuna ve büyüklüğe erişmiş, toplumsal çeşitliliğin ve dinamik yapının sürekli olarak işlediği insan yerleşimleri olarak tanımlanabilir (Telek, 2019).

Kent kavramı, ülkeden ülkeye farklı şekillerde tanımlanmakta ve kentin unsurları da bu bağlamda değişiklik göstermektedir. İlhan Tekeli'ye göre kent, tarımsal üretimin yer almadığı, üretim süreçlerinin sistemli biçimde kontrol edildiği, hizmet ve dağıtım faaliyetlerinin uyum içerisinde yürütüldüğü, teknolojik gelişmelerle şekillenen, büyüklük, yoğunluk ve heterojen bir yapıya sahip olan bir yerleşim türüdür. Tekeli, kentleşme sürecini tanımlarken dört temel unsurdan söz etmektedir:

- Tarımsal olmayan üretim biçimlerinin baskınlığı,
- Üretim süreçlerinin sistemleştirilmiş ve denetlenebilir olması,
- Teknolojik gelişmelerden yararlanan üretim biçimleri,
- Belirli bir nüfus büyüklüğüne sahip, işlevsel açıdan çok yönlü ve heterojen bir yapının varlığı.

İlk kentlerin, verimli topraklara ve zengin su kaynaklarına sahip bölgelerde özellikle Mezopotamya ve Nil Deltası'nda kuruldukları bilinmektedir. Hatice Kurtuluş Aydal ise modern dönemde kent kavramını; sanayi toplumunun oluşumuyla birlikte konuma bağlı olarak meydana gelen köklü değişimler ve farklılıkları içeren, iktisat, sosyoloji, coğrafya ve şehir planlama gibi disiplinler tarafından ortak olarak tanımlanan bir olgu olarak açıklamaktadır.

Kentleşme sürecini derinden etkileyen en önemli gelişmelerden biri Endüstri Devrimi olmuştur. İngiltere'de başlayan sanayi temelli yenilikler, tarım alanlarında faaliyet gösteren kırsal nüfusun, iş gücü ihtiyacı nedeniyle sanayi bölgelerine göç etmesine neden olmuştur. Bu süreç zamanla İsviçre, Fransa ve Almanya gibi Avrupa ülkelerine de yayılmıştır.

Endüstri Devrimi, kentlerin yapısında ciddi dönüşümlere yol açmıştır. Kültür faktörü, kentsel yapı içerisinde önemini yitirirken, ekonomik koşullar ön plana çıkmıştır. Ticaret ve piyasa ilişkileri, bireylerin yaşam biçimlerini doğrudan etkileyen unsurlar haline gelmiştir. Devrim öncesinde kırsallığa ve toprağa dayalı yaşam tarzı, yerini kent merkezli bir yaşam modeline bırakmış; bu durum, kır ve kent arasındaki farkın belirginleşmesine neden olmuştur.

Endüstri Devrimi'nin kentleşme sürecine getirdiği başlıca değişiklikler şunlardır:

- Kent kavramı yeniden biçimlendirilmiş ve 19. yüzyılda "sanayi kenti" olarak tanımlanan yeni bir kent tipi ortaya çıkmıştır.
- Feodal düzene dayalı kent sistemi, yerini sanayi kentlerine bırakmıştır.
- Kır ve kent arasındaki siyasal ayrımlar ortadan kaldırılmış; her iki yerleşim birimine eşit siyasal haklar tanınmıştır.
- Kentler, yerel özerklik kazanan idari merkezler hâline gelmiştir. Kentleşme, siyasal düzenin ülke geneline yayılmasında etkili bir araç olmuştur.
- Modern kentlerde, sınıf yapısının hukuki temellere dayanmaması nedeniyle bazı toplumsal olumsuzluklar da gözlemlenmiştir.

## 1.2. Kentleşme

19. yüzyılda dünya nüfusu yaklaşık 990 milyona ulaşmışken, geçen süreçte yaşanan artış ile 21. yüzyılın başlarında bu sayı 8 milyara yaklaşmıştır. Bu durum, kentleşmenin hızlı bir şekilde arttığını açıkça göstermektedir (Findley, 2019). 1800'lü yıllarda, nüfusu 100 bini aşan kentlerde yaklaşık 15 milyon kişi yaşarken, 1980'li yıllarda bu sayı 800 milyona yükselmiştir. 2000'li yıllarda ise kentlerde yaşayan kişi sayısı 5,2 milyara ulaşmıştır. Birleşmiş Milletler verilerine göre, 1980'lerde nüfusu 5 milyonu aşan kentlerin sayısı 35 iken, 21. yüzyılın ilk yıllarında bu sayı 60'ı aşmıştır.

Günümüzde gelişmiş ülkelerde ileri düzeyde kentleşme gözlemlenirken, gelişmekte olan ülkelerde kentleşme daha düşük seviyelerde seyretmektedir. Ancak genel olarak hızlı kentleşme, küresel ölçekte kabul gören bir olgudur. Kentleşme; sanayileşme ve ekonomik gelişmeyle orantılı olarak kent sayısındaki artış, toplumsal büyüme, iş bölümü, örgütlenme ve teknik uzmanlık gibi niteliklerin gelişmesiyle birlikte bireylerin yaşam tarzlarında ve ilişkilerinde kente özgü yeni düzenlemelerin ortaya çıktığı bir süreçtir.

Kırsal alanlardan kentlere yönelen göç hareketleri, kentlerin nüfusunu artırmakta ve kırsal bölgelerdeki yerleşim yerlerinin kente dönüşmesine yol açmaktadır. Bu dönüşüm, kent sayısında gözle görülür bir artışa neden olmaktadır. Sosyolojik açıdan kentleşme, yalnızca fiziksel çevredeki değişim değil, aynı zamanda bireylerin yaşam tarzlarını etkileyen yeni bir sosyal düzeni de temsil etmektedir. Kentleşme; yerleşim odaklı nüfus yoğunlaşması, kent kültürü, toplumsal davranışlar ve değerler gibi unsurların yaygınlaşması süreci olarak tanımlanabilir. Kentleşme kavramı; ekonomik, toplumsal ve demografik olmak üzere üç temel dönüşüm süreciyle açıklanmaktadır:

- Demografik dönüşüm, nüfus birikimini ifade eder.

- Toplumsal dönüşüm, uzmanlaşma, örgütlenme ve toplumsal farklılaşmayı içerir.
- Ekonomik dönüşüm ise iş gücünün hizmet ve sanayi sektörlerine kaymasını kapsar (Hacıcaferoğlu, 2023).

Türkiye’de kentleşme süreci özellikle Cumhuriyet dönemiyle ve 1950’li yıllardan itibaren ivme kazanmıştır. Bu süreçte sanayileşme, göç hareketleri, kırsal alanların itici, kentsel alanların çekici özellikleri kentleşme dinamiklerini şekillendirmiştir (Evin, 2019). Türkiye’deki kentleşmenin temel özellikleri aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

- Kentleşme süreci, sanayileşmiş ülkelere kıyasla daha çok demografik bir boyutta ilerlemektedir.
- Küçük kentler, büyük kentlere göre daha yavaş büyümektedir.
- Kentleşme, belirli bölgelerde yoğunlaşmakta ve bölgeler arası farklar yaratmaktadır.
- Kentli nüfusun sanayi yatırımlarından yeterince faydalanamaması nedeniyle meslek ve hizmet çeşitliliği sınırlı kalmıştır (Telek, 2019).

Kentleşme; bir yerleşim yerinde belirli bir dönemde yaşanan nüfus yoğunluğu ve artış oranıyla ilgilidir. 21. yüzyılın en belirgin özelliklerinden biri, kentleşmenin yaygınlığıdır. Gelişmişlik seviyesi ne olursa olsun, tüm ülkeler kentleşmenin sonuçlarıyla yüzleşmektedir. Bu süreçte amaç yalnızca nüfus artışı değil, uzmanlaşmış bir kent toplumunun oluşturulmasıdır (Eğilmez, 2018). Kentleşme hareketleri; teknolojik, ekonomik, siyasal ve sosyo-psikolojik nedenlerle şekillenmektedir. Bu hareketin arkasındaki temel etkenler şunlardır:

- Tarımda makineleşme ile iş gücüne olan ihtiyaç azalmakta ve bu durum göçleri tetiklemektedir (Dürrü, 2018).
- Miras yoluyla arazi parçalanması, hızlı nüfus artışı, sanayileşme gibi nedenler, kırdan kente göçü hızlandırmıştır.
- Eğitim, sağlık, güvenlik, iş güvencesi gibi temel ihtiyaçların kentlerde daha iyi karşılanabileceği inancı göçü teşvik etmektedir.

Modernleşme süreciyle birlikte klasik kamu hizmetleri (adalet, güvenlik, diplomasi) çeşitlenmiş; ulaşım, yerleşim, sağlık ve eğitim gibi alanlar da kamu hizmetlerine dâhil edilmiştir. Bu durum kentlerde yoğun göç hareketlerini beraberinde getirmiş, dolayısıyla nüfus artışına ve toplumsal dayanışmanın zayıflamasına neden olmuştur. Artan rekabet ortamı, kentleri kendi markalarını oluşturma arayışına yöneltmiştir (Evin, 2019).

Türkiye’de kentlerin çekiciliğini artıran bazı temel etkenler şunlardır:

- Sanayi sektöründe tatmin edici ücretli işler ve iş güvencesi, kentleri cazip kılmaktadır.

- Marjinal sektörlerin varlığı (hamallık, işportacılık, değnekçilik gibi) kırsal göçmenlerin kentte yaşam alanı bulmalarını sağlamaktadır.
- Kentte yaşayan bireyler, çocuklarının eğitimine dair daha iyi fırsatlar yakalayabilmektedir.
- Güvenlik gerekçeleriyle (terör, kan davası vb.) kırsaldan kente göç yaşanmaktadır.
- Kent toplumunun kültürel değerleri ve halk arasında dolaşan söylemler, kente göçü özendirici hale getirmektedir (Telek, 2019).

### 1.3. Marka

Marka, bir üreticiye ait mal ve hizmetleri tanımlayan; bu ürün ve hizmetleri rakiplerinden ayıran bir isim, sembol, tasarım ya da bunların bileşimidir. Günümüzde bir ürün ya da hizmetin tercih edilmesindeki en temel unsurlardan biri olan marka, aynı zamanda tüketicie güven duygusu da aşlamaktadır. Marka, yalnızca bir ismi değil; ürünün temsil ettiği değerleri ve güvenilirliği de içeren çok boyutlu bir kavramdır. Güçlü bir marka oluşturmanın en önemli kriteri, tüketicide güven duygusunu pekiştirebilmesidir (Cevher, 2012).

Her kentin kendine özgü ayırt edici nitelikleri, onu bir "marka kent" hâline getirebilir. Marka, anlam ve çağrışım taşıyan bir etiket olarak, kentlerin bu özgün kimliklerini görünür kılma aracı olarak değerlendirilmektedir. Markalaşma süreci, bir bölgeye özgü kimliğin sistemli şekilde oluşturulmasını ifade eder. Bir yerin markalaşmasını belirleyen başlıca faktörler şunlardır (Azılı, 2015):

- Bölgenin sahip olduğu seçkinlik ve üstünlük unsurları, markalaşmada temel kriterlerdir.
- Yerellik ve çeşitliliğin yanında, standartlaşma ve uyumluluk gibi karşıt eğilimlerin dengeli şekilde varlığı gereklidir.
- Yerleşim birimleri, kendi pazarlama stratejilerini oluşturmakla sorumlu olup, rekabet ortamında güçlü kalabilmek için bu süreçte aktif rol üstlenmelidir.
- Pazarlama faaliyetlerinin bilişim altyapısı ve bilimsel teknolojilerle desteklenmesi zorunludur.

Teknolojik ilerlemeler, küreselleşmenin artırdığı rekabet baskısı, bilgiye kolay erişim ve lojistik kolaylıklar gibi gelişmeler; kurumların ve kentlerin marka kimliğini sürdürülebilir kılabilmesi açısından kritik bir rol oynamaktadır. Günümüzde pazarlama yaklaşımlarının büyük ölçüde değişime uğramasıyla birlikte marka, bir kurumun veya kent yönetiminin değerini artıran önemli bir unsur hâline gelmiştir. Markanın değeri; ürün, hizmet, kişi veya kent gibi öznesine göre farklılık gösterebilmektedir.

Kentlerin markalaşma süreci genellikle şu dört aşamadan oluşur (Zeren, 2011):

1. Planlama
2. Planın geliştirilmesi
3. Uygulama
4. Değerlendirme ve uyum sağlama

Marka kimliği, tüketicilerin marka hakkında sahip olduğu çağrışımları ve zihinsel imgeleri şekillendiren bir yapıdır. Markanın temsil ettiği anlamlar, markaya sahip olan kurum ya da birey tarafından oluşturulmakta ve zamanla pekiştirilmektedir. Marka kimliğini oluşturan temel unsurlar arasında kültürel miras, toplumsal ihtiyaçlar, doğal koşullar, teknolojik gelişmişlik düzeyi ve değişen koşullara uyum sağlama kapasitesi yer alır.

Marka imajı ise, tüketicilerin markaya ilişkin algılarını ve duygusal tepkilerini yansıtır. Bu imaj, iletişim faaliyetleri, reklam, halkla ilişkiler ve rakip analizleri gibi etmenler yoluyla şekillenmektedir. Markalaşma süreci yalnızca kalkınma ve farkındalık oluşturma çabası değil; aynı zamanda toplumsal bütünlük ve kimlik kazandırma süreci olarak da değerlendirilmelidir. Temel amaç, markanın insanlar tarafından benzersiz ve arzu edilen bir destinasyon olarak algılanmasını sağlamaktır.

### **Markanın Tüketicie Sunduğu Anlam Düzeyleri**

Markalar, tüketicilere dört düzeyde anlam sunar (Zeren, 2011):

1. **Katkılar:** Markanın zihinsel imgeler aracılığıyla sunduğu somut çağrışımlardır. Örneğin, Volvo markası güvenlik, prestij ve yüksek performans gibi özelliklerle özdeşleştirilir.
2. **Faydalar:** Tüketiciler ürünün teknik özelliklerinden çok, sağladığı faydalara odaklanır. Örneğin, yüksek fiyatlı bir ürün "kendini değerli hissetme" gibi duygusal faydalar sunabilir.
3. **Değerler:** Marka, alıcının önem verdiği değerlere hitap etmelidir. Volvo için güvenlik ve dayanıklılık öne çıkan değerlerdir.
4. **Kullanıcı:** Marka, kullanıcı kitlesiyle belirli bir kişilik profili çizebilir. Örneğin, Volvo markasının alıcıları genellikle orta yaşlı ve ekonomik olarak güçlü bireyler olarak tasvir edilir.

#### **1.4. Kent Markalaşması ve Marka Kent Kavramı**

Her kentin kendine özgü farklı niteliklerinin olması, kentlerin markalaşmasını kolaylaştırmaktadır (Cevher, 2012). Kent markalaşmasındaki amaç; kent halkının ve turistlerin marka hakkında iyi düşüncelere sahip olması, kentin ziyaretçi çekmesi, itibarını ve

gelirini artırma amaçları bulunmaktadır. Kentlerin markalaşması yeni bir konu olarak ele alınmaktadır. Bu süreçte şirketlerin ya da ürünlerin markalaşma süreçlerinden faydalanmasının kaçınılmaz bir durum olduğu düşünülmektedir. Kentler de edinmiş olduğu kaynaklarını daha verimli kullanmak, yaşanabilir güzel mekanlar oluşturmak, cazibe merkezi olarak nitelendirilmek adına pazarlamadan ve kent markalaşmasından yararlanmaktadır. Kentlerin marka niteliğinde değerlendirilebilmesi için kentin kültürel, tarihi, ekonomik, coğrafi özellikleri önemli birer marka oluşturma imkânı sunabilmektedir. Köklü bir tarihi olan kentler, bu özelliklerini kent markası oluşumunda veya kentin tanıtımında sıklıkla tercih etmektedir.

Coğrafi konum itibariyle çok sayıda kent, markalaşma sürecindedir. Marka kimliği unsurları; isim, marka kişiliği, sembol, ülke ve slogandan oluşmaktadır. Kentlerde markalaşma çalışmasının ilk aşamasını kente özgü marka stratejik analizi ile başlamalıdır. Her ürünün markalaşmasında olduğu gibi, bir kent markasının da ulusal ya da yerel kapsamda başarılı olarak nitelendirilebilmesi için, öncelikle ürünü oluşturan parçaların, özelliklerin iyi değerlendirilmesi, ürün ile ilgili neyin ne anlam ifade ettiği, neleri çağrıştırdığının iyi bilinmesi ve bu anlamların güzel bir yönlendirme ile oluşturulması şarttır. Kentlerin üst yapı yatırımları, mimari gibi fiziksel niteliklerle diğer kent markalarına göre ayrışabilir. Ancak bu niteliklerin diğer kentler tarafından kolaylıkla kopyalanması olağandır. Kopyalanmadaki kolaylık, tüketiciyi her zaman ve yeterince motive etmekten uzak tutabilmektedir. Bir kentin imajını oluşturan öğeler aynı zamanda o kentin markasının nasıl anlaşıldığını belirleyen unsurlardan oluşmaktadır. Kentin temel imajını etkileyen faktörler ise, gezilecek yerler rekreasyon, genel altyapı ve turizm, ulaşım ağı ve maliyetine bağlı etkinlikler, finansal, politik, kültürel, tarihi, sosyal, iklimsel ve doğal güzellik özellikleri şeklinde sayılabilmektedir (Cevher, 2012).

Marka kavramı, kentlere özgün bir kimlik oluşturmasıyla kentleri anlamlı kılmakta bu durum kentin önemli vizyona sahip olmasıyla markalaşma sürecinin başlamasında önem arz etmektedir. Kişilerin ve toplumun sahip olduğu değerler onların tanımlanmasını kolaylaştıran bir kimlik inşa etmekte ve bu değerler kent kimliği ile direkt ilişkilidir. Kentte bulunan her insan, kenti farklı şekilde ifade etmektedir. Bunun sebebi her insanın kentten beklentisinin farklı olmasıdır. Örneğin; yaşlılar kentte dinlendirici, sakin yer beklentisi yaşarken, öğrenciler aktifleşebilmek adına alışveriş merkezi, kütüphane gibi alanların kentte yer almasını beklemektedir. Kentte yerleşik bir hayat sürdürenler ile kente ziyarette bulunanlar farklı fikirlere sahip olabilmektedir. Toplumsal açıdan kimlik, öznel ifadelerden çok nesnel

ifadelere sahip olması gerekir. Bu sebeple, bir kentten bahsedildiğinde herkesin ortak paydada bulunduğu nitelikler kastedilmektedir.

Kentler zamanla kendilerine özgün nitelikleriyle kimliklerini oluşturmaktadırlar. Kent kimliği kentin tarihsel birikimleriyle ve yaşanmışlıklarıyla oluşmaktadır. Kent kimliği, mimari yapısı, renklerinin çeşitliliği, insanları, kentin gürültüsü veya sessizliği, caddeleri ve sokakları gibi çeşitli alt sistemlerin karşılıklı ilişkileri ile bir bütün haline gelmesi şeklinde tanımlanabilmektedir. Kent kimliği, kent imajının oluşmasında ve konumlandırılmasında önemli bir husustur. Kent kimliğini, kentin fark edilebilir olması istenen yüzü olarak ifade etmek mümkündür. Bu sebeple, kentin istenildiği şekilde tanımlanabilmesi için bir kimlik oluşturulmalıdır. Bununla birlikte kentlerin marka kent olma yolunda büyük öneme sahip olan bir başka olgu da slogan ve logo oluşturulmasıdır.

## **1.5. Marka İmajı ve Kimliği**

### **Sembol Yaratma**

Marka kavramı, özgün harf, kelime, şekil, sembol veya tüm bunların hepsini kapsayan bir tasarım olarak tanımlanabilir. Sembol ve logo tasarlanırken akılda kalıcı şekilde kentin öne çıkan nitelikleri kentsel imgelerle desteklemek, kenti yansıtarak cazibe merkezi oluşturmada ayrı bir öneme sahiptir. Bu sebeple marka olma sürecindeki ya da markalaşan birçok kent, kentte bulunan anıtsal sembolleri, simgeleri logo ve sembol oluşturmada kullanabilmektedirler. New York'taki Özgürlük Anıtı, Paris'teki Eyfel Kulesi, Roma'daki Collesium ya da Pisa Kulesi verilen bilgileri destekleyici niteliktedir.

Bir kentin markalaşması yalnızca iletişimle mümkün değildir. Yeni bir broşür, logo, amblem ve CD'ler iletişime göre çok daha fazla gerekli kılınmaktadır. İletişim, bir mekânın tanıtımında veya ne olduğu hakkında dünyaya bir şeyler anlatmanın ne yazık ki ilk adımı olmamaktadır. Küreselleşmiş dünyada, tüm kentler diğer kentler ile dünya refahından kendisine düşen payı alma amacıyla bir rekabet içerisinde bulunmak zorundadır. Tanınmış kent, tıpkı bilinirliği yüksek bir şirket gibi mal ve hizmetlerini kârlı bir şekilde sunma imkânı elde etmiş ve nitelikli insanların kente ziyarette bulunmasını, yerleşmesini diğer kentlere göre kolaylıkla sağlayabilmektedir. Böylelikle gerekli yatırımları ve etkinlikleriyle dünyada daha gözde bir rol ile çekici etkinlikler sunmalı, benzersiz özelliklere sahip olmalı ve kente gelen ziyaretçileri için olumlu düşünceler ve duygular uyandırmalıdır.

Her kentin kendine özgü niteliklerinin bulunması, kentlerin markalaşma sürecini kolaylaştıran önemli bir etmendir (Cevher, 2012). Kent markalaşmasının temel amacı; yerel halkın ve turistlerin kent hakkında olumlu düşünceler geliştirmesi, kentin daha fazla ziyaretçi

çekmesi, itibar kazanması ve ekonomik gelirini artırmasıdır. Kent markalaşması görece yeni bir kavram olmakla birlikte, ürün ve şirket markalaşmasında kullanılan stratejilerden yararlanılması bu süreçte kaçınılmazdır.

Kentler, sahip oldukları doğal, tarihi, kültürel ve ekonomik kaynakları daha verimli kullanabilmek; yaşanabilir, çekici alanlar yaratabilmek ve cazibe merkezi haline gelebilmek için pazarlama stratejilerine ve markalaşma çalışmalarına yönelmektedir. Özellikle köklü bir tarihe sahip olan kentler, bu tarihsel birikimlerini hem marka kimliği oluşturmada hem de tanıtım faaliyetlerinde etkin şekilde kullanmaktadır.

Coğrafi konumları itibarıyla birçok kent markalaşma sürecindedir. Marka kimliği; isim, sembol, slogan, ülke ve marka kişiliğinden oluşmaktadır. Bu sürecin ilk aşaması, kente özgü bir stratejik analiz yapılmasıdır. Tıpkı bir ürünün markalaşmasında olduğu gibi, bir kentin markasının başarılı sayılabilmesi için onu oluşturan bileşenlerin ne anlam ifade ettiği, hangi çağrışımları yarattığı ve nasıl yönlendirilmesi gerektiği dikkatle analiz edilmelidir.

Kentlerin mimari yapıları ve üstyapı yatırımları gibi fiziksel özellikleri, markalaşma açısından farklılık yaratabilse de bu tür unsurlar başka kentler tarafından kolaylıkla taklit edilebilir. Bu nedenle, sadece fiziksel özelliklere dayalı bir marka imajı oluşturmak, tüketiciler üzerinde kalıcı bir etki yaratmakta yetersiz kalabilir. Kentin imajını etkileyen unsurlar arasında turistik alanlar, rekreasyon imkânları, genel altyapı, ulaşım ağı, etkinlik maliyetleri, finansal istikrar, politik yapı, kültürel ve sosyal özellikler, iklim koşulları ve doğal güzellikler yer almaktadır (Cevher, 2012).

Kent markalaşması, kente özgün bir kimlik kazandırarak onun daha anlamlı hale gelmesini sağlar. Kent kimliği, bireylerin sahip olduğu toplumsal değerlerle doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda, kentte yaşayan bireylerin kente dair farklı beklentilere sahip olması doğaldır. Örneğin, yaşlı bireyler daha sakin ve dinlendirici alanlar beklerken; öğrenciler için sosyal yaşamı destekleyen kütüphane, alışveriş merkezi gibi yapılar öncelikli olabilir. Bu nedenle, kent kimliği oluşturulurken bireysel beklentilerin ötesinde, ortak değerlerde birleşen nesnel unsurlar ön planda tutulmalıdır.

Kent kimliği zamanla, kentin tarihsel birikimi, sosyal yaşantısı, mimarisi, renk paleti, insan profili, sokakları ve genel atmosferi gibi alt sistemlerin bütünleşmesiyle oluşur. Bu kimlik, kentin fark edilebilirliğini artırır ve marka kent olma yolunda önemli bir adımdır. Bu bağlamda, kentlerin özgün bir slogan ve logo ile kendilerini ifade etmeleri, markalaşma sürecinde dikkate alınması gereken stratejik bir unsurdur.

## **1.6. Marka İmajı ve Kimliği: Sembol Yaratma Süreci**

Marka, özgün bir harf, kelime, şekil, sembol veya bunların tümünü içeren bir tasarım olarak tanımlanabilir. Sembol ve logo tasarımı yapılırken, kente özgü nitelikler ön plana çıkarılmalı ve bu tasarımlar görsel hafızada kalıcılık yaratmalıdır. Logo ve semboller, kent imajını pekiştirerek cazibe merkezi olma sürecine katkı sağlar. Bu nedenle markalaşma sürecindeki birçok kent, anıtsal yapıları ve simgeleri logo tasarımlarında kullanmaktadır. Örneğin; New York'taki Özgürlük Anıtı, Paris'teki Eyfel Kulesi, Roma'daki Kolezyum ve Pisa Kulesi bu duruma örnek gösterilebilir.

Ancak bir kentin markalaşması yalnızca iletişim araçlarıyla sınırlı değildir. Yeni bir broşür, logo ya da tanıtım materyali tek başına yeterli değildir. Kentin tanıtımı, çok boyutlu bir stratejik planlama gerektirir. Günümüzde küresel düzeyde tüm kentler, refah payından daha fazla pay alabilmek için birbiriyle rekabet halindedir. Bu rekabette öne çıkmak isteyen kentler, tanınırlığını artırmalı, kaliteli yatırımlar çekmeli, nitelikli insan gücünü kente kazandırmalı ve ziyaretçilerde olumlu izlenimler yaratmalıdır.

Başarılı bir kent markası, yalnızca fiziksel yapılarla değil, aynı zamanda sunduğu yaşam kalitesi, sosyal fırsatlar ve kültürel zenginliklerle de desteklenmelidir. Kentin marka değeri, yalnızca dışsal görünümle değil, aynı zamanda kentlilerin aidiyet duygusu, güvenlik hissi ve yaşam memnuniyetiyle doğrudan ilişkilidir.

## **1.7. Marka Kişiliği ve Marka Değeri**

### **Slogan Oluşturma**

Marka için oluşturulan sloganlar, belirli bir fikrin hedef kitleye etkili biçimde iletilmesini sağlayan, anlam yüklü ve estetik açıdan dikkat çekici ifadeler bütünüdür. Sloganlar, belirli bir konumlandırma stratejisi çerçevesinde markanın ismine ve sembolüne anlam ve değer kazandırmaktadır. Bu bağlamda, özgün, dikkat çekici ve anlamlı sloganlar hem akılda kalıcılıkları hem de ilettikleri mesajın gücü açısından başarılı kabul edilmektedir. Markaların, hedef kitleye kendilerini en etkili biçimde ifade edebilme yollarından biri olarak sloganlar ön plana çıkmaktadır. Sloganların bu güçlü etkisi nedeniyle, tescil ve telif hakları ile korunmaları gerekli görülmektedir. Bu doğrultuda, mekânlara ait sloganlar da ticari marka olarak değerlendirilmektedir ve marka tescili ile hukuki güvence altına alınmaktadır. Herhangi bir sloganın, ilgili hizmetin veya ürünün içeriğini ve kaynağını tanımlama ve gösterme amacı taşıması gerekmektedir. Kent markası oluşturma sürecinde planlanan slogan ise, kentin sahip

olduğu değerleri ve vaatlerini yansıtan en etkili iletişim araçlarından biri olarak işlev gormektedir (Telek, 2019).

**Tablo. 1.1.** lkeler ve Sloganları

lkeler	Sloganları
Türkiye	Misafirimiz olun.
Arnavutluk	Kendi yolundan git.
Polonya	Hayal gücünüzü kullanın.
Ukrayna	Her Őey sana kalmış.
Belarus	Sınırlar ötesindeki misafirperverlik.
Belçika	Bulunmanız (olmanız) gereken yer.
İtalya	İtalya’da üretilmiştir.
Yunanistan	Gelmiş geçmiş klasik.
Mısır	Her Őeyin başladığı yer.
Almanya	Adeta ilham verici.

**Kaynak:** (Yusuf Aymankuy, 2019)

Kent kimliği, doğrudan kentte gozlemlenebilen fiziksel özellikler ya da bireylerin kentte yaşadığı deneyimler aracılığıyla oluşmaktadır. Örneğin, Varşova müzikle, Vatikan din ile, Paris kültürle ve Floransa ise sanatla özdeşleşmiş kentler olarak kabul edilmektedir. Sultanahmet ve Ayasofya Camii, farklı medeniyetleri bir araya getiren semboller olarak İstanbul’un marka kimliğinde önemli birer unsur olarak yer almaktadır. Bu doğrultuda; Antakya Mozaik Müzesi, Paris Eyfel Kulesi, Venedik ise kenti vreleyen kanallar ve ulaşımda kullanılan gondollarla; İstanbul Kız Kulesi, Pekin İmparatorluk Sarayı ve New York ise elinde meşale taşıyan zgrlk Anıtı ile zihinsel çağrışımı hızlı sağlayan güçlü imajlara sahiptir. Kent kimliğini belirleyen başlıca unsurlar beş ana kategoride değerlendirilebilmektedir:

- Coğrafi Konum zellikleri: anakkale ve İstanbul, sahip oldukları boğazlar ile; Venedik ise kanalları ve gondollar aracılığıyla kent içi ulaşım kolaylığı sağlayarak karakteristik bir kimlik kazanmıştır.
- İklim Yapısı zellikleri: İç Anadolu Bölgesi karasal iklimiyle, Akdeniz Bölgesi ise ılıman ve sıcak iklimiyle tanımlanabilir kimlik özelliklerine sahiptir.

- Sahip Olduğu Anıt Yapılar: İstanbul camileri, Paris Eyfel Kulesi ve Moskova Kremlin Sarayı gibi yapılar, buldukları kentlerin kimlik kazanmasında belirleyici olmuştur.
- Kent Meydanları ve Sokakları: Taksim Meydanı, Venedik'teki San Marco Meydanı gibi alanlar kentlerin simgesel mekânları olarak öne çıkmakta ve kent kimliğine katkı sunmaktadır.
- Folklorik ve Sosyokültürel Özellikler: Rio de Janeiro renkli karnavalı, Viyana ise valsleri ile tanınmakta ve bu yönleriyle kimlik kazanmaktadır (Telek, 2019).

Kentler, mevcut kaynaklarını daha verimli kullanmak, yaşanabilir nitelikte estetik mekânlar oluşturmak ve cazibe merkezi hâline gelebilmek amacıyla pazarlama stratejilerinden ve kent markalaşması uygulamalarından yararlanmaktadır. Kent markalaşması, geleneksel hizmet veya ürün pazarlamasının kent ölçeğine uyarlanmış biçimi olarak tanımlanabilir. Bir kentin markalaşması, o kentin bir ürün gibi piyasaya sunulması anlamına gelmektedir.

Başarılı bir marka kenti oluşturabilmek için, o kentin diğer kentlerden veya bölgelerden ayırt edilmesini sağlayacak dinamiklere sahip olması gerekmektedir. Bu bağlamda, coğrafi, tarihi, kültürel ve ekonomik özelliklerin markalaşma sürecinin temelini oluşturması kaçınılmazdır. Artan rekabet ortamında kentler, diğerleri arasında öne çıkabilmek amacıyla farklılaşmak zorundadır. Bu nedenle "markalaşma", kentler için en etkili stratejik tercihlerden biri olarak değerlendirilmektedir.

Markalaşma sürecindeki kentlerin temel hedeflerinden biri, yalnızca pazarlama faaliyetleri yoluyla tanınırlık sağlamak değil, aynı zamanda zihinlerde kalıcı bir imaj oluşturarak kentin satılabilirliğini artırmaktır. Bu hedef, yalnızca büyük şehirlerle sınırlı kalmayıp; ülkeler, bölgeler, yerel yöreler, köyler ve hatta küçük nüfuslu yerleşim alanlarının da gündeminde yer almaktadır. Günümüzde, yeni marka oluşturma sürecinde öncelik ülke ölçeğinden ziyade kent hatta kasaba markalarının geliştirilmesine yönelmiştir. Bu süreçte, kente uygun, gerçekçi ve sürdürülebilir bir imaj geliştirmek büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda, "vaat edilenin yerine getirilmesi" ilkesine özel bir vurgu yapılması gereklidir (Zeren, 2011).

Kent markalaşması, kentlerin ve mekânların gelişmiş bir düzeye ulaşması amacıyla, stratejik planlamalar doğrultusunda elde edilen verilerin kullanıldığı yeni bir disiplin olarak değerlendirilmektedir. Bu disiplin, kentlerin sahip olduğu tüm kaynakları pazar ihtiyaçlarıyla uyumlu hâle getirerek, kalıcı, olumlu, güçlü ve ayırt edici bir itibar kazanmalarını amaçlamaktadır. Aynı zamanda, kentin karakterini ve güçlü yönlerini hedef kitleye etkili biçimde ulaştırmayı hedefleyen kapsamlı ve bütüncül bir süreçtir. Etkili bir kent markalaşması, planlama ve pazarlama disiplinlerinin uzmanlık temelinde bütünleştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu kapsamda kent, kendisini etkileyici biçimde sunmalı, hedef kitlenin zihninde

diğer kentlerden daha üstün bir pozisyona sahip olmalı ve nihayetinde bu stratejik çerçeve içerisinde bir marka kimliği oluşturmalıdır. Bu bağlamda, kent markalaşmasının değer yaratma süreci aşağıdaki aşamalarla mümkün hâle gelmektedir:

- Kentin güçlü ve farklı vizyonu doğrultusunda vermek istediği mesajların düzenlenmesi,
- Kentte ikamet eden halkın potansiyelinin ortaya çıkarılması ve yatırımları destekleyici biçimde ekonomik değer oluşturulması,
- Kenti etkileyici ve akılda kalıcı bir imajla uluslararası düzeyde tanınır hâle getirecek etkili yöntemlerin geliştirilmesi (Azılı, 2015).

Bir kentin kültürel gelişmişlik düzeyinin değerlendirilmesinde en temel kriterlerden biri, o kentteki üniversiteler ve araştırma kurumlarının sayısı ile bu kurumların etkinliğidir. Üniversitelerin ve araştırma merkezlerinin varlığı, yürütülen bilimsel araştırmalar, bilimsel faaliyetlerin kalitesi, bu kurumlarda eğitim gören öğrenci sayısı ve öğrencilere sunulan imkânlar, kent markalaşmasına doğrudan etki eden unsurlar arasında yer almaktadır. Kent markalaşması, geleneksel ürün markalaşmalarından çeşitli yönleriyle ayrılmaktadır. Bu farklılığın temel nedeni; kent markalaşmasının yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda toplumsal faydayı hedefleyen sosyal belediyecilik ilkeleri çerçevesinde ve demokratik süreçlerle şekillenmesidir. Ayrıca, markalaşma süreci kentin rekabet edilebilir bir kimlik kazanmasını da sağlamaktadır.

Kentlerin markalaşması; diğer kentlerden farklı bir imaj oluşturmayı, etkili bir biçimde promosyon yapmayı ve bilgi aktarımını sağlamayı içermektedir. Günümüzde pek çok yerleşim birimi, kent imajını oluşturmak amacıyla kampanyalar yürütmekte, çeşitli medya organları ve sosyal medya platformları üzerinden kent sakinlerine ulaşmaktadır. Ancak bir kentin etkili bir biçimde pazarlanabilmesi için, kente dair merak uyandıran özgün özelliklerin tanıtılması veya bu özellikleri öne çıkaran yeniliklerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda; yaşanabilir ve huzurlu bir kent ortamının sağlanması, kente gelen ziyaretçilere samimi davranılması, sanayi ve ticaret faaliyetlerinin kolaylaştırılması, ulaşım sistemlerinin erişilebilir olması ve güvenli yaşam koşullarının sağlanması gibi birçok faktör kent markalaşması açısından kritik öneme sahiptir.

Coğrafi konumu itibarıyla avantajlı bir durumda bulunan her kent, kendi oluşturduğu kaynakları sayesinde büyüme imkânını kendi çabalarıyla yaratabilir. Bu tür kentlerde istikrarlı bir biçimde nüfus artışı sağlanabilir, kentsel dönüşüm gerçekleştirilebilir, kişi başına düşen gelir artırılabilir; estetik yapılar inşa edilebilir, kamu kurumları etkin bir şekilde çalışabilir, sokaklar temiz tutulabilir ve kentini benimseyen bir topluluk oluşabilir. Ancak tüm bu özelliklere coğrafi avantajlarla sahip olan herhangi bir kentin marka kent olacağına dair kesin

bir koşul bulunmamaktadır. Bir kentin “marka kent” olarak nitelendirilebilmesi için en temel faktör ekonomik güçtür. Ekonomik yapı ve kentte yaşayan bireylerin refah seviyesi, bir kenti marka kent olarak tanımlamayı daha mümkün kılmaktadır. Küreselleşme süreciyle birlikte, cazibe merkezlerine dönüştürme düşüncesi kentlerde daha somut bir karşılık bulmuştur.

Kentin marka değeri; kente gelen ziyaretçilerin seyahatleri süresince gerçekleştirdikleri harcamalar, yatırımcılar tarafından sağlanan ekonomik katkılar, yatırım yapma eğiliminde bulunan ziyaretçilerin ilgisi ve yapılan yatırımların finansal boyutu ile açıklanabilir. Yüksek marka değerine sahip kentler, sosyal ve ekonomik açılardan güçlü birer çekim merkezi haline gelebilmektedir. Dolayısıyla, bu kentlerde yapılan yatırımlar istihdam artışını da beraberinde getirmektedir. Örnek bir marka kentte altyapı çalışmaları tamamlanmış ve estetik açıdan başarılı bir şekilde tasarlanmış olmalıdır. Kişi başına düşen gelirin artması, kültür ve sanat faaliyetlerine de yansımakta, böylelikle sanat yaşamı gelişmektedir.

Marka kent kavramının ekonomik göstergelerle doğru orantılı olması dikkat çekicidir. Ekonomik refahın yüksek olması, kent sakinlerinin sosyal ve kültürel aktivitelerini hem artırmakta hem de biçimlendirmektedir. Kentin sahip olduğu fiziksel özellikler, marka olma sürecinin bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Bu fiziksel özelliklerin hem kent sakinlerine hem de ziyaretçilere çekici bir biçimde sunulması önemlidir. Örneğin, Hawaii sahilleri, Venedik kanalları, Sorrento falezleri ve İstanbul Boğazı gibi doğal ya da yapay mekânlar, ziyaretçiler için cazibe merkezi olarak görülmektedir. Ancak kent markalaşmasının bazı olumsuz yönleri de söz konusudur. Rekabet eksenli kent düzenlemeleri, ilgili bölgelerde sınırlı yaşanabilirlik sorunlarını gündeme getirebilmektedir. Bu durum, kentte düzensizlik ve sosyal eşitsizlik temelli farklılıkların derinleşmesine neden olmakta; plansız projelere ve tatmin edici olmayan sonuçlara zemin hazırlamaktadır. Ayrıca, kentin bazı bölgelerinde yapılan farklı düzenlemeler, sosyal mesafeyi artırmakta ve bu durum markalaşmış kentlerde dahi gözlemlenebilmektedir (Güdüdede, 2017).

Hiçbir kentin kimliği, tarihsel geçmişinden bağımsız olarak değerlendirilemez. Özellikle tarihi anıtlar ve kentsel dokular, kentin kültürel zenginliğine katkı sağlamaktadır. Doğal, tarihi ve kültürel mirasın korunarak gelecek nesillere aktarılması, kentsel kimliğin sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Kültür kavramı, toplumsal bir perspektifle ele alındığında sosyal faktörler aracılığıyla kent kimliğinin şekillenmesinde etkili olmaktadır. Kentsel açıdan kültür; belirli bir yerleşim alanında yaşayan toplulukların siyasal, ekonomik ve toplumsal yaşam dinamiklerinin, tarihsel süreç içerisinde oluşturduğu birikimin somut ifadesidir.

Kentlerin marka değerini artırmada işlevsellik kavramı da önemli bir rol oynamaktadır. Bir kent; kültür, sanat, sergi, eğitim, eğlence, spor, sanayi, ulaşım, hizmet ve ürün üretimi ile

fuvar alanları gibi çeşitli işlevsel yapıları bünyesinde barındırması durumunda markalaşma sürecini daha etkin bir şekilde yönetebilmektedir. Öyle ki, bazı kentler sahip oldukları işlevlerle özdeşleşerek hem ulusal hem de uluslararası düzeyde tanınır hale gelmektedir. Örneğin; “aşıklar şehri” olarak bilinen Paris, “tüccarların limanı” Kopenhag ve “beyaz kale” Viyana, işlevsel temsilleriyle dünya çapında kimlik kazanmış kentler arasında yer almaktadır.

Ülkelerin markalaşmasında en önemli etken kentlerdir. Kentlerin sahip oldukları varlıklarla ön plana çıkmaları, sosyal ve ekonomik alanlarda birer çekim merkezi hâline gelmeleri, rekabet koşullarında öne çıkabilmeleri, turizmi ve yatırımları kendilerine çekebilmeleri, ülkelerin markalaşma süreciyle doğrudan ilişkilidir. Bir kentin markalaşması ile birlikte artan talep, söz konusu kente yönelik ekonomik iyileşme ve kalkınma süreçlerini de beraberinde getirme potansiyeline sahiptir. Bu yöntem sayesinde marka haline gelen kentlerde ürünlerin markalaşma süreci de daha kolay gerçekleşmektedir. Kentin marka değerinin sağladığı avantajlar, kent halkının kültürel, ekonomik ve sosyal düzeyinin yükselmesine katkı sağlarken; aynı zamanda kentlilik bilincinin gelişimine de önemli ölçüde destek olmaktadır. Bu nedenle, kent markalaşması, toplum nezdinde önemli bir olgu olarak görülmektedir.

Teknolojik gelişmelerin baş döndürücü hızı, iletişimin kolaylaşması ve küreselleşme gibi süreçler; kentlerin kalkınma anlayışlarında ve sınırlarında köklü değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu gelişmeler sonucunda, aynı ülke sınırları içerisindeki kentler arasında dahi rekabet zorunlu hale gelmiş, hatta coğrafi olarak birbirine yakın olmayan kentler arasında bile ciddi bir rekabet ortamı oluşmuştur. Bu bağlamda kentlerin markalaşması; ürün veya hizmet markalaşma yöntemlerinin kentler özelinde uygulanması yoluyla, kentliye ve kente dair tüm alanlarda değer kazandırmayı hedefleyen, insanların zihninde olumlu bir izlenim bırakmayı amaçlayan ve yerli halkın yanı sıra turistler, yatırımcılar ve yabancılar için bir cazibe merkezi hâline gelmeyi hedefleyen projelerin toplamı olarak tanımlanabilir.

Kentin sahip olduğu kaynakların markalaşma çabasıyla pazarlanması, yalnızca kentin değer ve bilinirliğini artırmakla kalmamakta, aynı zamanda ona özgün bir kimlik de kazandırmaktadır. Bu doğrultuda, kenti temsil eden projelerin, hizmetlerin ve ürünlerin markalaşma sürecine dahil edilmesiyle kentsel markalaşma sürecinin yönü belirlenebilmektedir. Böylece, kent ile kentte yaşayanlar ya da kenti ziyaret edenler arasında duygusal bir bağ oluşması da mümkün olabilmektedir.

Kent markalaşması, kentsel yönetimlerin temsil ettikleri alan ve bölgeleri pazarlamayı hedefleyen endüstri gruplarının girişimlerini kapsamaktadır. Bu çabaların temelinde yer alan dört temel hedefin bir veya birkaçını gerçekleştirebilen kentler, marka haline gelebilmektedir:

- Kentlerin ihracat potansiyelini artırmak ve dışa bağımlılığı azaltmak,
- Yerel ekonomilerini ve faaliyetlerini yabancı rekabetten korumak,
- Kentin gelişiminde etkili olan unsurları korumak ya da kente çekmek,
- Kentleri uluslararası ve yerel düzeyde sosyal, ekonomik ve politik açılardan avantajlı bir konuma getirmek (Zeren, 2011).

Kentlerin ekonomik refaha ulaşması, ihracat kapasitesini geliştirmesi ve kendini dış rekabete karşı koruyabilmesi, kent markalaşmasının temelinde yatan ekonomik gerekçeyi ortaya koymaktadır. Bu bağlamda yatırım açısından elverişli bir yapıya sahip olmak, daha fazla ziyaretçi çekmek, daha fazla markayla pazarda yer almak, daha büyük bir cazibe merkezi hâline gelmek ve ekonomik gücüyle öne çıkan bir aktör olmak, kent markalaşmasının hedefleri arasında yer almaktadır. Kentler; ekonomik, kültürel, sosyal, yönetsel, fiziksel ve işlevsel olmak üzere çok boyutlu ve karmaşık yapılar sergilemektedir. Bu unsurların her biri, bir kentin güçlü bir marka olup olmamasında doğrudan etkilidir. Kent markasını oluşturan temel unsurlar ise fiziksel, doğal, yapay ve yönetsel unsurlar olmak üzere dört başlık altında toplanmaktadır.

### **1.8. Kentlerin Markalaşma Süreci**

1980'li yıllardan itibaren hem akademik çevrelerde hem de kamu yönetimi alanında kent markalaşması konusuna olan ilgi önemli ölçüde artmıştır. Kent markalaşması kavramının teorik altyapısını oluşturan “mekânın imajı” konusunda öncü çalışmaların 1975 yılında Hunt tarafından başlatıldığı ifade edilebilir. Hunt, bir kentin imajı ile turizmin gelişimi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Markalaşma teorisinin turizm bağlamında ele alınması ise ilk olarak 1998 yılında “destinasyon markalaşması” kavramıyla gündeme gelmiştir. Bu çerçevede, kentsel markalaşma yeni bir kavram olarak değerlendirilmekte; kentin kendine özgü fiziksel niteliklerinin belirlendiği ve bu özelliklerin kentin özünü yansıttığı bir süreç olarak tanımlanmaktadır.

Kent markalaşma süreci, kentin ayırt edici ve özgün niteliklerinin anlaşılması ve bu özellikleri içeren özgül bir pazarlama yaklaşımının geliştirilmesi süreci olarak tanımlanabilir. Bu süreçte kentler, pazarlanabilir bir ürün olarak görülmektedir. Dolayısıyla, kentlerin markalaşma süreci bir “kent gelişim programı” şeklinde algılanmalıdır.

Kentin markalaşma süreci yalnızca kentin kendisini nasıl ifade etmesi gerektiğiyle ilgili değildir; aynı zamanda, kentin paydaşları konumundaki çeşitli sosyo-ekonomik grupların kenti ve kent yönetimini nasıl algıladıklarını anlamaya da katkı sağlar. Güçlü ve olumlu bir marka kimliği oluşturmak uzun zaman alan bir süreçtir. Hem yerel hem de uluslararası düzeyde, kentsel markalaşmanın ilk aşamalarında kentsel imaj ve itibar hedeflerinin belirlenmesi, bu

hedeflerin uygulanması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması, ciddi zaman ve çaba gerektiren bir dönem kapsamaktadır.

Sanayileşme süreciyle birlikte kentsel nüfusun istikrarlı biçimde artması, kent yönetimi konusundaki araştırmaların da artmasına ve dolayısıyla kentsel rekabetin doğmasına neden olmuştur. Ekonomik açıdan önemli birer yatırım merkezi hâline gelen kentler, yaşam kalitesini artırmanın yanı sıra sosyal ve kültürel açıdan da öne çıkmak amacıyla çeşitli stratejiler geliştirme çabası içindedir. Bu bağlamda, kent markalaşma sürecine yalnızca turist sayısını artırmak ya da yatırımcı çekmek amacıyla değil; aynı zamanda kentin itibarını yükseltmek perspektifiyle de yaklaşılmalıdır.

Kentin misyonu, vizyonu, değerleri ve ilkelerinin net biçimde tanımlanması ve ortak amaçların belirlenmesi, stratejik kent yönetim sürecinin etkin bir şekilde işletilmesini sağlayacaktır. Bu doğrultuda markalaşma sürecine giren kentler, güncel gelişmelere ve değişen koşullara uygun şekilde yeni markalaşma stratejileri geliştirerek dönüşüm göstermektedir (Özden, Kantar, & Çınar, 2021).

### **1.9. Kent Markası Unsurları**

Kentler; kültürel, toplumsal, idari, işlevsel ve finansal boyutlarıyla çok katmanlı ve karmaşık yapılar olarak değerlendirilir. Bu unsurlar birbirleriyle ilişkili olup, kimi zaman örtüşen veya birbirini tamamlayan nitelikler taşımaktadır.

#### **• Fiziksel Unsurlar**

Kent markalaşmasının en temel bileşenlerinden biri fiziksel unsurlardır. Kentin fiziksel özelliklerinin çekiciliği artıracak şekilde değerlendirilmesi ve bu unsurların kent değerini yükselten birer öge olarak sunulması gerekmektedir. Günümüzde, fiziksel yapılarıyla ön plana çıkan ve markalaşan pek çok kent bulunmaktadır. Örneğin, İstanbul'un Asya ve Avrupa kıtalarını birbirine bağlayan konumu, Hindistan'ın Agra kentindeki Tac Mahal'in etkileyici mimarisi ya da Fransa'nın başkenti Paris'te yer alan Eyfel Kulesi bu bağlamda öne çıkmaktadır. Dünyada; parkları, meydanları ve geniş rekreasyon alanları ile fiziksel çekiciliğe sahip çok sayıda marka kent bulunmaktadır (Adıyaman, 2008).

#### **• Tarihsel Unsurlar**

Kentler, tarihin ilk dönemlerinden itibaren medeniyetlerin doğuşuna ve gelişimine ev sahipliği yapmış önemli yerleşim birimleridir. Bu nedenle, geçmişten günümüze uzanan tarihsel birikim ve kültürel miras, kentlerin gelişiminde büyük rol oynamaktadır. Kentler; tarih boyunca varlık gösteren medeniyetlerden ve kültürel yapılardan etkilenecek kendilerini

şekillendirmekte ve bu süreçte stratejik bir avantaja sahip yerleşim bölgeleri hâline gelmektedir. Örneğin, İstanbul Dolmabahçe Sarayı, Kız Kulesi, Galata Kulesi ile; Balıkesir Saat Kulesi, Şeytan Sofrası, Zağnos Paşa Camii ile; Bursa ise Ulu Camii ve Kapalı Çarşı gibi yapılarıyla tarihsel değer taşıyan markalaşmış kent örnekleri arasında yer almaktadır (Zeren, 2011,).

#### • *Sosyo-Kültürel Unsurlar*

Kültür, bireylerin ve toplumların yaşam biçimini yansıtan bir olgudur. Kentsel, yöresel ve bölgesel düzeyde farklılık gösteren kültürel yapılar, kentlerin diğerlerinden ayrışmasını sağlamaktadır. Bir kentin gastronomi kültüründen mimarisine, sosyal yaşam tarzından estetik anlayışına, yerel dil özelliklerinden inanç sistemine kadar pek çok unsur sosyo-kültürel kimliğini oluşturmaktadır. Örneğin, Bolu kenti gastronomik zenginlikleriyle tanınırken, Balıkesir halk oyunları ve geleneksel danslarıyla ön plana çıkmaktadır (Zeren, 2011).

#### • *İşlevsel Unsurlar*

Günümüzde kentler, sakinlerine sundukları yaşam fonksiyonlarıyla tanımlanmaktadır. Özellikle metropol kentler, işlevsellik yönüyle öne çıkmakta; sosyal alanlar ve çalışma olanakları kentin gelişimine doğrudan katkı sağlamaktadır. İşlevsel unsurlar, bir kentin marka değerini artıran temel bileşenlerdendir. Altyapı, sanayi, ulaşım, eğlence, kültür-sanat ve spor gibi alanlarda işlevsel çekiciliğe sahip olan kentler, markalaşma süreçlerini daha etkili biçimde yönetebilmektedir. Kentin olumlu bir imaj kazanması için işlevsellik unsurlarının kent markası stratejilerinde aktif biçimde değerlendirilmesi önemlidir (Zeren, 2011).

#### • *Yönetmel Unsurlar*

Kent markalaşması, bölgesel, yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde pek çok aktörün dahil olduğu karmaşık bir süreci kapsamaktadır. Kent yöneticileri, süreçte yer alacak paydaşları dikkatle seçmeli ve alınacak kararların başarıya ulaşmasını sağlamalıdır. Bu bağlamda, sivil toplum kuruluşları, özel sektör temsilcileri, kamu kurumları ve kent halkı, kentsel yönetişimde söz sahibi temel aktörlerdir. Bu aktörlerin doğru stratejilerle hareket etmesi, kentin olumlu bir imaj kazanmasına ve markalaşma sürecinin etkin biçimde yürütülmesine katkı sunacaktır (Koçyiğit & Eren, 2023).

### **1.10. Kentlerin Markalaşma Gerekeçleri**

Günümüzde kentlerin birbirleriyle rekabet hâlinde olması, sundukları hizmetleri ve kentlerine ait tüm değerleri pazarlayarak cazibe merkezi haline gelmeleri, yerel ve uluslararası düzeyde olumlu bir imaja sahip olmaları zorunluluk haline gelmiştir. 2000’li yıllardan önce

kentler arasında böyle yoğun bir rekabet gözlemlenmemiştir. Ancak günümüzde, benzer özelliklere sahip kentlerin doğru stratejilerle tanıtımı yapılmakta ve bu sayede marka kent niteliğine ulaşmaları mümkün olmaktadır (Zeren, 2011). Örneğin, Türkiye’deki kentler birçok doğal ve kültürel değere —örneğin güzel sahillere, temiz su kaynakları ve arkeolojik bölgeler— sahip olmasına rağmen, coğrafi yakınlıktaki Yunanistan kentleri, benzer niteliklere rağmen daha fazla turist çekmektedir (Kotler & Gertner, 2002).

Kentlerin markalaşma isteğinin en önemli nedeni ekonomik faktörlerdir. Daha fazla turist çekmek, cazibe merkezi olma düzeyini artırmak ve yatırımcıları kentlere çekmek, kentlerin ekonomik güç kazanması ve bu gücü hakimiyet elde etmek için kullanması açısından markalaşmayı kritik bir araç hâline getirmektedir.

Kentler açısından markayı zorunlu kılan temel koşullar şunlardır:

- Tüketicilerin harcama gücündeki artış,
- İnsanların diğer kültürlerle olan ilgisi ve merakı,
- Kentler arasında giderek artan benzerlikler,
- Uluslararası medyanın etkisi.

### **1.11. Kentleşmede Kamu ve Yerel Yönetim Politikaları**

Günümüzde kentlerin markalaşma süreçlerinde “global düşünüp yerel davranmak” ilkesi bir zorunluluk olarak kabul edilmektedir. Ulusal kalkınma anlayışının ön planda olduğu günümüzde, yerel yönetimlerin kent markalaşmasındaki rolü giderek artmaktadır. Türkiye’de kentlerin markalaşma politikaları genellikle valilikler ve belediyeler arasında iş birliği ile şekillenmektedir. Bu paydaşların ortak hareketi, başarılı sonuçlar elde edilmesini mümkün kılmaktadır. Tam anlamıyla bir kent markasına ulaşabilmek için yerel iş dünyası ve kurumlar, ulusal ve yerel medya, komşu ülkeler, valilik, kent yönetimleri ve çok uluslu organizasyonlarla etkili ilişkiler kurulması gerekmektedir. Ayrıca belediyelerin, bu süreçte etkili bir pazarlama stratejisi geliştirerek yaptıkları başarılı projeleri kent halkına ve rekabet halinde oldukları diğer kentlere duyurmaları önem arz etmektedir. Yerel ve merkezi yönetimlerin, markalaşma planlarına diğer aktörleri de dahil etmesi, ortak hedeflere ulaşmayı kolaylaştırmaktadır.

### **1.12. Özel Sektör ve Diğer Kurumlar**

Kentlerin markalaşmasında ticaret ve iş potansiyelinin seviyesi kritik bir öneme sahiptir. Bu nedenle, marka değeri yüksek kuruluşların kentlerdeki varlığı büyük önem taşımaktadır. Yatırımcıların katılımıyla işletmelerin gelişmesi ve kentlerin cazibelerinin artması, iyi markalaşmış kentlerin oluşmasını sağlamaktadır. Günümüzde kentler, bu bilinçle yatırımları kendi bölgelerine çekmek için yoğun çaba göstermektedir.

Bir kent, ekonomik düzeyini sürdürebilmek için aşağıdaki hususlara dikkat etmelidir:

- Mevcut iş kollarını koruyarak iş yerleri ile sürekli iletişim halinde olmak,
- Bu iş kollarının gelişmesini sağlamak amacıyla istikrarlı ve düzenli planlar yapmak,
- Kentte yatırım yapmayı düşünen yeni yatırımcılara kolaylıklar sağlamak,
- İhracatı sürekli artırarak kent ekonomisini güçlendirmek.

Marka olma yolunda yapılacak yatırımlar, kente cazibe merkezi olmanın ötesinde çeşitli faydalar da kazandırmaktadır. Yeni sektörlerin doğup gelişmesi, istihdamı artırarak birçok yeni iş alanının oluşmasına katkı sağlamaktadır. Böylelikle yatırımcılar ve kent halkı arasında karşılıklı memnuniyet sağlanmaktadır.

Ancak kent markalaşması, neoliberal politikalar ve globalleşme süreçlerinin etkisiyle, gelişmiş ülkeler ve çok uluslu şirketler tarafından yürütülen yoğun rekabetin sonucu olarak eleştirilmektedir. Bu süreç, sosyal adaletsizlik ve gelir eşitsizliği kaygılarıyla da tartışılmaktadır.

Kent markalaşmasının iki yönlü avantajı bulunmaktadır. Hem kente hem de kent halkına sosyal ve ekonomik açıdan olumlu katkılar sağlamaktadır. Bu bağlamda halkın markalaşma çalışmalarını desteklemesi ve değişime uyum göstermesi de önemlidir. Öte yandan, kırdan kente olan göç hareketlerinin yarattığı sosyal ve ekonomik dezavantajlar da göz önünde bulundurulmalıdır. Özellikle nüfus yoğunluğu yüksek kentler, bu göç dalgalarının etkisiyle toplumsal patlamalar yaşayabilir ve bu durum kentleri “sosyal patlayıcı” haline getirebilir. Bu tehlikenin önlenmesi için göç politikalarında doğa, çevre, kentleşme düzeni ve iş imkânları gibi faktörler dikkate alınarak hareket edilmelidir (Zeren, 2011).

## İKİNCİ BÖLÜM

### KENTTE KADINLAR

#### 1. Kentte Kadınlar

##### 1.1. Kadın ve Kentsel Mekân

Kentler, kadın ve erkek nüfusun bir arada yaşamasıyla oluşmakla birlikte, kadınların ve erkeklerin kent içindeki konumları tarih boyunca eşitlikten uzak olmuştur. Kadınlar, kent yaşantısına ilişkin karar mekanizmalarında erkeklere kıyasla geri planda kalmışlardır. Sağlık, eğitim, ulaşım ve teknolojide yaşanan gelişmelerle aile ilişkileri, toplumsal roller ve karar alma süreçlerindeki katılımlar değişse de kadınlar ekonomik, siyasal ve kentsel kazanımlardan erkeklere göre daha az yararlanabilmektedir. Oysa kentlilerin birbirleriyle ve kentsel çevre ile kurduğu ilişkiler, kentsel katılımın yaşama geçirilmesinin temelini oluşturur. İlk çağlarda kadınlar, doğurganlık özellikleri nedeniyle toplumsal yaşamda erkeklerle birlikte görünür olmuştur. Ancak sanayileşme döneminde, fiziksel özelliklerinden dolayı erkekler daha fazla ön plana çıkmış ve kadınlar biyolojik farklılıkları sebebiyle toplumsal yaşamda geri planda kalmış, hakları sınırlandırılmıştır (Evin, 2019).

En uygar toplumlarda dahi kadınlara ve kız çocuklarına yönelik önyargılar tarih boyunca varlığını sürdürmüştür (Tümerdem, 1986). Toplumsal eşitlik açısından yapılan değerlendirmelerde, İsveç gibi ülkeler eşitsizliklerin en az yaşandığı ülkeler arasında yer alırken, Türkiye bu değerlendirmelerde listenin sonlarında bulunmaktadır. Kentlerde yaşanan eşitsizlikler, gelir ve servet dağılımı, eğitim düzeyi ve sosyal aktiviteler gibi alanlarda kendini açıkça göstermektedir. Türkiye’de geleneksel yapılar, kadın ve erkeğin yaşamı boyunca farklı sosyal kalıplar içinde yer almalarına neden olmaktadır (Bora, 2008). Birçok kadın çalışma hayatına katılamamakta, ev hanımlığı ve annelikle ilişkili görevleri yerine getirmeye odaklanmaktadır. Çalışan kadınlar ise, öncelikli sorumluluklarının aile olduğunu düşünerek erkeklerle eşit çalışma haklarına sahip olamamaktadır (Sirman, 2020).

Kadın ve erkek arasındaki biyolojik farklılıklar, toplumsal eşitsizlik ve hiyerarşik ayrımları beraberinde getirmiş, ataerkil toplum yapılarının oluşmasına yol açmıştır. Ataerkil toplumlarda kadın ve erkek birbirine dışlayıcı ve karşıt rollerle tanımlanmakta; kadın doğaya, bedene indirgenirken, erkek akıl, uygarlık ve kültürün temsilcisi olarak yüceltilmektedir (Berktaş, 2004).

Kentler, cinsiyetçi roller ve toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri nedeniyle kadınlar ve erkekler için farklı yaşam alanları sunmaktadır. Modern kentler, kolay hareketlilik, düzenlilik ve konutun iş yerinden farklı konumda olması temelinde şekillenmiştir. 1970'lerden itibaren neoliberal politikalar doğrultusunda kentlerin küresel pazarda rekabet edebilir alanlar haline gelmesi amaçlanmıştır (Heywood, 2018). Ancak kent planlamaları genellikle iktidardaki gruplar tarafından yapılmakta ve bu planlamalar kadınların “yeri evdir” algısına göre şekillenmektedir. Ekonomik sıkıntıların arttığı durumlarda “eve kapanan kadın” fenomeni daha belirgin hale gelmektedir. Özellikle kenar mahalleler ve gecekondu bölgelerinde altyapı sorunları yaygındır ve bu sorunlar, toplumsal cinsiyet eşitsizliğiyle birleşince kadınların yaşamını daha da zorlaştırmaktadır. Kadınların kentle ilişkisi yalnızca kısıtlayıcı değil, aynı zamanda etkileşimlidir. Orta sınıftaki kadınlar, ev bakımı ve meslek hayatı arasında denge kurmakta, ev hizmetleri için başka kadınlardan destek almakta veya bakım işlerinin kamu hizmeti olarak yerel ve merkezi yönetimler tarafından sağlanmasını talep etmektedir (Healey, 2003).

Kent dokusu, siyasal ve toplumsal mücadelelerin en yoğun biçimde yaşandığı ve bireylerin özel ve kamusal alanlarda varlık mücadelesi verdiği bir alandır. Kentlerde cinsiyet, farklı temsil biçimleriyle ortaya çıkmakta ve kent kendi kültürel ve sosyal yapısıyla kadın ve erkeğe farklı yaşam alanları, fırsatlar, özgürlükler, güvence ve güvenlik hizmetleri sunmaktadır. Ancak genel olarak kentsel mekânlar, cinsiyetlendirilmiş bölgelere ayrılmaktadır.

Kadınların kentteki yaşam alanı çoğunlukla ev ve ev içi mekanlarla özdeşleştirilirken, erkekler gündelik yaşamda kentin farklı bölgelerinde yer almaktadır. Bu mekânsal ayrışma, eğitim, istihdam, toplumsallaşma ve siyaset alanlarında erkekler ve kadınlar arasında belirgin eşitsizliklere yol açmakta ve kentte önemli bir toplumsal sorun olarak ortaya çıkmaktadır (Alkan, 2009).

Kentsel mekân, bireyin gündelik yaşam pratiklerini gerçekleştirmesine olanak tanıyan veya bu olanaklardan yoksun bırakan kültürel ve sosyal görünüm özelliklerini ortaya çıkaran, tarih boyunca değişim gösteren bir yapıdır. Örneğin; kentsel mekân içinde yer alan yeme-içme alanları (kafeler, pastaneler, restoranlar), eğlence mekanları (konser alanları, tatil bölgeleri), sosyal kulüpler, tiyatro, sinema, sergi salonları ve kongre merkezleri, kadın ve erkek bireylerin hem özgürleşmesini hem de sınırlandırılmasını beraberinde getirmektedir. Günümüzde bu tür sosyalleşme olanaklarını kadınların yakın zamanda kullanmaya başladığı görülmektedir. Kadın-erkek ayrımında, erkeklerin bu imkanlara ve etkinliklere kadınlara kıyasla daha erken dönemde katılım sağladığı tarihsel bir gerçektir. Ancak kadınlara yönelik özel spor salonları ve

yaşam alanları gibi, kadınların rahatça kullanabileceği mekânlar yakın dönemlerde hayatımıza girmiştir.

Bireyler, farklı sosyo-kültürel ilişki ağlarında hayatlarını sürdürürken, kent mekânları da kimlik, yaşanan çevre, iktidar ilişkileri ve toplumdaki statüye göre şekillenmektedir. Kentsel mekânlar, bireylerin toplumsal yaşamda var olma mücadelelerini, tüketim alışkanlıklarını ve sosyo-ekonomik donanımlarını belirleyen alanlar olarak ortaya çıkmaktadır (Aktaş, 2017).

Kadınların kentlerde erkeklere göre geri planda kalması, onların sosyal, politik ve sosyo-kültürel ilişkilere göre kendilerine uygun mekânları tercih etmek zorunda olmalarını doğurmuştur. Bu durum, kadınların kent mekânlarını erkeklerle eşdeğer biçimde kullanabilme mücadelesini, yani özgürlük talebini gündeme getirmektedir.

Modernleşme ve küreselleşme bağlamında sosyal, kültürel ve ekonomik boyutlarda yaşanan evrimleşme, kentlerdeki nüfus yoğunluğu, teknolojik gelişmeler, bireylerin beklentileri ile kadın ve erkeğin mekân tercihleri ve kentteki yaşam biçimlerinde önemli değişikliklere yol açmaktadır. Kadınların erkeklere göre kent mekânlarını seçmedeki farklarından biri de zaman farklılığıdır. Kadınlar, evdeki sorumlulukları ve güvenlik kaygıları nedeniyle gece geç saatlerde erkeklere oranla dışarıda daha az bulunmakta, etkinliklerde veya kamusal alanlarda daha az yer almaktadırlar. Kadınların kentsel mekânı yalnızca belirli zaman dilimlerinde tercih etmeleri, mekânlarda kendilerine yeterli yer bulamamaları ya da yanlarında erkek bir birey olmadan kendilerini rahat hissetmemeleri gibi sorunlar, günümüzde halen var olan güncel problemler arasındadır.

Kadınların kentlerdeki görünürlüğünün az olmasında, Manuel Castells'in de belirttiği üzere ataerkil toplumlardaki kadınların erkeklere göre ikinci plana atılması önemli bir etkidir. Mekan üretim pratiklerinde unutulmuş kesimler arasında sadece kadınlar değil, yaşlılar, engelliler ve çocuklar da yer almaktadır. Araştırmalar, bu tür eksikliklerin olduğu kentlerde planlamanın çoğunlukla 'sağlıklı erkeklere' göre yapıldığını göstermektedir. Ayrıca ülkemizde kent planlamasının genellikle erkekler tarafından tasarlanıp düzenlenmesi, bu duruma neden olan önemli faktörlerden biri olarak değerlendirilebilir (Erkan, 2006).

Dinin mekânsal tercihler üzerindeki etkisi tartışılmaz bir gerçektir. Dini kuralların yaşam şartlarının baskın olduğu toplumlarda, kadınların kentsel mekândaki konumları da bu kurallara bağlı olarak şekillenmektedir. Ülkemizde Tanzimat Dönemi'ne kadar erkek bireyin baskın olduğu bir toplumsal yaşam gözlemlenmiştir. Cumhuriyet Dönemi'nde ise modernleşme sürecine geçilmesiyle birlikte erkeğin baskınlığını azaltmaya yönelik politikalar geliştirilmiştir.

Bu politikaların etkisiyle ‘kent ve kadın’ konuları gündemin ön sıralarına taşınmıştır (Kaypak, 2016). Kadınların yeni kurulan Cumhuriyet’in yüzü olacağı anlayışıyla kamusal mekanlarda daha fazla yer edinmesi, modernleşme sürecinin önemli adımlarından biri olmuştur. Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk’ün kadınlara verdiği önemi ve kadınların gelişimini desteklemek amacıyla söylediği; “...Kadınlarımız için asıl mücadele alanı, asıl zafer kazanılması gereken alan, biçim ve kılıktan çok, ışıkla, bilgi ve kültürle gerçek faziletle süslenip donanmaktır.” sözü, kadınlardan geleceğe yönelik beklenen durumu açıkça ifade etmektedir. Türkiye, kadınların yönetimde ve kamusal alanlarda yer almasının önemini benimseyerek, batı medeniyetlerine örnek olacak birçok çalışmaya imza atmıştır (Cumur, 2021).

Kentsel mekânların, kentte yaşayan tüm bireylere hitap edecek şekilde tasarlanması, herkesin erişimine uygun ve çeşitlilik barındıran bir yapıda olması, farklı kültürel ve sosyo-ekonomik yapıların aynı mekânı kullanması kentin sosyal canlılığını artırmakta ve ortak paylaşımları güçlendirmektedir (Burden, 2014). Kentte geçirilen zaman, kent ile sosyal ve duygusal bağların oluşmasını sağlamaktadır. Kapsayıcı, koruyucu ve düzenleyici yönü ön planda olan toplumlarda, kadınların kentlerle temasının artması, kentsel mekânların canlılığını olumlu yönde etkileyecektir.

Ancak günümüzde kentsel alanlar, kadınlar için yeterli güvenlik koşullarını sağlayamamaktadır. Yaşanabilecek suçlardan duyulan korku nedeniyle kadınlar, kentin toplumsal olarak aykırı bulunan mekanlarını kullanamamaktadır. Bu durum, 1950-1960’lı yıllarda ABD ve İngiltere’de özellikle dikkat çekmiştir. Suç oranlarının bireylerin yaşam kalitesi üzerindeki etkisi büyüktür; büyük kentlerde vatandaşların hissettiği endişe ve korku daha yaygındır. Suça maruz kalma ile bu ortamda bulunma korkusu arasında uyumsuzluk yaşanmaktadır.

Erkekler suça daha fazla karışan sosyal grubu oluştururken, suça maruz kalma korkusu kadınlarda daha yüksek orandadır. Kadınların kamusal alanda suça maruz kalma endişesi yüksek olmakla birlikte, en fazla şiddete maruz kaldıkları mekân evlerdir. Kadınların kamusal alanlarda bulunma sıklığı erkeklere kıyasla oldukça düşüktür. Ayrıca cinsel suçların büyük bir kısmı kayıtlara geçmemekte ve kadınlar daha fazla cinsel şiddete maruz kalmaktadır. Bu nedenle kadınların kamusal alandaki endişeleri ve korkuları, özellikle cinsel suçların yaşanmasıyla ilişkilendirilmektedir. Kadınların kamusal alanda dışlanma ve korkularının azaltılması için sokakların iyi aydınlatılması ve kadınların rahatça erişebileceği mekânların inşa edilmesi, kentteki suç oranlarının düşürülmesini kolaylaştıracaktır.

Günümüzde ataerkil yapının değişimine yönelik olarak Birleşmiş Milletler, kapsayıcı ve güvenli bir kentin sahip olması gereken şu özellikleri vurgulamıştır (Women, 2011):

- Kızlar ve kadınlar kentte saldırı ve şiddet korkusu yaşamadan hayatlarını sürdürebilmelidir.
- Ev veya sokak gibi herhangi bir mekânda kadınlar ayrımcılığa maruz kalmamalıdır.
- Kadınların siyasi, ekonomik, kültürel ve sosyal hakları güvence altına alınmalı; yaşam tarzlarıyla ilgili kararlarda etkin şekilde yer almaları sağlanmalıdır.
- Devlet, kentte yaşayan tüm bireylerin haklarını garanti altına almalıdır.
- Devlet ve yerel yönetimler, kadına yönelik şiddet konusunda önleyici ve engelleyici tedbirler almalı; şiddet uygulayanlara karşı ağır yaptırımlar uygulamalıdır.
- Devlet ve yerel yönetimler, kentteki kadınların adalete erişimini kolaylaştırmalı ve garanti altına almalıdır.

Sorulması gereken temel soru, kadınların kentsel mekânda daha az ön planda olmasının nedenleridir. Kadını mekândan ayırıştıran ve mekânla bağ kurmasını engelleyen sosyal eksiklikler ve düzenlemeler nelerdir? Literatür araştırmaları, kadınların toplumsal cinsiyet eşitsizliğine maruz kalmasında en temel etkenin toplumsal normlar olduğunu ortaya koymaktadır. Kadınlar, toplumsal roller kapsamında ev içinde vakit geçiren bireyler olarak konumlandırılmakta ve mahremiyet duygusuyla yetiştirilmeleri sebebiyle kamusal alanlara mesafeli yaklaşmaktadırlar. Ayrıca, kadınların kent içinde sıklıkla hissettiği suç korkusu ve güvenlik sorunları da yaşadıkları sosyal kısıtlamaların önemli boyutlarını oluşturmaktadır. Buna ek olarak, erkeklerin toplu taşıma araçlarında sergilediği “erkek yayılımı” (manspreading) gibi davranışlar da kadınların kent yaşamındaki konforunu olumsuz yönde etkilemektedir (Aktaş, 2017).

Kadınların kent içindeki sosyal kısıtlanmalarını engellemek ve önlemek için, kadın katılımının artırılması amacıyla erkeklerle iş birliği içinde hareket edilmelidir. Gerekli görüldüğünde devlet mekanizmaları da kadın haklarını yasal olarak güvence altına almalıdır. Örneğin, karar alma süreçlerinde; il meclisleri, belediye meclisleri gibi farklı yönetim birimlerinde kadınların yeterli sayıda yer almasını sağlamak amacıyla cinsiyet kotası uygulanabilir. Ayrıca, kadın bakış açısının yönetim mekanizmalarında etkin olabilmesi için kamu alanlarında kadın masalarının zorunlu hale getirilmesi önemlidir. Kadın katılımının artırılması adına bir diğer önemli öneri de sivil toplum kuruluşlarının bu alandaki çalışmalarını yoğunlaştırmasıdır. Sivil toplum kuruluşlarının en kritik görevleri şunlardır:

- Kentteki kadınlara toplumun önemli ve değerli bir parçası oldukları bilincini kazandırmak,

- Erkeklerle birlikte karar alma süreçlerinde haklarının eşit olduğunu kentteki tüm kadınlara sürekli hatırlatmak,
- Kadınların katılımının her aşamasında yer alabilmesi için gerekli bilinçlendirme ve farkındalık çalışmalarını yaygınlaştırmaktır.

Kentleşmenin demografik boyutunda kırdan kente iş gücü göçünün önemli bir yeri bulunmaktadır. Ancak göç yalnızca iş gücü ekseninde ya da kırdan kente yönelimle sınırlı değildir; şiddet, dinsel dışlanma, kan davası gibi nedenlerle de bireyler kentlere göç etmektedir. Tarihsel olarak kadınlar göç süreçlerinde görünmez bir konumda yer almıştır; sosyolojik açıdan göç edenlerin çoğunluğu erkek ve genç bireylerden oluşurken, kadınlar sosyal bağlamda göçe dahil olmuş ancak görünürlüğü azalmıştır. Kadınların göçlerden ayrışmasının temel nedeni, tipik göçmen profilinin iş arayan erkekler olmasıdır.

Türkiye’de de ilk göç edenlerin genellikle erkekler olduğu gözlemlenmektedir. Öte yandan kadınlar; boşanma, evlilik dışı hamilelik, yaşamlarını kazanma ve evlilik gibi gerekçelerle kentlere göç etmektedir. Sınır ötesi göçlerde ise kadınlar yerleşim imkânı daha fazla olan gelişmiş ülkelere göç ederken, gelişmekte olan ülkelere göç edenlerin büyük çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. Bununla birlikte, küreselleşme süreciyle birlikte “göçün kadınlaşması” olgusu ortaya çıkmış ve son elli yılda kadınların göç oranları giderek artmıştır. Günümüzde uluslararası sınır ötesi göçlerin büyük kısmı kadınlar tarafından gerçekleştirilmektedir.

Küresel kentler, göçün, emeğin, hayatta kalma mücadelesinin ve yoksulluğun kadınlaşması süreciyle şekillenmiştir. Kadın göçünün önemli bir bölümü, nitelikli ya da niteliksiz emek biçiminde gerçekleşmiştir. Göçün kadınlaşmasının toplumsal cinsiyetle bağlantılı bir sebebi, göç alan kentlerde bakım hizmetleri ve ev işleri gibi ihtiyaçların, bu işleri devralacak kadın emeğine duyulan gereksinimdir. Göçün temel itici güçlerinden biri ise yoksulluktur. Dünyada yoksulluk ve kentsel yoksulluğun yol açtığı sosyal dışlanma, son on yılda uluslararası ve ulusal gündemde tekrar ön plana çıkmıştır. Gelişmekte olan ülkelerde yoksul kadınların sayısı, erkeklere kıyasla daha fazladır.

Kent içi hareketlilik bağlamında, kentsel yaşamın ve kentin cinsiyetsiz olmadığını belirtmek gerekir. Kadınların kent içindeki hareket alanları, erkeklere kıyasla daha kısıtlıdır. Geleneksel aile modellerinde ulaşım sistemleri genellikle çalışan erkeğin işe gidiş güzergâhlarına göre düzenlendiği için kadınların ulaşımı kısıtlayıcı bir faktör olmaktadır. Kadınlar genellikle kısa mesafelerde hareket etmekte; konut ve iş yerlerinin banliyöleşmesiyle

birlikte işe ulaşım süreleri uzamakta ve bu durumdan çoğunlukla kadınlar etkilenmektedir. Bunun sebeplerinden biri, dünya genelinde otomobil sahibi kadın sayısının erkeklere göre az olması ve toplu taşıma araçlarına daha fazla bağımlı kalmalarıdır.

Kadınların kent içindeki hareketliliği görece sınırlı olmakla birlikte, bu durum otomobilité kavramı ile de ilişkilidir. Oto-mobilité, kentsel yaşam ve otomobil arasındaki ilişkiye odaklanmakta olup, otomobil modernitenin ve küreselleşmenin simgesi olarak kabul edilmektedir. Postmodern kent yaşamının merkezi otomobildir; zira kentler otomobile göre tasarlanmaktadır. Kentteki alt geçitler ve köprüler yayalar için engeller oluşturmaktadır. Tarihsel olarak otomobil, önce aile sıcaklığını simgelerken, sonrasında kadına bahçeli bir ev sunan banliyölerle erkeğin işe erişimini sağlamaya yönelik bir araç haline gelmiştir. En lüks otomobiller genellikle erkeklere alınırken, kadınların kullanması uygun görülen otomobiller ise daha küçük, ikinci el ve düşük fiyatlı modellerdir.

Kent yaşamına katılım, kentte yaşayan tüm bireylerin yerel siyasete ortak olmasıyla mümkün olmaktadır. Kadınların kentsel hizmetlerden faydalanması, bilgi sahibi olmaları, karar süreçlerine katılımı, yerel kentsel politikaların oluşturulması ve yönetimler arası iş birliği ile doğrudan ilişkilidir. Yerel yönetimlere ilişkin yasal düzenlemelerde kent konseyleri ve kentleşlik hukuku çerçevesinde kentte yaşayan bireylerin hakları açıkça tanımlanmalıdır. Bu düzenlemelerin kadınları gerçek anlamda kapsayabilmesi ve kadınların kentli haklarından faydalanabilmesi için, ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik, yaşam standartlarına uygun katılım ve hizmet politikaları geliştirilmelidir.

Ekonomik, sosyal ve siyasi haklar bağlamında kentlerimizde kadın-erkek eşitliği henüz tam anlamıyla sağlanamamıştır. Kadınlar mülk sahipliği, iş kurma gibi temel alanlarda erkeklerle eşit fırsatlara erişememektedir. İş, sermaye, toprak ve eğitim gibi hayati kaynaklardan faydalanma noktasında kadınlar, erkeklere kıyasla dezavantajlı konumdadır. Cinsiyetler arasındaki eşitsizlik yalnızca sosyal ve ekonomik yapıda değil, mekânsal alanda da kendini göstermektedir. Kadınların kent içindeki hareketliliklerinde daha az erişilebilir alana sahip olmaları ve kent mekânlarını daha sınırlı kullanabilmeleri, literatürde yaygın biçimde kabul edilen bir gerçektir. Kadınlar, fırsatları değerlendirme, karar alma süreçlerine katılma, bilgi edinme ve hizmetlerden yararlanma aşamalarında cinsiyet kaynaklı ayrımcılığa maruz kalmaktadır. Kentsel yaşam kalitesi açısından kent, insan haklarının eşit biçimde uygulandığı; tüm kent sakinlerinin zaman ve mekân fark etmeksizin istedikleri şekilde dışarı çıkabildiği ve sosyo-ekonomik olarak eşdeğerlik ilkesinin sağlandığı bir yaşam alanı olmalıdır.

## **1.2. Kadın Hakları ve Gelişim Süreci**

Cumhuriyet'in ilk dönemlerinde Türk kadınlarına sunulan haklar, ülkemiz açısından önemli bir yere sahiptir. Türkiye Cumhuriyeti, birçok ülkeye kıyasla kadın hakları konusunda öncülük etmiştir. Cumhuriyet tarihinin ilk on yılında gerçekleştirilen yeniliklerle kadınlar, birçok alanda hak kazanarak toplumsal açıdan güçlendirilmiştir. Cumhuriyetin temel ilkeleri de eşitlik anlayışının uygulanmasını desteklemiştir. Bu dönemde vatandaşlara tanınan haklar, toplumsal anlamda ekonomik, siyasi ve sosyal alanlarda önemli gelişmelere zemin hazırlamıştır.

Türk Medeni Kanunu ile cinsiyetler arası eşitsizliği önlemede büyük bir adım atılmıştır. 1924 yılında çıkarılan Tevhid-i Tedrisat Kanunu ise eğitimde cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında önemli bir dönüm noktası olmuştur. 1934 yılında kadınlara tanınan seçme ve seçilme hakkı, hukuki açıdan kadın haklarını destekleyen düzenlemelerin temelini oluşturmuştur. Kadın ve erkek eşitliğini sağlama amacıyla yeni kurumlar da kurulmuştur. Örneğin, 1936 yılında yürürlüğe giren İş Kanunu, kadınların istihdamını teşvik ederek ekonomik güç açısından cinsiyetler arası dengeyi hedeflemiştir (Yavuz, 2015).

1982 Anayasası'nın 10. maddesi ise "Herkes, dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi düşünce, felsefi inanç, din, mezhep ve benzer nedenlerle ayırım gözetilmeksizin kanun önünde eşittir" ifadesiyle kadın ve erkek eşitliğini güvence altına almıştır. Devlet, bu eşitliğin hayata geçirilmesinden sorumludur. 1980'li yıllarda kadına yönelik şiddet konusu gündeme gelmiş ve 1985 yılında Türkiye, Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi'ni (CEDAW) imzalayarak hukuki destek mekanizmalarını oluşturmuştur. 1990'lı yıllarda ise Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM) kadınların maruz kaldığı sorunlara yönelik çalışmalar yürütmüştür. Kadınların siyasal alanda yer alması, 1985 yılındaki beş yıllık kalkınma planı ile teşvik edilmiştir. 1998 yılında, eşitsizliği önleme mücadelesinin bir sonucu olarak 4320 sayılı Ailenin Korunmasına Dair Kanun yürürlüğe girmiştir. 2000'li yılların başından itibaren kadın haklarını güvence altına alan hukuki düzenlemeler artmış ve eşitliğin sürdürülebilmesi için çeşitli politikalar ve mekanizmalar oluşturulmuştur. Ancak bu kurum, kanun ve politikalar halen yeterli düzeyde değildir.

### **1.2.1. Türkiye Tarihinde Kadınların Kent Hakkı Kavramının Gelişim Süreci**

Türkiye'de 2000'li yıllarda kadınların kent haklarından tam anlamıyla yararlanamaması ve kent haklarında dezavantajlı konumda olmaları konusu tartışılmaya başlanmıştır. Kadın hakları ve kent hizmetleri alanları, kamu tarafından üretilen politikalar çerçevesinde şekillenmektedir. Ülkemizde kadın haklarının gelişimi kısaca şu şekilde özetlenebilir: İkinci Dünya Savaşı sonrasında yaşanan göç hareketleri, Türkiye'deki kentleşme yapısının

oluşumunda belirleyici olmuştur. 1945 ile 1980 yılları arasında kırsal kesimden kentlere yoğun göç yaşanmış ve bu durum kent nüfusunda hızlı bir artışa yol açmıştır. Nüfus artışının hızlı gerçekleşmesi, kentlerin kullanımını olumsuz yönde etkilemiş ve özellikle kent yaşamını en çok kadınlar etkilemiştir (Ortaylı, 2019). Bu olumsuzluklar kadınların kentsel yaşam koşullarının incelenmesini gerekli kılmıştır. Devlet yönetimi ise kentle ilgili politika ve uygulamalarda farklı şekillerde etkili olmuştur.

1980’li yıllarda kadın hareketlerinin öncülüğünde, kadın bakış açısıyla kent sorunlarının değerlendirilmesi yönünde çabalar artmıştır. Bu dönemde başlayan mücadele, eşitlik anlayışını kent politikalarına dahil ederek toplumda kadın hakları ve kadın hareketleri bilincinin gelişmesini sağlamıştır (Ulusal Eylem Planı 2008-2013).

2005 yılında yürürlüğe giren Belediye Kanunu ile kadınların yaşam alanlarının kadın ihtiyaçlarına göre düzenlenmesi için yasal bir yetki oluşturulmuştur. Kadınların kentteki gereksinimlerine göre belediyelerin görev alması bir zorunluluk halini almıştır. Aynı şekilde, kent yaşamının eşitlik temelinde sürdürülebilmesi ve hukukta eşitliğin sağlanması amacıyla Kent Konseyi Yönetmeliği oluşturulmuştur (Arem, 2008). Türkiye, toplumsal cinsiyet eşitliğini desteklemek için birçok uluslararası anlaşma ve sözleşmeye imza atarak kadınların refahını artırmaya yönelik taahhütlerde bulunmuştur.

### **1.3. Kent Hakkı Kavramı**

Kent içerisinde bireylerin sahip olduğu çeşitli fırsatlar ve haklar bulunmaktadır. Kent hakkı kavramı, bireylerin yaşamlarını sürdürdükleri bölgedeki sosyal, ekonomik ve kültürel etkileşimlerinden doğmaktadır. Kentler, daha güvenli ve yaşanabilir bir çevre oluşturmak amacıyla sağlanan hakların kullanıldığı mekânlardır ve bu haklar "kentli hakları" olarak tanımlanır. Kent hakkı, kentte yaşayan bireylerin menfaatlerinin korunması ve geliştirilmesi için ortaya konmuş bir kavramdır (Mitchell, 2020).

1960’lı yıllarda Henri Lefebvre tarafından ortaya atılan kent hakkı kavramı, kentte mevcut hakların herkesin çıkarları doğrultusunda, eşitsizliklere karşı savunulması gerekliliğini vurgulamaktadır. Kent hakkı yalnızca barınma hakkı olarak değil, kentin tüm olanaklarından tam anlamıyla yararlanma hakkı olarak tanımlanır. Kent hakkı, adalet temeline dayanan ve çok boyutlu bir haklar bütünüdür. Bu kavram, yalnızca tek bir hakkı değil; bu haktan yoksun bırakılan bireylerin diğer temel haklarını da kapsayan bir yapıdadır. Kent hakkı, ifade özgürlüğü, bilgi edinme hakkı, eşitlik hakkı, kent içinde bulunma ve kentin sunduğu hizmetlerden yararlanma hakkı gibi birçok temel hakkın birleşiminden oluşmaktadır.

1980-1982 yılları arasında ortaya konan ve “Yerleşmelerde Daha İyi Bir Yaşam” sloganıyla bilinen Avrupa Kentsel Şartı, kentlerde yaşam kalitesinin artırılmasını, kentsel çevrenin iyileştirilmesini ve temel hak ile özgürlüklerin korunmasını hedeflemiştir. Güvenlik, istihdam, sağlık, konut, fiziksel çevre, spor ve dinlenme gibi alanlar, kent hakkı kapsamında bütüncül bir şekilde ele alınmaktadır. Ancak, kent hakkından faydalanma konusunda özellikle kentte yaşayan kadınların halen yeterince yararlanamadığı gözlemlenmektedir.

### **1.3.1. Kadınların Kent Hakkı ve Gelişim Süreci**

Birleşmiş Milletler (BM) tarafından hazırlanan Dünya Nüfus Tahminleri Raporu’na göre, dünya nüfusunun %50,4’ünü erkekler, %49,6’sını ise kadınlar oluşturmaktadır. Nüfusun yaklaşık yarısını teşkil eden kadınlar, kent içerisinde kent haklarından aktif bir şekilde yararlanamamaktadır. Ekonomik, sosyal, siyasal, eğitim ve güvenlik gibi birçok alanda erkeklerle eşit fırsatlara sahip olmamaları, cinsiyet eşitsizliğinin giderek yaygınlaşmasına neden olmaktadır.

Dünyanın en önemli sorunlarının tartışıldığı platformlardan biri olan Dünya Ekonomik Forumu’nun (WEF) 2020 yılında yayımladığı Küresel Cinsiyet Eşitsizliği Raporu, ülkelerdeki cinsiyet eşitsizliğini gözler önüne sermektedir. Raporda kadınların istihdam oranları, fırsat eşitliği, eğitim olanakları, siyasi katılım ve sağlık alanlarındaki güçlendirilme düzeyleri incelenmektedir. Bu çalışma, ülkelerdeki cinsiyet eşitsizliğinin boyutlarını sayısal verilerle ortaya koymaktadır. Örneğin, 153 ülkenin değerlendirildiği raporda Türkiye 130. sırada yer almakta olup, kadınların erkeklerle aynı fırsat ve haklara erişemediği açıkça görülmektedir (Demirdirek & Şener, 2014).

Kadınların maruz kaldığı eşitsizlikler yalnızca ekonomik ve siyasi alanlarla sınırlı kalmayıp, kent içerisindeki fırsatlara erişimde de kendini göstermektedir. Kadınların kentteki haklardan tam anlamıyla yararlanamaması ve dezavantajlı konumda yaşamlarını sürdürmesi, toplumun genelinde farkındalığı bulunan ancak daha fazla üzerinde durulması gereken bir konudur. Kadınların kente dahil olma süreci, erkeklere kıyasla daha geç gerçekleşmektedir. Kentteki hizmetlere erişimde kadınlar birçok kısıtlamayla karşılaşmakta, kentlerin sunduğu hizmet ve fırsatlar kadınlara yönelik özel ihtiyaçları gözetmeden düzenlenmektedir. Kadın ve erkek eşitliği varsayımıyla sunulan bu hizmetler, kadınların kentteki yaşam kalitesini yükseltmekte yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle kadınların büyük bir bölümü kent hizmetlerinden yeterince faydalanamamakta, dışarı çıkma oranları azalmaktadır.

Kent hakkı kavramı, kadınlara özgü kişisel haklardan ziyade, derinlemesine toplumsal cinsiyet eşitsizliğini dikkate alan bir yaklaşımı ifade etmektedir. Kent hakkı, kadınların yaşadıkları kentte erkeklerle eşit düzeyde konforlu ve güvenli bir yaşam sürdürmelerini sağlamak üzere önemli hakları kapsamaktadır. Son yıllarda artan insan hakları ihlalleri ve kadınların kamusal alanda ötekileştirilmesi, kent hakkının önemini daha da artırmaktadır.

Bireyin doğumundan başlayarak topluma uyum sağlamasına kadar geçen süreçte yaşam alanı olan mahalleler, kimlik oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, yaşanan çevrede gerçekleşen olumlu veya olumsuz değişimler bireylerin her alandaki yaşamını derinden etkilemektedir. Gelişmemiş kentsel alanlarda yaşayan bireyler, kentin sunduğu hizmet ve fırsatlardan yararlanamamaları nedeniyle hayat kaliteleri olumsuz etkilenmektedir. Bu durumdan en çok etkilenen grup ise yine kadınlardır.

### **1.3.2. Dünya Tarihinde Kadınların Kent Hakkı Kavramının Gelişim Süreci**

Sanayileşmenin etkisiyle kentsel mekân kullanımlarında çeşitli sorunlar ortaya çıkmıştır. Bu sorunlar arasında kent kimliğinin oluşumu ve tanımlanması önemli bir yer tutmaktadır. Kent kimliğinin bir problem olarak ele alınması ve sorgulanması süreci, 20. yüzyılın sonlarına doğru başlamıştır. Bu sorgulamanın ardından, kent hakkı ve kent yaşamına dair uluslararası anlaşmalar imzalanmıştır. Bu anlaşmalar arasında en önemlilerinden biri, 1941 yılında imzalanan Atina Anlaşmasıdır. Bu anlaşma, kentlerin bireylerin yaşamındaki önemini vurgulamış ve kentlerde eşitlik ilkesinin uygulanması gerektiğine dikkat çekmiştir.

1945 sonrasında toplumda kadına yüklenen roller tartışılmaya başlanmış ve bu durum kadın hareketlerinin doğmasına zemin hazırlamıştır. 1960'lı yıllarda gelişmiş ülkelerde kimlik ve eşitlik sorgulamaları artmış, bu tartışmalar kent yaşamını da etkilemiştir. 1980'li yıllarda ekonomik ve sosyal alanlarda yaşanan gelişmeler, kent çevresi ve kentsel yaşam üzerinde önemli değişikliklere yol açmıştır. 2000'li yıllarda ise dünya genelinde "kent hakkının gelişimi" gündemin önemli bir maddesi haline gelmiştir. Bu dönemde, Brezilya'da kabul edilen "Kentte İnsan Hakları Sözleşmesi" ile Dünya Sosyal Forumu'nda yer alan "Dünya Kentsel Şartı" gibi belgeler, kentte yaşanan eşitsizliklere dikkat çekmiş ve kent hakkı kavramının evriminde önemli rol oynamıştır.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında ülkeler, sosyal politikalar konusunda bilinç kazanmış ve 1980'li yıllarda kent sorunlarına daha fazla odaklanılmıştır. Bu dönemde yerel yönetimlerin sorumlulukları ve yetkileri artırılmış, kentte yaşayan ancak çevreleriyle bütünleşemeyen, ayırıştırılmış gruplara yönelik hizmetlerin artırılması gerekliliği üzerinde durulmuştur. Sosyal

belediyeçilik anlayışı çerçevesinde, toplumda ötekileştirilen kadın, çocuk ve evsiz gibi dezavantajlı gruplar öncelikli hedef haline gelmiştir (Çelik, 2014). Kent hakları bu süreçte önemli bir gündem maddesi olmuş, özellikle kadınların kent hakkı konusu tartışmalarda yerini almıştır. Ancak günümüzde dahi kadınların kent hakkına tam anlamıyla erişimi sağlanamamış ve uygulamada eksiklikler devam etmektedir.

### **1.3.3. Türkiye Tarihinde Kadınların Kent Hakkı Kavramının Gelişim Süreci**

Türkiye’de 2000’li yıllarda kadınların kent haklarından tam anlamıyla yararlanamaması ve kent hakları alanında dezavantajlı konumda bulunması tartışılmaya başlanmıştır. Kadın hakları ve kent hizmetleri, kamu tarafından geliştirilen politikalar çerçevesinde şekillenmektedir. Ülkemizde kadın haklarının gelişim süreci kısaca aşağıdaki gibi özetlenebilir.

İkinci Dünya Savaşı sonrası yaşanan göç hareketleri, Türkiye’de kentleşme yapısının oluşumunda belirleyici olmuştur. 1945-1980 yılları arasında kırsal kesimden kente yönelik yoğun göç akımları gerçekleşmiş ve bu durum kentsel nüfusun hızlı artmasına yol açmıştır. Nüfus artışının hızlı yaşanması kent yaşamını olumsuz yönde etkilemiş, kent kaynaklarının tam ve aktif kullanımını engellemiştir. Bu süreçten en çok kadınlar etkilenmiş ve yaşanan olumsuzluklar, kadınların kentsel yaşam deneyimlerinin incelenmesini zorunlu kılmıştır. Devlet yönetiminin kentle ilgili farklı politikaları ve müdahaleleri, bu gelişmeler üzerinde etkili olmuştur.

1980’li yıllarda kadın hareketlerinin öncülüğünde, kadın bakış açısıyla kent sorunlarının değerlendirilmesine yönelik çabalar yoğunlaşmıştır. Bu dönemde başlayan mücadele, eşitlik anlayışının politikalara entegre edilmesini sağlamış ve kentliler arasında kadın hakları ile kadın hareketlerine yönelik bilinç oluşmasına katkıda bulunmuştur (Ulusal Eylem Planı 2008-2013, 2008).

2005 yılında yürürlüğe giren Belediye Kanunu ile kadınların yaşam alanlarının kadınların ihtiyaçlarına göre planlanması için yetkiler tanınmıştır. Bu düzenleme, kentte yaşayan kadınların gereksinimlerine uygun hizmetlerin sunulması bakımından önemli bir görev olarak kabul edilmiştir. Benzer şekilde, kent yaşamında ve hukukta eşitliğin sağlanması amacıyla Kent Konseyi Yönetmeliği de çıkarılmıştır (Arem, 2008). Türkiye, toplumsal cinsiyet eşitliğini desteklemek amacıyla birçok uluslararası anlaşma ve sözleşmeye imza atarak kadınların refahını güçlendirme yönünde adımlar atmıştır.

#### 1.4. Kentlerde Meydana Gelen Cinsiyet Algısı

Kent yaşamında karşılaşılan eşitsizliklerin bir sonucu olarak toplumsal cinsiyet eşitliği kavramı önem kazanmış ve araştırma konusu olmuştur. Toplumsal cinsiyet, kadın ve erkek bireylerin eşitliği temelinde şekillenen bir yapıdır (Yaylı & Eroğlu, 2015).

Toplumsal cinsiyet kavramı, bireylerin fiziksel özelliklerinin ötesinde, yaşadıkları çevrede cinsiyetlere atfedilen kalıplaşmış davranış ve düşünceler üzerine inşa edilmektedir. Bu kavram, belirli yargılar doğrultusunda bireylerin davranışlarını şekillendiren ve toplumun kabulüyle nesilden nesile aktarılan kalıplaşmış düşünce biçimi olarak tanımlanabilir. Toplumun kadın ve erkeğe atfettiği bu kalıplaşmış yargılar, toplumsal cinsiyet rollerini oluşturur (Tunca, 2018).

Kadın ve erkekler arasındaki eşitsizlik yalnızca hane içerisinde değil, kamusal alanlarda da belirgin şekilde görülmektedir. Toplumun oluşturduğu yargılar doğrultusunda, erkeklerin hâkim olduğu ataerkil bir yapı kent yaşamında devam etmektedir. Bu sistem, cinsiyetçi rollerle kadın ve erkeklerin belirli alanlara ve sorumluluklara ayrılmasını sağlamaktadır. “Kadın işi” ve “erkek işi” gibi kategoriler bu ayrışmanın temelini oluşturur. Bu tür ayrıştırıcı tutumlar kadınların hareket özgürlüğünü kısıtlamakta ve toplumsal yaşamdaki varlıklarını sınırlandırmaktadır. Türkiye ve dünyada yaygın olan bu ataerkil tutum, kadınların yaşam alanlarını daraltmış, erkeklere kıyasla kadınların eşitsizlik içerisinde yaşamasına neden olmuştur.

Toplumsal cinsiyet normları nedeniyle erkekler kamusal alanda daha özgür hareket ederken, kadınlar yaşamlarının büyük bölümünü hane içinde geçirmektedir. Ataerkil toplum yapısı, kadınların emek piyasasına katılımını da sınırlamış, kadınları ev işleri ve annelik gibi rollerle kamusal alandan uzaklaştırmıştır (Yılmaz, 2018). Bu eşitsizlikler; eğitim, sosyal yaşam, ekonomik katılım ve istihdam gibi birçok alanda kadınların hayatını kısıtlamaktadır.

Kent içinde kadınların karşılaştığı toplumsal cinsiyet eşitsizliği, demokratikleşme sürecinde de önemli bir engel teşkil etmektedir. Toplumsal cinsiyet eşitliği, demokratik toplumların temel yapı taşlarından biridir. Kentlerde toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması, kadınların güçlenmiş bireyler olarak yaşamlarını sürdürebilmeleriyle doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle, eşitliğin sağlanabilmesi için toplumun kadınlara atfettiği kalıplaşmış yargılar ve engellerin ortadan kaldırılması; kadınların güçlendirilmesi gerekmektedir (Ulusal Eylem Planı 2008-2013, 2008).

Toplumda yerleşik kalıplaşmış yargılar, kadınları birçok alanda kısıtlamaktadır. Bu kısıtlamalar özellikle nüfusu az olan mahalleler ve kırsal bölgelerde daha yaygın olarak gözlemlenmektedir. Mevcut düşünce biçimleri ve yargılar, kadınların hareket alanlarını, kentteki yaşam biçimlerini, meslek seçimlerini ve çalışma saatlerini sınırlandıran önemli engeller olarak ortaya çıkmaktadır.

### **1.5. Kadınların Kamusal Alanda Katılımını Engelleyen Kent Durumları**

Kentsel yaşam, kentin alt ve üst yapılarıyla doğrudan ilişkilidir. Kentin alt yapısı, toplumsal cinsiyet ve cinsiyetçi rollere dayanan eşitsizlikler nedeniyle erkeklerin ve kadınların kentte farklı deneyimler yaşamasına olanak tanıyan fiziksel unsurları ifade eder. Bu unsurlar yalnızca altyapı şebekelerini değil, aynı zamanda otobüs durakları, otoparklar, rekreasyon alanları ve hizmet sunumunu destekleyen diğer tesisleri de kapsamaktadır. Öte yandan, kentsel üst yapı ise bireylerin yaşam biçimini belirleyen, kamusal ve özel alan ayrımında üretim ve toplumsal yeniden üretim süreçlerini şekillendiren unsurlardır.

Kentte binaların tasarım ve planlama süreçlerinde, mimarların ve kent planlayıcılarının “kadının yeri evidir” yaklaşımıyla hareket etmeleri, kadınların kent yaşamından dışlanmasına yol açmıştır. Bu anlayış, kadınların kamusal alandaki varlığını ve hareket alanlarını kısıtlayarak, kentin sunduğu imkânlardan eşit biçimde yararlanmalarını engellemektedir.

Kadın ve erkeğin günlük yaşamında kent olanaklarından yararlanmadaki eşitsizlik, tarihsel süreçler boyunca da gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, geleneksel aile yapısının günümüze nasıl taşındığı incelenmelidir. Osmanlı toplumunda ailelerin yaşam biçimini kırsal alanlarda köyler, kentsel alanlarda ise mahalleler belirlemiştir. Mahalle sakinlerinin yaşadığı haneler genellikle avlulu evler şeklindedir. Avluya sahip evlerin tercih edilmesinin temel nedenleri arasında dış dünyadan soyutlanmak ve mahremiyeti korumak yer almaktadır (Ortaylı, Osmanlı Toplumunda Aile, 2023).



**Resim 2.1.** Osmanlı Döneminde Ev Mimarisi

**Kaynak:** (Anadolu Ajansı, 2018)

Yerleşim bölgelerindeki mekânların önemli bir kısmı, mahremiyet algısı temel alınarak tasarlanmıştır. Geleneksel yerleşimlerde, geniş avlulara ve dar sokaklara sahip yapılar ön plandaydı. Buna karşın çağdaş kentlerde sokaklar, kent içi ulaşımın kolaylaşması ve bireylerin kentle bütünleşmesini sağlamak amacıyla birbirleriyle bağlantılı olarak tasarlanmaktadır. Ancak geleneksel yerleşim alanlarında mekânlar, insanların yaşamını kolaylaştırmaktan ziyade, mahremiyetin korunması düşüncesiyle inşa edilmiştir (Aytaç, 2007).

Üretim biriminin aile olduğu toplumlarda üretimin en fazla gerçekleştiği alanlar haneler etrafında konumlanmıştır. Bu yapılar genellikle iki ya da üç katlı olup, üst kat yaşam alanı, alt kat ise kadınların üretim faaliyetlerini sürdürebileceği atölyeler şeklinde tasarlanmıştır. Tekstil alanındaki üretimlerin yanı sıra, mutfak da kadınların üretim yaptığı bir mekân olmuştur. Bu bağlamda kadınlar, evlerinden uzaklaşmadan üretime katılım sağlamışlardır.

Geleneksel toplumlarda boşanma, sanayileşme, hızlı kentleşme, şiddet olayları ve göç gibi faktörler kentlerde önemli sorunlar olarak ortaya çıkmıştır. Heterojen toplumsal yapıya sahip yerleşim alanlarında işsizlik, şiddet, güvensizlik ve yoksulluk gibi olumsuzluklar daha yaygın biçimde yaşanmaktadır. Bu olumsuz koşulların yarattığı korku ve endişe, kadınların kent yaşamını olumsuz yönde etkilemektedir. Özellikle geç saatlerde veya ıssız sokak ve mahallelerde kent ortamı, kadınlar açısından dışlayıcı bir nitelik taşımaktadır. Kadınların kentte yaşadığı bu ötekileştirme durumu, çalışma hayatına katılımları ve ekonomik özgürlüklerini de olumsuz yönde etkilemektedir.

## 1.6. Türkiye’de Kadınların Kamusal Alana Katılımı Önündeki Kent Kaynaklı Engeller

Türkiye’de kadınlar 1950’li yıllardan itibaren hizmet sektöründe aktif roller üstlenmeye başlamıştır. Bu durum yalnızca Türkiye’ye özgü olmayıp, küresel ölçekte de kadınların büyük oranda hizmet sektöründe yoğunlaştığı gözlemlenmektedir. 9 Temmuz 1961 tarihinde kabul edilen 1961 Anayasası ile kadınların çalışma hayatına katılımını destekleyici düzenlemeler yapılmış ve kadın emeğinin korunması yönünde önemli adımlar atılmıştır. 1970’li yıllarda kadınlar tezgahçılık, garsonluk, turizmciilik ve öğretmenlik gibi alanlarda çalışmaya başlamış, bu mesleklerin öncesinde “erkek işi” olarak tanımlanması nedeniyle toplumsal cinsiyet kalıplarında kırılmalar meydana gelmiştir. 1971 yılında yürürlüğe giren İş Kanunu ile kadın işçilerin korunmasına yönelik maddeler hayata geçirilmiş, evli kadınların yalnızca eşlerinin izniyle çalışabilmesine dair hükümler kaldırılarak, kadınların iş yaşamının dışında tutulmasına neden olan engellerin azaltılması hedeflenmiştir (Ekmekçi, 2004; Bitmez, 2019).

1980’li yıllarda eğitim düzeyi düşük ve ekonomik olanakları sınırlı kadınlar, çalışma hayatı ile ev yaşamını aynı anda sürdüremeyecekleri düşüncesiyle çoğunlukla ev yaşantısını tercih etmiştir. Buna karşın, eğitim seviyesi yüksek ve ekonomik açıdan güçlü kadınlar ise alternatif çözümler geliştirerek her iki alanı da dengeleyebilmişlerdir. Bu noktada ev işlerini kolaylaştıran elektronik cihazlar ve hazır gıda tüketimi gibi pratik çözümler önemli rol oynamıştır (Mardin, 2000). Bu dönemde kadınlar “evin hizmetçisi”, erkekler ise “evin reisi” olarak tanımlanmış; dolayısıyla toplumsal cinsiyet temelli eşitsizlikler hane içinde belirgin hale gelmiştir. 12 Eylül 1980 askeri darbesi sonrasında yaşanan ekonomik kriz, kadınların istihdama katılımını önemli ölçüde sınırlandırmış, bu durum 2008 yılına kadar etkisini sürdürmüştür. Kırsal alanlarda tarımsal üretime dahil olan kadınlar, kentlere yönelik göç hareketiyle birlikte cinsiyet ayrımcılığına maruz kalmış ve işgücüne katılımlarında ciddi bir azalma meydana gelmiştir (Ak, 2019).

Kadınlara yönelik ayrımcılığı önlemek amacıyla 1979 yılında Birleşmiş Milletler tarafından kabul edilen “Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi” (CEDAW), 1985 yılında Türkiye tarafından imzalanmıştır. Bu gelişmenin ardından Devlet Planlama Teşkilatı bünyesinde “Kadına Yönelik Politikalar Danışma Kurulu” kurulmuş, 1989 yılında ise Çalışma Bakanlığı bünyesinde “kadın birimi” ve İstanbul Üniversitesi’nde “Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi” oluşturulmuştur. Cinsiyet ayrımcılığına karşı atılan en önemli adımlardan biri, 1990 yılında Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü’nün kurulması olmuştur (Bitmez, 2019).

Kadınların istihdama katılımı açısından önemli bir engel teşkil eden, eş izin şartı içeren Medeni Kanun'un 159. maddesi, 1990'lı yıllarda yürürlükten kaldırılmıştır. 2002 yılında kabul edilen Yeni Medeni Kanun ile kadın ve erkek eşitliğine hukuki dayanak sağlanmış, “aile reisi kocadır” ifadesi yerine “evlilik birliği eşler tarafından birlikte yürütülür” hükmü getirilerek toplumsal cinsiyet eşitliğine dair önemli bir ilke kabul edilmiştir (Türk Medeni Kanunu, 2001). Kadınların ekonomik yoksunluklarını azaltmak adına 2004 yılından itibaren “Şartlı Nakit Transferi” gibi sosyal yardımlar uygulanmaya başlanmıştır. 2008 yılında ise Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü tarafından yürütülen “Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Geliştirilmesi Eşleştirme Projesi” kapsamında, 2008–2013 yılları arasında geçerli olan “Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı” hazırlanmıştır (Ak, 2019).

Kadın-erkek eşitliğine yönelik kurumsal bir yapı oluşturmak amacıyla 2009 yılında “Kadın-Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu” kurulmuş, toplumsal cinsiyet temelli şikayetlerin değerlendirilmesi için çalışmalar başlatılmıştır. 2010 yılında Başbakanlık tarafından yayınlanan “Kadın İstihdamının Artırılması ve Fırsat Eşitliğinin Sağlanması” genelgesi, kamu ve özel sektörde eşitlikçi politikaların benimsenmesini teşvik etmiştir. 2013 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde başörtülü kadın milletvekillerinin oturumlara katılımına ilişkin engeller kaldırılmıştır. 2015 yılında çalışan annelere maddi destek sağlanması amacıyla yeni bir uygulama başlatılmış, Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı İl Müdürlükleri üzerinden yapılan başvurular ile bu destek sağlanmıştır. Ancak bu desteklerin enflasyona göre güncellenmemesi, yardım miktarlarının sabit kalmasına yol açmıştır.

2016 yılı itibariyle çalışan anneler için yarı zamanlı ve tam zamanlı çalışma, ücretsiz ve ücretli izinler gibi esnek çalışma modelleri geliştirilmiş, 2018 yılında ise işverenin kadın çalışanların çocukları için kreş veya bakımevlerine yaptığı belirli ödemelerin gelir vergisinden muaf tutulması sağlanmıştır. Ulusal İstihdam Stratejisi (2014–2033) ve buna bağlı Eylem Planları (2017–2019) kapsamında, 04.07.2017 tarihli ve 2017/22 sayılı Yüksek Planlama Kurulu Kararı ile kadın işgücüne katılım oranı hedefi 2023 yılı için %35'ten %41'e çıkarılmıştır (Ak, 2019).

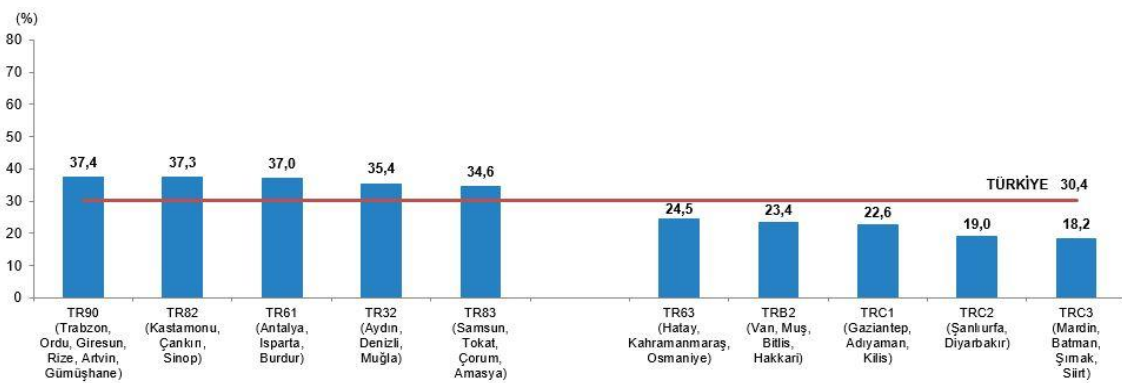
### **1.7. Kadınların Çalışma Hayatında Kır ve Kent Ayrımı**

Türkiye genelinde kadınların işgücüne katılımı incelendiğinde, kent-kır ayrımı bağlamında önemli farklılıklar olduğu görülmektedir. Özellikle tarihsel süreç dikkate alındığında, günümüzde kadınların işgücüne katılım oranlarında ciddi artışlar yaşanmakta; ancak bu artış homojen bir dağılım göstermemektedir. OECD ve Avrupa ülkeleriyle

kıyaslandığında, Türkiye'de kırsal bölgelerde kadınların işgücüne katılım oranlarının görece daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, kentlerde işgücüne katılımın daha istikrarlı ve süreklilik gösterdiği de gözlemlenmektedir. Kırsalda ise kadınların büyük oranda kayıt dışı, tarıma dayalı ve güvencesiz işlerde çalıştığı bilinmektedir. Bu durum, kırsal alandaki yüksek oranların istihdam kalitesi açısından sorgulanması gerektiğini göstermektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2022 yılı verilerine göre, 15 yaş ve üzeri nüfusun genel istihdam oranı %47,5'tir. Bu oran, erkeklerde %65,0 iken, kadınlarda yalnızca %30,4'tür (TÜİK, 2022). Bölgesel istatistikler, istihdam oranlarının coğrafi farklılıklar gösterdiğini ortaya koymaktadır. En yüksek toplam istihdam oranı %54,1 ile Kırklareli, Edirne ve Tekirdağ illerini kapsayan bölgede kaydedilmiştir. Buna karşılık, en düşük istihdam oranı ise %33,8 ile Batman, Şırnak, Mardin ve Siirt illerinin yer aldığı bölgede gerçekleşmiştir. Kadın istihdamına katılım açısından en yüksek oran, %37,4 ile Karadeniz Bölgesi'ndeki Giresun, Trabzon, Ordu, Gümüşhane, Rize ve Artvin illerinde ölçülmüştür. En düşük kadın işgücü katılımı ise %18,2 oranıyla Mardin, Batman, Siirt ve Şırnak illerinde gözlemlenmiştir (TÜİK, 2022).

Bu veriler, kır ve kent arasında kadınların istihdama katılımı açısından niceliksel farklılıkların bulunduğunu göstermektedir. Ancak daha da önemlisi, istihdamın niteliği ve sürdürülebilirliği yönünden değerlendirildiğinde, kadınların kırsalda daha çok geleneksel roller içinde, kayıt dışı ve güvencesiz biçimlerde çalıştığı; kentte ise formel sektörle daha fazla ilişki kurabildiği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarının yalnızca sayısal verilerle değil, istihdamın kalitesi ve kadınların çalışma koşulları ile birlikte değerlendirilmesi büyük önem taşımaktadır.



**Grafik 2.1.** Kadın istihdam oranının en yüksek ve en düşük olduğu 5 bölge

**Kaynak:** (TÜİK, 2023)

Türkiye genelinde erkek bireylerin işgücüne katılımı daha çok tarım dışı sektörlerde yoğunlaşmaktadır. Buna karşılık, kadınlar kırsal alanlarda daha çok tarım sektöründe istihdam

edilmektedir. Tarım sektöründe çalışan kadın oranı, erkeklere kıyasla belirgin şekilde fazladır. Bu durum, Türkiye’de tarım sektörünün giderek önemini yitirmesi ve kırsaldan kente yönelen göç hareketleri ile paralellik göstermektedir. Kırsal yaşamda kadınlar; büyükbaş ve küçükbaş hayvan yetiştiriciliği, mevsimsel ürünlerin tarlalara ekimi, el işi ve örgü gibi birçok üretim faaliyetinde aktif rol üstlenmektedir. Bu çerçeveden bakıldığında, kırsal alanlarda kadınların büyük çoğunluğunun üretime ve ekonomiye dolaylı ya da doğrudan katkı sağladığı görülmektedir. Ancak, kırsalda yürütülen tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin resmi belgelerle kayıt altına alınmaması nedeniyle, bu kadınlar sıklıkla “ev hanımı” statüsünde değerlendirilmekte ve üretici kimlikleri görünmez hale gelmektedir.

Kent-kır ayrımı yalnızca kadınların iş yaşamında değil, erkeklerin istihdam biçimlerinde de gözlemlenmektedir. Kadınlar ve erkekler, eğitim olanakları nedeniyle kentlere göç etmekte ve çoğunlukla kent yaşamını tercih etmektedir. Buna karşın kırsal alanda kalmayı sürdüren bireyler, geçimlerini büyük ölçüde tarım ve hayvancılıkla sağlamaktadır. Kırsal alanlarda eğitim, bireyler için çoğu zaman öncelikli bir konu değildir. Yerel gözlemler, kırsalda ilkökul düzeyindeki eğitimin yeterli görüldüğünü ortaya koymaktadır. Bu nedenle kırsalda yaşamını sürdüren bireyler, kentlerin sunduğu sosyal hizmetlerden, etkinliklerden ve gelişim programlarından yeterince faydalanamamaktadır. Ayrıca birçok kadının sürücü belgesine sahip olmaması, kent merkezlerine erişimi kısıtlamakta ve bu durum kadınların iş yaşamına katılımını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu bağlamda, kırsal yaşamda kadınlar kısıtlı iş imkanları ve sınırlı hareket alanı nedeniyle istihdama dar bir çerçevede katılabilmektedir.

## **1.8. Türkiye’de Kadın İşgücünü Etkileyen Temel Faktörler**

Türkiye’de kadınların iş gücüne katılımını etkileyen üç temel faktör öne çıkmaktadır. Bu faktörler; kayıt dışı istihdam, eğitim düzeyi ve medeni durum olarak sıralanmaktadır.

### **1.8.1. Kayıt Dışı İstihdam Faktörü**

Kayıt dışı istihdam, iş gücüne katılımın resmi belgelerle kaydedilmemesi durumunu ifade etmektedir. Bu kapsamda cinsiyet dağılımı incelendiğinde, kayıt dışı istihdamda kadın oranının daha yüksek olduğu görülmektedir. Kadınların ev içi faaliyetlerde yer almaları, tarım arazilerinde çalışmaları ya da evde terzi gibi ev merkezli işlerle uğraşmaları bu durumun başlıca nedenleri arasında yer almaktadır.

Ekonomik olarak düşük refah düzeyine sahip ailelerde, eğitim seviyesi de görece düşük olan kadınlar, ev ekonomisine katkı sağlamak amacıyla kayıt dışı istihdam faaliyetlerine yönelmektedir. Ayrıca, erkek bireyin eşinin dışarıda çalışmasına izin vermemesi de kadını ev

merkezli gelir getirecek işler aramaya itmektedir. Toplumsal baskı sonucu oluşan "erkek kadından daha fazla kazanmalıdır" anlayışı da kadınların istihdama katılımını sınırlandıran bir başka önemli faktördür (Gündoğdu, 2018). Özellikle az nüfuslu kentlerde ve tarımsal faaliyetlerin yaygın olduğu bölgelerde, resmi istihdam kaydı bulunmaksızın çalışan kadınların sayısı, büyük ve kalabalık kentlere oranla çok daha fazladır.

### **1.8.2. Eğitim Faktörü**

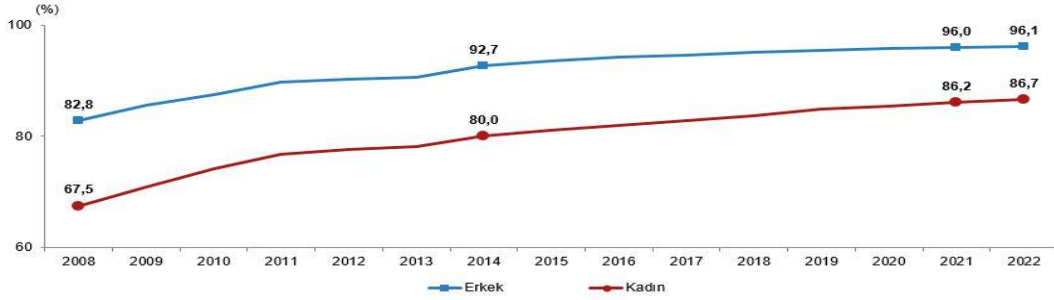
Kentte yaşayan bireylerin sosyalleşmesinde eğitimin önemli bir etkisi bulunmaktadır. Kadınların eğitim seviyesi arttıkça, istihdama katılım oranları, sosyal faaliyetlere katılımı ve kent içindeki toplumsal yaşama entegre olma olanakları da artmaktadır. Ancak bu süreci etkileyen en önemli değişkenler; yaşanan coğrafya, sosyal çevre ve ekonomik koşullardır. Bu faktörler nedeniyle birçok kadın kentteki olanaklardan tam anlamıyla yararlanamamakta; özellikle kırsal bölgelerde ise eğitime erişim daha sınırlı kalmaktadır. Bu bağlamda kırsal alanlarda eğitim politikalarına öncelik verilmesi gereklidir.

Türkiye’de iş gücüne katılım ile eğitim düzeyi arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Kadınların eğitim düzeyi yükseldikçe iş gücüne katılım oranlarında da belirgin bir artış gözlemlenmektedir. Yapılan araştırmalar, eğitim düzeyi ile istihdama katılım arasında doğrudan bir bağ olduğunu ortaya koymaktadır. Kentte yaşayan kadınların yüksek eğitim düzeyine sahip olması; iş olanaklarından faydalanabilmeleri, sosyal statülerini yükseltebilmeleri, kentteki hizmetlerden etkin biçimde yararlanabilmeleri ve özgüvenle kamusal alanda varlık gösterebilmeleri açısından büyük önem taşımaktadır. Uluslararası araştırmalar, kadınların eğitiminde yalnızca bir yıllık artışın, çalışma sürelerinde üç yıla kadar bir artışa neden olduğunu göstermektedir (Ak, 2019).

İyi eğitim almış bir kadın; eğitilmiş bir eş seçimi yapma, bilinçli ebeveynlik uygulamaları geliştirme ve nitelikli bireyler yetiştirme olanağına sahiptir. Bu bağlamda, eğitilmiş kadınlar yalnızca bireysel değil, toplumsal düzeyde de dönüşüm sağlayabilmektedir. Bilinçli bireylerin üretkenliği sayesinde kentlerin ve ülkelerin refah düzeyi artış gösterecektir. Nitekim kentlerde güvenlik sorunlarının ve suç oranlarının temelinde çoğu zaman bilinçsizlik ve yoksulluktan kaynaklı psikolojik yıkımlar yer almaktadır. Bu nedenlerle, kentlerde yaşayan kadınların yüksek eğitilmiş, güvenli ve cinsiyet ayrımcılığından arınmış çevrelerde yaşama olanağı bulmaları hem bireysel hem de toplumsal kalkınma için kritik bir gerekliliktir.

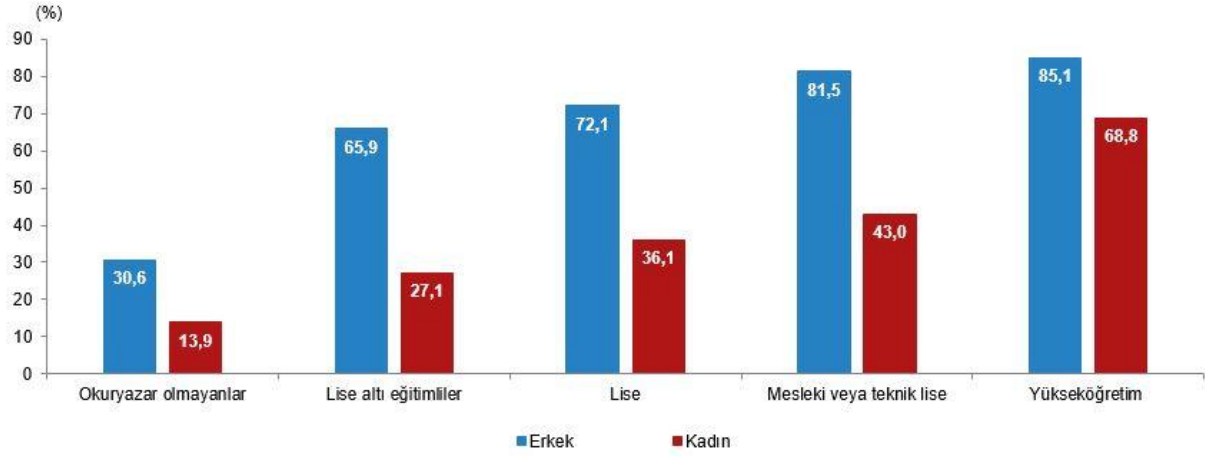
Ulusal Eğitim İstatistikleri’ne göre, en az bir eğitim düzeyi tamamlamış olan 25 yaş ve üzeri nüfus oranı 2008–2022 yılları arasında artış göstermiştir. Buna göre, 2008 yılında %75,1

olan bu oran, 2022’de %91,3’e ulaşmıştır. Bu artış kadınlar özelinde incelendiğinde, 2008 yılında %67,5 olan kadın oranının, 2022 yılı itibarıyla %86,7’ye yükseldiği görülmektedir.



**Grafik 2.2.** Cinsiyete göre en az bir eğitim düzeyini tamamlayanların oranı, 2008-2022

**Kaynak:** (Türkiye İstatistik Kurumu, 2022)



**Grafik 2.3.** Eğitim ve Cinsiyet Durumuna Göre İşgücüne Katılma Oranı (2022)

**Kaynak:** (Türkiye İstatistik Kurumu, 2022)

### 1.8.3. Medeni Durum Faktörü

Kadınların iş gücüne katılımı ile medeni durumları arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Kadınların işten ayrılma nedenleri incelendiğinde; eşlerinin talepleri, çocuk bakımı sorumlulukları veya nişan gibi gerekçelerle iş hayatından çekildikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Ayrıca, evli veya bekar kadınlara kıyasla, boşanmış kadınların iş gücüne katılım oranlarının daha yüksek olduğu araştırmalarla ortaya konmuştur. Bu durumun temel nedenlerinden biri, boşanmış kadınların eski eşlerinden yeterli nafaka alamamaları ve ekonomik olarak kendi ayakları üzerinde durma zorunluluğu duymalarıdır (Özer & Biçerli, 2003).

Kadınların iş gücüne katılımında, kent yaşamında karşılaştıkları toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri büyük rol oynamaktadır. Bu eşitsizlikler arasında eşlerinden izin alma zorunluluğu,

çocuk bakım hizmetlerine erişimde yaşanan yetersizlikler ve ev işleri ile mesleki sorumlulukları aynı anda yürütmekte yaşanan zorluklar yer almaktadır. Tüm bu nedenlerle, kadınların iş gücüne katılımı erkeklere oranla daha düşük seviyelerde kalmaktadır.

Bununla birlikte, kadınların geçmiş yıllara kıyasla iş gücüne katılım oranlarında artış olduğu da gözlemlenmektedir. Bu artış; ekonomik krizlerin zorlayıcı etkisi, çocukların kreş ve anaokullarına yönlendirilmesi, ev işlerinde kullanılan teknolojik cihazların işleri kolaylaştırması ve en önemlisi, kentlerde yaşayan kadınların daha bilinçli ve farkında bireyler olarak yaşamlarını sürdürmeleri gibi faktörlerle açıklanabilir.

**Tablo 2.1.** “Kadınlar Çalışmamalıdır” Diyenlerin Gerekçeleri

<b>Kadının Çalışmaması Hakkında Düşünceler</b>	<b>Kadın</b>	<b>Erkek</b>
Kadının Temel Görevi Ev İşleri ve Çocuk Bakımıdır	64,7	60,7
Geleneklere Aykırı	14,1	12
Çalışma Alanları Kadınlar İçin Güvenli Değil	9,5	16,5
Çalışan Kadınların Çocukları Mağdur Olur	7,8	7
Kadınlar Çalışarak Yıpranır	2,5	2
Diğer	1,4	1,8

**Kaynak:** (Sosyal İş Sendikası, 2016)

Tabloda ifade edildiği gibi kent ve kırsal fark etmeksizin kadınların rolü ev işleri ve çocuk bakımınıdır. Toplum baskısıyla kadınların, iş hayatına katılmadan önce evde bulunan çocuk, hasta ve yaşlı bakımını kimin üstleneceğini ve ev işlerinin nasıl yapılacağını planlamak zorundadır.

### **1.9. Siyasal Katılım**

Siyasal katılım, bireylerin yaşadıkları kent ya da kırsal yerleşimlerinde alınan sosyolojik, yönetsel, ekonomik ve siyasal kararların yönünü belirlemede sergiledikleri tutum ve davranışları ifade etmektedir. Siyasal katılım iki başlık altında incelenebilir: Bireysel katılım ve toplumsal siyasal katılım. Bireysel katılım, kadının bir siyasi partiye üye olarak partinin faaliyetlerine ve grup çalışmalarına aktif biçimde katılımını tanımlar. Toplumsal siyasal katılım

ise bireyin siyasal yapılarla kurduğu tüm ilişkileri kapsar. Bu ilişkiler; politik yapıların takibi, bilgi edinme, oy verme, siyasal eylemlere katılma ve aday olma gibi çeşitli düzeylerde şekillenmektedir.

Siyasal katılım, demokrasinin temel gereklerinden biridir. Oy kullanma, siyasi tartışmalara katılma, siyasi parti etkinliklerinde yer alma gibi davranışlar siyasal katılımın unsurlarını oluşturur. Bazı bireyler siyasetle hiç ilgilenmezken, bazıları bu alana zaman, emek ve hatta maddi kaynak ayırmaktadır (Turan, 1977).

### **1.9.1. Kadınların Siyasette Görünmezliği**

Toplumun tüm üyeleri gibi kadınların da yaşamlarına ilişkin alınan kararlar; parlamento, yerel yönetimler ve diğer kamu kurumları aracılığıyla şekillenmektedir. Bu nedenle kadınların karar alma mekanizmalarında yer alması, toplumsal eşitliği sağlayan politikaların geliştirilmesini ve yasal düzenlemelerin gerçekleştirilmesini kolaylaştırmaktadır.

Kadınların iş gücüne katılım oranlarının düşüklüğü ve eğitim düzeylerinin yetersizliği, genel ve yerel siyasete katılımlarını da doğrudan etkilemektedir. 1934 yılında seçme ve seçilme hakkını elde eden kadınlar, aradan geçen yıllara rağmen siyasette yeterli temsiliyet oranına ulaşamamıştır. Bunun temel nedenlerinden biri, siyasetin toplum tarafından hâlâ bir "erkek işi" olarak görülmesidir. Erkeklerin siyasete daha yoğun biçimde dahil olması, kadınların gerek kentlerde gerekse kırsal alanlardaki sorunlarının göz ardı edilmesine neden olmaktadır.

Kent güvenliği ve diğer kentsel sorunlar perspektifinden bakıldığında, siyasi partilerin kadın kollarında aktif olan kadınların karar alma süreçlerinde yeterince temsil edilmediği, yalnızca sosyal etkinlik ve organizasyon gibi alanlarla sınırlandırıldıkları gözlemlenmektedir. Bu durum, kadınların siyasal süreçlerde görünmez kılınmasına yol açmaktadır.

Kadınların siyasal katılımı, ataerkil toplum normlarının aşılmasında ve kadınların kamusal alanda daha görünür hale gelmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Kadınların yerel yönetimlerde ve karar alma mekanizmalarında daha fazla yer alması, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin azaltılmasına katkı sağlayacaktır. Kadınların siyasette etkin bir biçimde temsil edilmesi; eşitsizliklerin giderilmesi, kent planlamasında söz sahibi olunması ve kadınlara yönelik politikaların daha etkili bir biçimde geliştirilmesini mümkün kılacaktır.

Türkiye’de 2023 yılı Aralık ayı itibarıyla kadın nüfusu 42 milyon 638 bin 306 kişi, erkek nüfusu ise 42 milyon 734 bin 71 kişidir. Toplam nüfusun %49,9’unu kadınlar, %50,1’ini ise erkekler oluşturmaktadır. Türkiye Büyük Millet Meclisi’nde görev yapan 599 milletvekilinin

119'u kadın, 480'i erkektir. Buna göre kadın milletvekili oranı 2007 yılında %9,1 iken, 2023 yılında %19,9'a yükselmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2023). Bu artışta; kadınların eğitim düzeyinin yükselmesi, bilgiye erişimin teknolojik yollarla kolaylaşması, kadın istihdam oranlarının artması ve kentlerde yaşayan bireylerin daha bilinçli hale gelmesi etkili olmuştur.

Ancak nüfustaki denge göz önüne alındığında, siyasette kadın temsili hâlâ yetersizdir. Oysa kadınların siyasete katılımı, topluma daha bütüncül bir katkı sunmalarını sağlamaktadır. Siyasete dahil olan kadınlar, hemcinslerinin sorunlarını daha iyi analiz edebilmekte ve çözüm üretme sürecine aktif biçimde katkı sunabilmektedir. Kadınlara yönelik düzenlemelerin ve programların hayata geçmesi, kadınların siyasette görünür olmalarıyla doğrudan ilişkilidir. Kadınların siyasete katılımındaki eksiklik, kentlerde kadınlara yönelik hizmetlerin ve mekânların yetersizliğinin de başlıca nedenleri arasında yer almaktadır.

### **1.10. Kadınlar Açısından Kentte Güvenlik**

Kent içerisindeki sokaklar, kadınların güvenliği açısından oldukça kritik bir öneme sahiptir. Sokak, ev ortamından farklı olarak kamusal bir alan niteliği taşır. Bu nedenle sokağı kontrol edebilmek, aynı zamanda mahalledeki gündelik yaşamı da kontrol altında tutmak anlamına gelmektedir. Gündelik yaşamlarının büyük bir bölümünü evde geçiren kadınlar, çoğunlukla pencere başında oturarak sokakta oynayan çocukları gözlemlemekte ve olağanüstü durumlara karşı güvenliği sağlama sorumluluğunu üstlenmektedir (Demirbaş, 2012).

Kadınların kentte kendilerini güvende hissettikleri alanlar, çoğunlukla kendi çabalarıyla oluşturdukları mahallelerdir. Bu durum, mahallenin yalnızca fiziki bir yerleşim alanı olmanın ötesinde, kendi içinde barındırdığı geleneksel kodlar aracılığıyla kentle kurduğu ilişkiyi de biçimlendirdiğini göstermektedir. Mahalle, ev ile sokak arasında yer alan mahremiyetin sınırlarını belirleyen ve kent kültürünü yapılandıran canlı bir sosyal organizma gibidir. Bu bağlamda mahalle sakinleri, kendi sınırları içinde güvenlik hissini daha yoğun bir şekilde deneyimlemektedir (Özünel, 2015).

Kentsel alanlarda bireylerin güvenlik algısı, deneyimsel bilgi ve kişisel yaşantılara bağlı olarak görecelidir. Birçok kadın, güvenlik tehdidi algıladığı bazı mekânlardan uzak durmayı tercih ederken; zorunlu hissettiği durumlarda ise erkeklerin hissetmeyeceği düzeyde korku ve endişe duymaktadır. Kadınların kentteki kamusal alanlarda yaşadığı yoğun olumsuz duygular, dışarı çıkma saatlerini ve tercih edecekleri mekânları doğrudan etkilemektedir.

Sokakta, mahallede ya da caddede vakit geçirmek kadınlar için zaman zaman stresli ve kaygı verici bir hâl alabilmektedir. Ataerkil tahakküm ilişkilerinin çözümlenmesinde önemli bir ölçüt olan ‘beden’ ve ‘bedenle kurulan ilişki’, sokaklarda ve caddelerde eril örüntülere dayalı çeşitli biçimlerde tezahür etmektedir. Kent yaşamında kadınların ya da erkeklerin “ne yapması” ya da “ne yapmaması” gerektiği, çoğu zaman kentte sunulan hizmetler ve toplumsal normlara göre şekillenmektedir. Eril tahakküm düzeni içerisinde kadınlara, doğdukları andan itibaren bedenlerini nasıl kullanmaları gerektiği öğretilmekte ve bu normlar toplum tarafından içselleştirilerek normalleştirilmektedir.

Kadınlar, günlük yaşantılarındaki faaliyetleri yerine getirme sürecinde, kentte ve çevresinde yaşanan sosyo-kültürel ve yapısal dönüşümlere uyum sağlayabilmek amacıyla farklı sosyal gruplarla etkileşim ve entegrasyon kurmak durumundadır. Güvenlik riski taşıyan mekânlardan geçerek işe gidiş-geliş saatleri, dinlenme veya eğlenme amacıyla bulunduğu yerler ve bu alanlarda geçirdiği zaman dilimi gibi etkenler, kadınların kent hizmetlerinden faydalanırken dikkat etmek zorunda oldukları kritik detaylardır.

Günümüzde artan nüfus ile birlikte birey-mekân ilişkisine dair ortaya çıkan sorunların çözümünde yerel yönetimlere önemli görevler düşmektedir. Bu kapsamda, insan odaklı yaşam alanlarının inşa edilmesi ve güvenli, yaşanabilir kentlerin oluşturulması gerekmektedir. Nüfus yoğunluğu ve demografik yapıya göre yapılan değerlendirmelerde; kültürel yozlaşma, toplumsal değerlerin zayıflaması, kültürel yabancılaşma ve şiddet olaylarındaki artış gibi olumsuzlukların, kentlerin kimliğini, sosyal yapısını ve markalaşma potansiyelini olumsuz etkilediği görülmektedir. Söz konusu sorunların tespiti ve bu sorunlara yönelik çözümler üretilmesi, kent yaşamı ve kentsel güvenlik açısından büyük önem taşımaktadır (Aktaş, 2017).

### **1.11. Kentte Kadına Yönelik Şiddet**

Kadınlar, dünya genelinde temel yaşam ihtiyaçları ve hizmetlere erişim açısından erkeklere kıyasla dezavantajlı konumdadır. Erkeklere oranla daha yetersiz beslenen, daha sağlıksız koşullarda yaşayan kadınlar, aynı zamanda cinsel taciz ve fiziksel şiddete maruz kalma açısından daha yüksek risk altındadır. Eğitim seviyelerinin genellikle daha düşük olması, kadınların profesyonel ve teknik eğitim olanaklarından yeterince yararlanamamalarına neden olmaktadır. İş yaşamında ise birçok haktan mahrum kalan kadınlar, aile bireylerinin istihdama katılıma yönelik onay vermemesi, işe alım süreçlerinde maruz kaldıkları cinsiyet eşitsizliği ve iş yerinde taciz gibi çeşitli problemlerle karşılaşmaktadır. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın (1999) Kalkınma Raporu'na göre, en temel gıda ve sağlık hizmetlerinden siyasi

katılıma ve ekonomik faaliyetlere kadar hiçbir ülkenin kadınlara erkeklerle eşit koşullar sunduğu ifade edilememektedir.

Kadına yönelik şiddetin temel nedenlerinden biri, ataerkil toplum yapısında kadının sorumluluklarının erkeklerce sorgulanabilir ve kontrol edilebilir olarak görülmesidir. Bu çerçevede, kadının yemeği fazla pişirmesi, eşine karşılık vermesi, kontrolsüz harcama yapması, cinsel ilişkiyi reddetmesi ya da çocuk bakımını ihmal etmesi gibi gerekçeler, şiddet için bahane olarak öne sürülmektedir. Ne yazık ki, bu durumlarda erkeğin şiddet uygulaması toplum tarafından çoğu zaman haklı görülmektedir. Türkiye'de şiddetle ilgili yapılan araştırmalar, konunun hassasiyeti nedeniyle veri toplama sürecinde zorluklar yaşanması ve istatistiksel verilerin sınırlı olması gibi nedenlerle kısıtlıdır. Ancak son yıllarda, özellikle iş yerlerinde yaşanan psikolojik şiddete yönelik akademik çalışmalar ve tezlerin sayısında artış gözlemlenmektedir.

Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO, 2002) verilerine göre her yıl dünya genelinde 1,6 milyon insan şiddet nedeniyle hayatını kaybetmektedir. Şiddet mağdurlarının büyük çoğunluğu 15–44 yaş aralığındaki bireylerden oluşmaktadır. Türkiye'de yapılan araştırmalar ve kayıt altına alınan veriler doğrultusunda; kadınların %52–66'sı sözel şiddete, %24–55'i psikolojik şiddete, %15–65'i fiziksel şiddete, %13,5–19,3'ü ekonomik şiddete ve %6–15'i cinsel şiddete maruz kalmaktadır (Wikipedia, 2024). Gözlemler doğrultusunda kent ve kırsal ayrımına bakıldığında; kentte yaşayan kadınların, kamusal alanda daha aktif olmaları, istihdama katılmaları ve ekonomik sıkıntılarla daha yoğun karşı karşıya kalmaları nedeniyle şiddete maruz kalma olasılıklarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Artan kent nüfusu da şiddetin kentlerde daha sık yaşanmasına neden olmaktadır.

Türkiye'de kadına yönelik şiddeti önlemeye yönelik çeşitli yasal ve kurumsal düzenlemeler hayata geçirilmiştir. Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan bir broşürde, Türkiye'de şiddeti önleme amacıyla 6284 sayılı Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun ile Şiddet Önleme ve İzleme Merkezleri Hakkında Yönetmelik kapsamında hizmetler sunulduğu belirtilmiştir. 2012 yılından itibaren tüm illerde faaliyet gösteren Şiddet Önleme ve İzleme Merkezleri (ŞÖNİM), şiddete uğrayan ya da uğrama riski taşıyan bireylere hukuki, ekonomik ve psikolojik danışmanlık hizmetlerini ücretsiz ve 7/24 esasına göre sağlamaktadır.

Uluslararası alandaki ilk önemli adımlardan biri, Türkiye'nin 1985 yılından itibaren taraf olduğu Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesidir (CEDAW). Bu

sözleşme ile kadınların, medeni durumlarına bakılmaksızın, tüm insan haklarından yararlanmaları ve ayrımcılığa maruz kalmamaları hedeflenmiştir. Diğer önemli bir uluslararası belge ise, 2011 yılında İstanbul'da imzalanan ve Türkiye'nin de taraf olduğu Kadınlara Yönelik Şiddet ve Aile İçi Şiddetin Önlenmesi ve Bunlarla Mücadeleye İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesidir. Bu sözleşme, kadınların her türlü şiddetten korunması, aile içi şiddetin önlenmesi, mağdurların desteklenmesi ve uluslararası iş birliğinin güçlendirilmesini amaçlamaktadır.

Kadına yönelik şiddet, yalnızca bireysel değil aynı zamanda sosyolojik bir sorun olarak ele alınmalıdır. Bu nedenle, toplumun tüm kesimlerinin ve devletin ilgili organlarının katılımıyla kapsamlı politikaların geliştirilmesi ve bu politikaların toplumsal zihniyet dönüşümüne katkı sağlaması gerekmektedir. Kadına yönelik şiddetin önlenmesi ve ortadan kaldırılması için devlet kurumlarının sistematik, eşgüdümlü ve kararlı bir şekilde çalışması stratejik bir önem arz etmektedir.

### **1.12. Belediyelerin Kadınlara Yönelik Hizmetleri**

Belediyeler, kadınların kent yaşamında karşılaştıkları sorunlara çözüm üretme potansiyeline sahip, onlara en yakın kamu kurumlarıdır. Her yerel yönetim biriminin kendine özgü sosyoekonomik yapısı ve toplumsal beklentileri bulunmaktadır. Bu nedenle belediyelerin, yerel düzeyde kapsayıcılığı ve toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlaması büyük önem arz etmektedir. Eşitlikçi, demokratik, kapsayıcı ve toplumsal gelişimi önceleyen projeler ve politikalar çerçevesinde yönetilen kentler; tüm bireyler için yaşam kalitesini artırmakta, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin önüne geçilmesine katkı sağlamaktadır (Kadın Adayları Destekleme Derneği [KA.DER], 2019). Kadınlar ve çocuklar açısından belediyelerden beklentiler arasında; sokak güvenliğinin artırılması, toplu taşıma olanaklarının geliştirilmesi, kreş sayılarının çoğaltılması ve kentte etkili bir aydınlatma sisteminin kurulması yer almaktadır.

Mevzuat, belediyelere kadına yönelik şiddetle mücadele kapsamında önleyici, koruyucu, güçlendirici ve destekleyici hizmetler sunma yükümlülüğü getirmektedir. 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 3. maddesine göre, belediye; sakinlerinin yerel nitelikteki ortak ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla oluşturulmuş, karar organları halk tarafından seçilen ve mali-idari özerkliğe sahip bir kamu tüzel kişiliğidir. Bu bağlamda belediyelerin plan, program ve hizmetleri, kadın ve erkek tüm bireylerin gündelik yaşamını doğrudan etkilemektedir. Kanununun 14. maddesi uyarınca, büyükşehir belediyeleri ile nüfusu 100.000'in üzerinde olan belediyeler, kadın ve çocuklar için konukevleri açmakla yükümlüdür. Diğer belediyeler ise hizmet

öncelikleri ve mali kaynakları doğrultusunda bu hizmeti sunma inisiyatifine sahiptir. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın (2022) verilerine göre, 2022 yılı itibarıyla Türkiye genelinde 149 konukevi bulunmaktadır. Bu sayının 2025'te 169'a, 2026'da ise 174'e ulaşması hedeflenmektedir.

Kadın Adayları Destekleme Derneği (KA.DER) tarafından Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ve Kadın Dostu Kentler Projesi kapsamında hazırlanan "Kadın Dostu Belediye Taahhütnamesi", 2009 yılından bu yana seçim dönemlerinde belediye başkan adaylarına ve sonrasında seçilen başkanlara sunulmaktadır. Taahhütname; belediye hizmetlerinde cinsiyetçi söylem ve uygulamalarla mücadele edilmesi, kadınların ihtiyaçlarının dikkate alındığı stratejik planların hazırlanması, "Danışma ve Dayanışma Evleri'nin kurulması ve ihtiyaca yönelik kapsamlı sığınma evlerinin açılması gibi hükümleri içermektedir (KA.DER, 2021).

Yaklaşık 30 yıldır kadına yönelik şiddetle mücadele eden Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı'nın raporuna göre, belediyeler bazı olumlu uygulamalar gerçekleştirse de genel anlamda yükümlülüklerini yerine getirmekte yetersiz kalmaktadır. Özellikle COVID-19 pandemisi döneminde kadına yönelik şiddette artış gözlenmiş; kadınların destek kuruluşlarına erişiminde zorluklar yaşanmış ve belediyelerin bu konuda yeterince sorumluluk almadığı vurgulanmıştır (Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı, 2024).

Literatür taramaları, belediye hizmetlerinin toplumsal cinsiyet eşitliği üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır. Yapılan değerlendirmeler, belediyelerin toplumsal cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik hizmet sunumunda yeterli çabayı göstermediklerini ve bu konunun hâlen ciddi bir sorun alanı olduğunu göstermektedir.

### **1.13. Kadın Dostu Kentler**

Kentler, tüm bireylerindir ve herkesin bu alanlardan eşit şekilde yararlanma hakkı bulunmaktadır. Ancak ne yazık ki, kadınlar ve erkekler kent yaşamında sunulan hizmetlerden eşit şekilde faydalanamamaktadır. Yaşam çevresinin sunduğu sosyal, ekonomik ve mekânsal olanaklardan yararlanma düzeyleri; kadınların ve erkeklerin ihtiyaçları, beklentileri ve karşılaştıkları sorunlar açısından farklılık göstermektedir. Bu nedenle ortak yaşam alanlarında uygulanan politikalar, cinsiyete bağlı olarak bireyleri farklı biçimlerde etkilemektedir. Kentlerde sunulması gereken pek çok hizmetin yetersiz kalması hâlinde, bu boşluk genellikle kadınlar tarafından doldurulmaktadır (Alkan, 2013). Bu bağlamda, kentlerin "kadın dostu" olması yalnızca bir tercih değil, toplumsal eşitlik açısından bir gerekliliktir. Birçok kadın için

huzurlu bir yaşam, ferah bir kentsel çevreye, kamusal alandaki özgürlük hissine ve kendini güvende hissetmesine bağlıdır.

Kadın Dostu Kentler Programı, sürdürülebilirlik ve insan haklarını esas alan bir yaklaşıma sahiptir. Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu tarafından, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin kabulünün 60. yılı dolayısıyla yürütülen değerlendirmede, bu program “dünyada insan hakları alanında yürütülen en iyi altı projeden biri” olarak gösterilmiştir. Kadın Dostu Kentler Programı, Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitliğini yerel yönetim politikalarına entegre eden ilk projelerden biri olarak dikkat çekmektedir (Demirdirek, 2014). Program, kent planlamasının çoğunlukla erkekler tarafından gerçekleştirilmesi ve kadınlara yönelik hizmetlerin bu bağlamda yetersiz kalması ile bazı kent alanlarının kadınlar için tehlikeli hâle gelmesi üzerine geliştirilmiştir. Program kapsamında sunulan tavsiyeler, kadınların daha güvenli, erişilebilir ve özgür bir kent yaşamı sürdürebilmesi açısından rehber niteliği taşımaktadır. Kadın Dostu Kentler Programı’nın temel önerileri şu şekildedir:

- Kent içinde çıkmaz sokaklardan ve kıvrımlı yollardan kaçınılmalıdır.
- Kamusal alanlarda (örneğin kent meydanları ve otobüs durakları) etkin aydınlatma sağlanmalıdır.
- Yeterli sayıda sığınma ve toplanma alanı oluşturulmalıdır.
- Acil durumlar için kamusal alanlara acil arama noktaları kurulmalıdır.
- Kentin tanıtımı amacıyla yönlendirici ve bilgilendirici levhalar yerleştirilmelidir.
- Toplu taşıma sistemleri, kentin uzak noktalarına ulaşımı sağlamalı; gece saatlerinde otobüs durakları dışında belirlenen yerlerde inişe imkân tanınmalıdır.
- Sokak etkinliklerine daha fazla yer verilmelidir.
- Kaldırımlar ve yollar, kadınlar, yaşlılar ve çocuklar gözetilerek tasarlanmalıdır.
- Kentteki rekreasyon alanlarına ulaşım kolaylaştırılmalıdır.

Kadın dostu kentler, kadınların kentsel ve kamusal alanlarda eşit biçimde varlık gösterebildiği, hizmetlerden eşit şekilde yararlanabildiği, güvenliğin, erişilebilirliğin ve katılımın sağlandığı kentlerdir. Bu kentler; kadın ve kız çocuklarının eşit, güvenli ve rahat şekilde faydalanabileceği şekilde yapılandırılmıştır. Toplu konut, sosyal yaşam alanları, ulaşım ve diğer tüm belediye hizmetleri, toplumsal cinsiyet eşitliği perspektifiyle planlanmakta ve uygulanmaktadır (Tekinbaş, 2013).

Kadın dostu bir kentin oluşabilmesi için, kent yaşamına ve hizmetlerine dair planlama süreçlerinde kadınların daha aktif biçimde yer alması gerekmektedir. Kadınların deneyimleri,

ihtiyaçları ve talepleri dikkate alınmadan oluşturulan kentler, toplumsal eşitlik hedefinden uzaklaşmakta; kadınların özgürlüklerini ve güvenliklerini sınırlandırmaktadır. Bu nedenle kadınların, yaşamlarını kurmak istedikleri çevreye dair kararlarda söz sahibi olmaları, demokratik ve kapsayıcı bir kent yaşamının inşası açısından zorunludur.

### 1.13.1. Avrupa’da Kadın Dostu Kentlere Örnekler

Avrupa’da kadın dostu kentler denildiğinde, gelenekleri, altyapıları ve cinsiyet eşitliğine yönelik planlamalarıyla kadınlara eşitlikçi yaşam alanları sunan kentler akla gelmektedir. Kadınlara yönelik özel planlamaları içeren bu kentlerde, aynı zamanda iyi uygulama örnekleri de bulunmaktadır.

Bir kentte toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanabilmesi, kadınların karar alma süreçlerine katılımıyla doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda, kadınların yerel yönetimlerde temsil edilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu temsiliyeti artırmak adına uygulanan en etkili ve köklü yöntemlerden biri cinsiyet kotasıdır. Cinsiyet kotası; belirli kurallar ve kriterler doğrultusunda, kadınlar ya da erkekler tarafından doldurulması gereken belli oranlarda koltuk veya pozisyon belirleyerek, toplumsal cinsiyete dayalı dengeli katılım ve temsili amaçlayan pozitif bir düzenleme aracıdır (European Institute for Gender Equality, 2021).

Günümüzde Avrupa’da pek çok ülkede yerel seçimlerde %50 cinsiyet kotası uygulanmaktadır. Bu uygulama, kadın dostu kentlerin inşasında temel bir gereklilik olarak değerlendirilmektedir. Nitekim Tablo 2.2’de görüldüğü üzere Belçika, Finlandiya, İsveç ve Fransa gibi ülkeler bu uygulamayı hayata geçirmiştir. Örneğin Belçika’da, 1994 yılında kabul edilen yerel yönetimlerde cinsiyet kotası yasası, seçimlerde adayların %50’sinin kadın olmasını zorunlu kılmıştır. Belçika, cinsiyet kotasını yasal olarak uygulayan ilk ülke olma özelliğini taşımaktadır. Bu doğrultuda, Brüksel ve Valon bölgeleri, dünya çapında en kapsamlı cinsiyet kotası uygulamalarına sahip örnekler arasında yer almaktadır (Devroe, 2020).

**Tablo 2.2.** Kota Uygulamaları

Ülke	Uygulamalar	Yıl
Belçika	Seçimlerde %50 Kota	1994
Finlandiya	Seçimlerde %40 Kota	1995
İsveç	Seçimlerde %50 Kota	1998
Fransa	Seçimlerde %50 Kota	2014

**Kaynak:** (Şenol, 2008)

Finlandiya’da, 1987 yılında kabul edilen ve 1995 yılında revize edilen yasaya göre, yerel yönetimlerde kadınların ve erkeklerin en az %40 oranında temsil edilmesi gerekmektedir. Ayrıca Finlandiya, belediyeler ve bölgelerde uluslararası anlaşmaları ve mevcut mevzuatı uygulamaya yönelik gönüllü bir taahhüt olan Avrupa Belediyeler ve Bölgeler Konseyi’nin (CEMR) “Avrupa Yerel Yaşamda Kadın-Erkek Eşitliği Şartı”nı imzalamıştır. Ülkede yürürlükte olan Eşitlik Yasası, karar alma süreçleri ve yönetim dahil olmak üzere belediyelerin tüm faaliyet ve uygulamalarında geçerlidir (Demo Finland, 2021).

Kadın dostu kentler oluşturma amacı doğrultusunda, Avrupa genelinde ve birçok kentte belediyeler tarafından eşitlik odaklı çalışmalar yürütülmektedir. Bu kapsamda, yürütülen faaliyetlerin izlenmesi ve değerlendirilmesine yönelik raporların hazırlanabilmesi amacıyla özel birimler oluşturulmuştur. Söz konusu birimler, kentte yaşayan kadınların karşılaştıkları sorunları tespit etmeyi ve belediyelerin toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik çalışmalarını izlemeyi amaçlamaktadır.

**Tablo 2.3.** Avrupa’da Eşitlik Faaliyetleri Yürüten Kentler

Ülke	Kent	Uygulama
İsveç	Stockholm	Cinsiyet Politikalarını Takip Eden Birim Kurulması
Lüksemburg	Dudelange	Eşitlik Komisyonunun Kurulması
Avusturya	Viyana	Belediyelerde Kadın Birimi Kurulması
Fransa	Paris	Eşitlik Formunun Oluşturulması

**Kaynak:** (Şenol, 2008).

**Tablo 2.4.** Ülke Bazında Kadın Dostu Faaliyetler

Ülke	Faaliyetler
Belçika	Belediye Kadın Danışma Kurulu
Finlandiya	Kent Konseyi Eşitlik Komisyonu
Avusturya	Belediyelerde Eşit Muamele Yasası
Norveç	Cinsiyet Bazlı İstatistik Oluşturma
İsveç	Yıllık Eşitlik Planları

**Kaynak:** (Şenol, 2008).

Ülke Bazında Kadın Dostu Faaliyetler tablosunda yer alan Avusturya’nın Viyana kentinde, uzun süredir aktif olarak faaliyet gösteren bir Kadın Birimi bulunmaktadır. Bu birim, şiddete maruz kalan kadınlar ve kız çocuklarına acil destek sağlamak amacıyla “24 Saat Kadın Acil Yardım Hattı”nı işletmektedir. Ayrıca, şiddet mağduru kadınlar ve çocuklar için dört kadın

sığınma evi ile yaklaşık elli bakım evinden oluşan güvenli barınma imkânları sunan Viyana Kadın Sığınakları Derneği'ne destek vermektedir. Kadınların istihdama katılımını artırmaya yönelik çeşitli faaliyetler yürütmekte ve Viyana Kent Konseyi Kadın Sorunları Birimi ile iş birliği içinde çalışmaktadır (City of Vienna, 2021).

Eşitlik odaklı çalışmalara öncelik veren bir diğer kent ise Lüksemburg'dur. Lüksemburg, yaşamın tüm alanlarında toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleyen bir toplum inşa etme hedefi taşımaktadır. Bu doğrultuda, 2015 yılında "Kadın ve Erkek Eşitliği Bakanlığı" adıyla, yalnızca cinsiyet eşitsizliğini önlemeye odaklanan bir bakanlık kurulmuştur. Lüksemburg, bu alanda uzmanlaşmış tek Avrupa Birliği ülkesi olma özelliğini taşımaktadır. Bakanlık, kadın odaklı sivil toplum kuruluşlarıyla da iş birlikleri geliştirmektedir (Avrupa Birliği ve Cinsiyet Eşitliği, 2021).

Ülke Bazında Kadın Dostu Faaliyetler tablosunda belirtilen ülkelerde, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini önleme ve bu eşitliği yerel yönetimler düzeyinde sağlama konusundaki farkındalık, yürütülen faaliyetlerle açıkça ortaya konmuştur. Bu bağlamda, Norveç İstatistik Kurumu, söz konusu faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde kilit bir rol üstlenmektedir. Kurum, analizlerin ve istatistiklerin toplanması, yayımlanması ve işlenmesi yoluyla daha bilinçli bir kamuoyu tartışmasına katkı sunmaktadır. Ayrıca "Sosyal Refah İstatistikleri Bölümü" çatısı altında, cinsiyet temelli verilerin güçlendirilmesi ve geliştirilmesi amacıyla özel bir koordinasyon birimi oluşturulmuştur (Norway, 2021). Öte yandan, Avusturya'da çıkarılan Eşit Muamele Yasası, toplumsal cinsiyet eşitliği açısından önemli bir yasal düzenleme olarak değerlendirilmektedir. Yasanın temel amacı, ülkede ayrımcılığın önlenmesi ve fırsat eşitliğinin teşvik edilmesidir (Government of South Australia, 2021).

### **1.13.2. Türkiye'de Kadın Dostu Kentler Projesi**

Dünya genelinde kadınlar, cinsiyet kimlikleri nedeniyle toplumsal hayata uyum sağlama sürecinde birçok zorlukla karşı karşıya kalmaktadır. Kadınların toplumsal statüsü, büyük ölçüde bir ülkenin yasama ve yürütme süreçleriyle ilişkilidir. Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitsizliğine karşı yürütülen çalışmalar, özellikle 2000'li yıllardan itibaren gündeme gelmiş; bu süreçte kadınların kentsel alanlardaki yaşam standartlarının yükseltilmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmalar, anayasa ve yasalarda yapılan değişikliklerin yanı sıra ulusal ve uluslararası projeleri de kapsamaktadır (Bahar Özsoy, 2016).

Bu bağlamda, 2006 yılında Türkiye'de "Kadın Dostu Kentler Projesi"ne ilişkin ilk adımlar atılmıştır. Projede; düzenleyici kurum olarak İçişleri Bakanlığı, uygulayıcı olarak Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), finansal destek sağlayıcı olarak İsveç Uluslararası

Kalkınma İş Birliği Ajansı (SIDA) ve teknik katkı sunan Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu (UNFPA) yer almaktadır (Kimberly Inksater, 2015). Proje kapsamında çeşitli taahhütlerde bulunulmuştur. Bu taahhütler şu şekilde sıralanabilir:

- Yerel yönetim birimleri, sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları, kadın örgütleri ve üniversitelerin katılımıyla İl Kadın Hakları Koordinasyon Kurullarının oluşturulması,
- Belediye ve valiliklerde Kadın-Erkek Eşitlik Birimlerinin kurulması,
- Belediye ve il genel meclislerinde Kadın-Erkek Eşitlik Komisyonlarının tesis edilmesi,
- Yerel Eşitlik Eylem Planlarının (YEEP), yerel paydaşların taleplerini dikkate alarak hazırlanması ve uygulama sürecinin yine bu paydaşlarla birlikte denetlenmesi,
- Toplumsal cinsiyet eşitliğine uygun bütçeleme yapılması,
- Kadın örgütleriyle koordineli şekilde, kadınlar ve kız çocuklarının korunması ve güçlendirilmesi,
- Proje kapsamında yürütülecek faaliyetlerde donanım ve personel ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik kolaylaştırıcı önlemlerin alınması,
- Toplumsal farkındalık yaratmak amacıyla, cinsiyet eşitliği konusunda halkı bilinçlendirmeye yönelik etkinliklerin düzenlenmesi.

Proje kapsamına alınacak kentlerin belirlenmesinde; yerel yönetimlerin istekliliği, diğer Birleşmiş Milletler projelerinin uygulanmakta olduğu bölgeler, bütçe olanakları ve coğrafi çeşitlilik gibi ölçütler dikkate alınmıştır (Esra Sipahi, 2012). Bu ölçütler doğrultusunda yapılan değerlendirmeler sonucunda, projenin birinci aşaması 7 Mart 2006 – 31 Aralık 2009 tarihleri arasında beş ilde (İzmir, Trabzon, Nevşehir, Şanlıurfa, Kars) uygulanmaya başlanmıştır. Bu dönemde, özellikle sivil toplum kuruluşlarının katılımıyla atölye çalışmaları ve bilinçlendirme eğitimleri düzenlenmiştir. Projenin ikinci aşaması ise 1 Nisan 2011’de başlamış ve 31 Nisan 2013’te sona ermiştir. Bu aşamada kentlerin seçiminde, ihtiyaç ve kapasitelerine göre oluşturulan haritalar belirleyici olmuştur. İkinci aşamada projeye Antalya, Adıyaman, Bursa, Malatya, Samsun, Gaziantep ve Mardin olmak üzere yedi yeni kent daha dahil edilmiştir (Baykan, 2015).

Kadınların kentsel alanda güvenliğinin sağlanması, erkeklerle eşit eğitim imkanlarına erişimi, sağlık hizmetlerinden faydalanabilmesi, ekonomik hayata ve kentle ilgili karar alma süreçlerine katılımının teşvik edilmesi, ‘Kadın Dostu Kent’ olmanın temel hedefleri arasında yer almaktadır. Bu hedeflerin uygulamaya geçirilmesi, bir kentin "kadın dostu" olarak nitelendirilmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır.

2020 yılında Dünya Ekonomik Forumu (WEF) tarafından yayımlanan ve "kadınların siyasete katılımı, fırsat eşitliği, eğitim olanakları, sağlık hizmetlerine erişim ve istihdama katılım" gibi göstergeleri temel alan Cinsiyet Eşitliği Raporu'na göre, Türkiye 153 ülke arasında 149. sırada yer almaktadır. Raporda, ilk sıralarda Norveç, Finlandiya ve İsveç bulunmaktadır. Bu sıralama, Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ciddi boyutlara ulaştığını ortaya koymaktadır.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası ve Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı iş birliğiyle hazırladığı "81 İilde Türkiye'nin Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Karnesi" başlıklı 2020 tarihli çalışmada, kentler; siyaset ve ekonomi alanlarında temsil düzeyleri, eğitim ve üretim faaliyetlerine katılım oranları açısından değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, bölgeler arasında önemli farklar olduğu ve yerel politika üretiminde yetersizlikler bulunduğu tespit edilmiştir. Örneğin, ilçe düzeyinde siyasi parti başkanlarının cinsiyet dağılımları incelendiğinde, Artvin ve Ardahan'da kadın temsil oranı %16,7 iken, Sinop'ta bu oran %0 olarak kaydedilmiştir (Düşündere, 2020).

Kadınların yerel düzeyde karşılaştıkları sorunlar, doğrudan yerel politikalarla ilişkilidir. Yerel yönetim ve siyaset, kadınlara iki tür katılım imkânı sunmaktadır: Birincisi, kadınların aktif siyaset yapıcı aktörler olarak yerel siyasete dahil olmaları; ikincisi ise kadınların, yerel yönetim kararlarından doğrudan etkilenen bireyler olarak kentsel hizmetlere erişim talep etmeleridir (KA-DER, 2009). Bu bağlamda, kadınların ulusal ve yerel düzeydeki temsiline bakıldığında, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde 600 milletvekilinden yalnızca 104'ünün kadın olduğu, yani kadın vekil oranının %17 düzeyinde kaldığı görülmektedir (Yüksek Seçim Kurulu, 2018). Bu oranın yerel düzeydeki yansımaları, belediye meclislerindeki cinsiyet dağılımı ile anlaşılabilir. Belediye meclisleri, kadın-kent ilişkilerinin şekillendiği, kentsel politikaların belirlendiği ve yürütüldüğü temel kurullardır. 31 Mart 2024 yerel seçim sonuçlarına göre, Balıkesir il ve ilçe belediyelerinde hiçbir kadın belediye başkanının seçilmemiş olması, kadınların yerel siyasetteki temsiline yetersizliğini göstermektedir. Bu durum, kentlerin tasarımında ve yerel yönetim politikalarının oluşumunda erkek egemenliğinin etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu eşitsizlik, kentsel yaşamda kadınların yaşam kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir.

Türkiye'de kadın temsiliyetinin düşük olması, yerel ve ulusal düzeyde önemli bir sorun olarak değerlendirilmektedir. Kadınların seçimlerde aday olma sürecinde toplumsal baskıya maruz kalmaları, "annelik görevi" gibi toplumsal rollerin kadınlara atfedilmesi ve cinsiyet temelli önyargılar, kadın temsiline olumsuz etkilemektedir. Bu bağlamda, siyasi partilerde

toplumsal cinsiyet eşitliği temelinde bir yapı oluşturulması, aday belirleme sũreęlerinin demokratikleştirilmesi, cinsiyet kotası uygulamaları ile erkeklerin bu sũreęlere ilişkin bilinę düzeylerinin artırılması, kadınların siyasal temsil oranlarının artırılması ve karar alma sũreęlerine etkin katılımlarını sağlayacak çözümler önerileri arasında yer almaktadır (Çağlar, 2011). Bazı kentler, Kadın Dostu Kentler Projesi kapsamında kadınlara yönelik yaşam alanları yaratmaya yönelik çalışmalar geręekleřtirmektedir. Bu kentlerden biri de Balıkesir'dir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

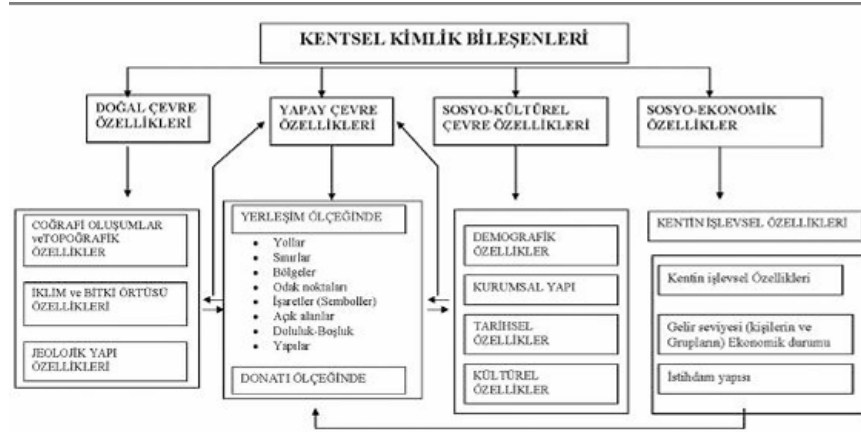
### BALIKESİR KENT KİMLİĞİNİN ÖGELERİ

#### 1. Balıkesir Kent Kimliği

Kentler, kendine özgü kimliği olan yerleşim alanlarıdır. Büyüklükleri ne olursa olsun her kentin kendine ait bir kimliğinden söz etmek mümkündür. Kentler, bu kimlikleriyle var olmakta ve bu kimlikler üzerinden anılmaktadır. Kent kimliği, bir kenti diğerlerinden ayıran temel bir kavram olup, kente özgü yerelliklerin zaman içerisinde çeşitli etkenlerle şekillenmesiyle oluşur. Bu kimlik hem özgün hem de ortak anlamlar taşıyan sosyo-kültürel ve fiziksel unsurların bütünüdür.

Kent kimliği; doğal çevre, yapay çevre, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel çevrenin karşılıklı etkileşimi sonucunda meydana gelir. Bu nedenle kent kimliği durağan bir yapı arz etmez; aksine, zaman içerisinde yaşanan toplumsal, kültürel ve ekonomik gelişmelere bağlı olarak değişime uğrayabilir. Ancak bir kentin kimliğinin sürdürülebilir ve işlevsel olabilmesi için, o kentte yaşayan bireyler tarafından benimsenmesi ve sahiplenilmesi gerekir.

Türkçe Bilim Terimleri Sözlüğünde kent kimliği, “kentin kendine özgü kültürel ve tarihi birikimi; küresel, ulusal ve bölgesel yerleşim dizgeleri barındıran, toplumsal, kültürel ve ekonomik işlevleriyle ayırt edilebilir tüm özelliklerin toplamı” olarak tanımlanmaktadır (Türkçe Bilim Terimleri Sözlüğü, 2011).



Şekil 3.1. Kentsel Kimlik Bileşenleri

Kaynak: (Topçu, 2011)

Kentsel çevrede yer alan doğal güzellikler, kent kimliğinin oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda yer şekilleri, yükselti, dağlar, nehirler, iklim koşulları ve bitki

örtüsü gibi unsurlar ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle, Hakkâri için "dağlar kenti", Sinop için "suların sulara vurduğu kent", Bitlis için ise "vadideki güzel kent" gibi nitelermeler kullanılarak kentlerin doğal özellikleri kimlik unsuru haline getirilmektedir.

Yapay çevre ise çoğu zaman insanlar üzerinde daha güçlü bir etkiye sahiptir. Yapay çevre, beş temel imgeden oluşmaktadır: bölgeler, sınırlar, yollar, nirengi (referans) noktaları ve odak alanları. Bazı kentler, yolları, köprüleri ve demiryolları ile dikkat çekmektedir. "Bölgeler" kentsel eylem alanlarını ifade eder ve konut alanları, sanayi bölgeleri, yeşil alanlar ile çalışma bölgelerini kapsar. "Sınırlar" ise kentin çeşitli eylem alanlarını birbirinden ayıran fiziksel hatlardır; çevre yolları veya demiryolları bu sınırların belirlenmesinde kullanılabilir. "Odak alanları", genellikle kent meydanları gibi insanların toplanma, buluşma ve dağılma amacıyla kullandığı alanları ifade eder. "Nirengi noktaları" ise kentte herkes tarafından bilinen, görsel olarak öne çıkan ve yer-yön tarifinde kolaylık sağlayan özel alanlardır. Hastaneler, saat kuleleri, müzeler, camiler veya eğlence merkezleri bu kategoriye girer. Kent tanımlamaları genellikle bu referans noktaları üzerinden yapılmaktadır.

Kent kimliği aynı zamanda sosyolojik bir inşa süreci olarak da değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, sosyal çevre; demografik yapı, kurumsal sistemler ve kültürel öğeleri kapsamaktadır. Demografik yapı, nüfusun büyüklüğü ve artış hızı, yaş gruplarının dağılımı ve kadın-erkek oranı gibi unsurları içerir. Kurumsal yapı, kentin içerisinde yer aldığı ve siyasi yapıyla başlayıp dini kurumlar, sağlık ve sosyal hizmetler ile ekonomik sistemleri kapsayan çok katmanlı bir sistem bütünüdür.

Kültürel öğeler de kent kimliğinin belirlenmesinde önemli bir başka bileşeni oluşturmaktadır. Bu öğeler; etnik yapı, yemek kültürü, aile yapısı, yerleşim düzeni ve yaşam tarzı gibi unsurları içermektedir. Öte yandan, kentin sosyo-ekonomik kimliği ise gelir ve refah düzeyi ile istihdam oranına bağlı olarak şekillenmektedir. Kentin işlevselliği de büyük ölçüde bu sosyo-ekonomik yapıya göre değişiklik göstermektedir.

### **1.1. Balıkesir Kentinin Coğrafi Konumu ve Doğal Çevre Özellikleri**

Balıkesir, Türkiye'nin batısındaki önemli merkezleri birbirine bağlayan kara, hava ve deniz ulaşım yolları üzerinde stratejik bir konumda yer almaktadır. Kent, ulaşım olanakları bakımından gelişmiş bir yapıya sahiptir; karayolu, denizyolu ve havayolu ile erişim mümkündür. Balıkesir il topraklarının büyük bir kısmı Marmara Bölgesi'nde, geri kalan kısmı ise Ege Bölgesi'nde yer almaktadır. Doğuda Bursa, batıda Ege Denizi ve Çanakkale, güneyde Manisa ve İzmir, güneydoğuda ise Kütahya illeri ile komşudur. Genel itibarıyla fazla engebeli

olmayan Balıkesir'in yüzey şekilleri, büyük ölçüde dalgalı düzlüklerden oluşmaktadır (Balıkesir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018).

Türkiye ölçeğinde değerlendirildiğinde, Balıkesir'in ülkenin batısında konumlanması ve Bursa, İzmir ve İstanbul gibi sosyal, fiziksel ve ekonomik açıdan gelişmiş metropollere yakınlığı, kente önemli bir konumsal avantaj sağlamaktadır.

Balıkesir'in iklim özellikleri, kentsel yaşamın çeşitli bileşenlerini etkilemektedir. Kentteki gündelik yaşam faaliyetleri, konut tipolojileri, tarımsal üretim biçimleri ve yemek kültürü gibi unsurlar, doğrudan iklim koşulları ile ilişkilidir. Balıkesir'de Akdeniz, karasal ve Karadeniz iklim tiplerinin etkilerinin görüldüğü bir geçiş iklimi hâkimdir. Bu özelliği nedeniyle kentte gün içerisinde hava koşullarında sık sık değişiklikler yaşanabilmektedir.



Resim 3.1. Balıkesir Kenti ve Komşu Kentleri

**Kaynak:** (Wikipedia, 2024)

Balıkesir'in topoğrafik özellikleri incelendiğinde; kentin ova, yamaç ve plato üzerinde geliştiği, ancak en yoğun gelişmenin jeomorfolojik olarak ova alanlarında gerçekleştiği görülmektedir. Bu bağlamda, Balıkesir'in bir "ova kenti" niteliği taşıdığı söylenebilir. Yükseltisi 400 metreye ulaşan tepelik alanlarla çevrili bir çanak yapı özelliği taşıyan Balıkesir Ovası'nda, kuzeybatı kesimlerde kent yükseltisi 90 ila 150 metre arasında değişiklik göstermektedir. Jeolojik olarak, ova tabanında alüvyonlar, az eğimli yamaçlarda Neojen dönemine ait gölsel tortular ve tepelik alanlarda andezit yapılar bulunmaktadır.

Topoğrafya, jeoloji ve iklim gibi doğal çevre bileşenleri, kent kimliğinin şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra, Balıkesir'in sahip olduğu körfezler ve kıyı alanları, kıyı turizmi açısından; termal kaynakları, Manyas Kuş Cenneti Milli Parkı ve Kazdağları Milli Parkı gibi doğal varlıkları ise ekolojik turizm açısından dikkat çekici unsurlar arasında yer almaktadır. Ayrıca kent genelinde ve çevresinde bulunan rüzgâr türbinleri, Balıkesir'in yenilenebilir enerji üretiminde önemli bir paya sahip olduğunu göstermektedir.

Kentte doğal ve yapay çevre bileşenlerinin etkileşimi bakımından, cadde ve sokak düzeni de morfolojik yapı ile doğrudan ilişkilidir. Bu doğrultuda, Balıkesir kent merkezinin, az sayıda geniş caddenin çok sayıda dar ara sokakla bağlantılı olduğu bir ulaşım ağına sahip olduğu görülmektedir. Bu yapı, kentsel ulaşımı olumsuz yönde etkilemekte ve bazı bölgelerde güvenlik endişelerini gündeme getirmektedir.

“Türkiye’yi Doyuran İl” sloganıyla anılan Balıkesir, sahip olduğu coğrafi konum ve iklim koşulları sayesinde çok çeşitli tarım ürünlerinin yetiştirilebildiği bir kenttir. Bu durum, yalnızca tarımsal üretimin değil, tarıma dayalı sanayi faaliyetlerinin de gelişmesini desteklemiştir. Tarım ve sanayinin yanı sıra kentte; yaz turizmi, kültürel ve ekoturizm, arkeolojik değerler ile sağlık ve termal turizm gibi farklı sektörler de canlılık göstermektedir. Coğrafi konumunun sağladığı avantajlar doğrultusunda, Balıkesir tarım, hayvancılık, turizm ve yenilenebilir enerji potansiyeli açısından gelişime açık bir kent profili sergilemektedir. Tüm bu özellikleriyle Balıkesir, kültürel, tarihsel ve coğrafi değerlerini ön plana çıkararak marka kent olma yolunda ilerlemektedir.

## 1.2. Balıkesir Kentinin Tarihi ve Sosyo-Kültürel Çevre Özellikleri

Balıkesir kenti, sosyo-kültürel açıdan değerlendirildiğinde, tarihsel süreç içerisinde Mysia, İnan, Lidya, Makedonya, Selçuklu ve Roma gibi birçok medeniyete ev sahipliği yapmış çok katmanlı bir yerleşim alanıdır (Durmaz, 1995). Bu çok kültürlü geçmiş, kentin kültürel kimliğinin şekillenmesinde önemli rol oynamıştır. Özellikle, Balıkesir’in tarihsel gelişiminde Karesi Beyliği’ne merkezlik yapmış olması dikkat çekicidir. Bu tarihsel miras, günümüzde kent merkezinde yer alan ve beyliğin adını taşıyan Karesi Türbesi ile somut şekilde temsil edilmektedir.



**Resim 3.2.** Karesi Bey Türbesi

**Kaynak:** (Türkiye Kültür Portalı, 2013)

Balıkesir kentinin tarihsel simgelerinden en önemlisi, “Millî Mücadele Kenti” olarak anılmasıdır. Bu niteleme, şehirlerarası otogarda yer alan “Kuvay-ı Milliye Şehri Balıkesir’e Hoş Geldiniz” ifadesi ile birlikte, Milli Kuvvetler Caddesi, Kuvay-ı Milliye Mahallesi, Kuvay-ı Milliye Anıt Parkı ve Kuvay-ı Milliye Caddesi gibi çeşitli mekânsal adlandırmalar aracılığıyla kentin tarihi önemi sıkça vurgulanmaktadır.



**Resim 3.3.** Balıkesir Kentinden Bir Görünüm

**Kaynak:** (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2023)

Millî Mücadele ile özdeşleşen kent imgesinin bir diğer unsuru ise askeri kimliktir. Balıkesir, askeri uçak, havaalanı ve askeri okullar ile ilişkilendirilmiş; bu nedenle bazı düşünürler tarafından “garnizon kenti” olarak tanımlanmıştır. Askeri okul ve havaalanının varlığı, kentin askeri kimliğinin gelişimine önemli katkılar sağlamıştır.

Kent kimliğini belirleyen diğer önemli bir figür ise Kurtdereli Mehmet Pehlivan’dır. Kentin çarşı merkezinde yer alan Kurtdereli Mehmet Pehlivan Heykeli, Altıeylül logosu, kentsel donatı elemanları (çöp kutuları) ve Kurtdereli Spor Salonu ismi gibi farklı alanlarda sembolik bir simge olarak kendini göstermektedir. Ayrıca, kentte düzenlenen Kurtdereli Güreşleri gibi etkinlikler, Balıkesir’e ziyaretçi çekilmesine katkı sağlamaktadır.

Tarihî açıdan önemli yapılar arasında Balıkesir Anadolu Lisesi, Karesi Bey Türbesi, Paşa Hamamı, Paşa Konağı, Zağnos Paşa Camisi ve Yıldırım Camisi bulunmaktadır. Bu yapılar kentte turizmin gelişmesini destekleyerek Balıkesir’in markalaşmasına katkıda bulunmuştur. 1911 yılında inşa edilen ve günümüzde hâlâ faaliyet gösteren Tren Garı da kent kimliğinin önemli bileşenlerinden biridir. Balıkesir’in coğrafi konumu, Marmara ve Ege bölgelerini birbirine bağlaması ile stratejik bir öneme sahiptir. Kara ve demir yolları ulaşım altyapısı, kentin gelişiminde kritik rol oynamaktadır (Yurt Ansiklopedisi, 1982).

Cumhuriyet Dönemi ile başlayan modernleşme süreci, Balıkesir'e özgü birçok mimari yapının günümüze taşınmasını sağlamıştır. 2012 yılında büyükşehir statüsü kazanan kent, Marmara Zinciri projesi kapsamında çeşitli yenilikler ve gelişmeler gerçekleştirmiştir. Bu kapsamda; Çamlık Cami Projesi, Çamlık Tepesi Rekreasyon Alanı, Çay Deresi Rekreasyon Alanı, Avlu Balıkesir Projesi, Baltok Toplu Konut Projesi ile Balıkesir Fuar ve Kongre Merkezi gibi önemli projeler hayata geçirilmiştir. Bu yatırımlar, kent markalaşmasını desteklemek ve kent sakinlerinin refahını artırmak amacıyla planlanmıştır.

Sosyo-kültürel açıdan kent kimliğini şekillendiren önemli bir unsur da nüfus yapısıdır. Cumhuriyetin ilk yıllarında Balıkesir'in kentsel nüfus artış hızı, Türkiye genelindeki diğer kentlerin üzerinde gerçekleşmiştir; bu durum kentin askeri kimliği ile ilişkilendirilmektedir. 2013 yılında kentsel nüfus artış hızının en yüksek seviyede olduğu gözlemlenmiştir. Bu artış, Balıkesir'in büyükşehir statüsü kazanması ve köylerin kırsal mahallelere dönüşmesiyle ilişkilendirilebilir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, 2019 yılında 1.228.620 olan Balıkesir nüfusu, 2023'te 1.273.519'a yükselmiş ve artış eğilimi devam etmektedir (TÜİK, 2023).

Büyükşehir statüsüne sahip olan Balıkesir, birçok yerleşmeyi içinde barındırmakla birlikte, idari açıdan Altıeylül ve Karesi olmak üzere iki ana birimden oluşmaktadır. 2023 verilerine göre, Altıeylül ilçesinde 13, Karesi ilçesinde ise 27 kırsal mahalle bulunmaktadır. Kent merkezinde ise 634.259 erkek ve 639.260 kadın nüfus yaşamaktadır (TÜİK, 2023).

### **1.3. Balıkesir Kentinin Ekonomik Yapısı ve Kente Etkisi**

Balıkesir, İstanbul ile Ankara'yı birbirine bağlayan karayolu üzerinde stratejik bir transit merkez konumundadır. Kara yolunun yanı sıra İstanbul'a deniz yolu ve kentteki Körfez ile Balıkesir havaalanları üzerinden hava yolu ulaşımı sağlanmaktadır. Kent, öncelikli olarak tarıma dayalı bir ekonomik yapıya sahiptir. Ürettiği tarım ürünlerini işleyerek katma değer yaratmakta; bu nedenle süt ve süt ürünleri, gazlı içecekler, un, yağ ve salça fabrikaları kent ekonomisinde yaygın olarak bulunmaktadır. Tavukçuluk sektörünün gelişimiyle birlikte, merkez ilçede yem, yumurta ve tavukçuluk alanlarında önemli yatırımlar yapılmıştır. Balıkesir, beyaz et üretiminde %25 pazar payıyla lider konumdadır. Ayrıca zeytinyağı, meyve-sebze ve deniz ürünleri üretiminde yüksek bir potansiyele sahiptir. Kentin verimli toprakları tarımın gelişimini desteklemektedir.

Balıkesir'in 1.454 km<sup>2</sup>'lik merkezi ilçesinde mısır, arpa, buğday, ayçiçeği, tütün, pamuk, kavun, şeker pancarı, domates, karpuz, fasulye, bakla ve börülce gibi birçok tarım ürünü

yetiştirilmektedir. Toprak ve iklim koşulları, geniş bir ürün çeşitliliğinin yetiştirilmesine olanak tanımaktadır. Kent genelinde patates, susam, keten, pamuk, ayçiçeği, yer fıstığı, sarımsak ve soğan gibi sanayi bitkilerinin üretimi yapılmaktadır. Dursunbey ilçesi elma üretiminde, İvrindi, Savaştepe ve Gönen ilçeleri ise tütün üretiminde öne çıkmaktadır.

Kent nüfusunun %80'i tarımla uğraşmaktadır. Kıyı bölgelerinde zeytin, incir, pamuk ve üzüm yetiştirilirken, iç kesimlerde tahıl, baklagiller, tütün ve ayçiçeği tarımı yaygındır. En çok üretilen tarım ürünleri arasında arpa, buğday, yulaf ve mısır yer almaktadır. Türkiye'nin en geniş zeytinlik alanları Balıkesir'de bulunmakta olup, ülke genelindeki zeytin üretiminin üçte biri bu kentte gerçekleşmektedir (Güney Marmara Kalkınma Ajansı, 2023).

Balıkesir ekonomisinin temel geçim kaynağı tarım ve hayvancılıktır. Ekonomide tarımın payı %49 olup, sanayi sektörünün payından düşüktür. Kentte çalışan nüfusun %56,7'si tarım sektöründe faaliyet göstermektedir. Baklagil üretiminde Balıkesir ülke genelinde birinci sıradadır. Kent sınırları içinde yaklaşık 10 milyon zeytin ağacı bulunmaktadır ve Balıkesir, ülke zeytin üretiminin %8'ini karşılamaktadır. Başlıca üretim alanları arasında Balıkesir Ovası, Gönen Ovası ve Susurluk Ovası yer almaktadır (Güney Marmara Kalkınma Ajansı, 2023).

Balıkesir'in ekonomik yapısı, genel olarak Batı Anadolu bölgesinin ekonomik kimliğini yansıtmaktadır. Tarımın yaygın olması sebebiyle tarıma dayalı sanayi sektörü gelişmiştir. Zeytinyağı, zeytin, salça, un ve yem üretimi kentin ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. Son yıllarda tavukçuluk ve süt ürünleri üretimi de ekonomik yapıda önemli bir yer tutmaktadır. Ancak, kentte tarım arazileri ve ormanlık alanların fazlalığına rağmen ihracat düzeyinin düşük olması dikkat çekmektedir (Güney Marmara Kalkınma Ajansı, 2023).

Balıkesir ekonomisi sadece tarıma dayalı olmayıp, çok sektörlü bir yapıya sahiptir. Tarım, hayvancılık, turizm, sanayi, yenilenebilir enerji, madencilik ve lojistik gibi alanlarda faaliyet göstermektedir. Bu çok sektörlü yapısı, Balıkesir coğrafyasının sunduğu önemli bir avantajdır. Ayrıca ekonomik faaliyetler, kent merkezinin yanı sıra ilçelere dengeli şekilde dağılmıştır. Bu bağlamda Balıkesir ekonomisi üç alt bölgeye ayrılmaktadır: Körfez yöresi, Güney Marmara yöresi ve kent merkezi. Körfez bölgesi turizm, kent merkezi tarıma dayalı sanayi, Güney Marmara ise ağır sanayi alanı olarak öne çıkmaktadır.

Türkiye'nin en büyük 500 sanayi kuruluşundan ortalama yıllık 25 firma, Balıkesir'de faaliyet göstermektedir; bunların bir kısmı tarıma dayalıdır. İstanbul, İzmir ve Bursa gibi sanayi merkezlerindeki doyunluğun ardından, Balıkesir konumu itibarıyla yeni bir sanayi hedefi olarak görülmektedir. Kent, ulaşım altyapısının önemli bir kavşağında yer almakta ve Kınalı-

Tekirdağ-Çanakkale-Savaştepe ile Gebze-Orhangazi-İzmir otoyolu projelerinin tamamlanmasıyla cazibesi artacaktır.

Son yıllarda yenilenebilir enerji sektörünün kent ekonomisindeki önemi artmaktadır. Rüzgâr enerjisi yatırımları, Balıkesir'in yüksek katma değer yaratmasına katkı sağlamaktadır. Türkiye Rüzgâr Enerjisi Birliği'nin 2015 verilerine göre, ülke genelinde 3.762,10 MWh olan rüzgâr enerjisi kurulu gücünün 818,25 MWh'si Balıkesir tarafından üretilmektedir ve bu açıdan Türkiye birincisidir.

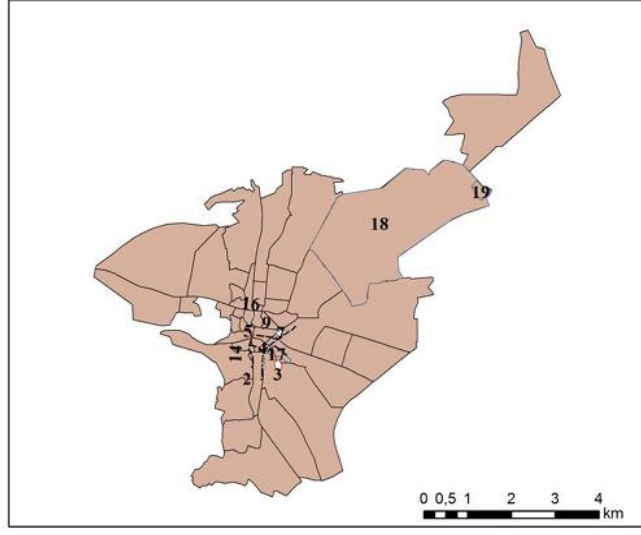
2021 yılında Balıkesir'den 934 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir. Başlıca ihracat kalemleri arasında süt ürünleri, elektrikli aletler, dokuma eşyaları, balık, demir-çelik ürünleri ve et bulunmaktadır. İhracatı artırmak amacıyla kentte beş organize sanayi bölgesi faaliyet göstermektedir. Ancak Balıkesir, mevcut potansiyelini ihracat alanında henüz tam anlamıyla değerlendirememektedir. Kentin “petrolü” olarak adlandırılan zeytinyağı, süt ve süt ürünleri ihracatının artması için meraların ıslah edilmesi ve işletme ölçeklerinin büyütülmesi gerekmektedir (Ekonomi ve Yatırım).

#### **1.4. Balıkesir Kentinin Yapay Çevre Özellikleri**

Balıkesir kentinde, dışarıdan görünür ve dikkat çeken yapılar ya da fiziksel özellikler, kentin önemli kentsel imaj unsurları olarak kabul edilen ‘referans’ ya da ‘nirengi’ noktalarıdır. Amerikalı şehir planlamacısı ve yazar Kevin Lynch'e göre kentsel algının temel bileşenleri, önem sırasına göre yollar, kenarlar, kesimler, kavşaklar ve nirengi noktalarıdır (Lynch, 1959).

Balıkesir'de en önemli nirengi noktalarından biri, 1911 yılında hizmete açılan ve kentin merkezinde bulunan Gar Binası'dır. Kent sakinlerinin büyük çoğunluğu tarafından bir referans noktası olarak benimsenmiştir. Ayrıca Necati Bey Eğitim Fakültesi (NEF), stadyum, Kurtdereli Mehmet Pehlivan Heykeli, Saat Kulesi, Cengiz Topel Caddesi üzerindeki Ayakdede Türbesi, Valilik Binası ve Zağnos Paşa Camii de kentte öne çıkan diğer önemli nirengi noktaları arasında yer almaktadır.

- Nirengi Noktaları  
1-Gar binası  
2-Necatibey Eğitim Fakültesi  
3-Atatürk Stadyumu  
4-Valilik Binası  
5-Zağnospaşa Camisi  
6-Ali Hikmet Paşa Meydanı  
Kavşaklar  
7-Toplu Taşıma Merkezi  
8-Cumhuriyet Meydanı  
Yollar  
9-Milli Kuvvetler Caddesi  
10-Yeni İzmir Yolu  
11-Vasıfçınar Caddesi  
12-Cengiz Topel Caddesi  
13-Kızılay Caddesi  
14-Anafartalar Caddesi  
Kenarlar  
15-Demiryolu  
16-Dereboyu Caddesi  
Kesimler  
17-Atatürk Parkı  
18-Paşaalanı  
19-Terminal



**Şekil 3.2.** Balıkesir Kentindeki Nirengi Noktaları

**Kaynak:** (Aliağaoğlu ve Miroğlu, 2020)

Kent içerisindeki yollar, nitelikleriyle kentsel algının temel bileşenleri arasında yer almaktadır. Bu yollar, kent içi ulaşım işlevlerinin yanı sıra özel kullanım faaliyetleri, yolun genişliği veya darlığı, cephesel özellikleri, liman ve alışveriş merkezleri gibi özel alanlara olan yakınlıkları, manzara sunmaları ve güzergâh düzenlemeleri açısından kentsel algıyı doğrudan etkilemektedir.

Balıkesir kentinde yer alan Milli Kuvvetler Caddesi, kentin merkezindeki iş alanlarının konumlandırılması nedeniyle kentin imajını oluşturan önemli bir ulaşım ve sosyal aks olarak değerlendirilmektedir. Söz konusu cadde, Ali Hikmet Paşa Meydanı'ndan başlayıp İstasyon Meydanı'nda yer alan Tren Garı'nda son bulmaktadır. Milli Kuvvetler Caddesi, kentte önemli bir yürüyüş ve buluşma alanı olarak işlev görmektedir ve İstanbul'daki İstiklal Caddesi'ne benzetilebilmektedir.

Bu cadde çevresi, kentsel imaj elemanlarının yoğun olarak yer aldığı bir bölgedir. Nirengi noktalarından biri olan Toplu Taşıma Merkezi (TTM), Anafartalar Caddesi ve Zağnos Paşa Camisi de Milli Kuvvetler Caddesi çevresinde bulunmaktadır.



**Resim 3.4.** Balıkesir Milli Kuvvetler Caddesinden Tren Garı Görünümü

**Kaynak:** (Trthaber , 2020)

Yapay çevre elemanları genellikle sosyo- kültürel elemanlar ilişkilidir. Dolayısıyla bir kentte yapılı bir çevrenin kimliği, bir yandan kent kimliğinin önemli bir parçasını oluştururken, o kentteki kültürel ve toplumsal yapıya ilişkin ipuçları oluşturmaktadır.

## **2. Balıkesir Kentinin Markalaşma Süreci**

Türkiye’de her kentin kendine özgü bir marka değeri bulunmaktadır. Balıkesir ise, sahip olduğu coğrafi konum, iklimsel avantajlar, doğal güzellikler ve köklü tarihiyle sağlık, spor, tarım ve yöresel lezzetler gibi çok çeşitli alanlarda gelişme potansiyeline sahip bir kenttir. Tarım ürünleri çeşitliliği, coğrafi işaretli ürünleri, yılın her mevsimi turizme elverişli yapısı ve termal kaynakları nedeniyle Balıkesir, “marka kent” olarak anılmayı hak eden ve bu doğrultuda çeşitli çalışmalar yürüten illerimizden biridir.

Balıkesir’in markalaşma sürecine yönelik ilk somut adımlar, 2020 yılında gerçekleştirilen basın lansmanı ile atılmıştır. Bu kapsamda Balıkesir Valiliği, Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, Balıkesir Ticaret Odası, Balıkesir Ticaret Borsası ve Güney Marmara Kalkınma Ajansı tarafından markalaşma çalışmalarını destekleyen bir imza töreni düzenlenmiştir (Balıkesir Ticaret Odası, 2020).

Kent, markalaşma yolunda birçok projeye ev sahipliği yapmıştır. Jeopark çalışmaları, Somut Olmayan Kültürel Miras Araştırmaları projesi, antik kentlerde yürütülen kazı faaliyetleri,

mevcut müzelerin güçlendirilmesi ve yeni müzelerin kente kazandırılması gibi kültürel miras odaklı girişimler önem taşımaktadır. Ayrıca, deniz ve dağ turizmi imkanlarıyla sağlık, termal ve spor turizmi alanlarında geniş bir potansiyele sahip olan Balıkesir’de, bu alanların geliştirilmesine yönelik çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir. Tüm bu faaliyetler, kentin markalaşmasına önemli katkılar sağlamaktadır.

## 2.1. Logo ve Slogan

Balıkesir kentinin markalaşma sürecinde ilk önemli adım, logo ve sloganın belirlenmesi ve yenilenmesi olmuştur. Bu yeni kimlik unsurlarının sadece sosyal medya ve internet sitelerinde değil; üniversiteler, kentteki oteller, restoranlar, resmi kurumlar, seyahat acenteleri ve erişilebilecek tüm alanlarda kullanılması hedeflenmektedir. Marka oluşturma süreci kapsamında slogan belirleme, yeni logo tasarımı, fotoğraf ve video çekimleri ile dijital platformların etkin kullanımı ve halkla ilişkiler faaliyetleriyle kapsamlı bir tanıtım stratejisi yürütülmektedir.

Kent özgünlüğünü yansıtan ürün ve hizmetler temel alınarak, sivil toplum kuruluşlarının iş birliği ve desteğiyle Balıkesir’in potansiyelinin artırılması amaçlanmaktadır. Sanat ve kültür alanındaki eksikliklerin giderilmesi, kente özgü kültür ve sanat etkinliklerinin düzenlenebilmesi için ihtiyaçlar karşılanmakta, ayrıca çevredeki İzmir, Bursa gibi büyük kentlerin Balıkesir’deki faaliyetlere katılımının sağlanması yönünde çalışmalar sürdürülmektedir.

Yeni logoda Balıkesir haritası temel alınarak “sevgi” ve “kucaklaşma” temaları ön plana çıkarılmıştır. Balıkesir Büyükşehir Belediye Başkanı Ahmet Akın öncülüğünde ve Balıkesir Büyükşehir Belediyesi tarafından 14 Haziran 2024 tarihinde oy birliğiyle kabul edilen bu yeni logo, kente yenilikçi ve samimi bir kimlik kazandırmayı amaçlamaktadır. Balıkesir haritasının kalp şekline benzetilerek tasarlanan logo, kentin ruhunu ve birlikteliğini simgelemektedir.

Ayrıca, Balıkesir Büyükşehir Belediyesi’nin yeni logosu, kentte yer alan Kazdağları’nın yeşili ile Marmara ve Ege Denizleri’nin mavi tonlarının birleşimi olan turkuaz renginde tasarlanmıştır. Bu renk seçimi, Kuvayi Milliye Şehri Balıkesir’in tarihine ve Türk-İslam sanatında temel renk olan turkuazın anlamına atıfta bulunmaktadır (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2024).



**Resim 3.5.** Balıkesir'in Yeni Logosu

**Kaynak:** (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2024)

Grafik tasarım ve kent kimliği üzerine değerlendirmelerde bulunan Prof. Dr. Ali Atıf Bir, Balıkesir'in yeni logosunun kent kimliğini oldukça iyi yorumladığını ifade ederek, “Klasik kent kimliklerinin ötesine geçilmiş. Temelinde sevgi var. Son zamanlarda gördüğüm en çok yönlü kimlik anlatımı” şeklinde görüş belirtmiştir.

Balıkesir Büyükşehir Belediye Başkanı Ahmet Akın ise, yeni logonun tasarımının akademisyen ve tasarımcılardan oluşan gönüllü bir ekip tarafından gerçekleştirildiğini, belediye bütçesinden bu çalışma için herhangi bir ödeme yapılmadığını belirtmiştir. Ayrıca, eski logodaki 'B' harfinin kullanıldığı evrak ve tabelalarda herhangi bir değişiklik yapılmayacağı da kamuoyuna duyurulmuştur. Başkan Akın, maliyet tasarrufu yaparak Balıkesir sakinlerine daha refah bir yaşam sunma gayreti içerisinde olduklarını vurgulamıştır (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2024).

Balıkesir'in 'kalp' formundaki yeni logo tasarımı, akılda kalıcılığı ile kent markalaşma sürecini kolaylaştırma potansiyeline sahiptir. Markalaşma çalışmalarının yaygınlaşması ve kent kimliğine yeni bir soluk kazandırılması, Türkiye'de diğer kentlere de örnek teşkil edebilecek önemli bir gelişme olarak değerlendirilmektedir.

Çok yönlü kimliğe sahip Balıkesir, doğal güzellikleri, başarıları ve etkinlikleri nedeniyle tek bir sloganla sınırlı kalmamıştır. Kentte yapılan hizmetlerin duyurulması, 'marka kent' projeleri ve tanıtım faaliyetleri doğrultusunda dönemselsel ya da geçici sloganlar kullanılmıştır. Kullanılan ve halen kullanılmakta olan sloganlar şunlardır:

- “Şimdi Bilme Zamanı”, “Şimdi Konuşma Zamanı”, “Şimdi Görme Zamanı”, “Şimdi Duyma Zamanı” sloganları, kentte yürütülen hizmetlerin tanıtımı amacıyla belirli dönemlerde kullanılmıştır.
- Balıkesir’in kültürel, doğal, tarihsel ve yöresel zenginliklerine vurgu yapan “Hayat Dolu Balıkesir” ve “Dolu Dolu Balıkesir” sloganları, markalaşma çalışmalarının ilk aşamalarında tercih edilmiştir.
- Spor alanında markalaşma faaliyetleri yürüten Balıkesir, her yıl düzenlenen ve 32 ülkeden 700 sporcunun katıldığı Triatlon yarışması ile “Güç Seninle” sloganını kullanmakta, bu da kentin tanıtımını destekleyen önemli bir unsur olmaktadır (Balıkesir Valiliği, 2023).
- Süt ve süt ürünleri, kırmızı ve beyaz et, zeytincilik gibi sektörlerde ülke genelinde öncü konumda olan Balıkesir, “Türkiye’yi Doyuran İl: Balıkesir” sloganıyla da hak ettiği marka kimliğini yansıtmaktadır (Balıkesir Valiliği, 2016).

## 2.2. Coğrafi İşaretli Ürünler

Coğrafi işaretler, ürünlerin ait olduğu bölgeye özgü niteliklerini ve farklılıklarını ortaya koyan tescil işaretleridir. Coğrafi işaret kapsamındaki ürünler, yetiştirildikleri coğrafi alanın doğal ve beşeri özelliklerinden kaynaklanan özgün niteliklere sahiptir. Bu ürünlerin temel özelliği, ürünün özgünlüğü ile köken aldığı coğrafya arasındaki güçlü ilişki olarak tanımlanmaktadır.

Coğrafi işaretli ürünler, söz konusu bölgeye özgü doğal ya da beşeri faktörlerin etkisiyle kazandıkları kalite ve özgün özellikler sebebiyle tescillenmekte ve bu sayede bölge ürünlerinin ayırt edilmesi sağlanmaktadır. Bu ürünlerin tescillenmesi yerel üreticiler için güvenilirlik ve kalite garantisi oluşturmakta, aynı zamanda önemli bir pazarlama aracı işlevi görmektedir.

Coğrafi işaretlerin işlevleri, asli ve tali işlevler olmak üzere iki ana gruba ayrılmaktadır. Asli işlevler arasında; ürünün kaynağını belirtme, kalite güvencesi sağlama, ayırt edicilik, gıda güvenliği ve tanıtım yer almaktadır. Tali işlevler ise; geleneksel bilgi ve kültürel değerlerin korunması, ülke tanıtımına katkı sağlanması, yerel kalkınmanın desteklenmesi ve göçün önlenmesi şeklinde sınıflandırılmaktadır. Bu bağlamda, coğrafi işaretli ürünler bölgesel turizm altyapısının gelişiminde de önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir. Kentlerin markalaşması, tanıtımı ve kimlik oluşturma süreçlerinde coğrafi işaretlerin büyük katkıları bulunmaktadır (Fındık Tarım Satış Kooperatifleri Birliği).

Balıkesir, coğrafi konumu, iklimi, tarımsal çeşitliliği ve zengin kültürel mirası ile özgün birçok kaliteli yerel ürün potansiyeline sahiptir. Geleneksel ve gastronomik ürünlerin korunmasına yönelik yürütülen çalışmalar kapsamında ‘Coğrafi İşaret Tescili’ ile yöresel ürünlerin aslına uygun ve geleneksel yöntemlerle üretilmesi sağlanarak gelecek nesillere aktarılması hedeflenmektedir.

Balıkesir kentinde 2021 yılında 13 adet coğrafi işaret tescilli ürün bulunmaktaydı. Kentin markalaşmasına yönelik planlı çalışmalar neticesinde, 2022 yılında bu sayı 16’ya, 2023 yılının Temmuz ayında ise 26’ya yükselmiştir. Coğrafi işaretli ürünlerin artması, kent ekonomisinde büyümeyi teşvik etmekte, üreticilere yeni fırsatlar sunmakta ve Balıkesir’in marka kent olarak tanınırlığını artırmaktadır.

Coğrafi işaretli ürünlerin Balıkesir’e sağladığı katkılar arasında; yerel üretimin geliştirilmesi, ekonomik kalkınmanın desteklenmesi, ürün taklitlerinin önlenmesi, ekosistemin korunması, kültürel mirasların muhafazası, tanıtım yoluyla bölgenin turizm potansiyelinin artırılması ve kent markalaşmasının desteklenmesi yer almaktadır. Balıkesir’in marka kent olarak tanınmasını kolaylaştıran coğrafi işaretler kronolojik olarak şu şekilde sıralanmaktadır:

**Tablo 3.5.** Balıkesir’in Tescillenmiş Coğrafi İşaretleri

<b>Coğrafi İşaretin Adı</b>	<b>Başvuru Tarihi</b>	<b>Tescil Tarihi</b>	<b>Türü</b>	<b>İl</b>	<b>Başvuru Yapan / Tescil Ettiren</b>	<b>Durumu</b>
Balya Tereyağı	09.02.2022	31.08.2023	Mahreç İşareti	Balıkesir	Balıkesir Büyükşehir Belediyesi	Tescilli
Yağlılar Basma Helvası	25.10.2021	27.02.2023	Mahreç İşareti	Balıkesir	İvrindi Belediyesi	Tescilli
Avşa Ada Karası Üzümü	22.04.2022	24.01.2023	Menşe Adı	Balıkesir	Erdek Ticaret Odası	Tescilli
Ayvalık Sakızlı Kurabiye	03.06.2022	26.01.2023	Mahreç İşareti	Balıkesir	Ayvalık Belediyesi	Tescilli
Ayvalık Lor Tatlısı	07.03.2022	26.12.2022	Mahreç İşareti	Balıkesir	Ayvalık Belediyesi	Tescilli
Balıkesir Kaymaklısı	23.03.2022	24.11.2022	Mahreç İşareti	Balıkesir	Balıkesir Büyükşehir Belediyesi	Tescilli

**Tablo 3.5.** Tablonun Devamı

Savaştepe Sarıbeyler Seferberlik Çöreği	04.01.2022	12.09.2022	Mahreç İşareti	Balıkesir	Balıkesir Büyükşehir Belediyesi	Tescilli
İvrindi Kelle Peyniri	16.02.2021	09.02.2022	Mahreç İşareti	Balıkesir	İvrindi Belediyesi	Tescilli
Balıkesir Pullusu	26.04.2021	23.12.2021	Mahreç İşareti	Balıkesir	Balıkesir Büyükşehir Belediyesi	Tescilli
Manyas Kelle Peyniri	12.09.2019	16.12.2020	Mahreç İşareti	Balıkesir	Manyas Kaymakamlığı	Tescilli
Burhaniye Zeytinyağı	25.01.2019	11.08.2020	Menşe Adı	Balıkesir	Burhaniye Ticaret Odası	Tescilli
Balıkesir Kuzu Eti	28.12.2016	02.01.2018	Menşe Adı	Balıkesir	Balıkesir Ticaret Borsası	Tescilli
Marmara Adası Mermeri/ Marmara Mermeri / Marmara Beyazı	19.01.2015	16.10.2018	Mahreç İşareti	Balıkesir	Erdek Ticaret Odası	Tescilli
Kapıdağ Mor Soğanı	01.03.2018	02.07.2018	Menşe Adı	Balıkesir	Erdek Ticaret Odası	Tescilli
Susurluk Ayranı	27.02.2013	20.11.2017	Mahreç İşareti	Balıkesir	Susurluk Ticaret Odası	Tescilli
Susurluk Tostu	27.02.2013	20.11.2017	Mahreç İşareti	Balıkesir	Susurluk Ticaret Odası	Tescilli
Edremit Zeytinyağı	22.05.2017	13.12.2017	Menşe Adı	Balıkesir	Edremit Ticaret Odası	Tescilli
Balıkesir Höşmerim Tatlısı	21.02.2011	31.07.2015	Mahreç İşareti	Balıkesir	Balıkesir Aşçı Köfteci ve Benzerleri Esnaf Odası	Tescilli
Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini	18.07.2014	31.07.2015	Menşe Adı	Balıkesir	Edremit Ticaret Odası	Tescilli
Gönen İğne Oyası	23.02.2010	29.08.2014	Mahreç İşareti	Balıkesir	Gönen Belediyesi	Tescilli

**Tablo 3.5.** Tablonun Devamı

Ayvalık Zeytinyağı	18.03.2004	11.06.2007	Menşe Adı	Balıkesir	Ayvalık Ticaret Odası	Tescilli
Yağcıbedir El Halısı	21.06.1996	14.11.1997	Mahreç İşareti	Balıkesir	Sındırgı Belediyesi	Tescilli

**Kaynak:** (Sarıtış, 2023).

Ülkemizin her kentinde olduğu gibi, Balıkesir de coğrafi konumu nedeniyle coğrafi işaretleme açısından yüksek bir potansiyele sahiptir. Yukarıda belirtilen coğrafi işaret tescil belgesi almış ürünlere ek olarak; Dursunbey (Yatık) su matarası, Zili/Sili dokumaları, Balıkesir Ayvalık Bağyüzü Köyü oyaları, Savaştepe Çıtırıt dokuma, Savaştepe Marama dokuma ve Balıkesir çorap örücülüğü gibi geleneksel el sanatlarının coğrafi işaret başvurularının yapılması için girişimlerin başlatılması, kent markalaşması açısından önerilebilir.

2021 yılında yayımlanan 50 Peynirli Şehir Balıkesir, 2022’de yayımlanan Zeytin Ülkesi Balıkesir ve 2023’te yayımlanan Ekmek Şehri Balıkesir gibi yayınlarda yer alan ürünlerin yanı sıra, kentin diğer özgün ürünlerinin ulusal coğrafi işaret tescil sistemine dâhil edilmesi için çalışmalar sürdürülmelidir. Balıkesir’e özgü bu ürünlerin sadece ulusal düzeyde tescil edilmesi değil, aynı zamanda uluslararası coğrafi işaret sistemlerine de dâhil edilmesinin önü açılmalıdır. Çünkü Türkiye’de ulusal tescilli coğrafi işaretli ürün sayısı oldukça fazla olmasına karşın, Avrupa Birliği tescil belgesine sahip ürün sayısı yalnızca 14’tür. Buna karşılık İspanya’da 203, Portekiz’de 143, İtalya’da 316, Fransa’da 259 ve Yunanistan’da 115 ürün kayıt altına alınmıştır.

Bu bağlamda, Balıkesir’de ilgili kurumların ve farklı disiplinlerden uzmanların iş birliği ile ürün üreticilerinin markalaşma, pazarlama, üretim ve AR-GE konularında bilgilendirilmesi ve güçlendirilmesi, kent markalaşma sürecini hızlandıracaktır (Sarıtış, 2023).

### **2.3. Sağlık Turizmi ve Termal Turizm**

Sağlık, yalnızca fiziksel iyilik hâlini değil, aynı zamanda ruhsal ve zihinsel dengeyi de kapsayan bütüncül bir kavramdır. İnsan hayatındaki en temel değerlerden biri olan sağlık, bireylerin mutlu, huzurlu, girişimci ve üretken olmalarını sağlamaktadır. Bu nedenle insanlar, sağlıklı kalmak veya kaybettikleri sağlıklarını yeniden kazanmak adına hem bireysel çabalarla hem de dışsal kaynaklardan yararlanarak çeşitli arayışlara girmektedir (Akdu, 2016).

Günümüzde sağlık turizmi alanında ön plana çıkan ülkeler arasında Amerika Birleşik Devletleri, Singapur, Tayland, Almanya, Malezya, Güney Afrika, Hindistan ve Brezilya yer almaktadır. Bu ülkelerin tercih edilmesinde; sağlık hizmetlerinin yüksek standartlara sahip

olması, kolay ulaşım imkânları, gelişmiş teknoloji ve altyapı olanakları ile nitelikli uzman personelin varlığı etkili olmaktadır.

Sağlık turizmini tercih eden bireyler açısından hizmetlerin maliyetinin uygunluğu, ihtiyaçlarla örtüşmesi, erişilebilirliği ve bakım kalitesi gibi unsurlar en belirleyici faktörler arasında yer almaktadır. Alternatif turizm türlerinden biri olan sağlık turizmi; medikal turizm, ileri yaş turizmi ve termal turizm gibi alt başlıklara ayrılmaktadır. Bu alan, günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerine katkı sağlaması nedeniyle stratejik önem arz etmektedir.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na göre sağlık turizmi, çeşitli hastalıkların iyileştirilmesi amacıyla kaplıcalar, içmeler, ılıcalar, denizler, sanatoryumlar ve mağaralar gibi doğal kaynaklardan faydalanılarak gerçekleştirilen bir turizm türüdür (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2016). Sağlık turizminin başlıca faydaları aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Sağlık kuruluşlarının hizmet kalitesini artırmaya yönelik sürekli bir gelişim içerisinde olmasını teşvik eder.
- Hizmet ve kaynak paylaşımı yoluyla ekonomik verimliliğe katkı sağlar.
- Elde edilen gelirlerle kentlerin ve ülkelerin ekonomik kalkınmasına destek olur.
- Tıbbi ticaretin ve küresel pazarlamanın gelişmesine katkıda bulunur.
- Kentler ve ülkeler arasında rekabet ortamı oluşturarak hem hizmet kalitesinin hem de kent markalaşmasının artmasına zemin hazırlar (Şahbaz, 2012).

Türkiye, sağlık turizmi alanında önemli bir destinasyon konumundadır. Ülkenin Avrupa, Asya ve Afrika kıtaları arasında stratejik bir jeopolitik konuma sahip olması, gelişmiş ulaşım ağı, tarihi ve kültürel zenginlikleri ile şifalı termal kaynakları bu alandaki cazibesini artırmaktadır. Özellikle son yıllarda yaşanan sanayileşme, kentleşme ve nüfus artışının yol açtığı çevresel problemler, bireyleri sağlık turizmi aracılığıyla sağlıklarını ve yaşam kalitelerini yeniden kazanmaya yöneltmiştir.

Sağlık turizminin önemli alt dallarından biri olan termal turizm; sıcak veya soğuk mineralli suların, içme ya da banyo kürü şeklinde kullanılarak çeşitli hastalıkların tedavisinde değerlendirilmesini kapsayan, konaklama ve ulaşım gibi hizmetleri de içeren bir turizm türüdür (Akbulut, 2010). Termal turizmin temel amacı, yalnızca termal sularda yıkanmak değil; bu kaynakların tıbben kanıtlanmış şifa özelliklerinden uzman gözetiminde yararlanılarak etkin tedavi süreçlerinin uygulanmasıdır.

Özellikle beslenme bozuklukları, sinirsel rahatsızlıklar ve romatizmal hastalıkların tedavisinde etkili olan termal kaynaklar; Avusturya, Fransa ve Almanya gibi ülkelerde deniz,

kaplıca ve iklim koşulları ile entegre edilerek turizme entegre edilmiştir. Başlangıçta yalnızca sağlığı korumak ve iş verimliliğini artırmak amacıyla kullanılan bu kaynaklar, zamanla iç ve dış turizmin önemli bir parçası hâline gelmiştir (Usta & Zaman, 2015). Termal turizmin başlıca özellikleri şu şekilde özetlenebilir:

- Yalnızca hastalara değil, her yaş ve gruptan bireylere hitap etmektedir.
- Ülkemizde dört mevsim sürdürülebilir bir turizm faaliyetidir.
- Hem sağlık hem de turizm unsurlarını bünyesinde barındıran özel bir yapıya sahiptir.
- Termal tesislerin başlıca kullanıcıları, sağlık sorunları yaşayan bireyler ve orta yaş üstü gruplardır.
- Termal kaynaklar, bireylere sağlık sunarken aynı zamanda ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır (Cihangir, 2016).

#### **2.4. Türkiye’de Termal Turizm**

Türkiye, sahip olduğu 1500’ün üzerinde termal kaynağıyla önemli bir potansiyele sahiptir. Bu kaynaklar; fiziksel ve kimyasal bileşimleri, debileri ve sıcaklık değerleri açısından değerlendirildiğinde, birçok ülkenin termal kaynaklarından daha kaliteli ve faydalı özellikler sunmaktadır. Son yıllarda ülkemizde termal kaynaklara yönelik yatırımların artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Türkiye’deki kaplıcalardan yılda yaklaşık 8,5 milyon vatandaş yararlanmaktadır. Ancak mevcut kaynakların yalnızca %5’i tesisler aracılığıyla hizmet sunabilmekte; bu da, birçok termal kaynağın yeterli altyapı bulunmaması nedeniyle atıl durumda kalmasına yol açmaktadır. Oysaki, bu kaynaklardan etkin biçimde faydalanılması hâlinde, termal turizmin ekonomik getirisi diğer turizm türlerine kıyasla (örneğin deniz turizmine göre) iki kat daha fazla olabilecektir (Çontu, 2015).

Avrupa ülkelerinde, iklim koşullarının elverişsizliği nedeniyle termal sağlık ve kür hizmetlerinden yıllık yaklaşık 100-120 gün yararlanılabilmektedir. Oysa Türkiye’de, yıllık güneşli gün sayısının fazlalığı, ortalama sıcaklık ve rüzgâr değerleri, nem oranı, deniz kıyılarının ve ormanlık alanların varlığı gibi doğal etmenlerle bu süre 220-240 güne kadar çıkmaktadır. Ayrıca, Türkiye’deki termal sular; kalite, sıcaklık ve içerik bakımından Avrupa’daki birçok termal kaynaktan üstün niteliklere sahiptir. Bu bağlamda Avrupa ve Türkiye’nin termal kaynakları şu şekilde karşılaştırılabilir:

- Avrupa’daki termal sular genellikle sondaj yöntemiyle elde edilen yer altı sularıyken, Türkiye’de termal kaynaklar doğal çıkışlı ve yüksek verimlidir.

- Avrupa'daki termal kaynaklar, içerdiği eriyik maddeler ve tedavi edici özellikler açısından sınırlı kapasiteye sahipken, Türkiye'deki kaplıca suları çeşitli rahatsızlıkların tedavisinde etkili olan zengin mineral içeriğine sahiptir.

Türkiye'deki termal kaynaklar, kullanım süresi açısından da Avrupa'daki muadillerine kıyasla neredeyse iki kat daha uzun süre hizmet sunabilecek potansiyele sahiptir (Özbek, 1991).



**Şekil 3.3.** Türkiye Jeotermal Kaynaklar Haritası

**Kaynak:** (Maden Tetkik ve Arama Müdürlüğü, 2024)

Türkiye'de termal kaynakların hem sayıca fazla hem de verimli olması, termal turizmin gelişmesine önemli ölçüde katkı sağlamıştır. Ancak bu kaynakların etkin ve sürdürülebilir şekilde değerlendirilmesinde çeşitli sorunlar yaşanmaktadır. Özellikle bilinçsiz kullanım, kaynakların verimliliğini azaltmakta ve uzun vadede tükenmelerine neden olmaktadır. Türkiye'nin sahip olduğu zengin termal potansiyel ve coğrafi avantajlarına rağmen, birçok bölgede gözlemlenen büyüme ve faaliyet artışına karşın, termal kaynakların sunduğu dinamiklerden yeterince yararlanılmadığı görülmektedir (İlban, 2008).

## 2.5. Balıkesir Kentindeki Termal Turizm ve Özellikleri

Anadolu coğrafyasında yer alan şifalı sulardan, tarihsel süreçte özellikle Hititler döneminden itibaren yararlanıldığı bilinmektedir. Balıkesir ili, sahip olduğu termal kaynaklar açısından değerlendirildiğinde, dünya genelinde en verimli ve tanınmış termal sulara sahip kentler arasında yer almaktadır. Romalılar, Mısırlılar ve Bizanslılar dönemlerinde kullanımı yaygın olan ve günümüzde de ilgi görmeye devam eden Gönen Kaplıcaları, 73 °C'ye ulaşan sıcaklığıyla dikkat çekmektedir. Bu kaplıcalar solunum yolu rahatsızlıklarının giderilmesine

katkı sağlarken, içme ve duş alma gibi farklı kullanım biçimlerine de olanak tanımaktadır (Doğanay & Zaman, 2001).

Balıkesir ili, merkez ve ilçeleriyle birlikte termal kaynak bakımından yalnızca sayısal değil, aynı zamanda içerdiği bileşenlerin kalitesi bakımından da Türkiye'nin en zengin şifalı su kaynakları arasında yer almaktadır. Kentteki termal suların başlıca özellikleri şu şekilde özetlenebilir:

- Sular doğal ve yüksek verimlilikte yüzeye çıkmaktadır.
- İçerdikleri kükürt, tuz, radyon, eriyik ve mineral maddeler bakımından değerlidir.
- Sıcaklık düzeyleri, duş, solunum ve içme gibi farklı tedavi yöntemlerine uygun çeşitlilik sunmaktadır.
- Kullanım amaçları açısından çok yönlü bir potansiyele sahiptir.
- Suların büyük çoğunluğu, sondaj yöntemiyle çıkarılsa dahi, 100 °C'nin altında bir sıcaklığa sahiptir.
- Bu kaynaklar; romatizmal rahatsızlıklar, mide ve bağırsak problemleri, cilt hastalıkları ve stres bozuklukları gibi birçok sağlık sorununun tedavisine destek sunmaktadır.
- Termal kaynakların çevresinde yer alan rekreasyon alanları sayesinde yalnızca tedavi değil, dinlenme ve doğayla bütünleşik yaşam olanakları da sunulmakta; böylece Balıkesir'in doğal potansiyeli markalaşma sürecine katkı sağlamaktadır (Balıkesir Valiliği).

Balıkesir il sınırları içerisinde ilan edilen başlıca termal turizm merkezleri şunlardır:

- Balıkesir Kiraz Kaplıcaları
- Sındırgı Emendere Kaplıcası
- Sındırgı Hisaralan Kaplıcası
- Susurluk Ilıca Kaplıcası
- Susurluk Yıldız Kaplıcası
- Edremit Bostancı Köyü Kaplıcaları
- Edremit Güre Kaplıcaları
- Edremit Derman Ilıcası
- Manyas Kızıkköy Kaplıcaları
- Gönen Ekşidere Kaplıcası
- Gönen Kaplıcaları
- Balıkesir Pamukçu Kaplıcaları

Yapılan araştırmalara göre Balıkesir'de sağlık turizminin gelişebilmesi için; fiziksel altyapının güçlendirilmesi, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin artırılması, uluslararası

etkinliklere katılımın sağlanması, uluslararası geçerliliği olan akreditasyon ve sertifikaların alınması ile birlikte kentin markalaşması gerekmektedir. Ayrıca, ulusal ve uluslararası iş birlikleri doğrultusunda geliştirilecek projelerle Balıkesir’de termal ve sağlık turizminin sürdürülebilir biçimde ilerlemesi mümkün olacaktır. Hâlihazırda Balıkesir’de temel geçim kaynağı olarak öne çıkmayan sağlık turizmi, devlet destekli yatırımlar ve teşvikler aracılığıyla kent halkı için yeni bir ekonomik vizyon oluşturabilir. Yerel yönetimler ve özel sektör yatırımcılarının sürece dahil olmasıyla tesis sayısının artırılması, Balıkesir’in sağlık turizmi alanında ulusal ölçekte öncü bir merkez hâline gelme potansiyelini güçlendirecektir.

### **3. Balıkesir Kentinde Yemek Kültürü**

Mutfak kültürü bakımından oldukça zengin bir yapıya sahip olan Balıkesir, hem coğrafi konumu hem de farklı etnik gruplara ev sahipliği yapması dolayısıyla “Türkiye’yi Doyuran İl” olarak tanımlanmaktadır. Etnik grupların kendilerine özgü mutfak kültürlerinin zaman içerisinde etkileşim hâlinde olması, Balıkesir kentinde zengin bir yemek kültürünün gelişmesini sağlamıştır.

Tarıma elverişli arazilerin önemli bir kısmında tahıl üretimi yapılmakta olup, kalan kısımlarda ise baklagil ve sanayi bitkileri yetiştirilmektedir. Bu doğrultuda, kentte temel besin maddesini buğday ve türevleri oluşturmaktadır. Ayrıca hayvancılığın da gelişmiş olması, et ve süt ürünleri açısından üretimin zenginleşmesine katkı sağlamıştır. Özellikle Gönen ilçesi, sucuk ve yoğurt üretimi ile öne çıkmaktadır.

Balıkesir’in İstanbul ve İzmir gibi iki büyük kent arasında köprü konumunda bulunması ve farklı kültürlerle ev sahipliği yapması, kentin mutfak kültürünün gelişmesine olumlu yönde etki etmiştir. Bandırma, Manyas, Dursunbey, Sındırgı, Bigadiç, Kepsut ve İvrindi ilçelerinde küçükbaş ve büyükbaş hayvancılık, kanatlı hayvan yetiştiriciliği ile süt ve süt ürünleri üretimi ön plandadır. Bu bölgelere özgü olarak keçi ve koyun peyniri üretimi gerçekleştirilmektedir. Salçalık biber ve domates üretiminde Bigadiç önde gelen ilçeler arasında yer almaktadır. Yine Bigadiç ilçesinde kuzu ve oğlak eti ile hazırlanan güveç yemeği ve tahin helvası, bölgenin mutfak zenginliğini yansıtmakta hem yerel halk hem de ziyaretçiler açısından cezbedici bir unsur oluşturmaktadır (Deveci, 2013).

Balıkesir, zeytin ve zeytinyağı üretimi açısından Türkiye’nin önde gelen kentlerinden biridir. Kentin iç kesimlerinde zeytinyağının yanı sıra çiçek balı ve tereyağı da üretilmektedir. Ot ve sebze bakımından da zengin bir floraya sahip olan kentte, ülkemizin diğer bölgelerinde nadir rastlanan ebegümeçi, akkız ve acıfiliz gibi bitkiler, Edremit Kaz Dağları’nda

yetişmektedir. Yine bu bölgede üretilen Edremit balı, kokusunu Basra amından almaktadır. “İki deniz, bir Şehir” ifadesiyle anılan Balıkesir, bu özelliğiyle denizcilik faaliyetlerinin ve dolayısıyla balıkçılığın gelişmesini de desteklemiştir (Bozok, 2015).

**Ayvalık:** Akdeniz mutfağının özelliklerini barındıran Ayvalık'ta, zeytin ve zeytinyağı mutfak kültürünün temelini oluşturmaktadır. Deniz rnlerinin oldukça yaygın olduğu bölgede; buğulama levrek, ızgara ahtapot, orfoz ızgara, kızartma kalamar, iroz, fme, iskorpit orbası ve kalamar dolması ne çıkan başlıca lezzetlerdendir. Ayrıca, deniz börülcesi bu bölgeye özgü önemli bir gastronomik üründür.

**Burhaniye:** Zeytin ve zeytinyağı üretiminin ön planda olduğu Burhaniye'de, aynı zamanda birçok meyve ve sebze türü de yetiştirilmektedir. Zeytinden üretilen kolonya, çay, sabun gibi ürünler, bölgenin marka değerini ve imajını desteklemektedir. Bölgenin verimli toprakları ve elverişli ikliminden yararlanılarak Balıkesir Büyükşehir Belediyesi Kırsal Hizmetler Daire Başkanlığı'na bağlı olarak Balıkesir ifti Eğitim Merkezi (BAEM) kurulmuştur. BAEM'in amacı, kırsal bölgelerde ekonomik hareketliliğin artırılması, mevcut tarım ürünlerinin tespiti ve yaygınlaştırılması, çiftçilerin bilinçlendirilmesi ve tarıma yönelik eğitim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesidir. Bu bağlamda geliştirilen tarım politikaları ve üretilen ürünlerle Balıkesir mutfağının zenginleşmesine katkı sağlanmaktadır (Balıkesir ifti Eğitim Merkezi, 2021).

**Pomak Mutfağı:** Balıkesir'in çeşitli bölgelerine savaş dönemlerinde yerleşmiş olan Pomak toplulukları, kendilerine özgü mutfak kültürünü de beraberinde getirmiştir. Pomak mutfağında mısır unundan yapılan “kaçamak” ve “tikva” adı verilen kabaklı börek ne çıkan yemekler arasındadır. Hayvancılığın yaygın olduğu bu topluluklarda tereyağı, et, süt ve peynir gibi hayvansal ürünler sıklıkla tüketilmektedir. Ayrıca kuskus, pirinç böreği ya da pilavlı börek gibi yemekler geleneksel olarak yapılmakta; ekmek ise çoğunlukla evde üretilmektedir. Bu kültürel unsurlar, Balıkesir'in mutfak zenginliğine önemli katkılar sunmaktadır (İbiş, 2020).

### 3.1. Unesco Yaratıcı Kent Balıkesir

Balıkesir kenti, sahip olduğu potansiyel ve güçlü yönleri sayesinde gastronomi alanında ne çıkan bir Şehir olup, UNESCO Türkiye Millî Komisyonu Yaratıcı Şehirler Ağı Ulusal Listesi'ne dahil edilmeye hak kazanmıştır. Kentin gastronomik değerlerinin araştırılması, ön plana çıkarılması ve bu yolla markalaşmasının sağlanması amacıyla 2020 yılında Balıkesir Valiliği, Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, Güney Marmara Kalkınma Ajansı (GMKA), Balıkesir Üniversitesi, Bandırma Onyeddi Eylül niversitesi ve Balıkesir Ticaret Odası arasında "Gastronomi Şehri Balıkesir" protokolü imzalanmıştır. Bu kapsamda hazırlanan UNESCO

Yaratıcı Şehirler Ağı Programı çerçevesinde Balıkesir, gastronomi alanında Türkiye'deki 11 farklı kent ile yarışmıştır.

Söz konusu projenin gelişimi ve başarıya ulaşması noktasında; kurumlar arası ortak çalışma kültürünün oluşturulması, gastronominin kent tarihi üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi, gastronomi alanında sunulacak hizmet ve ürünlerin profesyonel düzeyde hazırlanarak piyasaya sunulması, aktif biçimde faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının projeye katkı sağlaması önemli avantajlar arasında yer almaktadır.

UNESCO çalışmaları dışında Balıkesir'in dahil olduğu diğer ağlar arasında Avrupalı Seçkin Destinasyonlar (EDEN), Öğrenen Şehirler Küresel Ağı ve Endüstriyel Miras Alanı kapsamında UNESCO Geçici Miras Listesi'nde yer alan Ayvalık Yağhaneleri gibi girişimler bulunmaktadır. Bu tür girişimler, Balıkesir'in markalaşma sürecine önemli katkılar sağlayarak çalışmaların hızlandırılmasına imkân tanımaktadır. UNESCO'nun öncülüğünde yürütülen faaliyetler, yerel ve uluslararası düzeyde kent kimliğinin güçlendirilmesine ve markalaşmasına destek olmaktadır (Arslan, 2024).

### **3.2. Balıkesir'in Gastronomi Alanında Yayınları**

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında gastronomi alanında öne çıkan Çin'e bağlı Özerk Yönetim Bölgesi Makao'da düzenlenen yarışmada, Türkiye'yi temsil eden Berrin Bal Onur ve Neşe Aksoy Biber'in 50 Peynirli Şehir Balıkesir adlı eseri, peynir ve süt ürünleri kategorisinde Kanada, Almanya ve Fransa'nın da yer aldığı 12 finalist arasından birinci seçilerek dünya çapında büyük bir başarı elde etmiştir. Balıkesir Büyükşehir Belediyesi Kırsal Hizmetler Daire Başkanlığı'nın üç yıl önce başlattığı çalışma kapsamında, Berrin Bal Onur ve Neşe Aksoy'un gezi, araştırma ve incelemeleriyle kaleme aldığı bu eser, yarışmadan birincilikle dönmesinin ardından "winner" etiketiyle yayımlanmaya hak kazanmıştır.

Söz konusu kitapta, Balıkesir'in süt ürünlerine ilişkin geleneksel üretim biçimleri, kültürel mirası ve zengin peynir çeşitliliği ele alınmaktadır. Aynı zamanda tarihsel süreçte yok olma riski taşıyan yerel peynir türleri de kitapta detaylı biçimde incelenmiş, bu yönüyle eser kentin gastronomik kimliğini yansıtan kültürel bir belge niteliği kazanmıştır.

Balıkesir, dünyada eşine az rastlanır bir tarımsal çeşitliliğe ve özgün bir coğrafi yapıya sahiptir. Kent genelinde bulunan yaklaşık 12 milyon zeytin ağacı sayesinde, Erdek'ten Marmara Adası'na, Paşalimanı'ndan Edremit, Ayvalık ve Havran'a kadar her bölge kendine özgü zeytin çeşitleriyle öne çıkmaktadır. Balıkesir'de zeytinciliğin köklü geçmişini ve bölge ekonomisi üzerindeki etkilerini ortaya koyan Zeytin Ülkesi Balıkesir adlı eser, bu alanda önemli bir kaynak

niteliği taşımaktadır. Kitabın temel amacı, Balıkesir’deki zeytin üretiminin hem yerel hem de uluslararası düzeyde tanıtımını sağlamak ve bu yolla kentin markalaşma sürecine katkıda bulunmaktır (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2023).



Resim

Resim 3.6. Balıkesir’in Özgün Eserleri

Kaynak: (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2023).

‘50 Peynirli Şehir Balıkesir’ ve ‘Zeytin Őlkesi Balıkesir’ kitaplarının ardından yayımlanan ‘Ekmek Şehri Balıkesir’ adlı eser, kentin gastronomi alanındaki kimliğini pekiştiren önemli bir yayın olarak dikkat çekmektedir. Kitapta; ekmeğin tarihsel serüveni, tahıl türleri, “ekinden ekmeğe” süreci, gluten ve maya gibi teknik başlıkların yanı sıra Balıkesir’e özgü ekmekler ve hamur işleri detaylı biçimde ele alınmıştır. Bununla birlikte pideler, buğdaylı çorbalar, çörekler, ekmek aşıları, tiritler, mantılar, tostlar, pilavlar, keşkek ve tatlılar gibi yöresel ürünler de kapsamlı bir biçimde işlenmiştir. Bu içerik zenginliği sayesinde kitap, ekmek kategorisinde birincilik elde etmiş ve kent markalaşmasına katkı sağlayan nitelikli bir kaynak olarak öne çıkmıştır.

Dönemin Balıkesir Büyükşehir Belediye Başkanı Yücel Yılmaz, Balıkesir’in gastronomik ve tarımsal potansiyeline dair şu ifadelerde bulunmuştur: “Balıkesir’in dağlarından bal, ovalarından yağ akar. Türkiye’yi doyuran bir şehirdir. 13 milyon zeytin ağacına sahibiz ve bunların tamamı Marmara ile Ege sahillerinde yer alan 9 ilçemizde bulunmaktadır. Toplam 20 ilçemizin 9’unda zeytincilik yoğun biçimde sürdürölmektedir. Ayrıca büyükbaş ve küçükbaş hayvancılıkta da önemli bir konumdayız. Kentimizde 750 bin büyükbaş ve 1,5 milyonun üzerinde küçükbaş hayvan mevcuttur. Bunlardan elde edilen sütler sayesinde

köylerimizde farklı etnik gruplar —Çerkesler, Boşnaklar, Gürcüler— kendilerine özgü peynirler üretmektedir. Madra ve Kaz Dağları ile Kapıdağ Yarımadası gibi özel doğal alanlara sahibiz. Bu bölgelerde arıcılık faaliyetleri yürütülmekte, elde edilen bal, peynir, zeytinyağı ve kuzu eti ile Balıkesir, Türkiye’yi doyuran şehir kimliğini kazanmaktadır.” (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2023).

#### 4. Balıkesir Kentinin Yer Altı Kaynakları

Balıkesir, madencilik sektörü açısından önemli bir potansiyele sahip olup maden çeşitliliği ve rezerv zenginliği bakımından öne çıkan kentler arasında yer almaktadır. Bu zenginlik, Balıkesir’i yatırımcılar için cazip bir merkez hâline getirmektedir. Kentte; bor, mermer, kaolen, bentonit, halloysit, manyezit, kil, perlit, talk, vallastonit, gümüş, altın, antimon, çinko, manganez, cıva, krom, demir, ametist, linyit ve zeolit gibi birçok yer altı kaynağı bulunmaktadır. Balıkesir maden yataklarında; endüstriyel hammaddeler, doğal taşlar, metalik madenler, yarı metaller ve enerji hammaddeleri çıkarılmakta olup, kent genelinde 70’in üzerinde maden işletmesi faaliyet göstermektedir. Ayrıca, birçok mermer işleme tesisinin yanı sıra; kireç taşı, kaolen, feldspat, kil, talk, bentonit, bakır, çinko, kurşun, krom, zeolit, demir ve granit gibi madenlerin işlenmesine yönelik tesisler de kentte yer almaktadır.

**Bor:** Dünya bor rezervlerinin yaklaşık %15’i Türkiye’de bulunmakta, Türkiye’deki rezervlerin %20’si ise Balıkesir ili sınırları içerisinde karşılanmaktadır. Bu oranla Balıkesir, Türkiye genelinde bor rezervi açısından üçüncü sırada yer almaktadır. Ülkemizde ticari öneme sahip bor mineralleri kolemanit, tinkal ve üleksittir. Yaklaşık 621 milyon tonluk bor rezervi Balıkesir’in Bigadiç Havzası’nda yer almakta olup, bölgede zengin kolemanit ve üleksit yatakları bulunmaktadır. Türkiye’nin ilk bor yatağı ise Susurluk ilçesinde işletmeye açılmıştır. Bor minerali; cam sanayi, seramik sanayi, temizlik ve beyazlatma ürünleri, gübre ve zirai ilaç üretimi, metalürji ve nükleer uygulamalar gibi pek çok alanda kullanılmaktadır (Güney Marmara Kalkınma Ajansı).

**Kaolen:** Türkiye kaolen rezervlerinin %65’i Balıkesir ili sınırlarında yer almakta olup, Sındırgı ve Düvertepe bölgeleri bu alanda öne çıkmaktadır. Türkiye genelindeki kaolen üretiminin büyük bir bölümü Balıkesir’in Sındırgı ilçesinde gerçekleştirilmektedir. Kaolen; lastik, fayans, çimento, porselen, plastik, boya ve cam gibi birçok sektörde hammadde olarak kullanılmaktadır (Güney Marmara Kalkınma Ajansı).

**Perlit:** Dünya genelindeki 4,5 milyar tonluk perlit rezervinin önemli bir bölümü Türkiye’de bulunmaktadır. Bu rezervin yaklaşık 70 milyon tonu Balıkesir ili sınırları içerisinde yer almaktadır. Kentteki

önemli perlit yatakları; 26 milyon ton ile Savaştepe, 25 milyon ton ile İvrindi ve 21 milyon ton ile Sındırgı ilçelerinde yer almaktadır. Perlit madeni; inşaat sektöründe, ısı ve ses yalıtımı, tarım alanında ise tarla ve bahçe tarımı ile seracılık gibi birçok alanda kullanılmaktadır (Güney Marmara Kalkınma Ajansı).

**Mermer:** Mermer, doğal taşlar arasında en önemli yer altı kaynaklarından biridir ve Türkiye'nin önemli ihraç ürünleri arasında yer almaktadır. Balıkesir, işletilebilir yaklaşık 1,3 milyar metreküplük mermer rezerviyle dikkat çekmektedir. Kentteki başlıca mermer yatakları; Marmara Adası, Manyas, Bigadiç ve Erdek ilçelerinde bulunmaktadır. Türkiye genelinde en fazla mermer ocağı, %27'lik oranla Balıkesir'de yer almakta ve kentte yaklaşık 250 mermer ocağı faaliyettedir (Güney Marmara Kalkınma Ajansı).

### **5. Balıkesir Kentinin Markalaşmasında SWOT Analizi**

SWOT, “güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler” kavramlarının İngilizce karşılıklarının (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) baş harflerinden oluşan bir akronimdir. Stratejik planlamada yöneticiler tarafından sıkça kullanılan analitik bir araçtır. Analizin gerçekleşebilmesi, oluşturulan SWOT matrisi doğrultusunda iç faktörler (güçlü ve zayıf yönler) ile dış faktörlerin (fırsatlar ve tehditler) belirlenmesiyle mümkün olur. Bu kapsamda SWOT analiz yöntemiyle Balıkesir kentinin markalaşmasına yönelik güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler belirlenmiştir. Analiz oluşturulurken literatür taramasından faydalanılmıştır.

### **Balıkesir Kentinin Markalaşmada Güçlü Yönleri**

Balıkesir kentinin markalaşmaya yönelik güçlü yönleri şunlardır:

- Balıkesir, geniş bir coğrafyaya yayılmış olup, 14.315 km<sup>2</sup> yüzölçümü ile Türkiye'nin en büyük 11. ilidir. Bu durum birçok iklim türünün yaşanmasına olanak sağlamaktadır.
- Çevreye duyarlı ve teknolojik odaklı Organize Sanayi Bölgesi'ne (BALOSB) sahiptir. BALOSB, 123 firma ile Güney Marmara Bölgesi'nin en büyük organize sanayi bölgesidir. Mevcut alandaki %100 doluluk oranı, Balıkesir merkez ve çevre illerde istihdama önemli katkı sağlamaktadır. Bu durum, kentin refah seviyesinin yükselmesine destek olmaktadır (Arslan, 2024).
- Ayvalık'tan Midilli Adası'na düzenlenen feribot seferleri, kentin markalaşma sürecini yerel ve uluslararası düzeyde olumlu etkilemektedir.
- Kırsal turizmin gelişimi için kentte yeterli proje ve çalışmalar yürütülmektedir. İda Madra Jeoparkı projesi, Balıkesir'in Türkiye'de en fazla UNESCO tesciline sahip kent olmasında

önemli rol oynamıştır. Proje, kırsal kesimde yaşayan bireylerin yerel jeolojik, kültürel ve doğal değerler hakkında farkındalık kazanmasını, bu değerlerin korunmasını ve kırsal alanların cazibesinin artmasını hedeflemektedir. Bu sayede Balıkesir'in bilinirliği artmakta ve ekonomisine katkı sağlanmaktadır.

- Kaz Dağları, Balıkesir'in doğal güzellikleri arasında yer almakta olup, Alpler'den sonra en yüksek oksijen seviyesine sahiptir. Denizden gelen nem ve yüksek rakım etkisiyle, bölgeye özgü 800 bitki türü bulunmaktadır. Bunların 32'si endemik, 29'u ise milli park alanında yer almaktadır. Bu doğal güzellikler, Balıkesir'in markalaşmasında önemli bir ayrışma unsurudur.
- Kentin sekiz ilçesinin denize kıyısı bulunması, turizm sektörünün gelişimini kolaylaştırmıştır. Özellikle yaz aylarında Alibey Adası (Cunda) ve Avşa Adası gibi yerleşim alanları, temiz havası, tarihi yapıları ve doğal güzelliği ile çok sayıda turist ve ziyaretçi çekmektedir. Bu adalarda yaşayan ziyaretçilerin sayısı da oldukça fazladır.
- “Sahip Çıkıyoruz, Sahipsiz Bırakmıyoruz” projesi ile sahipsiz sokak hayvanlarına destek verilmektedir. ‘Vetbüs’ aracıyla sokaktaki hayvanlara ücretsiz sağlık, yiyecek ve barınma hizmeti sunulmakta, bu proje kent sakinlerinin takdirini kazanarak çevre illere örnek olmaktadır.
- Kent merkezinde, yirminci yüzyılın başlarında Fransızlar tarafından inşa edilen tren garında “Balıkessir” yazısı bulunmaktadır. Tarihi dokulara gösterilen özen, kent genelinde birçok yapıda hissedilmektedir.
- Dünyada nadir görülen bir özellik olarak, Balıkesir hem Marmara Denizi'ne hem de Ege Denizi'ne kıyısı bulunan bir kenttir. Bu durum, turizm açısından gelişimi destekleyen önemli bir etkidir.
- Balıkesir Üniversitesi öğrencilerine su ve ulaşım desteği sağlanması, kentte daha fazla üniversite öğrencisinin bulunmasını teşvik etmekte ve kent bilinirliğini artırmaktadır.
- İlçeler arası ulaşım kolay olup, ilçelerde turizm ve tarihi yapıların kent merkezine göre daha fazla olması nedeniyle ulaşımın kolay olması seyahat edenler ve turistler açısından avantaj sağlamaktadır.
- Kentte toplam 46 mavi bayraklı plaj, 2 mavi bayraklı yat ve 1 mavi bayraklı marina bulunmaktadır. Balıkesir, temiz denizi ve bu plajlarıyla Türkiye'de dördüncü sıradadır.
- Manyas ve Bandırma ilçeleri arasında bulunan Kuş Cenneti Milli Parkı, 118 bitki, 23 balık türü ve 266 kuş türü ile birçok sürüngen barındırmaktadır. Parka temmuz, eylül, ekim ve mart aylarında yoğun ziyaretçi akışı sağlanmaktadır. Bu ilgi, kentin bilinirliğine katkı sunmaktadır (Balıkesir Valiliği, 2016).

- Kent merkezindeki yapıların çoğunluğunun dört veya beş katlı olması, deprem açısından kenti güvenli kılmaktadır.
- Yöresel mutfağın sağlıklı besinlerden oluşması, özellikle orta yaş ve yaşlı nüfus tarafından tercih edilmesini sağlamaktadır.
- Kent merkezinde ve ilçelerde düzenlenen tarıma ve gastronomiye yönelik etkinlikler, yerel ürünlerin markalaşmasını ve tanıtımını kolaylaştırmaktadır.
- Yerli ve yabancı turist talebinin yüksek olması, kentin markalaşmasını desteklemektedir.

### **Balıkesir Kentinin Markalaşmada Zayıf Yönleri**

Balıkesir kentinin markalaşmaya yönelik zayıf yönleri şunlardır:

- Köklü bir tarihe sahip olmasına rağmen kent merkezinde yeterli sayıda tarihi yapı bulunmamaktadır.
- Ayvalık, Altınoluk gibi yaz turizminin yoğun olduğu ilçelerde, kent merkezine kıyasla fahiş fiyatlarla ihtiyaçlar karşılanmaktadır.
- Kent merkezinde gençler ve üniversite öğrencileri için uygun eğlence merkezleri yetersizdir.
- Turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu kentte kırsal turizme yeterli önem verilmemekte, konaklama imkanları sınırlıdır.
- Kent merkezinde sivil uçuşlar için havaalanı bulunmamaktadır.
- Balıkesir’de ulaşım, çevre illere göre daha pahalıdır.
- Yöresel yemeklerin tanıtıldığı lokanta ve restoran sayısı yeterli düzeyde değildir.
- Kentteki faaliyetler ve etkinliklerin tanıtımı yetersiz kalmakta, halka yeterince duyurulamamaktadır.
- Balıkesir Üniversitesi Çağış Kampüsü, kent merkezine 17 kilometre uzaklıktadır. Kampüs çevresinde öğrencilere yönelik etkinlik ve dinlenme alanları yetersizdir.
- Son dönemde yaşanan yoğun göç nedeniyle nüfus artışı trafik problemlerini beraberinde getirmiştir.
- Konut kiralarının yüksek olması, kentte ikamet etmeyi zorlaştırmaktadır.
- Üretimin birçok alanında söz sahibi olmasına karşın, Balıkesir ekonomisi iyiye gitmemekte; iç ticaret açığı her yıl artmaktadır. Bu durum, bütçe açığını kapatmak için kent sakinlerinin su faturalarına ve vergilerine yüksek ücretlerle yansımaktadır.
- Turistlerin kente mevsimsel olarak gelmesi, kış aylarında ziyaretçi sayısının azalmasına neden olmaktadır.

- Yöresel gastronomik ürünlerin tanıtım eksikliği, kentin gastronomi alanındaki markalaşmasını zorlaştırmaktadır.

### **Balıkesir Kentinin Markalaşmaya Yönelik Fırsatları**

- Kış ve yaz turizmi nitelikleriyle konaklama sektöründe daha fazla gelişme sağlanabilir.
- 2025 turizm stratejilerinde kırsal turizme daha fazla önem verilebilir.
- Balıkesir-Osmaneli hızlı tren hattı projesi yürütülmekte olup, bu güzergâha uygun dinlenme tesisleri inşa edilebilir.
- Kentte bulunan reklam panoları ve benzeri alanlarda kent tarihiyle ilgili bilgilendirmeler yapılabilir. Bu sayede kent sakinlerinin kente karşı duygusal bağı güçlenecektir.
- 2019'da faaliyete geçen otoyol sayesinde İstanbul-İzmir arasındaki yolculuk süresi sekiz buçuk saatten üç buçuğa inmiştir. Trafik problemi yaşayan büyükşehirlerin yakınlığı, Balıkesir'e beyin göçü getirme açısından fırsat oluşturabilir.
- Termal ve sağlık turizminin önemi, çevre illerde iyi stratejilerle tanıtılarak kent ekonomisine katkı sağlanabilir.
- Trafik probleminin çözümü için metro, tramvay gibi ulaşım alternatifleri değerlendirilebilir.
- Kentteki kültürel çeşitlilik, gastronomi dahil her alanda önemli bir fırsattır.
- Dört iklimin yaşanması, üretimin çeşitliliği, iki denize kıyısı olması ve Marmara ile Ege bölgelerindeki büyükşehirlere yakınlığı, yatırım çekmede avantaj sağlamaktadır.

### **Balıkesir Kentinin Markalaşmaya Yönelik Tehditleri**

- Kentin devamlı göç alması, kentleşme sorunlarına ve kent hizmetlerinin aksamasına yol açabilir; bu durum markalaşma sürecini olumsuz etkileyebilir.
- Yetersiz ve talebe cevap veremeyen konaklama tesisleri, ziyaretçi sayısının azalmasına neden olabilir.
- Kent merkezindeki yetersiz ve kullanışsız otoparklar, ziyaretlerin güçleşmesine sebep olabilir.
- Deniz sıcaklıklarının normalden fazla olması nedeniyle Marmara Denizi'nde mevsimsel müsilağ oluşumu, yaz turizminin verimini düşürme tehdidi oluşturabilir.
- Balıkesir'in deprem bölgesinde yer alması, kent sakinlerinin yaşam kalitesini olumsuz etkileyebilir.
- Genç nüfusun tarım alanında az istihdam edilmesi, üretim durumunu olumsuz etkileyebilir.
- Yaz aylarında yaşanan orman yangınları, kentin ekosistemini ve doğal güzelliklerini tehdit etmektedir.

- Küresel ısınma ve mevsim değışiklikleri, kente özgü tarım ürünlerinin yetişmesini zorlaştırabilir.
- Kırsal mahallelerde ve güney ilçelerde görülen madde kullanımı, kentte güvenlik sorunlarına yol açmaktadır.

## **6. Kadın Bakış Açısıyla Balıkesir'in Markalaşması**

### **6.1. Balıkesir Kentinde Kadınlara Yönelik Sağlık Hizmetleri**

Balıkesir kenti, kadınların fiziki ve ruhsal açıdan sağlıklı bir şekilde yaşamlarını sürdürebilmeleri için Balıkesir Büyükşehir Belediyesi ve Balıkesir Valiliği tarafından çeşitli çalışmalar, projeler ve faaliyetler yürütmektedir. Kentin misyonu; bireyin, ailenin ve toplumsal değerlerin korunması, gelişmesi ve güçlendirilmesine yönelik, bütüncül ve adil sağlık ile sosyal hizmet modelleri geliştirmek ve uygulamaktır (T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2025). Balıkesir'de kadınlara sunulan sağlık hizmetleri şunlardır:

- Evde bakım hizmeti kapsamında ev temizliği ve temizlik malzemesi desteği,
- Hasta nakil ambulans hizmetleri,
- Kent merkezlerindeki mobil kanser tarama tırlarıyla yapılan kanser taramaları, bilgilendirme faaliyetleri ve ücretsiz kemik ölçümü,
- Halk sağlığı alanında sempozyum ve eğitimler,
- Kent sağlık profiline hazırlanması ve koruyucu sağlık hizmetlerinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar,
- Sosyal yardıma ihtiyacı olan kadınlara rahim kanseri koruma amaçlı HPV aşısı uygulanması,
- Kadınların ve tüm bireylerin ihtiyaçlarının belirlenebilmesi için düzenli yapılan anketlerle kadın ve halk sağlığının korunması (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2024).

Sağlık yalnızca bedensel sağlık değildir. Kentteki tüm bireylerin mutlu ve güvenli bir yaşam sürdürebilmelerinde psikolojik sağlığın önemi büyüktür. Kentte sunulan tüm hizmetler, psikolojik sağlığın iyileşmesine katkı sağlamaktadır. Örneğin, yoksul bireylere verilen maddi destek, geçim sıkıntısını azaltarak kentte daha huzurlu bir yaşam sürdürmelerine olanak tanımaktadır. Huzurlu bir kent yaşamı ise bireylerin ve özellikle kadınların kent güvenliğini olumlu yönde etkilemektedir.

Balıkesir'de kadınlar ve aileler için Aile Destek Merkezleri, Kadın Danışma Merkezi, bireysel psikolojik danışmanlık, hukuki danışmanlık ve kadın destek telefon hattı gibi hizmetler

sunulmakta; bu hizmetler kadınların ruh ve beden sağlığının korunmasında ve kent güvenliğinin artırılmasında önemli rol oynamaktadır.

## 6.2. Balıkesir Kentindeki Kadın Sivil Toplum Kuruluşları

Sivil toplum kuruluşları (STK'lar), resmî kurumlardan bağımsız olarak faaliyet gösteren, sosyal, kültürel, politik ve hukuki amaçlar doğrultusunda çalışan, kâr amacı gütmeyen, gelirlerini bağışlar ve üyelik aidatları ile sağlayan kuruluşlardır. STK'lar, devletlerin resmi olarak ulaşamadığı siyasi ve sosyal sorunların çözümüne katkıda bulunmakta veya destek sağlamaktadır. Ulusal ve uluslararası düzeyde önemli bir yere sahip olan sivil toplum kuruluşları, grupsal ya da kişisel çıkar gözetmeden demokratikleşmeyi destekler ve bireylerin tüm hak ve özgürlüklerini korumayı hedeflemektedir (Kurt & Taş, 2015).

“Kadın Dostu Kent” olarak nitelenmek isteyen Balıkesir, kadınların hak ve özgürlüklerini korunmasında destekleyici olan 28 sivil toplum kuruluşu kent içerisinde faaliyet göstermektedir. Balıkesir kentinde kadınlar için oluşturulmuş sivil toplum kuruluşları:

**Tablo 3.6.** Balıkesir Kadın Sivil Toplum Kuruluşları

Dernek Adı	Türü	İlçesi
Alanur Roman Kültürü Kadın Eğitim ve Dayanışma Derneği	Dernek	Altıeylül
29 Ekim Kadınları Derneği Balıkesir Şubesi	Dernek Şubesi	Altıeylül
Kadın ve Demokrasi Derneği	Dernek Şubesi	Altıeylül
Cumhuriyet Kadınları Derneği Balıkesir Şubesi	Dernek Şubesi	Karesi
Kum Saati Eğitim Gençlik Kadın ve Sosyal Yardım Derneği	Dernek	Karesi
Balıkesir İş Kadınları Dayanışma ve Araştırma Derneği	Dernek	Karesi
Balıkesir İş Kadınları Derneği	Dernek	Karesi
Türk Anneler Derneği Balıkesir Şubesi	Dernek Şubesi	Karesi
Balıkesir Kübra Hanımlar Dostluk Kültür ve Çevre Derneği	Dernek	Karesi
Ocak İzi Derneği	Dernek	Karesi

**Tablo 3.6.** Tablonun Devamı

Elif Hanımlar Eğitim Kültür ve Sanat Derneği	Dernek	Karesi
Kadrom Edremitli Roman Kadınları Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği	Dernek	Edremit
Türk Anneler Derneği Edremit Şubesi	Dernek Şubesi	Edremit
Cumhuriyet Kadınları Derneği Edremit Şubesi	Dernek Şubesi	Edremit
Edremit Anadolu Kadın Hareketi Derneği	Dernek	Edremit
Kızılkeçili Kadınlar Kültür Sanat ve Dayanışma Derneği	Dernek	Edremit
Güre Hanımeli Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği	Dernek	Edremit
Kadınlar Derneği	Dernek	Bandırma
Kadın Dayanışma Derneği	Dernek	Bandırma
Kız Çocukları Umudumuz Derneği	Dernek	Bandırma
Cumhuriyet Kadınları Derneği Ayvalık Şubesi	Dernek Şubesi	Ayvalık
Kadının Sosyal Hayatını Araştırma ve İnceleme Derneği Ayvalık Şubesi	Dernek Şubesi	Ayvalık
Türk Anneler Derneği Ayvalık Şubesi	Dernek Şubesi	Ayvalık
Türk Anneler Derneği Altınova Şubesi	Dernek Şubesi	Ayvalık
Türk Anneler Derneği Küçükköy Şubesi	Dernek Şubesi	Ayvalık
Karapürçek Kadınları Yardımlaşma Dayanışma ve Kültür Sanat Derneği	Dernek	Susurluk

**Tablo 3.6.** Tablonun Devamı

Türk Anneler Derneği Burhaniye Şubesi	Dernek Şubesi	Burhaniye
Sındırgı Yeryüzü Melekleri Derneği	Dernek	Sındırgı

**Kaynak:** (Balıkesir İl Sivil Toplum Kuruluşları Müdürlüğü, 2024).

Balıkesir kentinde kadınlara yönelik olarak; Altıeylül ilçesinde 3, Karesi ilçesinde 8, Edremit'te 6, Bandırma'da 3, Ayvalık'ta 5, Susurluk'ta 1, Burhaniye ve Sındırgı'da ise 1'er olmak üzere toplam 28 kadın sivil toplum kuruluşu faaliyet göstermektedir. Bu kuruluşlar, kadınların kent yaşamını daha rahat sürdürebilmeleri, hak ve özgürlüklerini benimseyebilmeleri ile yaşadıkları şiddet gibi olumsuzluklarla mücadeleyi kolaylaştırmak amacıyla Balıkesir kenti ile iş birliği içinde kadınlara destek sağlamaktadır.

### **6.3. Balıkesir Kentinde Kadınların Siyasal Katılımı**

Türk kadınları 1934 yılından itibaren siyasal haklara sahip olmuş olmalarına rağmen, günümüzde siyasal temsil açısından hala yetersiz kalmaktadır. Kadınların siyasal temsili üzerine yapılan araştırmalar, demokratik katılımın güçlendirilmesi ve toplumsal eşitsizlik problemlerinin çözümü açısından büyük önem taşımaktadır.

Tarihsel süreçte birçok toplumda kadınlar, kamusal alanda faaliyet gösterme haklarından mahrum bırakılmış, erkek egemen siyasi karar alma organlarından dışlanarak siyasal süreçlere katılımları engellenmiştir. Dünya tarihinde kadınların siyasal haklara ulaşması uzun yıllar almış bir süreçtir. Kadınların seçme ve seçilme talepleriyle başlayan bu süreç, günümüzde birçok ülkede siyasal temsil ve liderlik rollerini üstlenebilmelerine kadar ilerlemiştir.

Son dönemde yayımlanan uluslararası belgeler, kadınların istihdama katılımı ve eğitimdeki gelişmelere rağmen yerel ve ulusal siyasette temsil ve liderlik açısından hâlâ yetersiz olduklarını göstermektedir. Örneğin, Uluslararası Parlamentolar Birliği ve Birleşmiş Milletler tarafından hazırlanan "Kadınlar Siyasette: 2023" raporuna göre, dünya genelinde kadınlar karar alma süreçlerinin her aşamasında yetersiz temsil edilmekte ve siyasi yaşamda cinsiyet eşitliğine ulaşılması uzun yıllar alacaktır. 10 Ocak 2024 itibarıyla sadece 26 hükümet veya devlet başkanı kadın olup, en yüksek iktidar pozisyonlarında cinsiyet eşitliğine erişmek için dünyanın 130 yıl daha zamana ihtiyacı olduğu belirtilmiştir (UN-Women, 2023).

Bu göstergeler, kadınlara verilen desteğin birçok ülkede yetersiz kaldığını, erkek egemen kültürün demokratik temsil alanlarını sınırlandırdığını ortaya koymaktadır. Maalesef bu durum ülkemiz için de geçerlidir. Türkiye'de kadınların siyasal temsil oranı düşüktür. 2023 verilerine

göre, parlamentoda kadınların temsil oranı yalnızca %19,8'dir (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2023).

Nüfusun yarısı kadınlardan oluşmasına rağmen, ülkemizde meclis, muhtarlık seçimleri ve belediyelerde kadınlar hâlâ eşit temsil hakkına ulaşamamıştır. 2024 yerel seçimlerinde, belediye başkanlığına aday olan kadın sayısı 652 olup, kadın belediye başkanlarının oranı %3,2'dir (41 kadın). 1935'te kadınların ilk kez katıldığı genel seçimde 18 kadın milletvekili meclisin %4,6'sını oluştururken, bu oran yıllar içinde düşmüştür. İlk kez 2007 yılında %9,1 oranıyla 1935'teki oran aşılmıştır (Şahin, Soyocak & Boduroğlu, 2024).

2023 genel seçimlerinde ise kadınların parlamentodaki temsil oranı önceki seçimlere kıyasla 2,6 puan artışla %19,9'a yükselmiştir (TÜİK, 2024). 28. Yasama Dönemi'nde 600 milletvekili arasında 119'u kadındır. Ancak 31 ilin kadın milletvekili bulunmamaktadır. 2024 seçimlerinde kadın temsil oranında iyileşme gözlenirse de, 1934'ten beri anayasal olarak siyasal haklara sahip olan Türk kadınlarının siyasal katılımı istenen düzeye henüz ulaşamamıştır.

IPU verilerine göre, 2023'te parlamentoda kadın temsil oranı bakımından Türkiye, katılan 193 milletvekili arasında 131. sıradadır. Latin Amerika ve Afrika gibi bazı devletler, kadınlara seçme ve seçilme hakkını 1940'larda vermelerine rağmen daha üst sıralarda yer almaktadır (IPU Parline, 2024).

Güncel literatürde, kadınların siyasal yaşamda az temsil edilmeleriyle ilgili çok sayıda çalışma, tartışma ve sorunlar ele alınmaktadır. Kadınların yeterince temsil edilememesinin başlıca nedenleri arasında, toplumsal inanç ve geleneklere dayalı kültürel engeller, erkek egemen siyaset anlayışı, eril modelin kadınlar üzerindeki hakimiyeti ve kadınların ev içi sorumlulukları yer almaktadır (Pınarcıoğlu, 2017).

Dünyada ve ülkemizde kadınların siyasal yaşama yeterli oranda katılmadığı görülmektedir. Balıkesir kentinde de kadınların siyasete yeterince katılmadığı literatür taramasıyla tespit edilmiştir. Balıkesir'de 28. Yasama döneminden 20. Yasama dönemine kadar siyasal katılım gösteren kadın milletvekillerine ait bilgiler Tablo 3.7'de sunulacaktır.

**Tablo 3.7.** Dönemleri ile Birlikte Balıkesir Kadın Milletvekilleri

<b>Dönem</b>	<b>Dönemin Kapsadığı Yıllar</b>	<b>Milletvekili Sayısı</b>	<b>Kadın Milletvekili Sayısı</b>	<b>Balıkesir Kadın Milletvekili İsimleri</b>
28. Dönem	2023- Günümüz	Dokuz	Bir	Belgin Uygur
27. Dönem	2018-2023	Dokuz	İki	Belgin Uygur Pakize Aydemir
26. Dönem	2015-2018	Sekiz	Bir	Sema Kırıcı
25. Dönem	2015-2015	Sekiz	Bir	Sema Kırıcı
24. Dönem	2011-2015	Sekiz	İki	Tülay Babuşçu Ayşe Nedret Akova
23. Dönem	2007-2011	Sekiz	Bir	Ayşe Akbaş
22. Dönem	2002-2007	Sekiz	Yok	-
21. Dönem	1999-2002	Dokuz	Yok	-
20. Dönem	1996-1999	Dokuz	Yok	-

**Kaynak:** (Türkiye Büyük Millet Meclisi, 2024)<sup>1</sup>

Tablodan da anlaşılacağı üzere, Balıkesir kentinde kadınların siyasal katılımı, diğer kentlerde olduğu gibi oldukça düşüktür. Kadınların siyasete katılımının az olması tartışmalı bir konu gibi görünse de asıl üzerinde durulması gereken nokta, dünya genelinde, ülkemizde ve Balıkesir kentinde neden böyle bir sonucun ortaya çıktığıdır. Kadınların siyasal yaşama az katılımı sorununun çözümü için yalnızca Balıkesir kentinin yapacağı çalışmalar yetersiz kalacaktır. Bu nedenle, ülkemizde ve diğer ülkelerde örnek teşkil edecek, kadınların siyasete katılımını artırmaya yönelik aşağıdaki çözümler ve öneriler geliştirilmelidir:

- Kadınların siyasal temsillerinin artırılması amacıyla kota sistemi, ulusal düzeyde anayasal ve yasal düzenlemelerle kadınların lehine güçlendirilmelidir.
- Kadınların siyasal katılımının yalnızca seçim kampanyalarıyla sınırlı olmadığı topluma anlatılmalı ve bu konuda bilinçlendirme faaliyetleri yürütülmelidir.
- Yerel yönetimlerde kadınların temsiliyeti artırılmalı ve kadınların siyasal katılımını teşvik eden projeler desteklenmelidir.

<sup>1</sup> Türkiye Büyük Millet Meclisi web sitesinden edinilen bilgiler doğrultusunda tarafımızca düzenlenmiştir.

- Katılımı artırmak için kadınların finansal kaynaklara erişimini kolaylaştıracak fonlar veya mikro kredi programları oluşturulmalı, kadın adaylara kampanya finansmanı konusunda özel destek ve teşvikler sağlanmalıdır.
- Sivil toplum kuruluşları ve kadın örgütleri, kadınların siyasal katılımını destekleyecek projeler ve kampanyalar gerçekleştirmelidir.
- Kadınların liderlik rollerini üstlenebileceği platformlar oluşturulmalıdır.
- Geniş kitlelere ulaşan sosyal medya, kadın siyasetçilerin başarılarını duyurmak ve adayların motivasyonunu artırmak amacıyla etkili biçimde kullanılmalıdır (Şahin, Soyocak & Boduroğlu, 2024).

#### **6.4. Balıkesir Kentinde Kadın İstihdamı**

Kadınların iş gücüne katılımı; yalnızca bireysel ekonomik bağımsızlığı sağlamakla kalmayıp, ailelerin ekonomik yapısını güçlendiren, kentlerin istihdam kapasitesini artıran ve ulusal ekonominin kalkınmasına katkıda bulunan önemli bir faktördür. Aynı zamanda bu katılım, toplumsal refahın sürdürülebilirliği açısından da büyük önem taşımaktadır. Türkiye’de bu alanda çeşitli çalışmalar yürütülmesine rağmen, kadınların iş gücüne aktif katılımı hâlâ pek çok engelle karşı karşıyadır. Bu engeller arasında düşük eğitim düzeyi, toplumsal cinsiyet eşitsizliği, iş yerlerinde cinsiyete dayalı ayrımcılık ve çocuk bakımına ilişkin sorumlulukların ağırlığı öne çıkmaktadır. Özellikle kırsal bölgelerde kadınların iş gücüne katılım oranı oldukça düşük seviyelerdedir. Bu durum, kadınların ekonomik bağımsızlığını kısıtlamakta ve hem kentsel hem ulusal düzeyde mevcut potansiyelin topluma yansıtılmasını engellemektedir.

Literatür taraması neticesinde, Türkiye genelinde kadın istihdamına ilişkin gözlemlenen olumsuz tablo, Balıkesir kentinde de benzer biçimde ortaya çıkmaktadır. Balıkesir, kadınların iş gücüne katılımını artırmaya yönelik çeşitli projeler ve uygulamalar geliştirmiştir. Ancak bu çabalar, istenen düzeyde verim sağlayamamıştır. Türkiye İş Kurumu’nun (İŞKUR) 2022 yılı İşgücü Piyasası Araştırması kapsamında, Balıkesir kentinde toplam 17 sektörün aktif olarak faaliyet gösterdiği belirlenmiştir. Kent genelinde, 20 ve üzeri çalışana sahip işletmelerin toplam çalışan sayısı 94.529’dur. Cinsiyete göre dağılım incelendiğinde ise 30.205’inin kadın, 64.324’ünün erkek olduğu görülmektedir (Türkiye İş Kurumu, 2022). Bu veriler, kent genelinde kadınların iş gücüne katılım düzeyinin erkeklere kıyasla oldukça düşük olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

**Tablo 3.8.** 2023 Yılı TÜİK Bölgesel İşgücü Göstergeleri

<b>TR22 (Balıkesir, Çanakkale)</b>	<b>Toplam</b>	<b>Kadın</b>	<b>Erkek</b>
15 ve daha yukarı yaştaki nüfus (Bin Kişi)	1498	720	778
İşgücü (Bin Kişi)	784	238	546
İstihdam edilenler (Bin Kişi)	736	215	521
İşsiz (Bin Kişi)	48	24	24
İşgücüne dahil olmayan nüfus (Bin Kişi)	714	482	232
İşgücüne katılma oranı (%)	52,3	33,1	65,4
İstihdam oranı (%)	49,1	29,08	60,9
İşsizlik oranı (%)	6,1	9,9	7,0

**Kaynak:** (Türkiye İstatistik Kurumu, 2023).

2023 Yılı TÜİK Bölgesel İşgücü Göstergeleri tablosundaki verilere göre bölgemizde 15 ve daha yukarı yaştaki nüfus 1,5 milyon kişi iken işgücüne katılma oranı kadınlarda %33,1 seviyesindedir. İşsizlik oranı ise 2023'te 61,1 olarak belirlenmiştir. Ülkemizdeki her kentte gözlemlendiği gibi bölgemizde de kadınların işgücüne katılım oranı erkeklere oranla daha düşük bir düzeydedir.

**Tablo 3.9.** Sektörlere ve Cinsiyete Göre Çalışan Sayıları

<b>Sektörler</b>	<b>Erkek Çalışan</b>	<b>Kadın Çalışan</b>	<b>Toplam Çalışan</b>
İmalat	25.261	11.260	36.521
Toptan Perakende ve İhracat	10.345	7.028	17.372
İdari ve Destek Hizmet Faaliyetleri	6.796	2.977	9.773
Konaklama ve Yiyecek Hizmet Faaliyetleri	3.673	2.621	6.294
Madencilik ve Taş Ocakçılığı	4.569	513	5.082
İnşaat	4.055	800	4.855
Ulaştırma ve Depolama	3.046	581	3.626
Eğitim	780	1.834	2.614
Su Temini; Kanalizasyon, Atık Yönetimi ve İyileştirme Faaliyetleri	2.091	271	2.362
İnsan Sağlığı ve Sosyal Hizmet Faaliyetleri	628	1.374	2.002

**Tablo 3.9.** Tablonun Devamı

Elektrik, Gaz, Buhar ve İklimlendirme Üretimi ve Dağıtımı	1304	114	1.418
Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler	957	373	1.329
Diğer Hizmet Faaliyetleri	447	310	757
Gayrimenkul Faaliyetleri	134	20	155
Finans ve Sigorta Faaliyetleri	82	72	154
Bilgi ve İletişim	95	29	124
Kültür, Sanat Eğlence, Dinlenme ve Spor	63	28	91
<b>Genel Toplam</b>	<b>64.324</b>	<b>30.205</b>	<b>94.529</b>

**Kaynak:** (Türkiye İş Kurumu, 2022)

Grafik verilerine göre, Balıkesir kentinde sektörel dağılım incelendiğinde çalışanların en yoğun şekilde yer aldığı alanlar imalat, toptan-perakende ve ticaret sektörleridir. Kadın istihdamının en yoğun olduğu sektör ise imalat sektörüdür. Kentte istihdam edilen kadınlar arasında imalat sektöründe çalışanların oranı %37,3'tür. Ancak Balıkesir genelinde kadınların en fazla yer aldığı sektör eğitim sektörüdür. Eğitim sektöründe kadın istihdam oranı %70 düzeyindedir. Türkiye genelinde de benzer biçimde, kadınlar daha çok eğitim ve sağlık sektörlerinde istihdama katılım göstermektedir.

Balıkesir Büyükşehir Belediyesi ve Balıkesir Valiliği, kadınların iş gücüne katılımını artırmak ve sektörel dağılımda denge sağlamak amacıyla çeşitli projeler ve çalışmalar yürütmektedir. Bu çalışmalardan bazıları, doğrudan kadın istihdamını geliştirmeye yönelik olup yerel yönetimlerin kadın odaklı kalkınma anlayışını yansıtmaktadır. Bu kapsamda yürütülen önemli projelerden biri, mesleki eğitim alanında gerçekleştirilen çalışmalardır.

**Meslek Eğitim Kursları:** Balıkesir Büyükşehir Belediyesi ve Balıkesir Büyükşehir Belediyesi Meslek Edindirme Kursu (BALMEK) iş birliğiyle yürütülen "Ustalığa Kadın Eli Değecek" projesi, kadınların sanayi sektöründeki istihdamını artırmayı ve kadınların sürdürülebilir ekonomiye daha aktif katılımını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu proje aracılığıyla kadınlar; geleneksel olarak "erkek işi" olarak kabul edilen ev mobilya boyacılığı, su tesisat ustalığı gibi alanlarda eğitim alarak meslek edinmektedir. Bu sayede kadınlara sanayi sektöründe de istihdama katılım fırsatı sunulmakta ve cinsiyete dayalı mesleki kalıplar kırılmaktadır.



Resim 3.7. Kadınlar İçin Meslek Eğitim Kursu Tanıtımı

Kaynak: (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2024).

BALMEK'in "Ustalığa Kadın Eli Değecek" projesi dışında; ahşap yakma tekniği, çini işlemeciliği, dekoratif ahşap süsleme, ebru, diksiyon, dijital fotoğrafçılık gibi herkesin katılım gösterebileceği çeşitli kurslar da sunulmaktadır. Balıkesir merkezindeki Çamlık Kurs Merkezi'nde düzenlenen bu kurslara katılımcılar ücretsiz ulaşım ve eğitim olanaklarından faydalanabilmektedir. Kursiyerlerin kurs sonunda ürettikleri ürünler, belirlenen mağazalarda satışa sunulmakta; bu sayede kadınlar hem meslek öğrenmekte hem de istihdama katılarak ekonomiye katkı sağlamaktadır (BALMEK, 2025).

**Kadın Kooperatifleri:** Kadınların çalışma yaşamında karşılaştıkları zorluklar, bireysel düzeyde psikolojik ve sosyal olumsuzluklara neden olmakta, bu durum aile ve toplum düzeyinde de etkilerini göstermektedir. Kadının ekonomik yaşamda daha düşük riskle faaliyet gösterebilmesi ve sosyal hayata daha etkin katılım sağlayabilmesi açısından en etkili yöntemlerden biri kooperatifçiliktir. Kadın kooperatifleri; keçe yapımı, cam işçiliği, ev yemekleri, dikiş, nakış, el ürünleri, moda, takı tasarımı ve pasta yapımı gibi alanlarda kadınlara beceri kazandırmakta ve gelir elde etme fırsatı sunmaktadır (Emiroğlu, 2019).

Balıkesir Büyükşehir Belediyesi ve Balıkesir Valiliği, toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak ve kadınların istihdama katılımını artırmak amacıyla çeşitli faaliyetler yürütmektedir. Bu faaliyetler kapsamında kadın kooperatiflerine de önemli destekler sağlanmaktadır. Balıkesir ilinde toplam 26 kadın kooperatifi bulunmaktadır. Bunlar arasında Beyaz Zambaklar Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi, Gönen Merkez Tuzakçı Hasan Bey Köyü Kalkınma Kooperatifi, Kedi Kadın Emegini Destekleme İşliği Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi, Ballıpınar Mahallesi Tarımsal Kalkınma Kooperatifi ve Balya Ilıca Mahallesi

Kadın Girişimci Üretim ve İşletme Tarımsal Kalkınma Kooperatifi kentte öne çıkan örneklerdir (Balıkesir Valiliği, 2023).

Balıkesir ili, kadınların meslek edinmelerine olanak tanıyan, istihdamda yer almalarını sağlayan ve sosyal hayata daha etkin katılmalarını teşvik eden kooperatifleri desteklemektedir. Bu desteğin devamlılığı ve gelişimi için “kooperatif buluşmaları” gibi etkinlikler düzenlenmekte; ilgili kurum yetkilileri tarafından kooperatifler ziyaret edilerek ihtiyaçları giderilmektedir.

**Çarşı 2025 Projesi:** Balıkesir Büyükşehir Belediyesi ve Balıkesir Kent Konseyi'nin iş birliğiyle hayata geçirilen bu proje, kadınların aile ekonomisine katkı sağlamasını ve kadınlar arası dayanışmanın güçlenmesini amaçlamaktadır. Çarşı 2025 Projesi kapsamında kadın kooperatifleri ve bireysel üreticiler, 27–31 Aralık 2024 tarihleri arasında Balıkesir Avlu Kongre ve Kültür Merkezi'nde el emeği ürünlerini satışa sunmuşlardır. Örgü çantalardan gıda ürünlerine kadar birçok ürünün yer aldığı bu etkinlik, kadınların ekonomik özgüvenini artırmakta ve istihdama katılımını teşvik etmektedir (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2024).



**Resim 3.8.** Çarşı 2025 Projesi

**Kaynak:** (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2025).

**Kadın Çalıştayı:** Balıkesir Büyükşehir Belediyesi ve Balıkesir Kent Konseyi tarafından, 25 Kasım Kadına Yönelik Şiddete Karşı Uluslararası Mücadele Günü kapsamında düzenlenen Kadın Çalıştayı'nda, Balıkesir Büyükşehir Belediye Başkanı Ahmet Akın'ın da katılımıyla önemli konular ele alınmıştır. Çalıştayda; kadın istihdamı, kadınların kentteki güvenliği, “kadın işi” ya da “erkek işi” gibi kavramların günümüzde geçerliliğini yitirdiği, kadınların meslek eğitim kursları aracılığıyla meslek öğrenebileceği ve annelerin istihdama katılımını

kolaylaştırmak için daha fazla kreşin açılmasının planlandığı vurgulanmıştır. Bu kapsamda, kadınların daha güvenli ve eşit bir kentte yaşamalarını sağlayacak çözüm önerileri dile getirilmiştir. Balıkesir, “kadın dostu kent” olma yönünde Kadın Çalıştayı gibi çeşitli program ve toplantılar düzenleyen bir kent konumundadır (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2024).

**Kreşler / Gündüz Bakımevleri:** Dünya genelinde yaygın olan anlayışlardan biri, anneliğin kadınların doğal bir rolü olduğu yönündedir. Bu anlayış, kadınların iş gücüne katılımında ve sosyal ya da siyasi yaşama dahil olmalarında engel teşkil edebilmektedir. Bu nedenle, kadınların istihdama katılımını desteklemek ve çocukların erken yaşta kurumsal eğitime erişimini sağlamak amacıyla kreş ve gündüz bakımevi gibi hizmetlere olan ihtiyaç artmaktadır.

T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı verilerine göre, Balıkesir genelinde 49 özel kreş ve gündüz bakımevi ile 2 belediyeye ait kreş bulunmaktadır (T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Balıkesir İl Müdürlüğü, 2025). Annelerin ve anne adaylarının iş hayatına katılımını doğrudan etkileyen en önemli faktörlerden biri, kentteki kreş hizmetlerinin yeterliliğidir. Balıkesir ili, kadınların iş gücüne katılımını desteklemek amacıyla çeşitli etkinlikler ve projeler yürütmüş olsa da kreş sayısının yetersizliği, bu alanda karşılaşılan temel sorunlardan biridir. Mevcut kreş altyapısının sınırlı olması, kadın istihdamını olumsuz yönde etkileyen unsurlar arasında yer almaktadır.

**Tablo 3.10.** Balıkesir’deki Kadınların İstihdama Katılımdaki Sektör Dağılımı

Sektör	Kadın Çalışan Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı
İmalat	8.932	32.584
Toptan Perakende Ticaret	5.188	15.140
İdari ve Destek Hizmet Faaliyetleri	2.932	11.689
Konaklama ve Yiyecek Hizmet Faaliyetleri	3.639	8.512
Ulaştırma ve Depolama	604	4.802
Madencilik ve Taş Ocakçılığı	311	3.755
İnşaat	399	3.640
Eğitim	1.550	2.349
İnsan Sağlığı ve Sosyal Hizmet Faaliyetleri	1.176	1.717
Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler	274	825

**Kaynak:** (TÜİK, 2024).

Balıkesir’de kadınların istihdamı, sektörel açıdan incelendiğinde belirgin bir dengesizlik göstermektedir. İŞKUR’un 20 ve üzeri istihdamlı işletmeleri kapsayan 2024 yılı İşgücü Piyasası Araştırması verilerine göre, kadınların işgücüne katılımı en yoğun biçimde hizmet sektöründe gerçekleşmektedir. Özellikle eğitim (%66,0) ile insan sağlığı ve sosyal hizmet faaliyetleri (%68,5) sektörleri kadın çalışan oranının en yüksek olduğu alanlardır. Bu durum, Türkiye genelinde de gözlemlenen toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümünün yerel düzeyde de sürdüğünü ve kadınların ağırlıklı olarak bakım, eğitim ve sosyal hizmet odaklı alanlarda istihdam edildiğini göstermektedir.

Balıkesir’de kadın istihdamı büyük ölçüde hizmet sektörü odaklı bir yapı sergilemektedir. Kadınların üretim süreçlerine katılımı imalat sektöründe (%27,4) belirli bir düzeyde olsa da, sanayi ve teknik alanlardaki varlıklarının sınırlı olduğu görülmektedir. Bu tablo, kentin ekonomik yapısının yanı sıra, eğitim düzeyi, toplumsal normlar ve çalışma koşullarının kadın istihdamı üzerindeki belirleyici etkilerini de yansıtmaktadır. Dolayısıyla, Balıkesir’de kadın istihdamını artırmaya yönelik politikaların yalnızca sayısal artışa değil, sektörel çeşitliliğe ve toplumsal cinsiyet eşitliğini güçlendiren yapısal düzenlemelere de odaklanması gerekmektedir.

#### **6.4.1. Balıkesir Kentinde Kadınların İstihdamını Artırmaya Yönelik Öneriler**

- Kadın katılımını artırmak amacıyla, yerel yönetimlerde görev yapan ve yerel yönetim faaliyetlerinden haberdar olan kadınların sayısının artırılması önem taşımaktadır.
- Kadınların istihdama katılımının yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel boyutlarıyla da sağlanabilmesi için yerel yönetimlerin sivil toplum kuruluşlarıyla iş birliği yapması gerekmektedir. Bu iş birlikleri, devlet tarafından da desteklenmelidir.
- Balıkesir Kent Konseyi’ne kadınların daha fazla katılım göstermesi, kadın istihdamının teşvik edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.
- Balıkesir Kent Konseyi bünyesinde faaliyet gösteren kadın meclislerinin çalışmaları ve sundukları fırsatların görünürlüğü artırılmalı; bu meclislerin gerçekleştirdiği projelere ve faaliyetlere kadınların aktif katılımı sağlanmalıdır. Ayrıca, Balıkesir Kent Konseyi Başkanlığı görevinde bir kadının bulunması, kadınların kendilerini daha güvende ve güçlü hissetmelerine katkı sağlayacaktır (Çelik & Gökce, 2023).

- Balıkesir kentinde esnek çalışma saatleri, geçici ve ikincil bir çözüm olarak değerlendirilmeli; tam zamanlı ve sürekli istihdam biçiminin öncelikli olması sağlanmalı ve bu süreçte gerekli sosyal güvenceler eksiksiz olarak sunulmalıdır.
- Kadın çalışanların çocuk bakımına dair yaşadıkları endişelerin giderilmesi amacıyla, kamu ve özel kurumlar bünyesinde kreş hizmeti sunulmalıdır. Kreş hizmeti sağlayamayan işletmeler ise bu konuda çalışanlarına ekonomik destek sağlamalıdır.
- Temizlik, yemek yapma gibi ev içi işlerin yalnızca kadınların sorumluluğunda olduğu yönündeki toplumsal algının değişmesi için kamu spotları hazırlanmalı ve bu konularda ilköğretim seviyesinden itibaren eğitici çalışmalar yürütülmelidir.
- İşe alım kriterleri ve terfi süreçleri, toplumsal cinsiyet eşitliği perspektifiyle yeniden gözden geçirilmeli ve bu süreçlerde ayrımcılığa yol açan unsurlar ortadan kaldırılmalıdır. Örneğin, adaylara “Çocuk sahibi olmayı düşünüyor musunuz?” gibi cinsiyet temelli sorular yöneltilmemelidir.
- Meslek liselerinde eğitim gören kız öğrenciler, geleneksel meslek alanları olan sekreterlik veya dikiş gibi alanlardan ziyade bilgisayar ve teknoloji gibi iş gücü talebinin yüksek olduğu mesleklere yönlendirilmelidir.
- Balıkesir’de faaliyet gösteren kadın kooperatiflerinin sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla, kamu kurumları tarafından mekân ve altyapı desteği artırılmalıdır.
- Kadınlar, yönetim kadrolarında kadın temsil oranının yüksek olduğu şirketlere yönlendirilmeli ve bu tür şirketler desteklenmelidir.
- Kadınların uluslararası piyasada da yer alabilmelerine olanak tanımak adına, İŞKUR, KOSGEB ve Milli Eğitim Bakanlığı arasında iş birliği sağlanarak girişimci kadınlara yönelik yabancı dil kursları, uluslararası ticaret ve pazarlama alanlarında seminer ve eğitim programları düzenlenmelidir (Türkiye Büyük Millet Meclisi [TBMM], 2013).

### **6.5. Balıkesir’de Kadınların Kent Güvenliği**

Kadınların kent güvenliğini etkileyen faktörler arasında kentleşme, sanayileşme, nüfus yoğunluğu, demografik yapıya bağlı suç oranları, kültürel yabancılaşma ve yozlaşma ile nüfusun ani artışı sonucunda yerel yönetim hizmetlerinde yaşanan aksamalar yer almaktadır. Bu faktörler, kentte yaşayan tüm bireylerin güvenliğini etkilediği gibi, özellikle kadınların kent güvenliği üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Balıkesir ili, Balıkesir Büyükşehir Belediyesi ve Balıkesir Valiliği iş birliğinde, kadınlara yönelik çeşitli güvenlik odaklı projeler ve uygulamalar gerçekleştirmektedir. Balıkesir kentinde kadınların güvenliğini artırmaya yönelik yürütülen çalışmalar şu şekildedir:

- Toplumsal farkındalığı artırmak ve Balıkesir’de kadınların kent içi ulaşım güvenliğini sağlamak amacıyla başlatılan “Kadınlara Durak Yok!” uygulaması sayesinde, toplu taşımadan yararlanan kadınların saat 20.00’den sonra güzergâh üzerinde istedikleri noktada inmelerine olanak tanınmaktadır. Bu uygulama sayesinde kadınların akşam saatlerinde sokaklarda yürümek zorunda kalmalarının önüne geçilmekte ve güvenli ulaşım olanakları artırılmaktadır (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2024).
- Balıkesir Büyükşehir Belediyesi Gençlik ve Spor Hizmetleri Dairesi Başkanlığı tarafından kadına yönelik şiddetle mücadele kapsamında kadınların kendilerini savunabilmelerine yönelik olarak “Savunma Teknikleri Atölyesi” kurulmuştur. Bu kapsamda, kadınların kendilerini daha güvende hissetmeleri ve olası şiddet durumlarında kendilerini koruyabilmeleri amacıyla kadın antrenörler eşliğinde judo eğitimi verilmektedir (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2024).
- Kentteki kamu alanlarının gözetimi amacıyla Balıkesir genelinde cadde ve sokakları izleyen 35 güvenlik kamerası bulunmaktadır. Bu kameralar, şiddetin önlenmesi ve meydana gelen olaylarda suçluların tespit edilmesi açısından önemli katkılar sağlamaktadır.
- Şiddet Önleme ve İzleme Merkezi (ŞÖNİM) kararı doğrultusunda, şiddete maruz kalan ya da yaşamını güvenli bir şekilde sürdüremeyen kadınlar, Balıkesir’deki kadın konukevlerine yerleştirilerek güvenli barınma hizmetlerinden faydalandırılmaktadır.
- Kentte madde bağımlılığının önlenmesine yönelik olarak Balıkesir Valiliği tarafından “Bırakırsan Başarırsın!” projesi hayata geçirilmiştir. Madde kullanımı, bireylerin yanı sıra çevresindekiler üzerinde de ciddi olumsuz etkiler yaratmakta ve şiddet olaylarını tetikleyebilmektedir. Bu proje ile hem bireylerin sağlığını korumak hem de şiddet mağduru olanların güvenliğini sağlamak amaçlanmaktadır.
- Balıkesir Karesi Belediyesi tarafından kurulan Kadın Danışma Merkezi; hukuki danışmanlık, eğitim programları ve sağlık hizmetlerini kapsayan çok yönlü destek mekanizmaları sunarak, kadınların karşılaştıkları zorlukların üstesinden gelmelerine yardımcı olmayı ve onların daha güvenli bir yaşam sürmelerini amaçlamaktadır (Balıkesir Kent Konseyi, 2024).
- Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, toplu taşıma araçlarında kadınların şoförlük yapabilmesi için ücretsiz kurs olanakları sağlamaktadır. Bu eğitimler, kadın istihdamını desteklemenin yanı sıra, toplu taşıma hizmetlerinden faydalanan kadınların da daha güvenli bir yolculuk deneyimi yaşamasına katkıda bulunmaktadır (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2025).
- Balıkesir kenti, kadın dostu ve markalaşmış bir kent kimliği oluşturabilmek amacıyla çeşitli proje ve çalışmalar yürütmektedir. Ancak, kadınların kent güvenliği konusunda yalnızca

Balıkesir'de değil, Türkiye genelinde ve dünya çapında gerçekleştirilen çalışmalar henüz yeterli düzeye ulaşmamıştır. Kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri, ne yazık ki hâlâ toplumsal gündemin önemli bir parçası olmayı sürdürmektedir.

### 6.6. Balıkesir’de Kadına Yönelik Hizmetler

Balıkesir kenti; Balıkesir Büyükşehir Belediyesi ve Balıkesir Valiliği iş birliğiyle, kadınların bakış açısıyla şekillenen, kadın dostu bir kent kimliği oluşturmak, kentin markalaşmasına katkı sağlamak ve kadınlar için yaşanabilir, ideal bir kent profili çizmek amacıyla çok sayıda anket çalışması, proje, eğitim ve etkinlik gerçekleştirmektedir. Balıkesir’de kadınlara yönelik hizmetler aşağıdaki başlıklar altında toplanmaktadır:

#### **Güvenlik**

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, Balıkesir'de boşanma oranı diğer kentlere kıyasla yüksek düzeydedir. Bu durum, yalnız yaşayan kadın sayısının artmasına yol açmakta ve kent güvenliğini bu kadınlar açısından daha da önemli hâle getirmektedir. Yalnız yaşayan kadınların güvenliğini sağlamak amacıyla Balıkesir’de Kadın Konukevleri inşa edilmiştir. Ayrıca, kadınların sosyal yaşama daha etkin katılımını teşvik etmek amacıyla Kadın Yaşam Merkezleri kurulmuştur.

**Tablo 3.11.** Balıkesir’de Yıllara Göre Boşanma Sayıları

2020	2021	2022	2023	2024
2416	3064	3153	3086	3342

**Kaynak:** (Türkiye İstatistik Kurumu, 2025).

- Karesi Belediyesi tarafından kurulan Kadın Danışma Merkezi aracılığıyla, kentte zor durumda olan kadınlara hukuki ve psikolojik destek sağlanmaktadır.
- Kadınların sokak ve caddelerde daha özgüvenli biçimde vakit geçirebilmeleri, şiddete karşı savunma becerilerini geliştirebilmeleri amacıyla Balıkesir Büyükşehir Belediyesi Gençlik ve Spor Hizmetleri Dairesi Başkanlığı tarafından “Savunma Teknikleri Atölyesi” kurulmuştur. Bu atölyede, kadınlara uzman antrenörler eşliğinde judo eğitimi verilmektedir (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2024).
- Balıkesir Büyükşehir Belediyesi Ulaşım Dairesi Başkanlığı tarafından yürütülen “Durak Yok” projesi kapsamında, kadınlar akşam saatlerinde toplu taşıma araçlarında güzergâh üzerindeki istedikleri durakta inebilmektedir. Bu uygulama, kadınların akşam saatlerinde güvenli biçimde ulaşım sağlamalarına olanak tanımaktadır (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2024).

- Balıkesir Valiliği tarafından yürütülen “Bırakırsan Başarırsın” projesi, madde bağımlılığıyla mücadele etmeyi amaçlamaktadır. Madde bağımlılığı, şiddet oranlarını artıran temel unsurlardan biridir. Bu nedenle söz konusu projenin uygulanması, halk sağlığının korunması ve kadına yönelik şiddetin azaltılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Balıkesir Valiliği, 2023).
- Balıkesir kentinde, cadde ve sokakları izleyen toplam 35 kamera bulunmaktadır. Bu kameralar sayesinde suç işleme olasılığı azaltılmakta, dolayısıyla kadınların kent yaşamına daha güvenli biçimde katılımı kolaylaşmaktadır.
- Balıkesir kentinde güvenlik sorunu yaşayan veya şiddet mağduru olan kadınların güvenli biçimde yaşamlarını sürdürebilmeleri için kadın sığınma evleri ve kadın konuk evleri bulunmaktadır. (Balıkesir Kent Konseyi, Balıkesir Aile ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü, Balıkesir Emniyet Müdürlüğü, ŞÖNİM, Balıkesir Büyükşehir Belediyesi Sağlık ve Sosyal Hizmetler Dairesi ile yapılan görüşmelerde, kadınların güvenliği amacıyla faaliyet gösteren bu kuruluşlara ilişkin detaylı bilgi paylaşımı yapılamamıştır.)

### *Aile*

- Balıkesir'de üç adet Aile Destek Merkezi hizmet vermektedir. Bu merkezlerde psikologlar ve psikolojik danışmanlar tarafından kadınlara, çiftlere ve aile bireylerine yönelik bireysel danışmanlık hizmetleri sunulmaktadır. Sağlıklı bir aile yapısı, toplumsal yapının güçlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, aile yaşamına ve kadınlara yönelik çok yönlü çalışmalar gerçekleştirmektedir.
- “Hoş Geldin Bebek” projesi kapsamında anne adaylarına ev ziyaretleri gerçekleştirilmekte, gebelik ve doğum sürecine ilişkin sorular psikologlar ve sosyologlar tarafından yanıtlanmaktadır. Ayrıca doğum sonrasında bebek bezi, ıslak mendil, nevresim takımlarından oluşan bir çanta annelere hediye edilmektedir (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2024).
- Aile içi iletişimi güçlendirmek, sorunların çözümüne katkı sağlamak ve toplumda daha sağlıklı bireylerin yetişmesini desteklemek amacıyla Balıkesir Büyükşehir Belediyesi tarafından vatandaşlara ücretsiz aile-çift danışmanlığı, bireysel danışmanlık ve psikoterapi hizmetleri sunulmaktadır (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2025).

### *Sosyal*

- Balıkesir’de sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan dezavantajlı bireylerin korunma, bakım ve yardım ihtiyaçlarını karşılayabilmek için Yakın Kart uygulaması hayata geçirilmiştir. Bu uygulama kapsamında; gıda, yakacak, 0–4 yaş çocuğu olanlara destek, yeni doğan bebekler için bebek bezi ve mama, engellilere yılbaşı desteği, yeni evlilere destek, askere gidecek gençlere,

dul ve yetimlere, ev hanımlarına ve emeklilere yönelik çeşitli destek hizmetleri sunulmaktadır (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2024).

- Balıkesir Büyükşehir Belediyesi tarafından, hasta ve bakıma muhtaç bireyler için evde bakım hizmeti verilmektedir. Ataerkil toplum yapısı gereği bakım sorumluluğu genellikle kadına yüklenmektedir. Bu hizmet sayesinde, kadınlara yüklenen sorumlulukların hafifletilmesi ve kadınların günlük yaşamlarına devam etmeleri amaçlanmaktadır (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2024).
- Balıkesir'in kadın dostu kent olması amacıyla Balıkesir Büyükşehir Belediyesi ile Balıkesir Planlama ve Kalkınma Ajansı iş birliğinde “Kadınlara Yönelik Kent Hizmetlerinde İhtiyaçlar ve Beklentiler” başlıklı bir anket çalışması yürütülmüştür. Bu anket, e-posta yoluyla kentteki tüm bireylere ulaştırılmış ve kadınların beklenti ile ihtiyaçları doğrultusunda politika ve uygulamalar geliştirilmiştir (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2025).
- Balıkesir’de şiddete yönelik doğrudan farkındalık seminerleri verilmemektedir. Bu tercihin nedeni, “şiddet” kavramının kendisinin şiddeti çağırabileceği yönündeki görüştür. Bunun yerine kadınları bilgilendirmek amacıyla Kadın Çalıştayı düzenlenmektedir.

### ***İstihdam***

- Kadınların istihdama katılımını desteklemek, sosyal yaşama entegrasyonlarını kolaylaştırmak ve küçük yaştaki çocukların kaliteli eğitim almasını sağlamak amacıyla Balıkesir genelinde toplam 48 özel kreş ve gündüz bakım evi hizmet vermektedir (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2025).
- Kadınların istihdamda yer alabilmeleri ve toplu taşımayı daha güvenli kullanabilmeleri için Balıkesir Büyükşehir Belediyesi tarafından kadınlara özel ücretsiz şoförlük kursları sunulmaktadır (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2025).
- Tüm vatandaşların mesleki beceriler edinerek istihdama katılmalarını sağlamak, zamanlarını verimli geçirmelerini ve kent yaşamında daha aktif olmalarını teşvik etmek amacıyla Balıkesir Büyükşehir Belediyesi bünyesinde BALMEK (Balıkesir Meslek Edindirme Kursları) kurulmuştur. “Ustalığa Kadın Eli Değecek” sloganıyla faaliyet gösteren BALMEK’te kadınlara yönelik su tesisatı, kaynakçılık, ev mobilyası boyama, sıva ustalığı, oto kaporta onarımı ve kano yapımı gibi çeşitli alanlarda meslek kursları sunulmaktadır (Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, 2024).

## SONUÇ

Geçmiş medeniyetlerin izlerini taşıyan kentler, yüzyıllardır insanlığın yaşamlarına tanıklık etmektedir. Geçmişte olduğu gibi günümüzde de vazgeçilmez yaşam alanları olan kentler, içinde barındırdıkları birikimlerle günümüzde de baş döndürücü bir değişim ve dönüşüm süreci yaşamaktadır. Eskiden basit ihtiyaçların giderildiği, daha sakin yapıları kentler, bugün artan ihtiyaçları karşılayabilmek için sürekli gelişim göstermesi gereken karmaşık yapılara dönüşmüştür.

Teknolojinin sağladığı hızlı gelişim, insanların kenti değerlendirme ölçütlerinde önemli değişimleri beraberinde getirmiştir. İnsan yaşamını kolaylaştıran araçların kalitesinin artması, taşımacılık, ulaşım ve haberleşme imkânlarının kolaylaşması ve bilginin hızlı ve kolay erişilebilir olması, bireylerin ve toplumun kent üzerindeki beklentilerini artırmıştır. Bu süreç, kentleri rekabete ve özgünlüklerini ortaya koymaya zorlamıştır. Kentler, cazip merkezler haline gelmek istemekte, rekabetin öncülerinden olmanın faydalarını bilmektedir.

Dünyadaki tüm kentlerde rekabetin artması, markalaşmanın gereksiz bir çaba olmadığını ortaya koymaktadır. Markalaşmanın getirdiği fırsatlardan yararlanmak amacıyla ülkeler, kentler hatta köyler rekabet yarışına katılmıştır. Doğal, yapay, kültürel, tarihi, ekonomik ve endüstriyel değerlerin en az birini etkili şekilde pazarlayarak marka haline gelebilen kentler, bu rekabet ortamında daha etkin rol alabilmektedir. Tüm kentlerin, gelecekte varlığını sürdürebilmek için markalaşmadan daha etkili bir yol bulamadığı söylenebilir. Dolayısıyla kentler, özgün niteliklerini ve farklılıklarını pazarlayarak markalaşmayı, kentlerinin geleceği için hayati bir sorumluluk olarak görmelidir.

Kentlerin yatırımcıları ve ziyaretçileri çekmesi ve ekonomik gelişme göstermesi zorunludur. Kentte hizmet kalitesinin artması ise kent sakinlerinin yaşam kalitesini yükseltecektir. Bu sebeple kentsel marka imajı, son yıllarda en popüler kavramlar arasında yer almaktadır. Kent markalaşması, bazı çevrelerce ve haklı gerekçelerle eleştirilse de, üstün kentlerin satılabilir markalardan ürünlere dönüştürüldüğü yönündeki tartışmaların günümüzde etkisi yoktur. Günümüz dünyasında kentlerin geleceği için markalaşma dışında bir çözüm yolu bulunmamaktadır.

Kentlerin kendine özgü zenginlikleri elbette vardır; önemli olan, bu zenginliklerden en az birini etkili biçimde pazarlayıp tanıtmaktır. Günümüzde asıl önemli olan, varlık değeri değil, bu değerlerin kentin hizmetlerine nasıl yansıtıldığıdır. Bu nedenle markalaşma çalışmaları, iyi planlama ve verimli stratejilerle gerçekleştirilmelidir.

Bir kentin görüntüsü, önemli bir yönetim becerisinin sonucudur. Kent imajı, kent yöneticilerinin sorumluluğundadır. Bazı kurumların karmaşık yapılar sunması nedeniyle şehirlerde markalaşma faaliyetleri zorlayıcıdır. Bu noktada kentin stratejik yönetimi, belediye ve hükümetlerin ortak iradesiyle hizmet sunması ve etkili markalaşma faaliyetlerinin gerçekleşmesini sağlayacak yönetim modeli olarak ön plana çıkmaktadır.

Balıkesir, sahip olduğu coğrafi, doğal, kültürel ve ekonomik kaynaklarla kent markalaşması açısından güçlü bir temel sunmaktadır. Hem Marmara hem de Ege bölgelerinde toprakları bulunan nadir kentlerden biri olan Balıkesir, iki denize kıyısı olması nedeniyle deniz turizmi ve lojistik açısından önemli avantajlara sahiptir. Ayrıca Kaz Dağları gibi doğal koruma alanları, Balıkesir'in sürdürülebilir turizm ekseninde marka kimliği oluşturmasına olanak tanımaktadır. Bu bağlamda kent, doğa turizmi, ekoturizm ve termal turizm gibi farklı turizm türlerine yönelik çeşitli öneriler geliştirebilir.

Balıkesir'in tarihi geçmişi antik dönemlere kadar uzanmakta olup, farklı medeniyetlere ev sahipliği yapması zengin bir kültürel doku oluşturmaktadır. Ayvalık'taki tarihi Rum evleri, Cunda Adası'nın özgün dokusu, Zağnos Paşa Camii gibi dini yapılar ve Kuvayi Milliye hareketinin Balıkesir merkezli gelişmiş olması kentin kültürel markalaşmasında önemli rol oynamaktadır. Kültürel mirasın korunarak modern kent yaşamına entegre edilmesi, Balıkesir'in marka değerini artıracak önemli faktörlerdendir (Çevik, 2017).

Balıkesir'in ekonomisi, tarım, sanayi ve turizm sektörlerine dengeli biçimde dağılmıştır. Özellikle zeytin ve zeytinyağı üretimi ile süt ve süt ürünleri kent ekonomisinin temelini oluşturmaktadır. Bu ürünlerin coğrafi işaret tescilleriyle küresel pazarlarda tanıtılması, Balıkesir'in gastronomi turizmi ve tarım markalaşması açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Bandırma Limanı'nın lojistik avantajı ise kentin sanayi ve ticaret kimliğini güçlendirmektedir.

Başarılı bir kent markalaşması yalnızca mevcut kaynakların tanıtımıyla sınırlı kalmamalıdır. Balıkesir'in marka kimliği; sürdürülebilirlik ilkesi, güçlü yönetim modeli ve katılımcı stratejik planlama süreciyle desteklenmelidir. Yerel halkın aktif katılımı, kültürel değerlerin korunarak modernize edilmesi ve kente özgün ekonomik ürünlerin ulusal ve uluslararası pazarlarda markalaştırılması sürecin başarısı için elzemdir.

Balıkesir'in başarılı bir kent markası oluşturabilmesi için yalnızca tanıtım odaklı kısa vadeli projeler değil, uzun vadeli, bütüncül ve sürdürülebilir politikalar geliştirmesi gerekmektedir. Kentin sahip olduğu kültürel ve fiziksel sermaye, doğru yönetildiği takdirde Balıkesir'i hem bölgesel çekim merkezi hem de uluslararası düzeyde rekabetçi bir kent markası

haline getirebilir. Başarı, kentin kimliğini içselleştiren, kapsayıcı ve yenilikçi bir yönetim anlayışının benimsenmesiyle mümkün olacaktır.

Kent markalaşması süreci, yalnızca estetik gelişim değil, kültürel ve sosyal yapının da yeniden yapılandırılmasını gerektiren bir süreçtir. Bu bağlamda, kentsel markalaşma stratejilerinin geliştirilmesinde kadınların toplumsal rolünün güçlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Kent markalaşması, sadece ekonomik büyüme veya turizm odaklı olmamalı; kadınların toplum içindeki eşit temsili ve katılımını artıran toplumsal hedefleri de içermelidir.

Balıkesir, kadınlara yönelik pek çok hizmet sunmaktadır. Sağlık alanında halk sağlığı eğitimleri ve sempozyumlar yoluyla bilinçlendirme çalışmaları yapılmakta, kent merkezinde mobil kanser tarama turları sağlık hizmeti vermektedir. Aile Destek Merkezi, Kadın Danışma Merkezi ve kadın destek telefon hattı gibi uygulamalar, kadınların psikolojik sağlığına katkı sağlamaktadır. Ayrıca kentte kadınların sosyalleşmesini destekleyen 28 sivil toplum kuruluşu bulunmaktadır. Literatür taraması, Balıkesir’de halk sağlığı ve kadın sağlığına yönelik çalışmaların sürdürüldüğünü göstermektedir.

Ancak literatürden edinilen verilere göre, Balıkesir’de kadınların siyasal katılımı oldukça düşük seviyededir. Bu nedenle Balıkesir, kadınların siyasal katılımını artırmaya yönelik özverili çalışmalar yürütmelidir. Kadınların yeterli siyasal katılımı, kent kararlarına ve kadınlara yönelik hizmetlerin gelişimine olumlu katkı sağlayacaktır. Ayrıca kentte meslek eğitim kursları, kadın kooperatifleri, Çarşı 2025 projesi, kadın çalıştay ve 49 kreş/gündüz bakımevi gibi projeler kadınların istihdama katılımını desteklemektedir. Kadınların istihdama katılımının artması, onların özgüvenli yaşam sürmelerini ve siyasete katılımlarını kolaylaştıracaktır.

Kentleşme, sanayileşme, nüfus yoğunluğu, demografik yapı, suç oranları, kültürel yabancılaşma ve nüfus artışı gibi faktörler, kent hizmetlerini ve kadınların kent güvenliğini olumsuz etkilemektedir. Balıkesir, bu etkileri azaltmak ve kadınların güvenliğini sağlamak amacıyla “Kadınlara Durak Yok!” projesi, savunma teknikleri atölyesi, ŞÖNİM, “Bırakırsan Başarırsın!” projesi, Kadın Danışma Merkezi ve kentteki kamera sistemleri gibi uygulamalara sahiptir. Kent güvenliğinin artırılması için parklar ve alt geçitlerin açık görüşlü ve kalabalık kullanım için teşvik edici tasarlanması, toplumsal cinsiyet eğitimi verilmesi, kadınların deneyimlerine dayalı güvenli/güvensiz alan haritalandırması yapılması, kamusal alanda taciz ve şiddete karşı etkin yaptırım mekanizmalarının kurulması ve mağduru güçlendiren politikaların uygulanması gerekmektedir.

Balıkesir tam anlamıyla kadın dostu bir kent olmamakla birlikte, bu yönde yüksek bir potansiyele sahiptir. Yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşlarının iş birliğiyle daha fazla projeye imza atılması durumunda, özellikle kıyı ilçeleri ve kent merkezi, kadınlar için çok daha yaşanabilir hale gelebilir. Balıkesir, kadınların eğitim, istihdam ve kamusal alanlara eşit erişimini sağlayan bir kent kimliği edinerek toplumsal cinsiyet eşitliği hedeflerine ulaşabilir. Kadınların eğitim seviyelerinin yükselmesi, istihdama katılımın artması ve kadın dostu kamusal alanların sayısının çoğalması, sosyal sürdürülebilirlik açısından örnek teşkil edecektir. Bu süreç yalnızca ekonomik ve sosyal katılımı değil, kadınların karar alma mekanizmalarına da dahil edilmesini kapsamalıdır. Kent markalaşması kadınların bu alanlarda güçlü temsiliyle şekillendiğinde, daha eşitlikçi ve kapsayıcı bir toplumsal yapı inşa edilebilir.

Balıkesir'in kadın dostu kent kimliği kazanabilmesi için kadın kooperatifleri desteklenmeli, kadın girişimciliği ve iş gücüne katılım teşvik edilmelidir. Bu stratejiler, kadınların ekonomik gücünün artırılması ve kentin kültürel-ekonomik çeşitliliğinin zenginleşmesi açısından önem taşımaktadır. Kadınların kendi ürünlerini pazarlama süreçlerinde desteklenmesi, kente özgün yerel markaların küresel pazarlarda tanıtılması yoluyla ekonomik kimliğin güçlenmesine katkıda bulunabilir.

Kadın dostu kamusal alanların oluşturulması da önemli bir konudur. Kadınların güvenli, erişilebilir alanlarda sosyal etkileşimde bulunabileceği, eğitim ve kültürel faaliyetlere katılabileceği ortamların artırılması, kenti sadece kadınlar için değil tüm toplum için yaşanabilir kılacaktır. Toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleyen projelerin hayata geçirilmesi, yalnızca kadınların değil, tüm toplumun kent yaşamını iyileştirecek dönüşümleri beraberinde getirecektir.

Sonuç olarak, Balıkesir'in kent markalaşma süreci, kadınların toplumsal cinsiyet eşitliği perspektifinden güçlendirilmesiyle hem kent içi hem de kentler arası rekabet gücünü artırabilir. Kadınların karar alma süreçlerine katılımı, toplumsal yapının daha dengeli ve adil şekillenmesine katkı sağlarken; kadınların temsili, kentin kimliğinin güçlenmesine ve sosyal bütünleşmeye de destek olacaktır. Kent markalaşmasında kadınların bakış açısıyla değerlendirme yapmak, sadece ekonomik değil, toplumsal kalkınma açısından da önemli fırsatlar yaratacaktır. Böylece Balıkesir, kadınların değerleriyle şekillenen ve herkese eşit fırsatlar sunan bir kent markası olarak ulusal ve uluslararası düzeyde tanınabilir.

## KAYNAKÇA

**Adıyaman, K.** (2008). *Kentleşme Sürecinde Türkiye ve Kent Kimliği*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 55.

**Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı.** (2022). *Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Kadın Konukevlerini Yaygınlaştırıyor*: [Erişim: 01.20.2025, <https://www.aile.gov.tr/ksgm/haberler/aile-ve-sosyal-hizmetler-bakanligi-kadin-konukevlerini-yayginlastiriyor/>]

**Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı.** (2025). *Özel Kres, Gündüz Bakımevi ve Çocuk Kulüpleri*: [Erişim: 03.08.2025, <https://www.aile.gov.tr/balikesir/kuruluslarimiz/ozel-sosyal-hizmet-kuruluslarimiz/ozel-kres-gunduz-bakimevi-ve-cocuk-kulupleri/>]

**Ak, A.** (2019). *Türkiye’de Kadınların İşgücüne Katılımında Engeller ve Çözüm Önerileri*. T.C. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 42-46.

**Akbulut, G.** (2010). Türkiye’de Kaplıca Turizmi ve Sorunları. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 41-45.

**Aktaş, G.** (2017). Kadın Açısından Kente İlişkin Mekan Pratikleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27), 138-139.

**Aktaş, G.** (2017). Kadınların Kent Yaşamında Karşılaştığı Sorunlara İlişkin Bir Alan Çalışması: Denizli Örneği. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (27), 36.

**Aliağaoğlu, A., & Mirioğlu, G.** (2020). URBAN IDENTITY OF BALIKESİR. *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, (42),383.

**Alkan, A.** (2009). Cinsiyet Dinamiklerinin Peşinden Mekânın İzini Sürmek. (A. Alkan, Dü.) İstanbul: *Varlık Yayınları*, 52-56.

**Alkan, A.** (2013). Yerel siyaset kadınlar için neden önemli?. Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi, 1-8.

**Anadolu Ajansı.** (2018). [Erişim: 09.17.2024, <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/mostarin-asirlik-osmanli-konaklari/1274170>]

**Arem.** (2008). *Kadın Hakları ve Yerel Yönetimler*. [Erişim: 14.05.2025, <http://www.kadindostukentler.com/content/docs/outputs/kadin-haklari-ve-yerel-yonetimler.pdf>]

**Arslan, E.** (2024). Kent Markalaşması ve Balıkesir Kentinin Markalaşma Süreci. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 7(1), 223-228.

**Avrupa Birliği ve Cinsiyet Eşitliği.** (2021). European Charter For Equality: [Erişim: 08.12.2024, <https://charter-equality.eu/the-charter/the-eu-and-gender-equality.html>]

**Aytaç, Ö.** (2007). Kent Mekânlarının Sosyo-Kültürel Coğrafyası. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 41-44.

**Azılı, O.** (2015). Kentlerin Markalaşma Sürecinde Profesyonel Turist Rehberleri: Çanakkale Örneği, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, 19-20.

**Bahar Özsoy, E. S.** (2016). Türkiye’de Kadın Dostu Olma İddiasında Bir Kent: *Gaziantep. Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 3(25), 35-68.

**BBM Magazine.** (2023). *Zeytin Ve Ekmek Kitapları Dünya Kitap Yarışması’nda.* [Erişim: 10.01.2025, <https://magazinebbm.com/tr/blog/%E2%80%98ekmek-sehri-balikesir-dunyanin-en-iyi-ekmek-kitabi-secildi-3087>]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2021). *Kuva-Yı Milliye Şehri Balıkesir’e Hoş Geldiniz:* [Erişim: 21.04.2024, <https://www.balikesir.bel.tr/haber-detay?id=3828>]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2024). *Ustalığa Kadın Eli Değecek:* [Erişim: 01.10.2024, <https://balikesir.bel.tr/haberler/ustaliga-kadin-eli-degecek> ]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2024). *Kadınlar evlerine güvenle ulaşıyor:* [Erişim: 06.09.2025, <https://balikesir.bel.tr/haberler/kadinlar-evlerine-guvenle-ulasiyor#:~:text=Bal%C4%B1kesir%20B%C3%BCy%C3%BCk%C5%9Fehir%20Belediyesi%2C%20%E2%80%9CKad%C4%B1nlara%20Durak,%C3%BCzerinde%20durak%20harici%20noktalarda%20inebiliyor.>]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2024). *Balıkesir’de Savunma Teknikleri Atölyesi dönemi başlıyor:* [Erişim: 05.08.2025, <https://balikesir.bel.tr/haberler/balikesirde-savunma-teknikleri-atolyesi-donemi-basliyor>]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2024). *‘Hoş Geldin Bebek’ paketleri annelerin yüzünü güldürüyor:* [Erişim: 12.05.2025, <https://balikesir.bel.tr/haberler/hos-geldin-bebek-paketleri-annelerin-yuzunu-gulduruyor> ]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2024). *Balıkesir’de Savunma Teknikleri Atölyesi dönemi başlıyor*: [Erişim: 16.04.2025, <https://balikesir.bel.tr/haberler/balikesirde-savunma-teknikleri-atolyesi-donemi-basliyor> ]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2024). *Kadınlar evlerine güvenle ulaşıyor*: [Erişim: 16.04.2025, <https://balikesir.bel.tr/haberler/kadinlar-evlerine-guvenle-ulasiyor#:~:text=Bal%C4%B1kesir%20B%C3%BCy%C3%BCk%C5%9Fehir%20Belediyesi%2C%20E2%80%9CKad%C4%B1nlara%20Durak,%C3%BCzerinde%20durak%20harici%20noktalarda%20inebiliyor.>]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2024). *Arkadaş Yakınımdır*: [Erişim: 18.06.2025, <https://yakinkart.balikesir.bel.tr/GenelBilgiler#yardim-target> ]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2024). *Ustalığa Kadın Eli Değecek*: [Erişim: 17.04.2025, <https://balikesir.bel.tr/haberler/ustaliga-kadin-eli-degecek> ]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2024). *Evde bakım hizmeti yüzleri güldürüyor*: [Erişim: 26.04.2025, <https://balikesir.bel.tr/haberler/evde-bakim-hizmeti-yuzleri-gulduruyor> ]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2024). *Sağlık ve Sosyal Hizmetler*: [Erişim: 18.03.2025, <https://balikesir.bel.tr/saglik-ve-sosyal-hizmetler> ]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2024). *BBB’nin Yeni Logosu Tam Not Aldı*: [Erişim: 01.05.2025, <https://www.balikesir.bel.tr/haber-detay?id=4347> ]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2024, 08 12). *Balıkesir Büyükşehir Belediyesi’nin logosundaki ‘B’ harfi yenilendi*: [Erişim: 13.05.2025, <https://www.balikesir.bel.tr/haber-detay?id=4335> ]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2024). *Üreten kadınlara kalıcı satış yeri müjdesi*: [Erişim: 22.03.2025, <https://balikesir.bel.tr/haberler/ureten-kadinlara-kalici-satis-yeri-mujdesi-> ]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2024). *Balıkesir Kadın Çalıştayı Toplandı*: [Erişim: 12.09.2024, <https://balikesir.bel.tr/haberler/balikesir-kadin-calistayi-toplandi-> ]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2025). *Kadınların el emeği ÇARŞI 2025’te hayat buldu*: [Erişim: 03.04.2025, <https://balikesir.bel.tr/haberler/kadinlarin-el-emeği-carsi-2025te-hayat-buldu> ]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2025). *Kadın Dostu Kent İçin Anketimize Katılın!*: [Erişim: 18.08.2025, <https://balikesir.bel.tr/duyurular/kadin-dostu-kent-icin-anketimize-katilin> ]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2025). *Balıkesir’de ulaşımda yeni dönem:* [Erişim: 16.06.2025, <https://balikesir.bel.tr/haberler/balikesirde-ulasimda-yeni-donem> ]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2025). *Büyükşehir’den Ücretsiz Psikolojik Destek Hizmeti:* [Erişim: 17.08.2025, <https://balikesir.bel.tr/haberler/buyuksehirden-uccretsiz-psikolojik-destek-hizmeti#:~:text=Aile%2C%20evlilik%2C%20ebeveyn%2C%20bo%2C%20C5%9Fanma,numaras%20C4%B1ndan%20talep%20olu%20C5%9Fturup%20C2%20hizmetlerden%20faydalanabiliyorlar.> ]

**Balıkesir Büyükşehir Belediyesi.** (2025). *Balıkesir’in Ulaşım Ağı Güçleniyor:* [Erişim: 20.04.2025, <https://balikesir.bel.tr/haberler/balikesirin-ulasim-agi-gucleniyor> ]

**Balıkesir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.** (2018). *T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı:* [Erişim: 25.05.2024 <https://balikesir.ktb.gov.tr/TR-65827/genel-bilgiler.html> ]

**Balıkesir Kent Konseyi.** (2024). *Kadın Danışma Merkezi’nin Açılışına Katılım Sağladık:* [Erişim: 12.07.2024, <https://www.balikesirkentkonseyi.org/haber/kadin-danisma-merkezi-nin-acilisina-katilim-sagladik.html> ]

**Balıkesir Ticaret Odası.** (2020). *Hayat Dolu Balıkesir İçin İmzalar Atıldı:* [Erişim: 17.09.2024,<https://www.bato.org.tr/hayat-dolu-balikesir-icin-imzalar-atildi> ]

**Balıkesir Valiliği.** (tarih yok). *Termalizm:* [Erişim: 16.04.2024, <http://www.balikesir.gov.tr/termalizm> ]

**Balıkesir Valiliği.** (2016). *Balıkesir’in Büyülü Güzelliği: Kuş Cenneti:* [Erişim:15.04.2024, <http://www.balikesir.gov.tr/kuscenneti> ]

**Balıkesir Valiliği.** (2024). *TÜRKİYE’Yİ DOYURAN İL: BALIKESİR:* [Erişim: 16.08.2024, <http://www.balikesir.gov.tr/turkiyeyi-doyuran-il-balikesir> ]

**Balıkesir Valiliği.** (2024). *Balıkesir’de Kadınlar Kooperatiflerle Güç Kazanıyor:* [Erişim:22.12.2024, <http://www.balikesir.gov.tr/balikesirde-kadinlar-kooperatiflerle-guc-kazaniyor> ]

**Balıkesir Valiliği.** (2024). *“BIRAKIRSAN BAŞARIRSIN!” - UYUŞTURUCU İLE MÜCADELE PROJESİ:* [Erişim: 12.01.2025, <http://www.balikesir.gov.tr/kurumlar/balikesir.gov.tr/abproje/SiteyeYklenecekProjelerimizSon.pdf> ]

**Balıkesir Valiliği.** (2023) *Balıkesir, Triatlon Şampiyonasına Ev Sahipliği Yapıyor:* [Erişim: 27.07.2024,<http://www.balikesir.gov.tr/balikesir-triatlon-sampiyonasina-ev-sahipligi-yapiyor> ]

**BALMEK.** (2025). [Erişim: 19.02.2025, <https://www.balmek.com/>]

**Baykan, D. D.** (2015). Yerel Yönetimler İçin Kadın Dostu Kent Planlaması ve Tasarım İlkeleri Kitabı. Ankara: *Uzerler Matbaacılık*, 22-26.

**Berktaş, F.** (2004). Kadınların İnsan Haklarının Gelişimi ve Türkiye. Sivil Toplum ve Demokrasi Konferans Yazıları, 2-5.

**Bilal Deveci, S. T.** (2013). Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 32-33.

**Bitmez, M. N.** (2019). İnsan Hakları ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Bağlamında Türkiye’de Kadına Yönelik Sosyal Politikalar. *Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, (4), 53-80.

**Burden, A.** (2014). *TED*. [Erişim: 26.03.2024, [https://www.ted.com/talks/amanda\\_burden\\_how\\_public\\_spaces\\_make\\_cities\\_work/transcript?awesm=on.ted.com\\_8jmi&utm\\_campaign=blaise\\_aguera\\_y\\_arcas\\_demos\\_photosynth&utm\\_content=ted.com-talkpage&utm\\_medium=on.ted.com-twitter&utm\\_source=direct-on.ted.com&language](https://www.ted.com/talks/amanda_burden_how_public_spaces_make_cities_work/transcript?awesm=on.ted.com_8jmi&utm_campaign=blaise_aguera_y_arcas_demos_photosynth&utm_content=ted.com-talkpage&utm_medium=on.ted.com-twitter&utm_source=direct-on.ted.com&language)]

**Cevher, E.** (2012). Kentsel Markalaşma Süreci: Antalya Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), 107-108.

**Cihangir, İ. S.** (2016). *Termal Turizm Potansiyelinin Bölgesel Kalkınmada Ekonomik Rolü: İlgin Termal Tesislerinde Bir Uygulama*. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 25.

**City of Vienna.** (2021). *Görevler ve hedefler - Belediye Dairesi 57 - Viyana Kadın İşleri*: [Erişim: 01.07.2024, <https://www.wien.gv.at/english/social/women/departments/tasks.html> ]

**Cumhuriyeti, A. T.** (1982). Türkiye Cumhuriyeti Anayasası.

**Cumur, Ş.** (2021). *Toplumsal Cinsiyet Eşitimsizliği: Kadın ve Mekan*. Konya Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı , 36.

**Çağlar, N.** (2011 ). Kadının Siyasal Yaşama Katılımı ve Kota Uygulamaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(4), 56-79.

**Çelik, A.** (2014). Sosyal Belediyecilik Anlayışı: Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi Örneği. *Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1), 1-20.

**Çelik, E., & Gökce, D.** (2023). Kadınların Kentsel Mekana Katılımı ve Kadın Dostu Kent İlişkisi Bağlamında Kent Konseylerinin İncelenmesi. *Yalvaç Akademi Dergisi*, 8(2), 42-43.

- Çevik, Z.** (2017). Kuvayi Milliye Şehri Balıkesir. Balıkesir: *Kültür Yayınları*, 68-70.
- Çontu, M.** (2015). Termal Turizm İşletmelerinde Hizmet Standartlarının Geliştirilmesi. *Nobel Akademik Yayıncılık*, 37-38.
- Demirbaş, G.** (2012). *Kadınların Mekân Algısı ve Mekânı Kullanma Biçimleri*. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), 52.
- Demirdirek, H., & Şener, Ü.** (2014). 81 İl İçin Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Karnesi. *TEPAV*, 11-17.
- Devroe R., E. S.** (2020). Belçika Yerel Parti Politikalarının Feminizasyonu. *Açık Siyaset Bilimi Dergisi*, 169-191.
- Doğanay, H., & Zaman, S.** (2001). Türkiye Turizm Coğrafyası. Ankara: *Pegem Akademi*, 120-130.
- Duriye Bozok, K. K.** (2015). Kırsal turizmde yöresel yemek kültürünün rolü: Balıkesir. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5(1), 87-88.
- Durmaz, G.** (1995). *Balıkesir Şehri*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 10-25.
- Dürrü, S.** (2018). *Rekabet Edebilirlik Bağlamında Kentlerin Markalaşma Süreci: Gaziantep İli Örneği*. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı , 33-34.
- Düşündere, A. T.** (2020). *81 İilde Türkiye'nin Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Karnesi*. Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı: [Erişim: 12.04.2024, <https://www.tepav.org.tr/tr/haberler/s/10212> ]
- Eğilmez, M.** (2018). Türkiye'deki Değişimin Sosyo-Ekonomik Analizi. İstanbul: *Remzi Kitabevi*, 168-175.
- Ekmekçi, Y.** (2004). *Türkiye'de Kadın İşgücünün Gelişimi ve Çalışma Yaşamında Karşılaştıkları Engeller*. T.C. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 34.
- Ekonomi ve Yatırım.** (tarih yok). *Balıkesir Kent Konseyi*: [Erişim: 14.05.2025, <https://www.balikesirkentkonseyi.org/sayfa/ekonomi-ve-yatirim.html> ]

- Emiroğlu, M.** (2019). *Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. Kooperatifçilik & Kadın Kooperatifleri* [Erişim: 18.03.2025, <https://ticaret.gov.tr/data/5d41e48b13b87639ac9e02df/7458fc6b5805cfbbaf4a3f0d76ad0bf5.pdf> ]
- Erkan, N. E.** (2006). *Toplumsal Cinsiyet Perspektifinden Kentsel Eşitsizlik*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı Doktora Tezi, 225.
- Esra Sipahi, E. Ö.** (2012). An essay on the concept of “women friendly city” based on the Turkish case. *Humanities and Social Sciences Review*, 239-245.
- European Institute For Gender Equality.** (2021). [Erişim: 12.03.2024, <https://eige.europa.eu/thesaurus/terms/1203> ]
- Evin, G.** (2019). *Kadın Dostu Kentler Projesi ve Bursa Örneği*. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Mahalli İdareler ve Yerinden Yönetim Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 9.
- Fındık Tarım Satış Kooperatifleri Birliği.** (tarih yok). *Tescilin Sağladığı Faydalar*: [Erişim: 28.07.2025, <https://www.giresunkalitefindik.com/cografidetay/Tescilin-sagladigi-faydalar.html> ]
- Findley, C. V.** (2019). Modern Türkiye Tarihi. İstanbul: *Timaş Yayınları*, 33-37.
- Güdüdede, H.** (2017). *Kentlerin Markalaşması: Konya Örneği*. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, 23-28.
- Gündoğdu, A.** (2018). *Kadınların İşgücüne Katılımını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Türkiye Uygulaması*. T.C. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma İktisadı Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 41-48.
- Hacıcaferoğlu, S.** (2023). Kentsel Dönüşüm. İstanbul: *Tevafuk Yayınları*, 41-44.
- Healey, P.** (2003). Planning in Relational Space and Time: Responding to New Urban Realities. *Malden*, 519-522.
- Heywood, A.** (2018). Siyaset. Ankara: *BB101 Yayınları*, 235-246.
- Hülya Demirdirek, Ü. Ş.** (2014). *81 İl İçin Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Karnesi. Tepav*: [Erişim: 12.06.2024, [https://www.tepav.org.tr/upload/files/1395051458-3.81\\_Il\\_Icin\\_Toplumsal\\_Cinsiyet\\_Esitligi\\_Karnesi.pdf](https://www.tepav.org.tr/upload/files/1395051458-3.81_Il_Icin_Toplumsal_Cinsiyet_Esitligi_Karnesi.pdf) ]

**İbiş, S. (2020).** Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Tespiti ve Geliştirilmesi Kapsamında Balıkesir'in Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 97-98.

**IPU Parline. (2024).** *Ulusal parlamentolardaki kadınların aylık sıralaması*: [Erişim: 12.03.2025, <https://data.ipu.org/women-ranking/> ]

**Kadın Adayları Destekleme Derneği. (2021).** [Erişim: 20.02.2025, <https://ka-der.org.tr/> ]

**Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü. (2008)**Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı 2008-2013, 13-15.

**Türkiye Büyük Millet Meclisi Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu. (2013).** *Türkiye Büyük Millet Meclisi. 13 02, 2025 tarihinde Her Alandaki Kadın İstihdamının Artırılması ve Çözüm Önerileri Komisyonu Raporu*: [Erişim: 04.09.2024, <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/items/5aeb6d60-4abd-4ad1-8774-295de11f200b> ]

**Türkiye Büyük Millet Meclisi Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu. (2013).** Her Alandaki Kadın İstihdamının Artırılması ve Çözüm Önerileri Komisyon Raporu, *Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu Yayınları*,73-80.

**Karagöz, B. (2020).** Kentlerarası Rekabette Balıkesir ve Ekonomisi. Ankara: *Gece Kitaplığı*, 56-64.

**Kaşıkırık, A., Erimez, E., & İzci, İ. (2019).** *KA.DER. Belediyeler için Kapsayıcı ve Kapsayıcı Stratejik Plan Hazırlama Rehberi*: [Erişim: 13.06.2024, <https://argudenacademy.org/publications/Belediyeler-Icin-Entegre-ve-Kapsayici-Stratejik-Plan-Hazirlama-Rehberi.pdf> ]

**Kaypak, Ş. K. (2016).** Türkiye’de Kadının İnsan Hakları ve Anayasal Yansıması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(33), 298-315.

**Kimberly Inksater, A. G. (2015).** *Evaluation of the “UN Joint Programme on Promoting Gender Equality at Local Level (Women Friendly Cities)” and “Women Friendly Cities Small Grants Programme. Sida Decentralised Evaluation*: [Erişim: 22.02.2024, <https://cdn.sida.se/publications/files/sida61856en-evaluation-of-the-un-joint-programme-on-promoting-gender-equality-at-local-level-women-friendly-cities-and-women-friendly-cities-small-grants-programme---final-report.pdf> ]

**Koçyiğit, M., & Eren, C. (2023).** Şehir İmajı Markalaşma Sürecinde Kentsel Rekreasyon Alanları. İstanbul: *Eğitim Yayınevi*, 34-39.

- Kotler, P., & Gertner, D.** (2002). Country as Brand, Product, and Beyond: a Place Marketing and Brand Management Perspective. *Brand Management*, 249-261.
- Kurt, S., & Taş, H. Y.** (2015). Sivil Toplum Örgütlerinde Profesyonel ve Gönüllü Çalışma İlişkileri: Tehditler ve Fırsatlar. *Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 4(8), 201-202.
- Lynch, K.** (1964). *The Image of the City*. MIT Press, 98.
- Mardin, N. B.** (2000). Sağlık Sektöründe Kadın. Ankara: *Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü*, 1-4.
- Mazlum, S. C.** (2009). *KA-DER. Kadınlarla ve Kadınlar İçin Yerel Yönetim*: [Erişim: 16.07.2025, <https://ka-der.org.tr/wp-content/uploads/2021/05/KADINLARLA-VE-KADINLAR-ICIN-YEREL-YONETIM.pdf> ]
- Mehmet Oğuzhan İlban, A. K.** (2008). Termal Turizm Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Gönen Örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 106-112.
- Mitchell, D.** (2020). Kent Hakkı. İstanbul: *Ayrıntı Yayınları*, 214-220.
- Norway, G. I.** (2021). *Kilden*: [Erişim: 12.09.2024, <https://gender.no/facts--figures/> ]
- Ortaylı, İ.** (2019). Türkiye'nin Yakın Tarihi. İstanbul: *Kronik Kitap*, 67-70.
- Ortaylı, İ.** (2023). Osmanlı Toplumunda Aile. İstanbul: *Kronik Kitap*, 13-18.
- Özbek, T.** (1991). Dünya'da ve Türkiye'de Termal Turizmin Önemi. *Anatolia*, 17-18.
- Özden, M., Kantar, G., & Çınar, S.** (2021, Şubat 10). Kentsel Markalaşma Sürecinde Yerel Yönetimlerin Önemi. *Journal of Yasar University*, 1005-1006.
- Özer, M., & Biçerli, K.** (2003). Türkiye'de Kadın İşgücünün Panel Veri Analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(3), 55-86.
- Özünel, E. Ö.** (2015). Eşiktekiler: Gecekondu Folklorunda İnsan-Zaman-Mekân. Ankara: *Grafiker Yayınları*, 168-170.
- Pınarcıoğlu, N. Ş.** (2017). Eril Siyasette Kadın Temsili (Mi?). *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 7(1), 18-22.
- R. Pars Şahbaz, U. A.** (2012). Türkiye'de Medikal Turizm Uygulamaları: İstanbul ve Ankara Örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(27), 276-278.

**Sarıtaş, S.** (2023). Coğrafi İşaretleri Açısından Balıkesir İli Üzerine Bir Değerlendirme. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, (19), 315.

**Sirman, N.** (2020). Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt:10 Feminizm. İstanbul: *İletişim Yayınları*, 432-436.

**Sosyal İş Sendikası, S.** (2016). *Sosyal İş Sendikası*. [Erişim: 29.12.2024, [http://www.sosyal-is.org.tr/yayinlar/kadin\\_emegi\\_ve\\_istihdami.pdf](http://www.sosyal-is.org.tr/yayinlar/kadin_emegi_ve_istihdami.pdf) ]

**Şahin, M., Soyocak, S., & Boduroğlu, G.** (2024). Kadınların Siyasal Temsilde Yaşadıkları Sorunlar ve Engeller Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Politik Ekonomik Kuram*, 8(2), 405.

**Şenol, N.** (2008). *Kadın Dostu Kentler: Avrupa'dan Örnekler. Women Friendly Cities*: [Erişim: 15.11.2023, <http://womenfriendlycities.com/content/docs/outputs/avrupadan-ornekler.pdf>]

**T.C Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı.** (2025). *Balıkesir İl Müdürlüğü* : [Erişim: 12.06.2025, <https://www.aile.gov.tr/balikesir/hakkimizda/misyon/> ]

**T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Balıkesir İl Müdürlüğü.** (2025). *Özel Kreş, Gündüz Bakımevi ve Çocuk Kulüpleri*: [Erişim: 07.07.2025, <https://www.aile.gov.tr/balikesir/kuruluslarimiz/ozel-sosyal-hizmet-kuruluslarimiz/ozel-kres-gunduz-bakimevi-ve-cocuk-kulupleri/> ]

**T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı.** (2023). *On İkinci Kalkınma Planı (2024-2028)*: [Erişim: 14.11.2023, [https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/12/On-ikinci-Kalkinma-Plani\\_2024-2028\\_11122023.pdf](https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/12/On-ikinci-Kalkinma-Plani_2024-2028_11122023.pdf) ]

**TBMM İnsan Haklarını İnceleme Komisyonu.** (2011) Kadına ve Aile Bireylerine Yönelik Şiddet İnceleme Raporu, 3.

**Tekinbaş, E.** (2013). Kadın Dostu Kentler. *TMMOB Şehir Plancıları Odası Haber Bülteni*, 20-23.

**Telek, S.** (2019). *Marka Kent Olmanın Önemi: Çanakkale Örneği*. Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, 4.

**Topçu, K. D.** (2011). Kent Kimliği Üzerine Bir Araştırma: Konya Örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(2), 6.

**Trthaber .** (2020). *Yeni tip koronavirüs (Covid-19) tedbirleri kapsamında "Evde kal Türkiye" çağrısına büyük oranda uyuluyor.*: [Erişim: 19. 12. 2024, <https://www.trthaber.com/foto-galeri/balikesirde-koronavirus-tedbirleri/24976/sayfa-2.html> ]

- Tunca, G. D.** (2018). Üniversite Öğrencilerinin “Kadınlık” ve “Erkeklik” Tanımlamaları. *Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi*, 1(1), 3-22.
- Turan, İ.** (1977). Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi*, 38.
- TÜİK.** (2023). *İstatistiklerle Kadın, 2023*: [Erişim: 13.01.2024, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin-2023-53675> ]
- TÜİK.** (2024). *İstatistiklerle Kadın*: [Erişim: 28.03. 2025, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin-2023-53675> ]
- Tümerdem, Y.** (1986). Atatürk ve Çağdaş Türk Kadını. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 3(7), 151-153.
- Türkçe Bilim Terimleri Sözlüğü.** (2011). [Erişim: 08.06.2024, <http://terim.tuba.gov.tr/> ]
- Türkiye Büyük Millet Meclisi.** (2024). *Albümler*: [Erişim: 30. 04. 2025, <https://www.tbmm.gov.tr/yayinlar-milletvekilleri-albumu> ]
- Türkiye İstatistik Kurumu.** (2023). *İstatistiklerle Kadın* : [Erişim: 01.06.2025, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin-2023-53675> ]
- Türkiye İstatistik Kurumu.** (2023). *İşgücü istatistikleri*: [Erişim: 16.07.2025, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?P=Isgucu-Istatistikleri-2023-53521> ]
- Türkiye İstatistik Kurumu.** (2024). *Evlenme ve Boşanma İstatistikleri,2024*: [Erişim: 09.02.2025, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Evlenme-ve-Bosanma-Istatistikleri-2024-54194> ]
- Türkiye İş Kurumu.** (2022). *İşgücü Piyasası Araştırması Balıkesir İli 2022 Yılı Sonuç Raporu*: [Erişim: 17.01.2025, <https://media.iskur.gov.tr/66868/balikesir.pdf> ]
- Türkiye İş Kurumu.** (2022). *İş Gücü Piyasası Araştırması Balıkesir İli 2022 Yılı Sonuç Raporu*: [Erişim: 26.01,2025, <https://media.iskur.gov.tr/66868/balikesir.pdf> ]
- Türkiye Kültür Portalı.** (2013). *Karesi Bey Türbesi*: [Erişim: 17.01.2025, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/balikesir/kulturenvanteri/karesi-bey-turbesi> ]
- Uğur Akdu, S. B.** (2016). Hastanelerde Otel Konforunda Oda Tasarımı: BEŞ YILDIZLI OTEL ODASINI ÖRNEK. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(36), 402.
- UN-Women.** (2023). *Progress on the Sustainable Development Goals: The gender snapshot 2023* UN-Women: [Erişim: 20.12.2024, <https://www.unwomen.org/en/digital->

library/publications/2023/09/progress-on-the-sustainable-development-goals-the-gender-snapshot-2023 ]

**Usta, N., & Zaman, M.** (2015). Kızılcahamam İlçesi Turizmde Termal Kaynakların Önemi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 200-202.

**WHO.** (2002). *World Report on Violence and Health. Geneva*, 180.

**Wikipedia.** (2024). *Kadına Yönelik Şiddet:* [Erişim: 12.04.2025, [https://tr.wikipedia.org/wiki/Kad%C4%B1na\\_y%C3%B6nelik\\_%C5%9Fiddet#:~:text=T%C3%BCrkiye'de%20de%20kad%C4%B1na%20y%C3%B6nelik,i%20cinsel%20%C5%9Fiddete%20maruz%20kalmaktad%C4%B1r.](https://tr.wikipedia.org/wiki/Kad%C4%B1na_y%C3%B6nelik_%C5%9Fiddet#:~:text=T%C3%BCrkiye'de%20de%20kad%C4%B1na%20y%C3%B6nelik,i%20cinsel%20%C5%9Fiddete%20maruz%20kalmaktad%C4%B1r.) ]

**Wikipedia.** (2024). *Balıkesir'in İlçeleri:* [Erişim: 22.11.2023, [https://tr.wikipedia.org/wiki/Bal%C4%B1kesir%27in\\_il%C3%A7eleri](https://tr.wikipedia.org/wiki/Bal%C4%B1kesir%27in_il%C3%A7eleri) ]

**Women, U.** (2011). *Building Safe and Inclusive Cities for Women a Practical Guide. New Delhi*, 12.

**Yavuz, Ö.** (2015). Kadınların Toplumsal Hayata Katılımında Yerel Yönetimlerin Rolü. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 42-43.

**Yaylı, H., & Eroğlu, G.** (2015). Yerel Katılım Bağlamında Türkiye'de Kadın Temsili. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 504-524.

**Yılmaz, S.** (2018). Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Günlük Hayattaki Yansımaları: Çorum/Alaca Örneği. *İmgelem*, 2(2), 59-79.

**Yurt Ansiklopedisi 2.Cilt (Cilt 2).** (1982).

**Yusuf Aymanıuy, Ş. A.** (2019). Ülkelerin Turizmde Tanıtma Amaçlı Kullandıkları Sloganların Değerlendirilmesi. *Akademik Bakış Dergisi*, (71), 79-81.

**Yüksek Seçim Kurulu.** (2018). *27. Dönem Milletvekili Genel Seçimi:* [Erişim: 14.05,2024, <https://ysk.gov.tr/doc/dosyalar/docs/24Haziran2018/2018CBMV> ]

**Zeren, H. E.** (2011). *Marka Kent Oluşturma Bağlamında Stratejik Kent Yönetimi, Karaman Kenti İçin Bir Model Önerisi.* İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, 25-26.