



ULUSLARARASI
EL SANATLARI
PROJESİ



ESDER
ESNAF VE SANATKARLAR DERNEĞİ



El Sanatları Anketi ve Analizi

Handicrafts Survey and Analysis

Ekim 2026 • October 2026



Avrupa Birliği tarafından
ortak finanse edilmektedir



İçindekiler

Contents

Yönetici Özeti Executive Summary	3
Araştırma Hakkında About the Survey	4
Yöntem Methodology	5
Öne Çıkan Bulgular Key Findings	6
A. Katılımcı Profili Participant Profile	7
B. Tüketim ve Satın Alma Alışkanlıkları Consumption and Buying Habits	11
C. Zanaatkârın Durumu, Sorunlar ve Destekler Situation of Craftspeople, Problems and Support	18
D. Toplum, Kültür, Sağlık ve Eğitim Society, Culture, Health and Education	22
E. Görsel Bilgi Soruları Photo Questions	26
F. Değişim ve Gelecek Beklentileri Change and Expectations for the Future	31
Genel Değerlendirme General Assessment	34
Zanaatkârlara ve Esnafa Yönelik Sonuçlar Findings for Craftspeople and Tradespeople	36
Kamu Kurumlarına Yönelik Politika Önerileri Policy Recommendations for Public Institutions	37
Topluma ve Halka Yönelik Sonuçlar Findings for Society and the Public	38
Sivil Toplum ve Meslek Kuruluşlarına Yönelik Sonuçlar Findings for Civil Society and Professional Bodies	39
Öneri Tablosu Recommendation Matrix	40
Sınırlılıklar ve Sonuç Limitations and Conclusion	41

YAYIMLAYAN · PUBLISHER

Esnaf ve Sanatkarlar Derneği (ESDER)
Tradesmen and Craftsmen Association

ORTAKLAR · PARTNERS

MÜSİAD Nederland, Köprü Derneği

KOORDİNATÖR · COORDINATOR

Ahmed Cihad Çelikus, Yönetim Kurulu Üyesi / Koordinatör

PROJE · PROJECT

Uluslararası El Sanatları Projesi (El Sanatları ile Meslek Edinmek)
International Handicrafts Project (Getting a Profession With Handicrafts)

DESTEK · SUPPORT

Avrupa Birliği Erasmus+ Programı, Dışişleri Bakanlığı
Avrupa Birliği Başkanlığı, Türkiye Ulusal Ajansı
European Union Erasmus+ Programme, Ministry of Foreign Affairs Directorate for EU Affairs, Turkish National Agency

TARİH · DATE

Ekim 2026 · October 2026

Yönetici Özeti

Executive Summary

TÜRKÇE

Bu rapor, Esnaf ve Sanatkarlar Derneği (ESDER) koordinatörlüğünde yürütülen Uluslararası El Sanatları Projesi kapsamında Ekim 2026'da yapılan El Sanatları Anketi'nin sonuçlarını sunmaktadır. Türkçe ve İngilizce formlara verilen yanıtlar birlikte değerlendirilmiştir; katılımcıların üçte biri Türkiye'de, üçte ikisi diğer ülkelerde yaşamaktadır.

Sonuçlar, el sanatlarına duyulan saygının çok yüksek, ekonomik karşılığının ise zayıf olduğunu göstermektedir. Katılımcıların %90'ı el sanatlarının kültürel mirası koruduğunu, %96'sı okullarda el sanatları dersi olması gerektiğini düşünmektedir. Buna karşılık yalnızca %13'ü bugün el sanatıyla rahatça geçinilebileceğine inanmaktadır.

Zanaatkarların en büyük sorunu fabrika ürünleriyle fiyat rekabetidir (%75); bunu tanıtım ve satış gücü (%53), hammadde pahalılığı (%51) ile kira ve vergiler (%45) izlemektedir. Satış büyük ölçüde yüz yüze yapılmakta, internet kanalları çok az kullanılmaktadır.

Türkiye'de yaşayan katılımcılar tabloyu daha karamsar görmektedir: %93'ü zanaatkar dükkanlarının azaldığını, %55'i devlet desteğinin yetersiz ya da hiç olmadığını söylemektedir.

Raporda kamu kurumlarına yönelik on politika önerisi yer almaktadır. Öncelikli öneriler; hibe ve düşük faizli kredi, kira ve vergi kolaylığı, çırak ve usta öğretici desteği, okullarda el sanatları dersi, güvenilir bir "el yapımı" belgesi ve ortak dijital satış kanalıdır. Katılımcıların %70'inin ücretsiz bir atölyeye katılmaya hazır olması, bu politikaların toplumsal karşılığının güçlü olduğunu göstermektedir.

ENGLISH

This report presents the results of the Handicrafts Survey carried out in October 2026 within the International Handicrafts Project, coordinated by the Tradesmen and Craftsmen Association (ESDER). Responses to the Turkish and English forms have been analysed together; one third of respondents live in Türkiye and two thirds in other countries.

The results show that respect for handicrafts is very high but their economic return is weak. 90% of respondents believe handicrafts protect cultural heritage and 96% think they should be taught in schools. Yet only 13% believe one can easily make a living from handicrafts today.

The biggest problem for craftspeople is price competition with factory products (75%), followed by difficulty in promotion and sales (53%), expensive raw materials (51%) and rents and taxes (45%). Sales are mostly face to face; online channels are rarely used.

Respondents living in Türkiye are more pessimistic: 93% say craft shops have decreased and 55% say state support is insufficient or non-existent.

The report sets out ten policy recommendations for public institutions. The priorities are grants and low-interest loans, rent and tax relief, support for apprentices and master trainers, handicrafts lessons in schools, a reliable "handmade" certificate and a shared online sales channel. With 70% of respondents ready to attend a free workshop, there is strong public support for these policies.



ULUSLARARASI EL SANATLARI PROJESİ

EL SANATLARI ANKETİ

El Sanatları İle Meslek Edinmek

Avrupa Birliği tarafından
ortak finanse edilmektedir

Araştırma Hakkında

About the Survey

TÜRKÇE

Uluslararası El Sanatları Projesi (El Sanatları ile Meslek Edinmek), ESDER koordinatörlüğünde, MÜSİAD Nederland ve Köprü Derneği ortaklığıyla yürütülen, Avrupa Birliği Erasmus+ Programı, Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı ve Türkiye Ulusal Ajansı destekli bir Erasmus+ projesidir. Proje kapsamında Amsterdam ve Üsküp'te atölyeler, saha çalışmaları, belgesel film, uluslararası fotoğraf yarışması ve gala programı gerçekleştirilmiştir.

El Sanatları Anketi; el sanatlarına ve zanaatkârlara bakışı, el yapımı ürün tüketim alışkanlıklarını, zanaatkârların sorunlarını ve el sanatlarının geleceğine ilişkin beklentileri ortaya koymak amacıyla hazırlanmıştır.

ENGLISH

The International Handicrafts Project (Getting a Profession With Handicrafts) is an Erasmus+ project coordinated by ESDER in partnership with MÜSİAD Nederland and the Köprü Association, supported by the European Union Erasmus+ Programme, the Directorate for EU Affairs of the Ministry of Foreign Affairs and the Turkish National Agency. It included workshops in Amsterdam and Skopje, field studies, a documentary film, an international photo competition and a gala.

The Handicrafts Survey was designed to show how people see handicrafts and craftspeople, how they buy handmade products, what problems craftspeople face and what they expect for the future of handicrafts.

92

katılımcı · respondents

18 + 74
Türkçe + İngilizce form ·
Turkish + English form
42

soru · questions

**1-19 Ekim
2026**
yanıt toplama dönemi ·
1-19 October 2026

Yöntem

Methodology

TÜRKÇE

Veri toplama: Anket Google Forms üzerinden Türkçe, İngilizce, Makedonca ve Felemenkçe olarak yayımlanmış; e-posta listeleri ve sosyal medya aracılığıyla duyurulmuştur. Yanıtlar 1–19 Ekim 2026 tarihleri arasında toplanmıştır. Bu raporda yanıt alınan Türkçe ve İngilizce formlar değerlendirilmiştir.

Anket formu: 43 sorudan oluşmaktadır. İlk soru katılım onayıdır ve tüm katılımcılar onay vermiştir; bu nedenle raporda yer almamış, sorular 1'den 42'ye numaralandırılmıştır. Sorular tek seçimli, çoklu seçimli, 1–10 puanlı ve fotoğraflı sorulardan oluşmaktadır.

Birleştirme: İki formda sorular ve seçenekler birebir aynıdır. İngilizce yanıtlar Türkçe karşılıklarıyla eşleştirilerek tek veri setinde toplanmıştır. Para birimleri farklı olan harcama sorusu ayrı gösterilmiştir.

Hesaplama: Oranlar, ilgili soruyu yanıtlayan kişi sayısına göre hesaplanmıştır. Çoklu seçimli sorularda bir kişi birden fazla seçenek işaretleyebildiği için oranların toplamı %100'ü aşar. Önemli farkların görüldüğü sorularda Türkiye'de ve diğer ülkelerde yaşayan katılımcılar ayrıca karşılaştırılmıştır.

Grafikler: Tek seçimli sorular pasta grafikte, çoklu seçimli ve çok seçenekli sorular çubuk grafikte gösterilmiştir. Seçenekler çoktan aza doğru sıralanmıştır.

ENGLISH

Data collection: The survey was published on Google Forms in Turkish, English, Macedonian and Dutch, and announced through mailing lists and social media. Responses were collected between 1 and 19 October 2026. This report covers the Turkish and English forms, which received responses.

Questionnaire: 43 questions. The first asked for consent, which all respondents gave; it is therefore left out and the questions are numbered 1 to 42. Questions are single choice, multiple choice, 1–10 scale and photo questions.

Merging: Questions and options are identical in both forms. English answers were matched to their Turkish equivalents and combined into one data set. The spending question, which used different currencies, is shown separately.

Calculation: Percentages are based on the number of people who answered each question. In multiple-choice questions respondents could tick several options, so totals exceed 100%. Where clear differences appear, respondents living in Türkiye and in other countries are compared.

Charts: Single-choice questions are shown as pie charts; multiple-choice and long-list questions as bar charts. Options are ordered from most to least chosen.

Öne Çıkan Bulgular

Key Findings

%75

zanaatkârların en büyük sorununu **fabrika ürünleriyle fiyat rekabeti** olarak görüyor.
see **price competition with factory products** as craftspeople's biggest problem.

%80

el sanatıyla **rahatça geçinilemeyeceğini** düşünüyor.
think one **cannot easily make a living** from handicrafts.

%64

zanaatkâr dükkânlarının **azaldığını** söylüyor; Türkiye'de %93.
say **craft shops have decreased**; 93% in Türkiye.

%55

Türkiye'de **devlet desteğini yetersiz ya da hiç yok** buluyor.
in Türkiye find **state support insufficient or non-existent**.

%96

okullarda **el sanatları dersi** olmasını istiyor.
want **handicrafts taught in schools**.

%90

el sanatlarının **kültürel mirası koruduğunu** düşünüyor.
believe handicrafts **protect cultural heritage**.

%70

yakınında açılacak **ücretsiz bir atölyeye** katılır.
would attend a **free workshop** nearby.

%87

çocuğunun bir zanaatla uğraşmasını istiyor; ama yalnızca %23'ü **meslek olarak**.
want their child to take up a craft, but only 23% **as a profession**.

%13

el yapımı ürünü **sosyal medyadan** alıyor; internet siteleri %10.
buy handmade products **via social media**; websites 10%.

%56

el emeğinin değerinin **azalacağını ya da kaybolacağını** düşünüyor.
expect the value of handwork to **fall or disappear**.



Katılımcı Profili

Participant Profile

Yaş, cinsiyet, ülke, meslek ve el sanatlarıyla ilişki (Sorular 1-8).

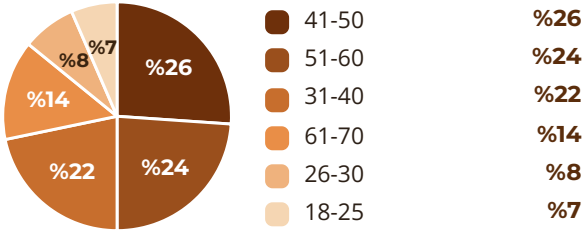
Age, gender, country, occupation and relation to handicrafts (Questions 1-8).

1

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

Yaşınız

Your age



Katılımcıların %72'si 31-60 yaş aralığında. 30 yaş altı katılım %14'te kaldı; gençlerin sesi sınırlı.

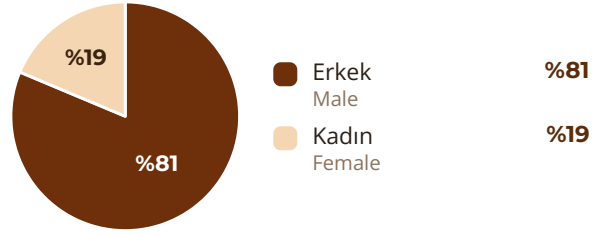
72% of respondents are aged 31-60. Only 14% are under 30, so young people's views are limited.

2

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

Cinsiyetiniz

Your gender



Katılımcıların %81'i erkek. Kadınların el sanatlarındaki yeri düşünüldüğünde bu, araştırmanın önemli bir sınırlılığıdır.

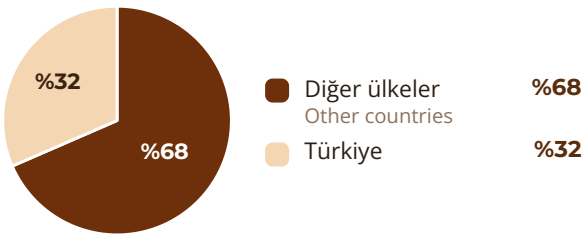
81% of respondents are men. Given the role of women in handicrafts, this is an important limitation of the survey.

3

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

Yaşadığınız ülke

Country you live in



Yanıtların üçte ikisi Türkiye dışından geldi. İngilizce formda ülke yalnızca "Türkiye" ve "Diğer" olarak sorulduğu için diğer ülkeler ayrıca gösterilememektedir.

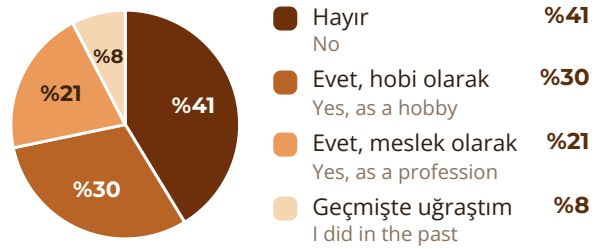
Two thirds of the responses came from outside Türkiye. The English form only offered "Türkiye" and "Other", so other countries cannot be shown separately.

5

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

Bir el sanatıyla uğraşıyor musunuz?

Do you practise a handicraft?



Katılımcıların %51'i bugün bir el sanatıyla uğraşıyor (hobi ya da meslek olarak).

51% of respondents currently practise a handicraft, as a hobby or a profession.

4

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

Mesleğiniz

Your occupation



"Diğer" seçeneğini işaretleyenler en kalabalık grup. Kendini zanaatkâr ya da esnaf olarak tanımlayanlar %11.

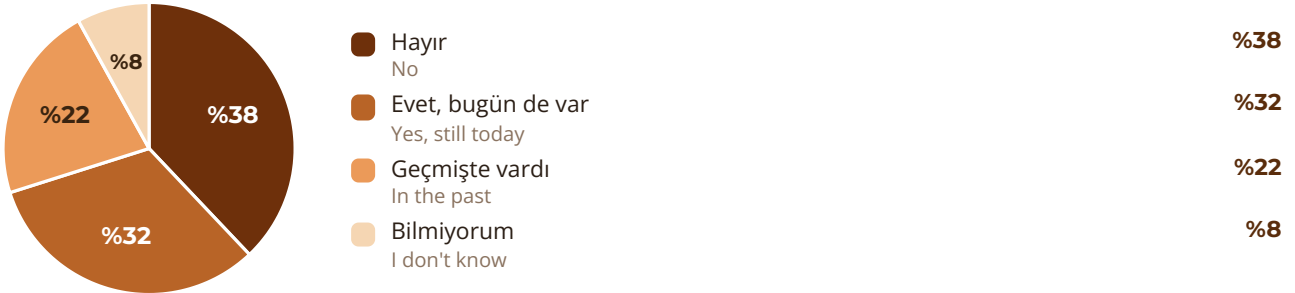
"Other" is the largest group. 11% describe themselves as craftspeople or shopkeepers.

7

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

Ailenizde el sanatıyla uğraşan var mı?

Does anyone in your family practise a handicraft?

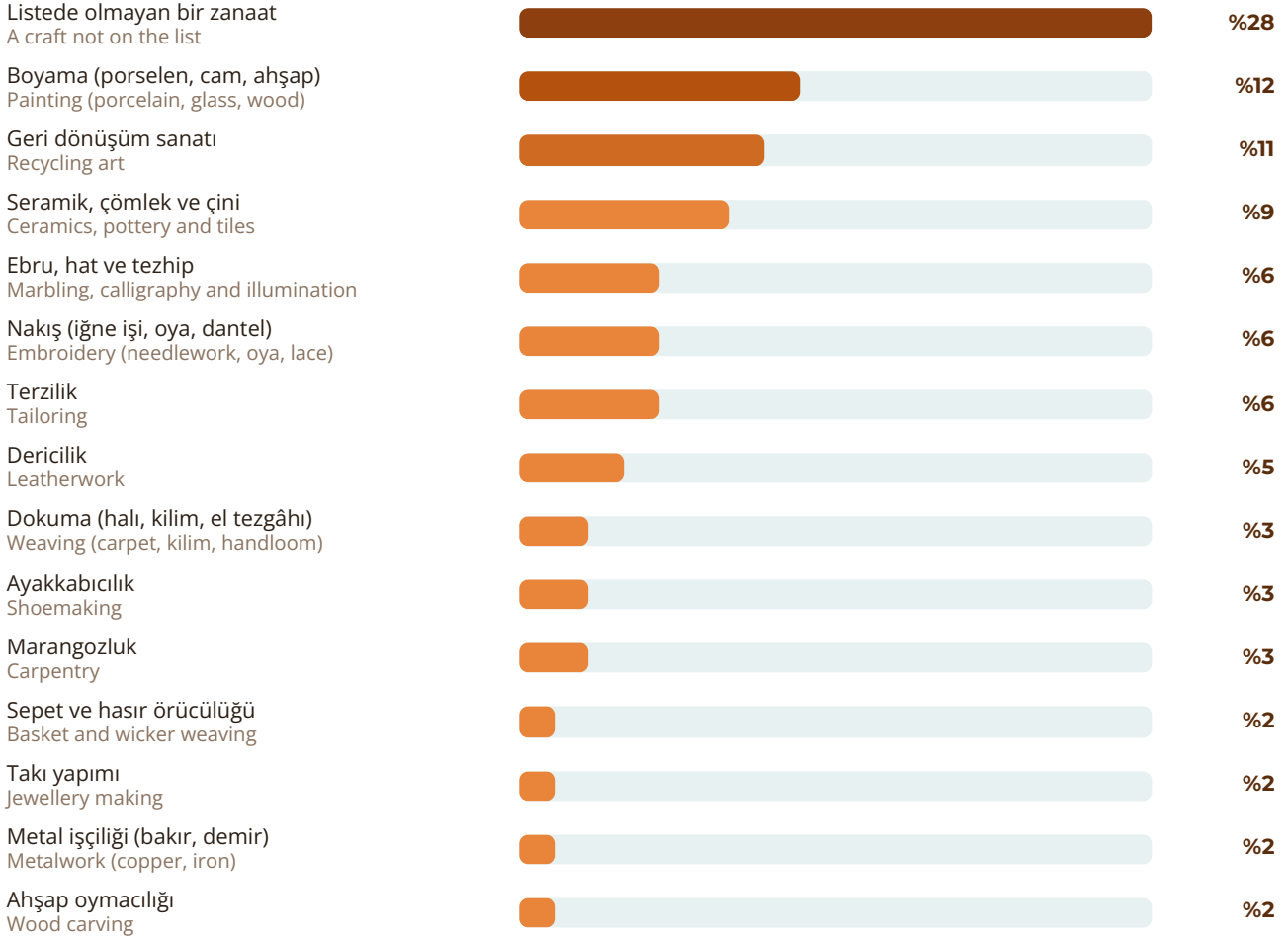


Her üç katılımcıdan birinin ailesinde bugün hâlâ el sanatıyla uğraşan biri var.

One in three respondents has a family member who still practises a handicraft today.

6

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

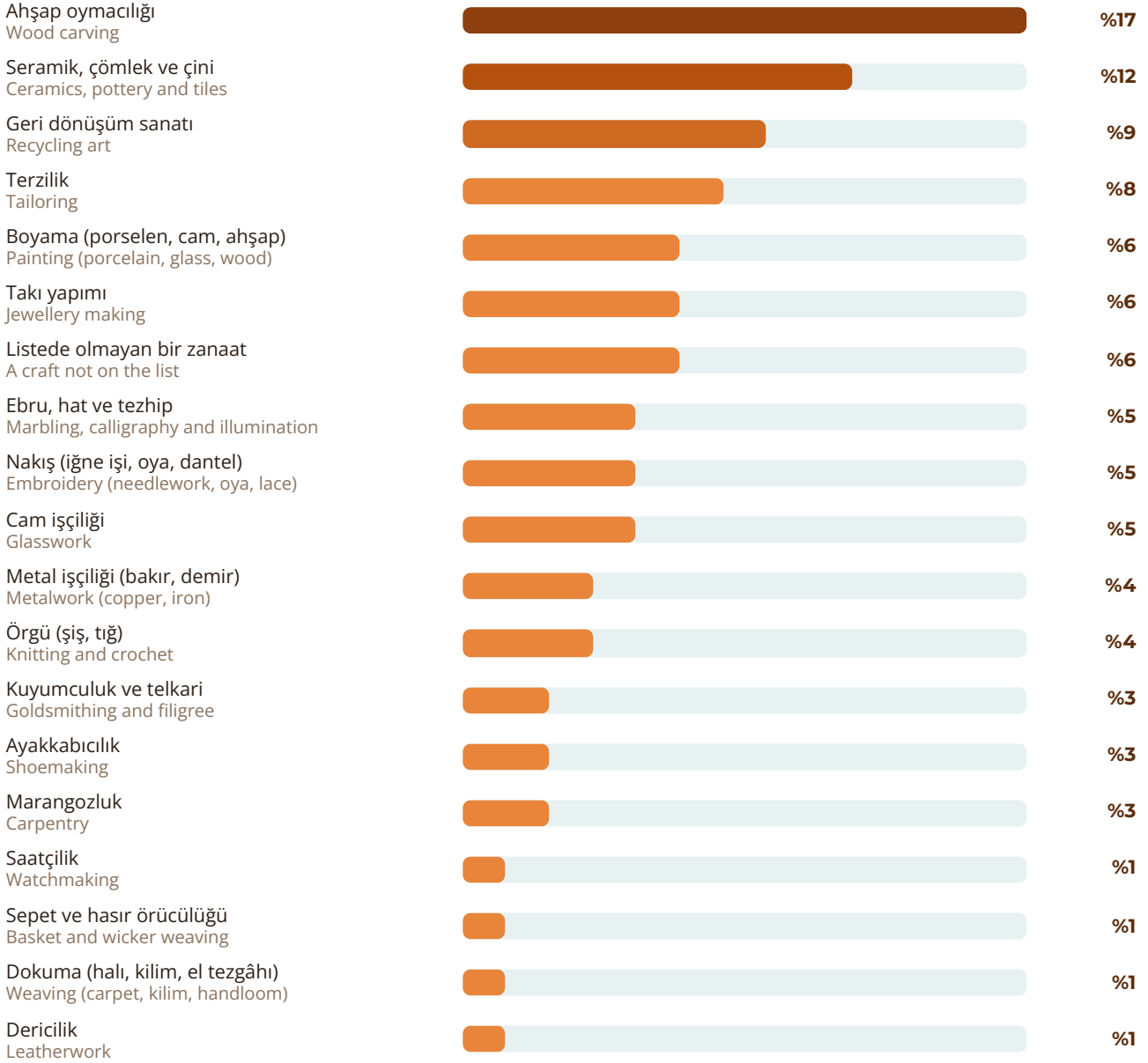
Hangi el sanatıyla uğraşıyorsunuz?**Which handicraft do you practise?**

En çok uğraşılan zanaatlar boyama, geri dönüşüm sanatı ve seramik. %28'i listede olmayan bir zanaat yapıyor.

Painting, recycling art and ceramics are the most practised crafts. 28% practise a craft not on the list.

8

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

Hangi el sanatını öğrenmek isterdiniz?**Which handicraft would you like to learn?**

Öğrenilmek istenen zanaatların başında ahşap oymacılığı ve seramik geliyor.

Wood carving and ceramics top the list of crafts people would like to learn.



Tüketim ve Satın Alma Alışkanlıkları

Consumption and Buying Habits

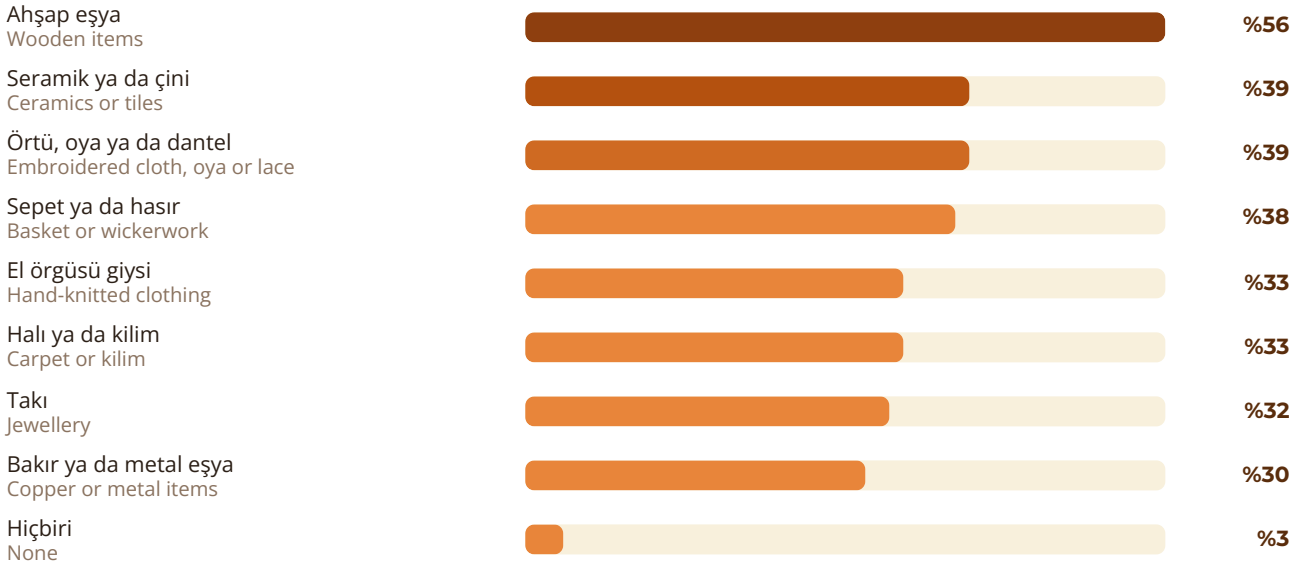
Sahip olma, satın alma sıklığı, harcama, fiyat tercihi ve satın alma kanalları (Sorular 9–18).
Ownership, buying frequency, spending, price preference and sales channels (Questions 9–18).

9

ÇOKLU SEÇİM (TOPLAM %100'Ü AŞAR) · MULTIPLE CHOICE (TOTALS EXCEED 100%)

Evinizde hangi el yapımı eşyalar var?

Which handmade items do you have at home?



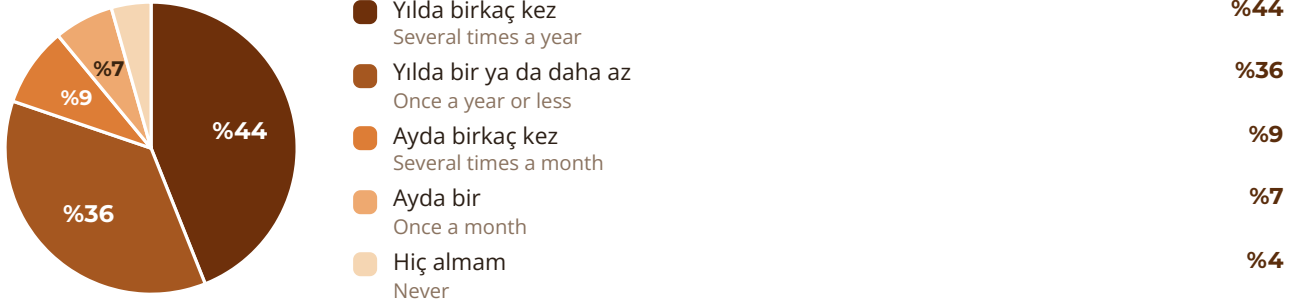
Evlerin büyük çoğunluğunda el yapımı eşya var; yalnızca %3'ü "hiçbiri" dedi.

Almost every home has handmade items; only 3% answered "none".

10 TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

Ne sıklıkla el yapımı ürün alırsınız?

How often do you buy handmade products?



Türkiye'de yaşayanlar ile diğer ülkelerde yaşayanların karşılaştırması

Respondents living in Türkiye compared with those living in other countries



Renkler yukarıdaki grafikte aynıdır. · Colours match the chart above.

Katılımcıların %41'i el yapımı ürünü yılda en fazla bir kez alıyor ya da hiç almıyor. Türkiye'de bu oran %62.

41% buy handmade products once a year or less, or never. In Türkiye this rises to 62%.

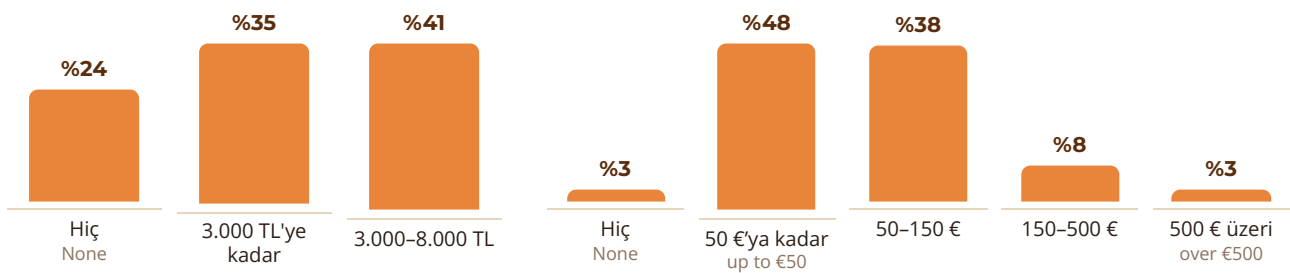
11 TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

El yapımı ürünlere yılda ne kadar harcarsınız?

How much do you spend on handmade products per year?

Türkçe form (TL) · Turkish form

İngilizce form (Avro) · English form (euro)



İki formda para birimi ve aralıklar farklı olduğu için sonuçlar ayrı gösterilmiştir. Katılımcıların çoğu el yapımı ürünlere yılda küçük tutarlar ayırıyor: İngilizce formda %89'u yılda en fazla 150 € harcıyor ya da hiç harcamıyor; Türkçe formda kimse 8.000 TL'nin üzerini işaretlemedi.

The two forms used different currencies and ranges, so results are shown separately. Most respondents spend small amounts on handmade products: in the English form 89% spend at most €150 a year or nothing; in the Turkish form nobody chose more than 8,000 TL.

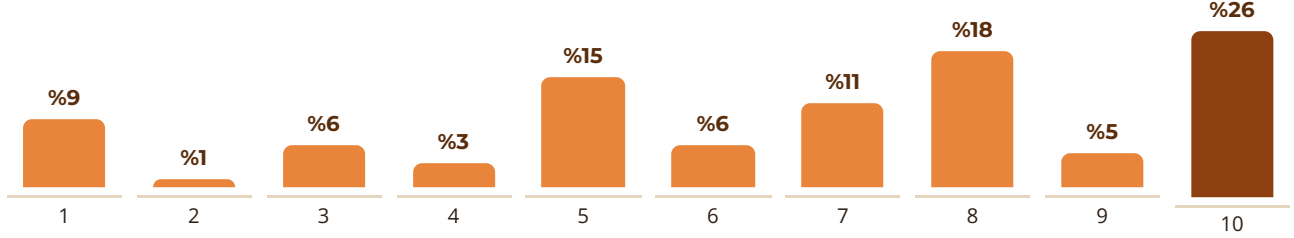
12 1-10 ÖLÇEK · 1-10 SCALE

Pahalı da olsa el yapımı ürünü fabrika ürününe tercih ederim.

I prefer a handmade product to a factory-made one, even if it is more expensive.

1 = Hiç katılmıyorum · Strongly disagree

10 = Tamamen katılıyorum · Strongly agree



6,8

ortalama puan · average score

%60

7 ve üzeri · 7 or higher

%16

3 ve altı · 3 or lower

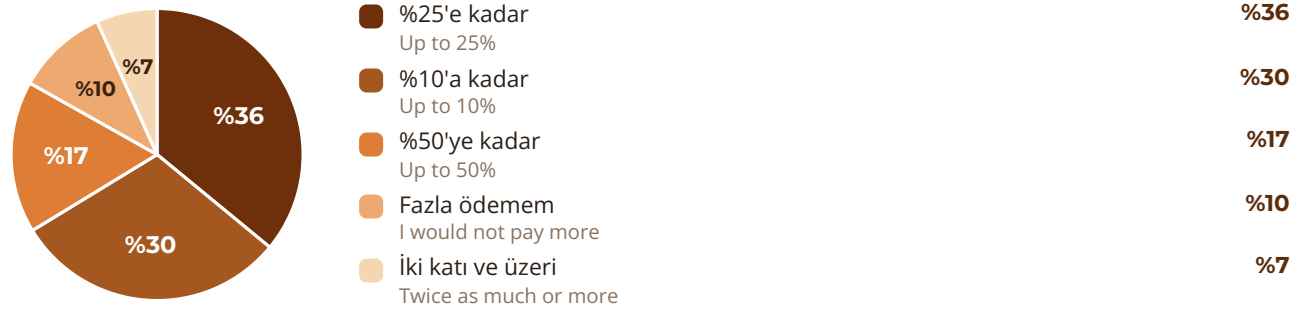
Ortalama puan Türkiye'de yaşayanlarda 6,1, diğer ülkelerde yaşayanlarda 7,0. Türkiye'deki katılımcılar el yapımı ürün için daha fazla ödeme konusunda daha temkinli.

The average score is 6.1 among those living in Türkiye and 7.0 among those living elsewhere. Respondents in Türkiye are more cautious about paying more for handmade products.

13 TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

El yapımı bir ürün için ne kadar fazla ödersiniz?

How much more would you pay for a handmade product?



Türkiye'de yaşayanlar ile diğer ülkelerde yaşayanların karşılaştırması

Respondents living in Türkiye compared with those living in other countries



Renkler yukarıdaki grafikte aynıdır. · Colours match the chart above.

Katılımcıların %76'sı el emeğine en fazla %25 fazla ödemeye razı. Türkiye'de yaşayanlar daha fazla ödemeye istekli: %79'u en az %25 fazla ödeyebileceğini söylüyor (diğer ülkeler %50).

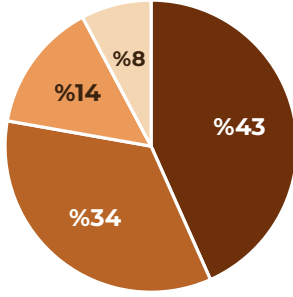
76% would pay at most 25% more for handwork. Those in Türkiye are more willing: 79% would pay at least 25% more (other countries 50%).

18

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

"El yapımıdır" etiketi satın alma kararınızı etkiler mi?

Does a "handmade" label affect your decision to buy?



- Biraz etkiler
A little
- Çok etkiler
A lot
- Etkilemez
Not at all
- Fikrim yok
No opinion

%43

%34

%14

%8

Katılımcıların %78'i için "el yapımıdır" etiketi satın alma kararını etkiliyor.

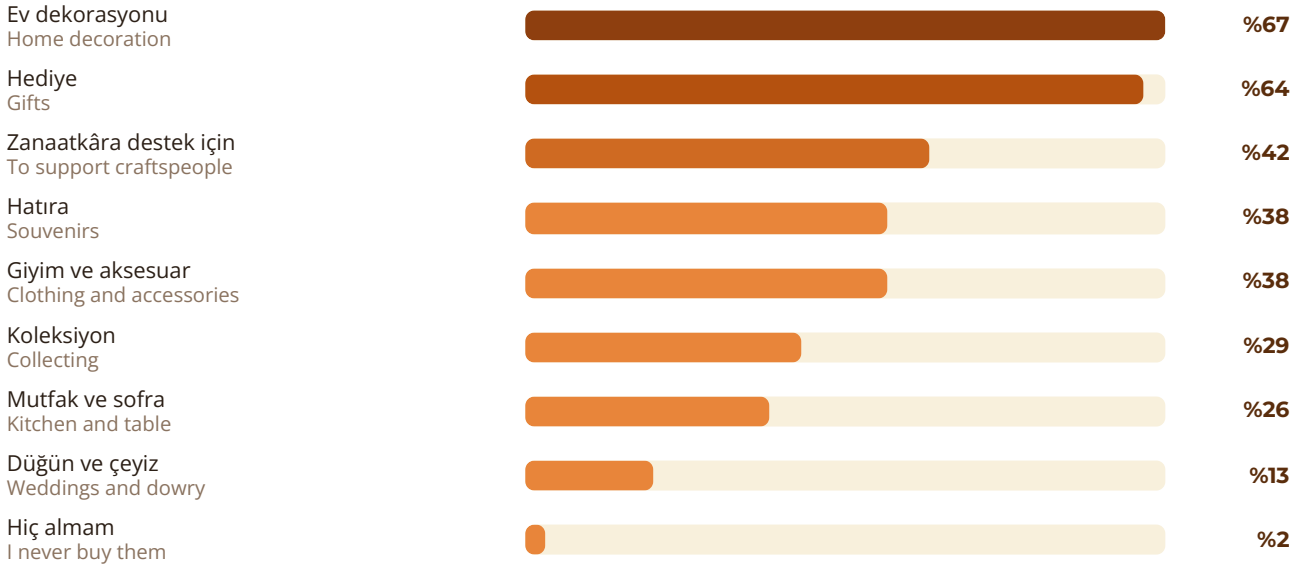
For 78% of respondents a "handmade" label influences the decision to buy.

14

ÇOKLU SEÇİM (TOPLAM %100'Ü AŞAR) · MULTIPLE CHOICE (TOTALS EXCEED 100%)

El yapımı ürünleri ne için alırsınız?

What do you buy handmade products for?

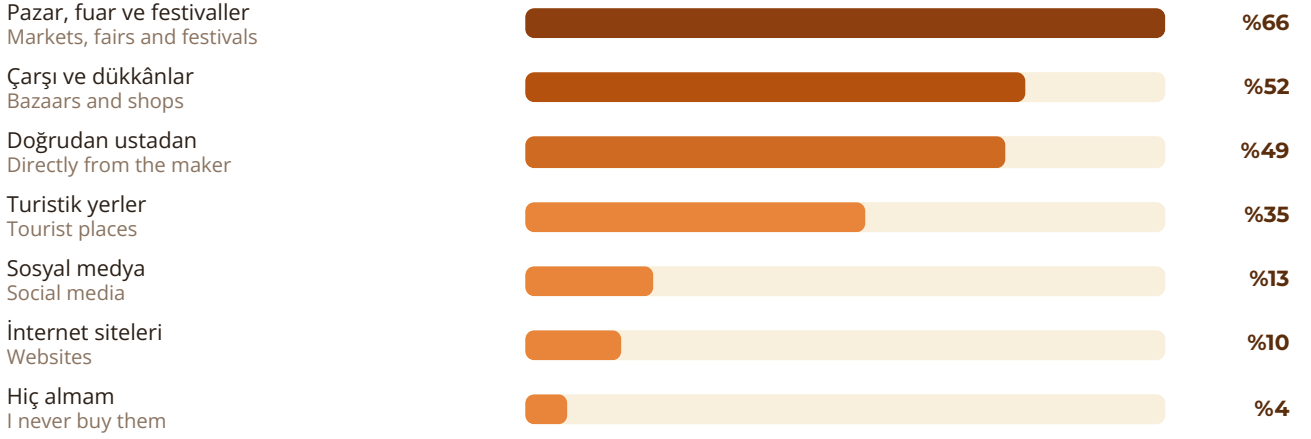


El yapımı ürünler en çok ev dekorasyonu ve hediye için alınıyor. %42'si zanaatkârı desteklemek için de satın alıyor.

Handmade products are bought mostly for home decoration and as gifts. 42% also buy them to support craftspeople.

15

ÇOKLU SEÇİM (TOPLAM %100'Ü AŞAR) · MULTIPLE CHOICE (TOTALS EXCEED 100%)

El yapımı ürünleri nereden alırsınız?**Where do you buy handmade products?**

Satış hâlâ büyük ölçüde yüz yüze: pazar, fuar, çarşı ve ustanın kendisi. Sosyal medya ve internet siteleri %10–13'te kalıyor. Zanaatkârın kendi payı: pek çok usta internette satışa hiç başlamamış; bu, alıcıların büyük kısmına ulaşamaması demek.

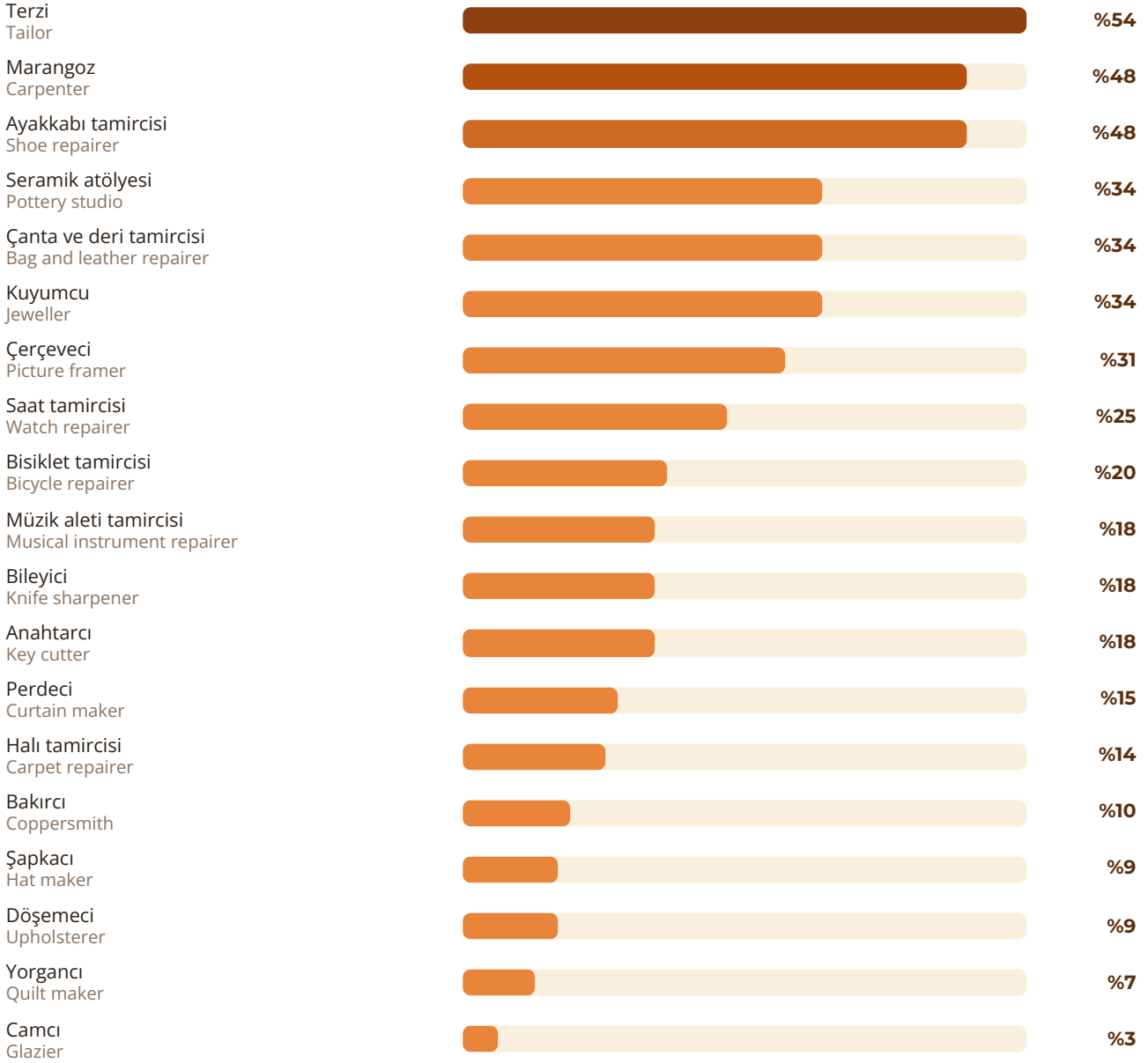
Sales are still mostly face to face: markets, fairs, bazaars and the maker. Social media and websites stay at 10–13%. The craftspeople's own share: many have never started selling online, which means missing a large part of buyers.

16

ÇOKLU SEÇİM (TOPLAM %100'Ü AŞAR) · MULTIPLE CHOICE (TOTALS EXCEED 100%)

Son bir yılda hangi zanaatkârlara gittiniz?

Which craftspeople have you visited in the past year?



Terzi, marangoz ve ayakkabı tamircisi en çok başvurulmuş zanaatkârlar. Yorgancı, camcı ve döşemeci artık nadiren ziyaret ediliyor.

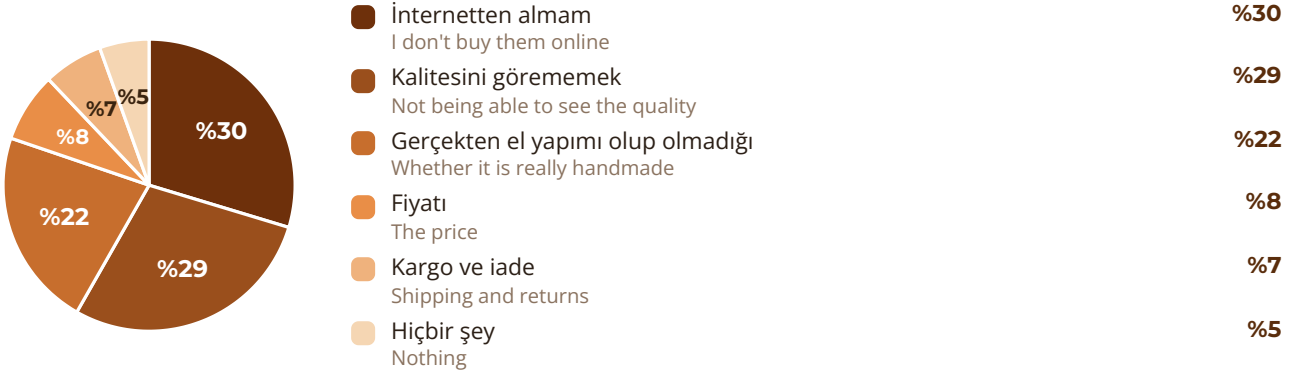
Tailors, carpenters and shoe repairers are visited most. Quilt makers, glaziers and upholsterers are now rarely visited.

17

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

İnternette el yapımı ürün alırken sizi ne tedirgin eder?

What worries you most when buying handmade products online?



Türkiye'de yaşayanlar ile diğer ülkelerde yaşayanların karşılaştırması

Respondents living in Türkiye compared with those living in other countries

Türkiye

%45

%21

%24

Diğer ülkeler

Other countries

%23

%32

%21

%10

%10

Renkler yukarıdaki grafikte aynıdır. · Colours match the chart above.

En büyük çekince kaliteyi görememek ve ürünün gerçekten el yapımı olup olmadığı. Türkiye'de katılımcıların %45'i internette hiç almıyor. Zanaatkârın kendi payı: yapım sürecini gösteren fotoğraf, ölçü ve malzeme bilgisi ile açık fiyat, bu çekincelerin çoğunu giderebilir.

The main worries are not seeing the quality and not knowing if it is really handmade. In Türkiye 45% never buy handmade products online. The craftspeople's own share: photos of the making process, clear sizes, materials and prices would remove most of these worries.



Zanaatkârın Durumu, Sorunlar ve Destekler

Situation of Craftspeople, Problems and Support

Geçim imkânı, sorunlar, ilginin azalma nedenleri ve kamu desteği (Sorular 19–23).

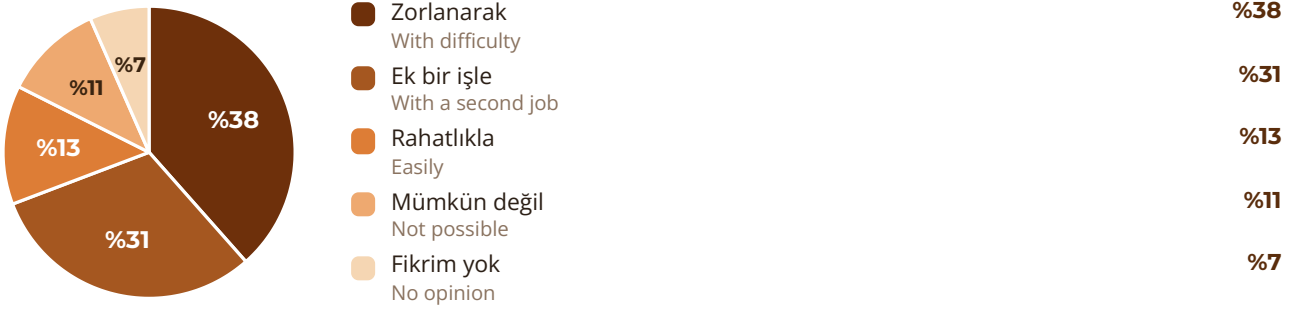
Making a living, problems, reasons for declining interest and state support (Questions 19–23).

19

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

Bugün yalnızca el sanatıyla geçinmek mümkün mü?

Is it possible today to make a living from handicrafts alone?



Türkiye'de yaşayanlar ile diğer ülkelerde yaşayanların karşılaştırması

Respondents living in Türkiye compared with those living in other countries



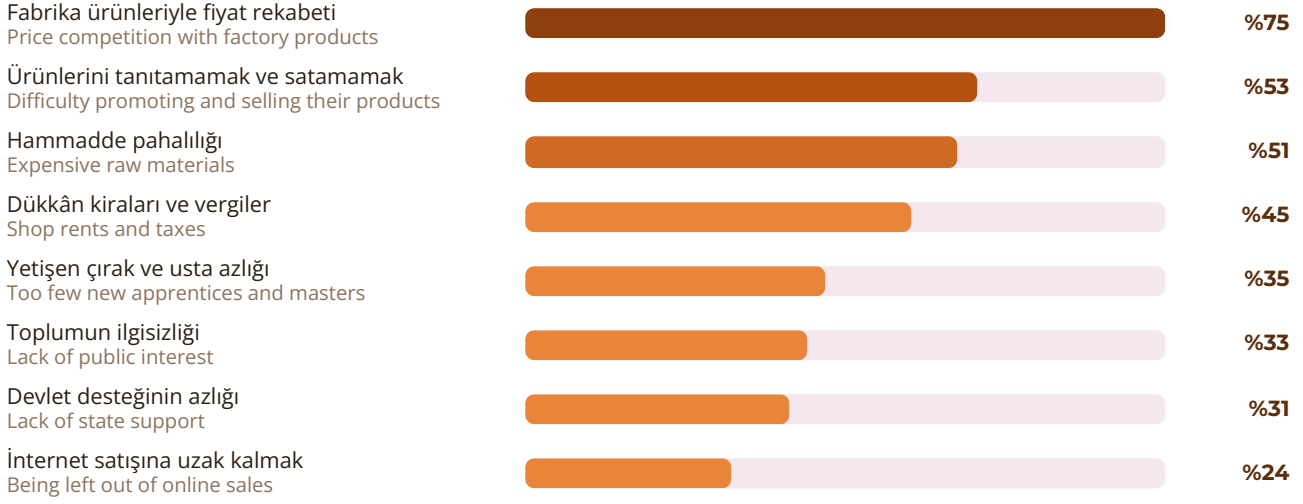
Renkler yukarıdaki grafikte aynıdır. · Colours match the chart above.

Yalnızca %13'ü el sanatıyla rahatça geçinilebileceğini düşünüyor. %80'i zorlanarak, ek işle ya da hiç geçinilemeyeceği görüşünde.

Only 13% think one can easily live on handicrafts. 80% say it is possible only with difficulty, with a second job, or not at all.

20

ÇOKLU SEÇİM (TOPLAM %100'Ü AŞAR) · MULTIPLE CHOICE (TOTALS EXCEED 100%)

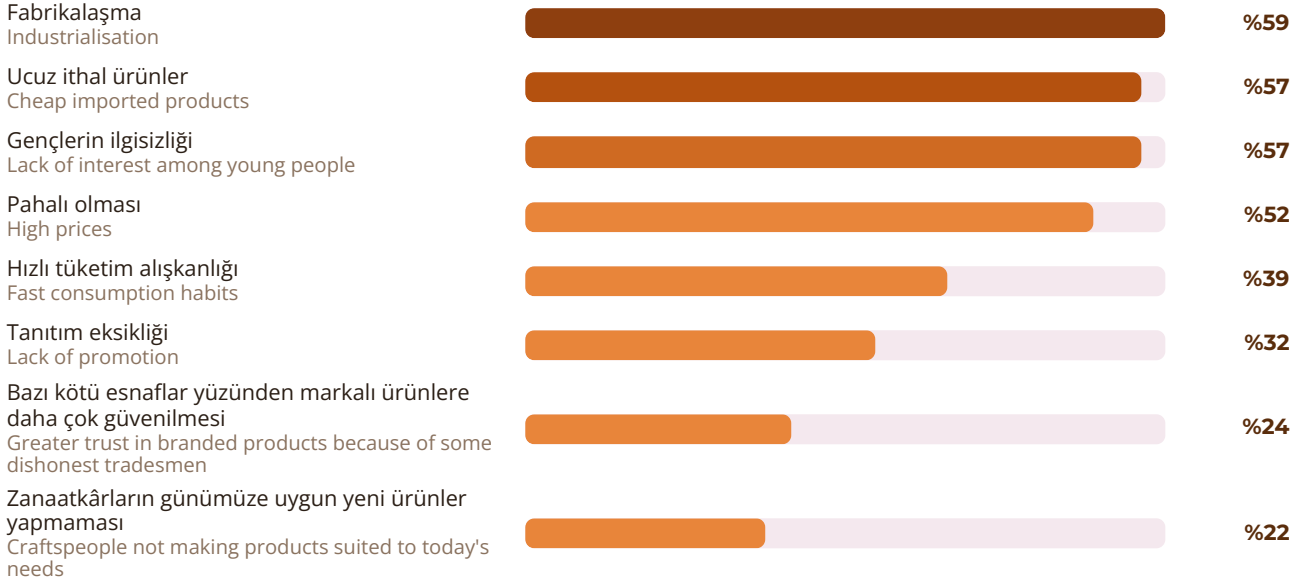
Size göre zanaatkârların bugün en büyük sorunları nelerdir?**In your opinion, what are the biggest problems craftspeople face today?**

Fabrika ürünleriyle fiyat rekabeti açık ara birinci sorun (%75). Tanıtım ve satış ile hammadde maliyeti onu izliyor. Zanaatkârın kendi payı: %24'ü zanaatkârların internet satışına uzak kaldığını sorun olarak görüyor.

Price competition with factory products is by far the main problem (75%), followed by promotion and sales, and raw material costs. The craftspeople's own share: 24% see craftspeople staying away from online sales as a problem.

21

ÇOKLU SEÇİM (TOPLAM %100'Ü AŞAR) · MULTIPLE CHOICE (TOTALS EXCEED 100%)

Sizce el sanatlarına ilginin azalmasında en büyük etkenler nelerdir?**What do you think are the main reasons for the declining interest in handicrafts?**

Sanayileşme, ucuz ithal ürünler ve gençlerin ilgisizliği başı çekiyor. El ürünlerinin pahalı bulunması da önemli bir engel (%52). Zanaatkârın kendi payı da var: %24'ü bazı kötü esnaf örnekleri yüzünden markalı ürünlere daha çok güvenildiğini, %22'si zanaatkârların günümüze uygun yeni ürünler yapmadığını söylüyor.

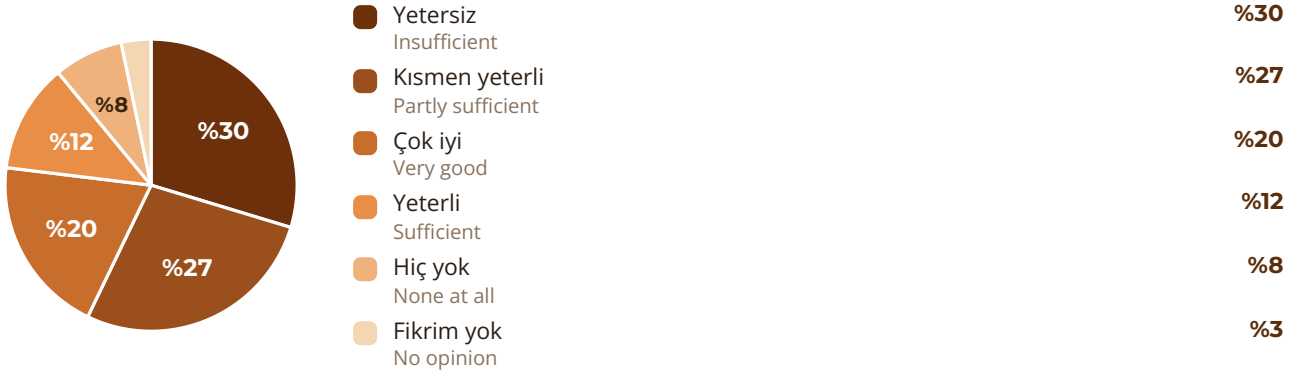
Industrialisation, cheap imports and young people's lack of interest lead the list. High prices are also a major barrier (52%). Craftspeople also share the blame: 24% say some dishonest tradesmen make people trust brands more, and 22% that craftspeople do not make products suited to today.

22

TEK SEÇİM · SINGLE CHOİCE

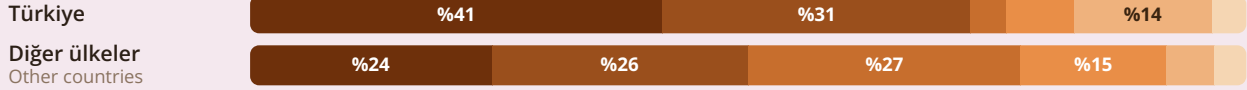
Ülkenizde devletin zanaatkârlara desteği sizce nasıl?

How would you rate state support for craftspeople in your country?



Türkiye'de yaşayanlar ile diğer ülkelerde yaşayanların karşılaştırması

Respondents living in Türkiye compared with those living in other countries



Renkler yukarıdaki grafikte aynıdır. · Colours match the chart above.

Devlet desteği ülkeden ülkeye çok farklı değerlendiriliyor. Türkiye'de yaşayanların %55'i desteği yetersiz ya da hiç yok olarak görüyor.

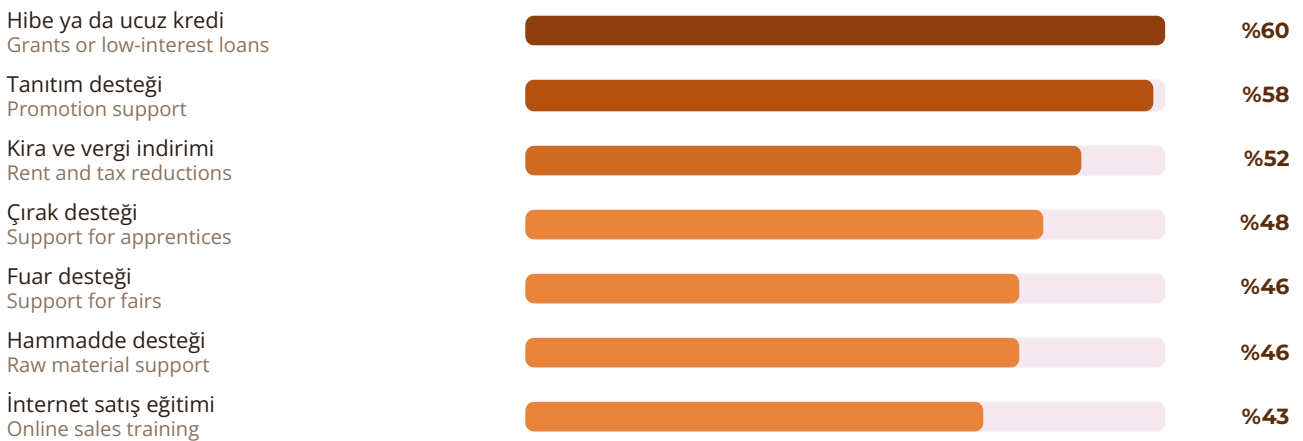
Views on state support differ greatly by country. 55% of those living in Türkiye see it as insufficient or non-existent.

23

ÇOKLU SEÇİM (TOPLAM %100'Ü AŞAR) · MULTİPLE CHOİCE (TOTALS EXCEED 100%)

Zanaatkârlara en çok hangi destek verilmeli?

What kind of support should craftspeople receive most?



Hibe ya da ucuz kredi, tanıtım desteği ve kira-vergi indirimi öne çıkıyor. Tüm destek türleri %40'ın üzerinde isteniyor.

Grants or cheap loans, promotion support and rent and tax cuts lead. Every type of support is requested by over 40%.



Toplum, Kültür, Sağlık ve Eğitim

Society, Culture, Health and Education

El sanatlarının kültüre, sağlığa, çevreye ve aileye katkısı, eğitim ve öğrenme yolları (Sorular 24–31).

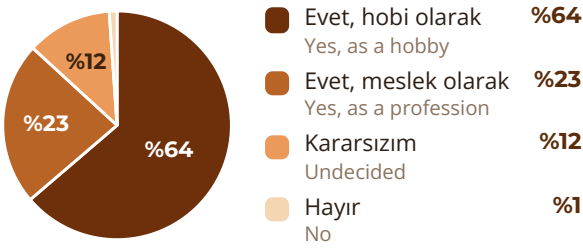
Contribution to culture, health, environment and family; education and ways of learning (Questions 24–31).

24

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

Çocuğunuzun bir zanaatla uğraşmasını ister misiniz?

Would you like your child to take up a craft?



Katılımcıların %87'si çocuğunuzun bir zanaatla uğraşmasını istiyor; ancak çoğunluk bunu meslek değil hobi olarak görüyor.

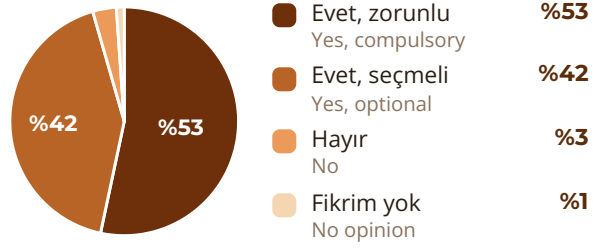
87% would like their child to take up a craft, but most see it as a hobby rather than a profession.

27

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

Okullarda el sanatları dersi olmalı mı?

Should handicrafts be taught as a school subject?

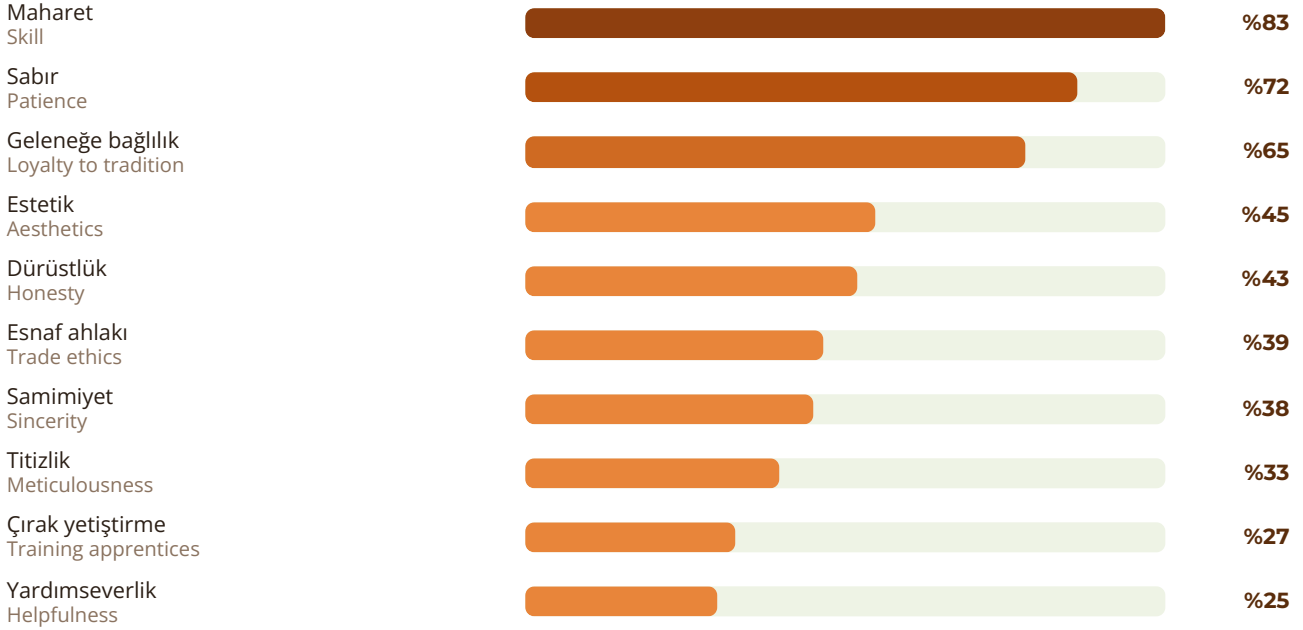


Katılımcıların %96'sı okullarda el sanatları dersi olmasını istiyor; yarıdan fazlası zorunlu olmasından yana.

96% want handicrafts taught in schools; more than half want it to be compulsory.

25

ÇOKLU SEÇİM (TOPLAM %100'Ü AŞAR) · MULTIPLE CHOICE (TOTALS EXCEED 100%)

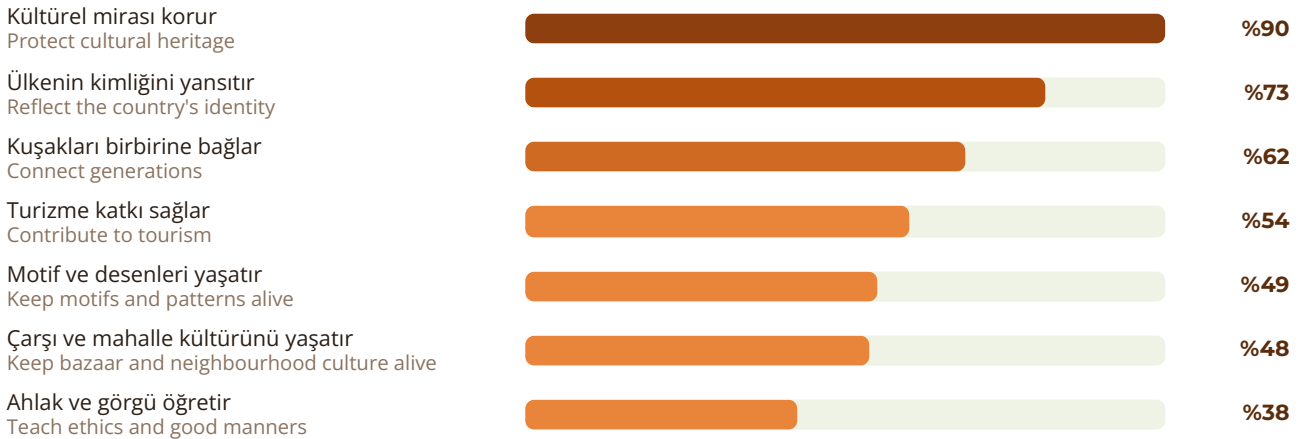
Zanaatkârlar en çok hangi yönleriyle öne çıkar?**What qualities do craftspeople stand out for most?**

Zanaatkârın en belirgin özellikleri maharet, sabır ve geleneğe bağlılık olarak görülüyor.

Skill, patience and loyalty to tradition are seen as craftspeople's strongest qualities.

26

ÇOKLU SEÇİM (TOPLAM %100'Ü AŞAR) · MULTIPLE CHOICE (TOTALS EXCEED 100%)

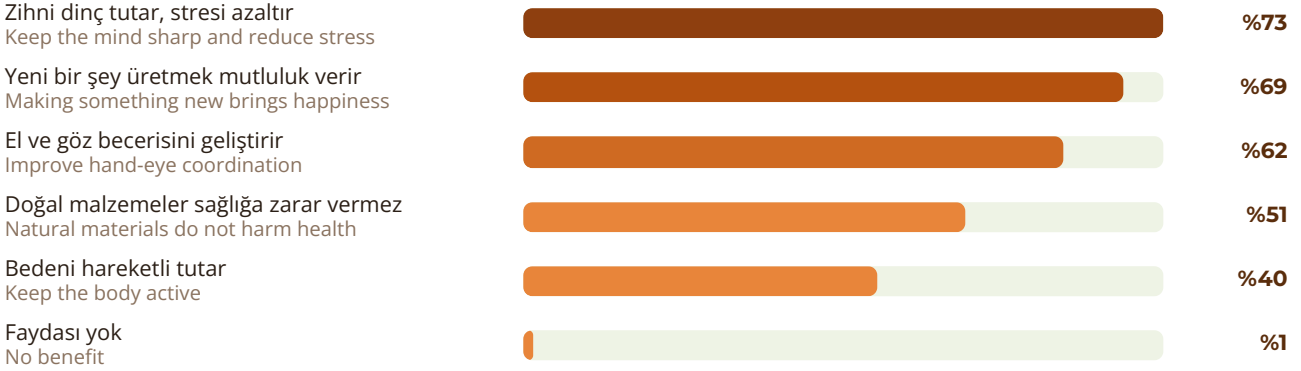
El sanatlarının kültüre en önemli katkıları nelerdir?**What are the most important contributions of handicrafts to culture?**

Katılımcıların %90'ı el sanatlarının kültürel mirası koruduğunu düşünüyor.

90% believe handicrafts protect cultural heritage.

28

ÇOKLU SEÇİM (TOPLAM %100'Ü AŞAR) · MULTIPLE CHOICE (TOTALS EXCEED 100%)

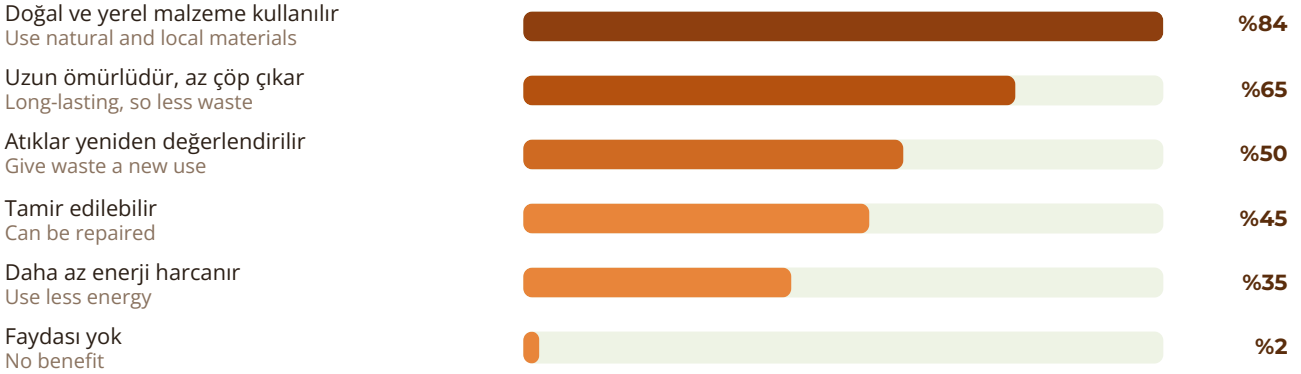
El sanatları sağlık açısından en çok hangi faydalarıyla öne çıkar?**What are the main health benefits of handicrafts?**

El sanatları en çok zihinsel sağlığa katkısıyla öne çıkıyor: zihni dinç tutmak, stresi azaltmak ve üretmenin mutluluğu.

Handicrafts stand out mostly for mental well-being: a sharp mind, less stress and the joy of making.

29

ÇOKLU SEÇİM (TOPLAM %100'Ü AŞAR) · MULTIPLE CHOICE (TOTALS EXCEED 100%)

El sanatları çevre açısından en çok hangi faydalarıyla öne çıkar?**What are the main environmental benefits of handicrafts?**

Doğal ve yerel malzeme ile uzun ömürlü ürünler en çok vurgulanan çevresel faydalar.

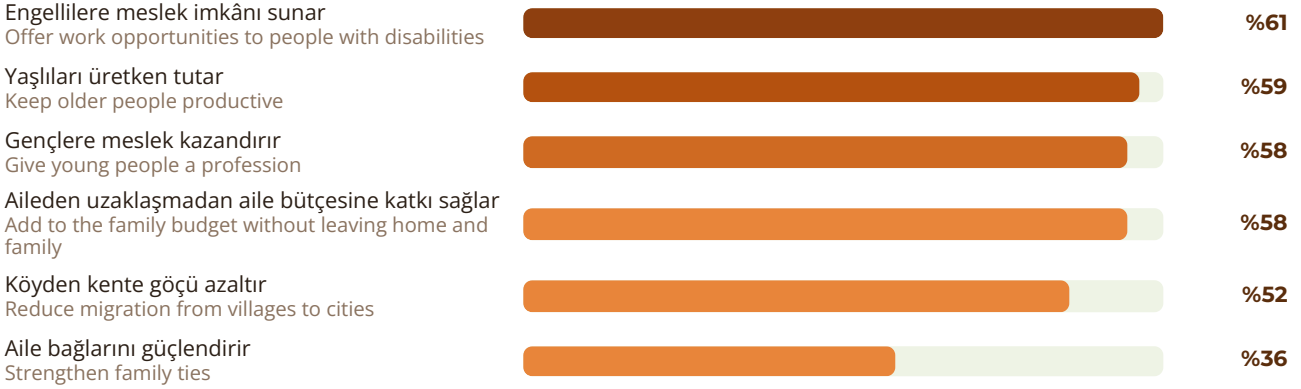
Natural, local materials and long-lasting products are the most cited environmental benefits.

30

ÇOKLU SEÇİM (TOPLAM %100'Ü AŞAR) · MULTIPLE CHOICE (TOTALS EXCEED 100%)

El sanatlarının aileye ve topluma katkıları nelerdir?

What do handicrafts contribute to families and society?



Sosyal katkılar geniş bir yelpazede görülüyor: engelliler, yaşlılar, gençler ve aile bütçesi için ayrı ayrı %58-61.

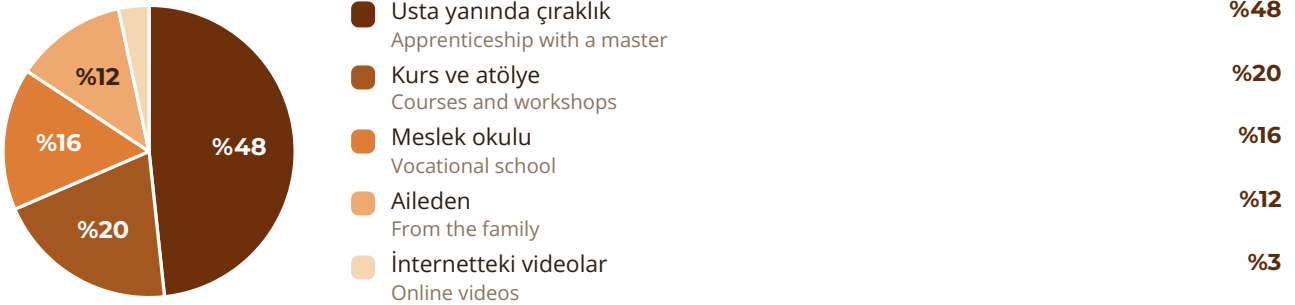
Social benefits are seen broadly: for people with disabilities, older people, young people and family budgets alike (58-61%).

31

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

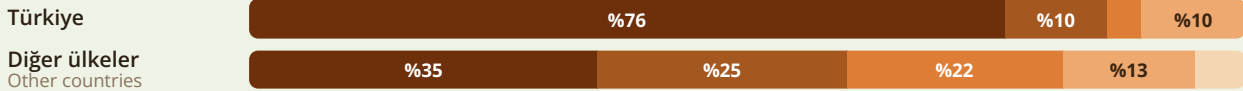
Bir zanaat en iyi nasıl öğrenilir?

What is the best way to learn a craft?



Türkiye'de yaşayanlar ile diğer ülkelerde yaşayanların karşılaştırması

Respondents living in Türkiye compared with those living in other countries



Renkler yukarıdaki grafikte aynıdır. · Colours match the chart above.

Usta yanında çıraklık en iyi öğrenme yolu olarak görülüyor. Türkiye'de bu oran %76.

Apprenticeship with a master is seen as the best way to learn. In Türkiye this reaches 76%.

Görsel Bilgi Soruları

E

Photo Questions

Fotoğraftaki ürünün ya da ustanın yaptığı işin ne olduğu soruldu (Sorular 32-38). Respondents were asked what the item or the craftsman in the photo was doing (Questions 32-38).

Bu bölümdeki fotoğraflar, projenin Uluslararası El Sanatları Fotoğraf Ödülleri yarışmasına gönderilen eserlerden seçilmiştir. Katılımcılar yalnızca fotoğrafı gördü; zanaatın adı verilmedi. Grafiklerde  işaretli yeşil çubuk doğru yanıtı gösterir.

The photographs in this section were selected from entries to the project's International Handicrafts Photo Awards. Respondents saw only the photo; the name of the craft was not given. The green bar marked  shows the correct answer.

32 FOTOĞRAFLI SORU · PHOTO QUESTION

Fotoğraftaki ürün sizce ne için kullanılır?

What do you think the item in the photo is used for?



Güzel koku yaymak
Spreading a pleasant scent

 %36 

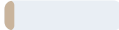
Süs eşyası
Decoration

 %33

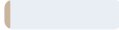
Aydınlatma
Lighting

 %26

Su ya da içecek koymak
Holding water or drinks

 %3

Isınma
Heating

 %2

Doğru yanıt: Güzel koku yaymak. Fotoğraftaki ürün, Arap Yarımadası'nda "mabkhara" denen kilden bir buhurdandır (tütsülük); içinde kömür ve tütsü yakılarak eve koku yayılır. Fotoğraf: Buhurdan Yapımı, Birleşik Arap Emirlikleri, Abu Dabi – Riyas Kulangarakath Muhammed. Doğru yanıtı bilenler: %36.

Correct answer: Spreading a pleasant scent. The item is a clay incense burner called "mabkhara" in the Arabian Peninsula; charcoal and incense are burned in it to perfume the home. Photo: Incense Burner Making, United Arab Emirates, Abu Dhabi – Riyas Kulangarakath Muhammed. Correct: 36%.

33 FOTOĞRAFLI SORU · PHOTO QUESTION

Fotoğraftaki zanaatkâr ne yapıyor?

What is the craftsperson doing?



Kâğıda baskı yapıyor
Printing on paper



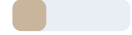
%48

Islak kâğıdın suyunu alıyor
Removing water from wet paper



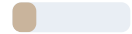
%28 ✓

Deriyi düzlüyor
Flattening leather



%14

Hamur açıyor
Rolling out dough



%10

Doğru yanıt: Islak kâğıdın suyunu alıyor. Fotoğraf, Çin'in Yunnan bölgesindeki Naxi halkının geleneksel Dongba kâğıdı yapımını gösteriyor: usta, tahtaya serilen ıslak kâğıt hamurunun suyunu merdaneyle alıyor. Katılımcıların yarıya yakını işi "kâğıda baskı" sandı; doğru yanıtı bilenler %28.

Correct answer: Removing water from wet paper. The photo shows traditional Dongba papermaking by the Naxi people of Yunnan, China: the master presses the water out of a wet sheet laid on a board with a roller. Almost half thought he was printing; 28% answered correctly.

34 FOTOĞRAFLI SORU · PHOTO QUESTION

Fotoğraftaki zanaatkâr ne yapıyor?

What is the craftsperson doing?

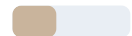


Pamuk atıyor
Fluffing cotton



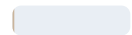
%69 ✓

Yün eğiriyor
Spinning wool



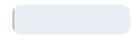
%27

Müzik aleti çalıyor
Playing a musical instrument



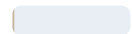
%2

Yay yapıyor
Making a bow



%1

Keçe yapıyor
Making felt



%1

Doğru yanıt: Pamuk atıyor (hallaçlık). Hallaç, yayın kırığine tokmakla vurarak yün ve pamuğu kabartır. Fotoğraf: Hallaç, Türkiye, Van, Bahçesaray – Ali İhsan Öztürk (yarışmada birincilik ödülü). Doğru yanıtı bilenler: %69.

Correct answer: Fluffing cotton. The cotton fluffer beats the string of a large bow to open up wool and cotton. Photo: Cotton Fluffer, Türkiye, Van, Bahçesaray – Ali İhsan Öztürk (first prize in the competition). Correct: 69%.

35

FOTOĞRAFLI SORU · PHOTO QUESTION

Zanaatkârın yaptığı ürün sizce ne için kullanılır?

What do you think the craftsman's product is used for?

**Müzik aleti**

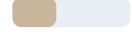
Musical instrument



%52 ✓

Kayık küreği

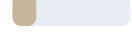
Boat paddle



%20

Çamaşır tokmağı

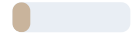
Laundry beater



%11

Ekmek küreği

Bread peel



%8

Pirinç kalıbı

Rice mould



%8

Doğru yanıt: Müzik aleti. Usta, Borneo adasının (Malezya, Sarawak) geleneksel telli çalgısı "sape"nin gövdelerini oyuyor; duvara dayalı parçalar yarım kalmış sape gövdeleridir. Doğru yanıtı bilenler: %52.

Correct answer: A musical instrument. The master is carving the bodies of the "sape", the traditional lute of Borneo (Sarawak, Malaysia); the pieces against the wall are unfinished sape bodies. Correct: 52%.

36

FOTOĞRAFLI SORU · PHOTO QUESTION

Fotoğraftaki usta sizce hangi işi yapıyor?

What do you think the master is doing?



Dokuma için çözgü hazırlıyor

Preparing the warp for weaving



%35

İplikleri geriyor

Stretching the threads



%27

İplikleri kurutmak için seriyor

Laying the threads out to dry



%20

İplikleri burarak birbirine kenetliyor

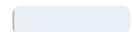
Twisting the threads together



%16 ✓

İplikleri demet demet sayıyor

Counting the threads into bundles



%1

Doğru yanıt: İplikleri burarak birbirine kenetliyor. Fotoğraf, Gaziantep'te nemli bir mağarada iplikleri bükerek halat yapan bir kendirci ustasını gösteriyor. En az bilinen soru bu oldu: doğru yanıtı bilenler yalnızca %16. Fotoğraf: Kendircilik, Türkiye, Gaziantep – Fatma Salt.

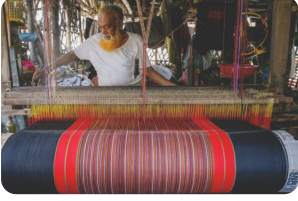
Correct answer: Twisting the threads together. The photo shows a rope maker in a damp cave in Gaziantep, twisting threads into rope. This was the least known question: only 16% answered correctly. Photo: Rope Making, Türkiye, Gaziantep – Fatma Salt.

37

ÇOKLU SEÇİM (TOPLAM %100'Ü AŞAR) · MULTIPLE CHOICE (TOTALS EXCEED 100%)

Aşağıdaki zanaatlardan hangilerini daha önce gördünüz ya da duydunuz?

Which of these crafts have you seen or heard of before?



El dokumacılığı **%91**
Handloom weaving



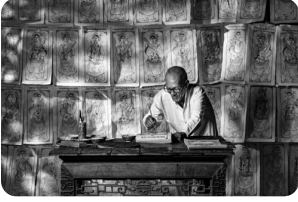
Ahşap yayık yapımı **%60**
Wooden churn making



İplik boyacılığı **%57**
Yarn dyeing



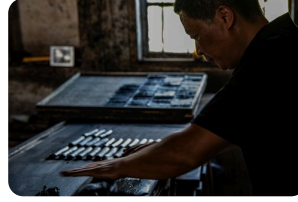
Kalaycılık **%52**
Tinsmithing



Halk resmi boyama **%49**
Folk painting



Mozaik **%48**
Mosaic



Hurufat baskı **%44**
Letterpress printing



Kozadan ipek çekme **%42**
Silk reeling

Hiçbirini · None of them: **%2**

Bu soruda seçenekler zanaatın adıyla birlikte fotoğrafıyla da gösterildi.

In this question each option showed the craft's name together with its photo.

El dokumacılığını hemen herkes biliyor. Kozadan ipek çekme ve hurufat baskı daha az tanınıyor. Kalaycılığı Türkiye'de yaşayanların %93'ü, diğer ülkelerde yaşayanların ise %34'ü biliyor.

Almost everyone knows handloom weaving; silk reeling and letterpress printing are less known. Tinsmithing is known by 93% of those in Türkiye but only 34% elsewhere.

38

ÇOKLU SEÇİM (TOPLAM %100'Ü AŞAR) · MULTIPLE CHOICE (TOTALS EXCEED 100%)

Hangi motifleri beğendiniz?

Which motifs do you like?



3. Rus işlemesi (Rusya) %58
3. Russian embroidery (Russia)



4. Sadu dokuması (Arap Yarımadası) %55
4. Sadu weaving (Arabian Peninsula)



1. Türk kilimi (Türkiye) %48
1. Turkish kilim (Türkiye)



5. Kutch işlemesi (Hindistan) %39
5. Kutch embroidery (India)



2. Tujia dokuması (Çin) %36
2. Tujia brocade (China)



6. Kente kumaşı (Gana) %17
6. Kente cloth (Ghana)

Katılımcılar motifleri yalnızca görsel olarak gördü; motifin adını ve hangi ülkeye ait olduğunu bilmeden seçim yaptı. Adlar ve ülkeler bu raporda eklenmiştir.

Respondents saw only the images; they chose without knowing the motif's name or country. Names and countries have been added for this report.

En beğenilen motifler Rus işlemesi ve Sadu dokuması; Türk kilimi üçüncü sırada.

The most liked motifs are Russian embroidery and Sadu weaving; the Turkish kilim comes third.

Değişim ve Gelecek Beklentileri



Change and Expectations for the Future

Dükkânlardaki değişim, yapay zekâ çağında el emeği, atölye talebi ve geleceği yaşatacak unsurlar (Sorular 39-42).

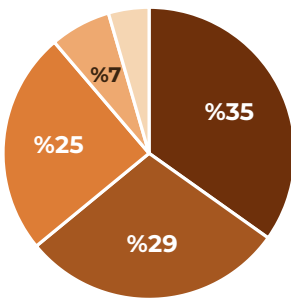
Change in craft shops, handwork in the age of AI, demand for workshops and what will keep crafts alive (Questions 39-42).

39

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

Çocukluğunuza göre zanaatkâr dükkânları sizce nasıl değişti?

Compared with your childhood, how has the number of craft shops changed?



- Azaldı
Decreased
- Çok azaldı
Decreased a lot
- Arttı
Increased
- Aynı kaldı
Stayed the same
- Fikrim yok
No opinion

%35

%29

%25

%7

%4

Türkiye'de yaşayanlar ile diğer ülkelerde yaşayanların karşılaştırması

Respondents living in Türkiye compared with those living in other countries

Türkiye

%31

%62

Diğer ülkeler

Other countries

%37

%13

%33

%10

Renkler yukarıdaki grafikte aynıdır. · Colours match the chart above.

Katılımcıların %64'ü dükkânların azaldığını düşünüyor. Türkiye'de yaşayanların %93'ü azaldığını, %62'si "çok azaldı" diyor.

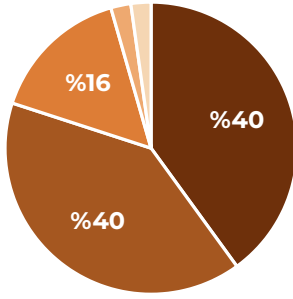
64% think craft shops have decreased. In Türkiye 93% say they have decreased and 62% say "a lot".

40

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

Makineleşme ve yapay zekâ çağında el emeğinin değeri nasıl değişecek?

In the age of machines and artificial intelligence, how will the value of handwork change?



- Artacak
It will increase
- Azalacak
It will decrease
- Kaybolacak
It will disappear
- Aynı kalacak
It will stay the same
- Fikrim yok
No opinion

%40

%40

%16

%2

%2

Türkiye'de yaşayanlar ile diğer ülkelerde yaşayanların karşılaştırması

Respondents living in Türkiye compared with those living in other countries

Türkiye

%28

%45

%28

Diğer ülkeler
Other countries

%46

%38

%10

Renkler yukarıdaki grafikte aynıdır. · Colours match the chart above.

Görüşler ikiye bölünmüş: %40'ı el emeğinin değerinin artacağını, %56'sı azalacağını ya da kaybolacağını düşünüyor.

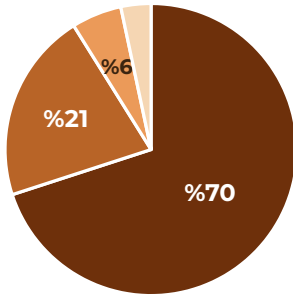
Opinion is split: 40% expect the value of handwork to rise, 56% expect it to fall or disappear.

41

TEK SEÇİM · SINGLE CHOICE

Yakınıınızda ücretsiz bir el sanatları atölyesi açılrsa katılır mısınız?

Would you attend a free handicraft workshop if one opened near you?



- Evet
Yes
- Belki
Maybe
- Zaten bir zanaatla uğraşıyorum
I already practise a craft
- Hayır
No

%70

%21

%6

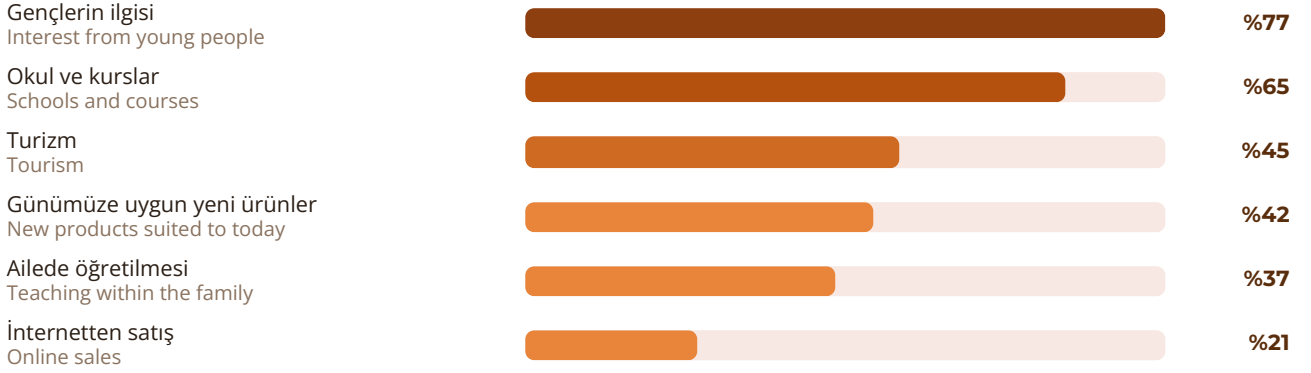
%3

Katılımcıların %70'i yakınında ücretsiz bir atölye açılrsa katılacağını söylüyor; %21'i "belki" diyor.

70% would attend a free workshop near them; another 21% say "maybe".

42

ÇOKLU SEÇİM (TOPLAM %100'Ü AŞAR) · MULTIPLE CHOICE (TOTALS EXCEED 100%)

Sizce gelecekte el sanatlarını en çok ne yaşatır?**In your opinion, what will keep handicrafts alive in the future?**

El sanatlarını geleceğe en çok gençlerin ilgisi (%77) ile okullar ve kurslar (%65) taşıyacak.

Young people's interest (77%) and schools and courses (65%) are seen as the keys to the future.

Genel Değerlendirme

General Assessment

TÜRKÇE

Anket sonuçları, el sanatlarına duyulan **sevginin ve saygının yüksek**, buna karşılık el sanatlarının **ekonomik karşılığının zayıf** olduğu bir tabloyu ortaya koymaktadır. Katılımcıların %90'ı el sanatlarının kültürel mirası koruduğunu, %73'ü ülkenin kimliğini yansıttığını düşünmekte; %87'si çocuğunun bir zanaatla uğraşmasını istemekte, %96'sı okullarda el sanatları dersi olmasını savunmaktadır. Ne var ki yalnızca %13'ü bugün el sanatıyla rahatça geçinilebileceğine inanmaktadır.

Bu çelişki, el sanatlarının toplumda bir **"değer"** olarak görüldüğünü ama bir **"geçim kaynağı"** olarak görülmediğini göstermektedir. Çocuğunun bir zanaatla uğraşmasını isteyenlerin çoğu bunu hobi olarak düşünmektedir (%64); meslek olarak düşünenler %23'te kalmaktadır. El yapımı ürünler daha çok ev dekorasyonu ve hediye amacıyla, yılda birkaç kez ya da daha seyrek alınmakta; katılımcıların %76'sı el emeği için en fazla %25 fazla ödemeye razı görünmektedir.

Zanaatkârın en büyük sorunu açık ara **fabrika ürünleriyle fiyat rekabetidir** (%75). Bunu ürünlerini tanıtamama ve satamama (%53), hammadde pahalılığı (%51) ve dükkân kiralari ile vergiler (%45) izlemektedir. İlginin azalma nedenleri arasında sanayileşme, ucuz ithal ürünler ve gençlerin ilgisizliği başı çekmekte; el ürünlerinin pahalı bulunması da yarıdan fazla katılımcı tarafından engel olarak görülmektedir.

Satış kanalları büyük ölçüde **geleneksel ve yüz yüze** kalmıştır. Sosyal medya ve internet siteleri üzerinden alanların oranı %10-13 düzeyindedir. İnternette en büyük çekinceler kaliteyi görememek ve ürünün gerçekten el yapımı olup olmadığından emin olamamaktır. Buna karşılık "el yapımıdır" etiketi katılımcıların %78'inin kararını etkilemektedir; yani **güvenilir bir el yapımı belgesi** satışları artırmak için güçlü bir araçtır.

Fotoğraflı sorular, geleneksel zanaatlara ilişkin bilginin sınırlı olduğunu göstermektedir. Hallaçlığı katılımcıların %69'u tanırken, kendircilikte iplikleri bükerek halat yapan ustanın işini yalnızca %16'sı, Dongba kâğıdı yapımını ise %28'i doğru bilmiştir.

Geleceğe bakışta katılımcılar ikiye bölünmüştür: %40'ı makine ve yapay zekâ çağında el emeğinin değerinin artacağını, %56'sı azalacağını ya da kaybolacağını düşünmektedir. El sanatlarını geleceğe taşıyacak unsurlar olarak en çok **gençlerin ilgisi** (%77) ve **okullar ile kurslar** (%65) gösterilmektedir. Katılımcıların %70'inin ücretsiz bir atölyeye katılacağını söylemesi, uygun koşullar sağlandığında bu ilginin canlandırılabilirliğini göstermektedir.

ENGLISH

The survey shows that **affection and respect for handicrafts are high**, while their **economic return is weak**. 90% of respondents believe handicrafts protect cultural heritage and 73% that they reflect national identity; 87% would like their child to take up a craft and 96% support handicrafts lessons in schools. Yet only 13% believe one can easily make a living from handicrafts today.

This contradiction shows that handicrafts are seen as a **"value"** but not as a **"livelihood"**. Most of those who want their child to take up a craft think of it as a hobby (64%); only 23% think of it as a profession. Handmade products are bought mainly for home decoration and as gifts, a few times a year or less, and 76% of respondents would pay at most 25% more for handwork.

By far the biggest problem for craftspeople is **price competition with factory products** (75%), followed by difficulty promoting and selling (53%), expensive raw materials (51%) and shop rents and taxes (45%). Industrialisation, cheap imports and young people's lack of interest are the main reasons for declining interest; more than half also find handmade products expensive.

Sales channels remain largely **traditional and face to face**. Only 10-13% buy through social media or websites. Online, the main worries are not seeing the quality and not being sure the item is really handmade. On the other hand, a "handmade" label influences 78% of respondents, so a **reliable handmade certificate** is a powerful tool to increase sales.

The photo questions show that knowledge of traditional crafts is limited. 69% recognised the cotton fluffer, but only 16% understood that the rope maker was twisting threads together and 28% recognised Dongba papermaking.

Views on the future are split: 40% expect the value of handwork to rise in the age of machines and AI, while 56% expect it to fall or disappear. **Young people's interest** (77%) and **schools and courses** (65%) are seen as the keys to keeping handicrafts alive. With 70% saying they would attend a free workshop, this interest can be revived if the right conditions are created.

Türkiye ile diğer ülkeler arasındaki belirgin farklar

Clear differences between Türkiye and other countries

%93dükkânların azaldığını
düşünenler (diğer %50)say craft shops have
decreased (other 50%)**%55**devlet desteğini yetersiz
ya da yok bulanlar (diğer
%29)find state support
insufficient or absent
(other 29%)**%76**en iyi öğrenme yolu: usta
yanında çıraklık (diğer
%35)best way to learn:
apprenticeship (other
35%)**%72**el emeğinin değeri
azalacak ya da kaybolacak
(diğer %48)value of handwork will
fall or disappear (other
48%)**TÜRKÇE**

Türkiye’de yaşayan katılımcılar el sanatlarının durumunu diğer ülkelerde yaşayanlara göre belirgin biçimde daha karamsar değerlendirmektedir. Türkiye’de el yapımı ürün alma sıklığı daha düşüktür (%62’si yılda en fazla bir kez alıyor ya da hiç almıyor) ve internetten alışverişe mesafe daha fazladır (%45’i internetten hiç almıyor). Usta-çırak geleneği ise Türkiye’de hâlâ en güvenilen öğrenme yoludur.

ENGLISH

Respondents living in Türkiye assess the state of handicrafts much more pessimistically than those in other countries. In Türkiye people buy handmade products less often (62% once a year or less, or never) and are more distant from online shopping (45% never buy online). The master-apprentice tradition, however, is still the most trusted way of learning in Türkiye.

1

Zanaatkârlara ve Esnafa Yönelik Sonuçlar

Findings for Craftspeople and Tradespeople

Bulgulardan zanaatkârlar ve esnaf için çıkan dersler ve tavsiyeler · Lessons and advice for craftspeople and tradespeople

OLUMSUZ · NEGATIVE

Neler dikkat çekiyor? Zanaatkârın kendi eksikleri dahil

What stands out? Including craftspeople's own shortcomings

- Fiyatta fabrikayla yarışmak zor.** Katılımcıların %75'i fiyat rekabetini en büyük sorun sayıyor; %52'si el ürünlerini pahalı buluyor ve %76'sı en fazla %25 fazla ödemeye razı. (Soru · Q 13, 20, 21)
- Competing with factories on price is hard.** 75% see price competition as the biggest problem; 52% find handmade products expensive and 76% would pay at most 25% more.
- Tanıtım ve satış zayıf.** Ürünlerini tanıtamama ve satamama ikinci büyük sorun (%53). %24'ü zanaatkârların internet satışına uzak kaldığını söylüyor; sosyal medya (%13) ve internet siteleri (%10) çok az kullanılıyor. (Soru · Q 15, 20)
- Promotion and sales are weak.** Difficulty promoting and selling is the second biggest problem (53%). 24% say craftspeople stay away from online sales; social media (13%) and websites (10%) are rarely used.
- İnternette güven eksikliği var.** Alıcılar kaliteyi göremediklerinden (%29) ve ürünün gerçekten el yapımı olup olmadığından (%22) çekiniyor. (Soru · Q 17)
- There is a lack of trust online.** Buyers worry about not seeing the quality (29%) and whether the item is really handmade (22%).
- Zanaatkâr kendini yeterince yenilemiyor.** %22'si zanaatkârların günümüze uygun yeni ürünler yapmadığını düşünüyor. Üründe, ambalajda ve sunumda değişime direnmek müşteriyi fabrika ürününe yönlendiriyor. (Soru · Q 21)
- Craftspeople do not renew themselves enough.** 22% think craftspeople do not make products suited to today. Resisting change in product, packaging and presentation pushes customers towards factory goods.
- Kötü örnekler bütün mesleğe zarar veriyor.** %24'ü bazı kötü esnaf örnekleri yüzünden markalı ürünlere daha çok güvenildiğini söylüyor. Özensiz iş, tutulmayan söz ve belirsiz fiyat güveni zedeliyor. (Soru · Q 21)
- Bad examples harm the whole trade.** 24% say some dishonest tradesmen make people trust brands more. Careless work, broken promises and unclear prices damage trust.
- Çırak yetişmiyor, dükkânlar azalıyor.** Çırak ve usta azlığı %35'in gözünde temel sorun; %64'ü dükkânların azaldığını söylüyor. (Soru · Q 20, 39)
- Apprentices are scarce and shops are closing.** 35% see the shortage of apprentices and masters as a key problem; 64% say shops have decreased.

ÖNERİ · RECOMMENDATION

Zanaatkârlar ne yapabilir? What can craftspeople do?

- 1 Fiyatla değil, hikâye ve nitelik rekabet edin.** Ürünün kim tarafından, nasıl ve hangi malzemeyle yapıldığını anlatın. "El yapımıdır" etiketi katılımcıların %78'inin kararını etkiliyor; bu etiketi görünür kılın, mümkünse belgelendirin.
- Compete on story and quality, not on price.** Tell who made the product, how and with what. A "handmade" label influences 78% of buyers; make it visible and certify it where possible.
- 2 Ürünleri günlük kullanıma ve hediyeye göre geliştirin.** El yapımı ürünler en çok ev dekorasyonu (%67) ve hediye (%64) için alınıyor. Farklı bütçelere uygun küçük, işlevsel ve hediyelik ürünler geliştirin; geleneksel motifleri günümüz tasarımlarıyla buluşturun.
- Develop products for daily use and gifts.** Handmade products are bought mostly for home decoration (67%) and as gifts (64%). Offer small, useful and gift items for different budgets; bring traditional motifs into contemporary design.
- 3 İnternette güven oluşturun.** Yapım sürecini gösteren fotoğraf ve kısa videolar paylaşın, ölçü ve malzeme bilgisini açıkça yazın, kolay iade imkânı sunun.
- Build trust online.** Share photos and short videos of the making process, state sizes and materials clearly and offer easy returns.
- 4 Pazar, fuar ve festivallerde yer alın.** En çok tercih edilen satış yeri pazar, fuar ve festivaller (%66); doğrudan ustadan alışveriş de yaygın (%49). Atölyenizi ziyarete açın, canlı gösterim yapın.
- Take part in markets, fairs and festivals.** These are the most popular places to buy (66%), and buying directly from the maker is common (49%). Open your workshop to visitors and give live demonstrations.
- 5 Atölye ve kurs düzenleyin.** Katılımcıların %70'i ücretsiz bir atölyeye katılacağını söylüyor. Kurslar hem ek gelir hem de geleceğin çıraklarını bulmak için fırsattır.
- Run workshops and courses.** 70% say they would attend a free workshop. Courses bring extra income and a chance to find future apprentices.
- 6 Esnaf ahlakını öne çıkarın.** Zanaatkârlar en çok maharet (%83), sabır (%72) ve geleneğe bağlılıkla tanınıyor. Dürüstlük (%43) ve esnaf ahlakı (%39) güçlü bir sermayedir. Fiyatı açıkça yazın, sözünüzü tutun, işi zamanında teslim edin.
- Put trade ethics first.** Craftspeople are known above all for skill (83%), patience (72%) and loyalty to tradition. Honesty (43%) and trade ethics (39%) are strong assets. Show prices clearly, keep your word and deliver on time.
- 7 Çırak yetiştirmeye zaman ayırın.** Usta yanında çıraklık en güvenilen öğrenme yolu (%48, Türkiye'de %76). Bilginin aktarılması mesleğin geleceği için belirleyicidir.
- Make time to train apprentices.** Apprenticeship with a master is the most trusted way to learn (48%; 76% in Türkiye). Passing on knowledge decides the future of the trade.
- 8 Ustalar: bilginizi kayda geçirin ve paylaşın.** Tekniklerinizi, ölçülerinizi ve hikâyenizi yazılı, fotoğraflı ya da videolu kaydedin; okullara ve atölyelere konuk usta olarak gidin. Kendirilik fotoğrafını katılımcıların yalnızca %16'sının tanınması bu bilginin hızla kaybolduğunu gösteriyor.
- Masters: record and share your knowledge.** Record your techniques, measurements and stories in writing, photos or video, and visit schools and workshops as guest masters. Only 16% recognised rope making from a photo, which shows how fast this knowledge is being lost.

2

Kamu Kurumlarına Yönelik Politika Önerileri

Policy Recommendations for Public Institutions

Bakanlıklar, yerel yönetimler, kalkınma ajansları ve eğitim kurumları için · For ministries, local governments, development agencies and schools

OLUMSUZ · NEGATIVE

Kamu açısından öne çıkan sorunlar Key problems from a public policy perspective

- | | |
|--|---|
| <p>● Destek yetersiz bulunuyor. Türkiye’de yaşayanların %55’i devletin desteğini yetersiz ya da hiç yok olarak değerlendiriyor; yeterli ya da çok iyi bulanlar yalnızca %10. (Soru · Q 22)</p> | <p>Support is seen as insufficient. 55% of those living in Türkiye find state support insufficient or non-existent; only 10% find it sufficient or very good.</p> |
| <p>● Zanaat tek başına geçim sağlamıyor. %80’i el sanatıyla zorlanarak, ek işle ya da hiç geçinilemeyeceğini düşünüyor. Bu, gençlerin mesleğe yönelmesinin önündeki en büyük engel. (Soru · Q 19, 24)</p> | <p>Crafts alone do not provide a living. 80% think one can live on crafts only with difficulty, with a second job or not at all. This is the main barrier for young people.</p> |
| <p>● Maliyet yükü ağır. Hammadde pahalılığı (%51) ile kira ve vergiler (%45) en çok işaretlenen sorunlar arasında. (Soru · Q 20)</p> | <p>Costs are heavy. Expensive raw materials (51%) and rents and taxes (45%) are among the most cited problems.</p> |
| <p>● Dükkânlar ve meslekler kayboluyor. Türkiye’de %93’ü dükkânların azaldığını, %62’si “çok azaldığını” söylüyor. Yorgancı, döşemeci, camcı ve bakırcı artık nadiren ziyaret ediliyor. (Soru · Q 16, 39)</p> | <p>Shops and trades are disappearing. In Türkiye 93% say shops have decreased and 62% say “a lot”. Quilt makers, upholsterers, glaziers and coppersmiths are now rarely visited.</p> |
| <p>● Geleneksel zanaatlar unutuluyor. Kozadan ipek çekme (%42) ve hurufat baskıyı (%44) katılımcıların yarısından azı biliyor; kendirciliği fotoğraftan yalnızca %16’sı tanıdı. (Soru · Q 36, 37)</p> | <p>Traditional crafts are being forgotten. Fewer than half know silk reeling (42%) or letterpress printing (44%); only 16% recognised rope making from a photo.</p> |

ÖNERİ · RECOMMENDATION

Politika önerileri Policy recommendations

- | | |
|---|--|
| <p>1 Hibe ve düşük faizli kredi programları. En çok talep edilen destek hibe ya da ucuz kredidir (%60). Zanaatkârlara özel, başvurusu kolay, küçük ölçekli hibe ve faizsiz ya da düşük faizli kredi programları açılmalıdır.</p> | <p>Grants and low-interest loans. Grants or cheap loans are the most requested support (60%). Simple, small-scale grant schemes and interest-free or low-interest loans for craftspeople should be introduced.</p> |
| <p>2 Kira ve vergi kolaylığı, zanaat çarşıları. Kira ve vergi indirimi %52 oranında isteniyor. Belediyelerin uygun kirali zanaat çarşıları ve atölye alanları oluşturması, geleneksel zanaatkârlara vergi kolaylığı tanınması önerilir.</p> | <p>Rent and tax relief, craft bazaars. 52% ask for rent and tax cuts. Municipalities should create affordable craft bazaars and workshop spaces, and traditional craftspeople should receive tax relief.</p> |
| <p>3 Çırak ve usta öğretici desteği. Çırak çalıştıran ustaya ücret ve sigorta desteği verilmesi, ustalara “usta öğretici” statüsü tanınması önerilir (çırak desteği %48).</p> | <p>Support for apprentices and master trainers. Masters who train apprentices should receive wage and insurance support, and be recognised as “master trainers” (apprentice support 48%).</p> |
| <p>4 Okullarda el sanatları dersi. %96’sı okullarda el sanatları dersi istiyor; %53’ü zorunlu olmasından yana. Uygulamalı dersler ve okul-usta işbirlikleri kurulmalıdır.</p> | <p>Handicrafts lessons in schools. 96% want handicrafts in schools; 53% want them compulsory. Practical lessons and school-master partnerships should be set up.</p> |
| <p>5 Tanıtım, fuar ve kültür turizmi. Tanıtım (%58) ve fuar desteği (%46) isteniyor. Fuar katılım desteği, ortak tanıtım kampanyaları ve kültür-turizm rotalarına zanaat atölyelerinin eklenmesi önerilir.</p> | <p>Promotion, fairs and cultural tourism. Promotion (58%) and fair support (46%) are requested. Support for fair participation, joint campaigns and adding craft workshops to cultural tourism routes are recommended.</p> |
| <p>6 Güvenilir “el yapımı” belgesi ve ortak dijital pazar. Ürünün gerçekten el yapımı olduğunu gösteren resmî bir belge sistemi kurulmalı, zanaatkârlar için ortak bir çevrim içi satış platformu oluşturulmalı ve internet satış eğitimleri (%43) yaygınlaştırılmalıdır.</p> | <p>A reliable “handmade” certificate and a shared online market. An official certificate proving that a product is handmade should be created, together with a shared online sales platform and wider online sales training (43%).</p> |
| <p>7 Hammadde desteği. Ortak hammadde alım merkezleri ve kooperatiflerle maliyetler düşürülmelidir (%46).</p> | <p>Raw material support. Joint purchasing centres and cooperatives should lower costs (46%).</p> |
| <p>8 Kaybolan zanaatların kaydı. Az bilinen zanaatlar belgelenmeli, yaşayan ustalar “Yaşayan İnsan Hazinesi” anlayışıyla desteklenmeli ve bu bilgi eğitim materyaline dönüştürülmelidir.</p> | <p>Recording endangered crafts. Little-known crafts should be documented, living masters supported as “Living Human Treasures” and this knowledge turned into teaching material.</p> |
| <p>9 Sosyal politikalarla bütünleştirme. El sanatlarının engellilere meslek imkânı sunduğu (%61), yaşlıları üretken tuttuğu (%59) ve aile bütçesine katkı sağladığı (%58) düşünülüyor. El sanatları; engelli istihdamı, aktif yaşlanma ve kadın girişimciliği programlarına dahil edilmelidir.</p> | <p>Integration with social policy. Handicrafts are seen as offering work to people with disabilities (61%), keeping older people productive (59%) and adding to family income (58%). They should be part of disability employment, active ageing and women’s entrepreneurship programmes.</p> |
| <p>10 Veri ve izleme. Zanaatkârlar ve el sanatları için düzenli bir envanter ve istatistik sistemi kurulmalı, destekler bu verilerle izlenmelidir. Bu anket gibi saha araştırmaları kamu tarafından desteklenmelidir.</p> | <p>Data and monitoring. A regular inventory and statistics system for craftspeople and handicrafts should be set up and support monitored with this data. Field surveys like this one should be supported by the state.</p> |

3

Topluma ve Halka Yönelik Sonuçlar

Findings for Society and the Public

Tüketiciler, aileler, gençler ve basın için · For consumers, families, young people and the press

OLUMSUZ · NEGATIVE

Toplunun tutumunda neler dikkat çekiyor? What stands out in public attitudes?

- Söylem ile davranış arasında fark var.** El sanatlarına saygı çok yüksek, ancak %41'i el yapımı ürünü yılda en fazla bir kez alıyor ya da hiç almıyor; Türkiye'de bu oran %62. (Soru · Q 10, 26)
- Hızlı tüketim el emeğini geri plana itiyor.** %39'u hızlı tüketimi, %57'si ucuz ithal ürünleri ilginin azalma nedeni sayıyor. (Soru · Q 21)
- Gençler uzak.** Gençlerin ilgisizliği üç temel nedenden biri (%57); öte yandan geleceği en çok gençlerin ilgisinin belirleyeceği düşünülüyor (%77). (Soru · Q 21, 42)
- Zanaat meslek olarak görülüyor.** Ebeveynlerin çoğu çocuğunun zanaatla ancak hobi olarak uğraşmasını istiyor; meslek olarak isteyenler %23. (Soru · Q 24)
- Mahalle zanaatkârı azalıyor.** %64'ü dükkânların azaldığını gözlemliyor; tamir kültürünün zayıflaması da bunda etkili. (Soru · Q 16, 39)

There is a gap between words and actions. Respect for handicrafts is very high, yet 41% buy handmade products once a year or less, or never; 62% in Türkiye.

Fast consumption pushes handwork aside. 39% cite fast consumption and 57% cheap imports as reasons for declining interest.

Young people are distant. Young people's lack of interest is one of the three main reasons (57%), while their interest is seen as the key to the future (77%).

Crafts are not seen as a profession. Most parents want their children to take up a craft only as a hobby; 23% as a profession.

Neighbourhood craftspeople are disappearing. 64% see fewer craft shops; the decline of the repair culture also plays a part.

ÖNERİ · RECOMMENDATION

Toplum olarak neler yapabiliriz? What can we do as a society?

- Yerel ustadan alın, hediyede el emeğini tercih edin.** Küçük bir tercih değişikliği bile mahalledeki ustanın geçimine doğrudan katkı sağlar.
- Atmak yerine tamir ettirin.** El sanatları uzun ömürlüdür, az çöp çıkarır (%65) ve tamir edilebilir (%45). Terzi, ayakkabıcı ve saatçiye başvurmak hem çevreyi hem esnafı korur.
- Çocukları ve gençleri atölyelerle tanıştırın.** El sanatları zihni dinç tutuyor, stresi azaltıyor (%73) ve üretmenin mutluluğunu yaşıyor (%69).
- El emeğinin gerçek değerini bilin.** Bir el ürününün fiyatı yalnızca malzemeyi değil, yılların birikimini ve sabrı da içerir. %42'si zaten zanaatkârı desteklemek için alışveriş yapıyor; bu bilinç yaygınlaşmalıdır.
- Kültürel mirasa sahip çıkın.** Motifler ve teknikler ülkenin kimliğini yansıtıyor (%73) ve kuşakları bağlıyor (%62). Fuar, sergi ve festivalleri ziyaret etmek bu mirası yaşatır.
- Basına ve medyaya düşen görev.** Basın ve medya zanaatkârların hikâyelerine düzenli yer vermeli, kaybolan meslekleri görünür kılmalı ve el yapımı diye satılan fabrika ürünlerine karşı tüketiciyi bilgilendirmelidir. Gençlere ulaşmanın en etkili yolu sosyal medya içerik üreticileridir.

Buy from local makers and give handmade gifts. Even a small change in choices directly supports the local craftsman.

Repair instead of throwing away. Handmade goods last long, create less waste (65%) and can be repaired (45%). Using tailors, shoe repairers and watchmakers protects both the environment and tradespeople.

Introduce children and young people to workshops. Handicrafts keep the mind sharp, reduce stress (73%) and bring the joy of making (69%).

Know the real value of handwork. The price of a handmade item covers years of skill and patience, not only materials. 42% already buy to support craftspeople; this awareness should spread.

Protect cultural heritage. Motifs and techniques reflect national identity (73%) and connect generations (62%). Visiting fairs, exhibitions and festivals keeps this heritage alive.

The role of the press and media. The press and media should regularly tell craftspeople's stories, make disappearing trades visible and warn consumers about factory goods sold as handmade. Social media content creators are the most effective way to reach young people.

4

Sivil Toplum ve Meslek Kuruluşlarına Yönelik Sonuçlar

Findings for Civil Society and Professional Bodies

ESDER başta olmak üzere dernekler, odalar, birlikler ve proje ortakları için · For associations, chambers, unions and project partners, starting with ESDER

OLUMSUZ · NEGATIVE

Neler dikkat çekiyor? What stands out?

- Kadınlara ve gençlere yeterince ulaşılamıyor.** Katılımcıların %81'i erkek, yalnızca %14'ü 30 yaş altında. El sanatlarının en önemli taşıyıcıları olan kadınlar ve geleceği belirleyecek gençler sürece yeterince katılmıyor. (Soru · Q 2, 3)
- Zanaatkâr dijital dünyada yalnız.** Satışta sosyal medya (%13) ve internet siteleri (%10) çok az kullanılıyor; zanaatkârların çoğu bu alanda tek başına yol alamıyor. (Soru · Q 15)
- Meslekte güven sorunu var.** %24'ü bazı kötü esnaf örnekleri yüzünden markalı ürünlere daha çok güvenildiğini, %22'si internette ürünün gerçekten el yapımı olup olmadığından emin olmadığını söylüyor. (Soru · Q 17, 21)
- Atölye talebi karşılanmıyor.** %70'i ücretsiz bir atölyeye katılmaya hazır, ancak bu talebi karşılayacak yaygın bir atölye ağı yok. (Soru · Q 41)
- Women and young people are not reached enough.** 81% of respondents are men and only 14% are under 30. Women, key bearers of handicrafts, and young people, who will shape the future, are under-represented.
- Craftspeople are alone in the digital world.** Social media (13%) and websites (10%) are rarely used for sales; most craftspeople cannot manage this alone.
- There is a trust problem in the trade.** 24% say some dishonest tradesmen push people towards brands, and 22% cannot be sure online that an item is really handmade.
- Demand for workshops is not met.** 70% are ready to attend a free workshop, but there is no wide network of workshops to meet this demand.

ÖNERİ · RECOMMENDATION

Öneriler Recommendations

- Ücretsiz atölye ağı.** Derneklerin ustalarla birlikte mahalle ölçeğinde kısa, uygulamalı atölyeler düzenlemesi önerilir. En çok öğrenilmek istenen zanaatlar ahşap oymacılığı ve seramik.
- Ortak tanıtım ve dijital satış desteği.** Fotoğraf, video, sosyal medya ve çevrim içi mağaza işleri ortak bir destek birimiyle karşılanabilir.
- "Güvenilir usta" işareti.** El yapımı olduğunu ve esnaf ahlakına uygunluğu gösteren bir kuruluş işareti, internetteki güven sorununu azaltabilir.
- Usta-çırak eşleştirme programı.** Zanaat öğrenmek isteyen gençlerle çırak arayan ustaları buluşturan bir eşleştirme ve burs sistemi kurulabilir.
- Kadın ve gençlere özel programlar.** Kadın kooperatifleri, üniversite kulüpleri ve gençlik merkezleriyle işbirliği yapılarak katılım dengelenmelidir.
- Uluslararası işbirliği ve kamu ile diyalog.** Yanıtların üçte ikisinin yurt dışından gelmesi projenin uluslararası etkisini gösteriyor. Ortak ülkelerle çalışmalar sürdürülmeli, bu rapordaki öneriler ilgili bakanlıklar ve yerel yönetimlerle paylaşılmalıdır.
- A network of free workshops.** Associations should run short, practical neighbourhood workshops with masters. Wood carving and ceramics are the crafts people most want to learn.
- Shared promotion and online sales support.** Photography, video, social media and online shop work can be provided by a shared support unit.
- "Trusted master" mark.** A mark showing that products are handmade and that the maker follows trade ethics can reduce the trust problem online.
- Master-apprentice matching.** A matching and scholarship scheme can bring together young people who want to learn and masters looking for apprentices.
- Programmes for women and young people.** Participation should be balanced by working with women's cooperatives, university clubs and youth centres.
- International cooperation and dialogue with the state.** Two thirds of responses came from abroad, showing the project's international reach. Work with partner countries should continue and this report's recommendations should be shared with ministries and local governments.

Öneri Tablosu: Kim Ne Yapmalı?

Recommendation Matrix: Who Should Do What?

Bu tablo, raporda yer alan önerileri kesimlere göre, sorumlularıyla ve öngörülen süreyle birlikte özetlemektedir. Kısa vade: 1 yıl içinde; orta vade: 1–3 yıl; uzun vade: 3 yıldan uzun.

This table summarises the recommendations by group, with those responsible and the expected time frame. Short term: within 1 year; medium term: 1–3 years; long term: over 3 years.

#	Öneri Recommendation	Sorumlu Responsible	Vade Term
Kamu kurumları Public institutions			
1	Hibe ve düşük faizli kredi programları Grants and low-interest loans	Ticaret Bakanlığı, KOSGEB, kalkınma ajansları Ministry of Trade, KOSGEB, development agencies	Kısa Short
2	Kira ve vergi kolaylığı, zanaat çarşıları Rent and tax relief, craft bazaars	Hazine ve Maliye Bakanlığı, belediyeler Ministry of Treasury and Finance, municipalities	Orta Medium
3	Çırak ve usta öğretici desteği Support for apprentices and master trainers	Millî Eğitim Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, TESK Ministry of National Education, Ministry of Labour and Social Security, TESK	Kısa Short
4	Okullarda el sanatları dersi Handicrafts lessons in schools	Millî Eğitim Bakanlığı Ministry of National Education	Orta Medium
5	Tanıtım, fuar ve kültür turizmi Promotion, fairs and cultural tourism	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, belediyeler Ministry of Culture and Tourism, Ministry of Trade, municipalities	Kısa Short
6	“El yapımı” belgesi ve ortak dijital pazar “Handmade” certificate and shared online market	Ticaret Bakanlığı, Türk Patent ve Marka Kurumu, TESK Ministry of Trade, Turkish Patent and Trademark Office, TESK	Orta Medium
7	Hammadde desteği ve kooperatifler Raw material support and cooperatives	Ticaret Bakanlığı, KOSGEB Ministry of Trade, KOSGEB	Orta Medium
8	Kaybolan zanaatların kaydı Recording endangered crafts	Kültür ve Turizm Bakanlığı, üniversiteler Ministry of Culture and Tourism, universities	Uzun Long
9	Sosyal politikalarla bütünleştirme Integration with social policy	Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, İŞKUR Ministry of Family and Social Services, İŞKUR	Orta Medium
10	Veri ve izleme sistemi Data and monitoring system	TÜİK, Ticaret Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı TurkStat, Ministry of Trade, Ministry of Culture and Tourism	Orta Medium
Zanaatkârlar ve ustalar Craftspeople and masters			
11	Ürünü ve sunumu yenileme, internette satış Renewing products and presentation, selling online	Zanaatkârlar, esnaf odaları Craftspeople, chambers of tradesmen	Kısa Short
12	Çırak yetiştirme, bilgiyi kayda geçirme Training apprentices, recording knowledge	Ustalar Masters	Orta Medium
Sivil toplum ve meslek kuruluşları Civil society and professional bodies			
13	Ücretsiz atölye ağı Network of free workshops	ESDER ve dernekler, halk eğitim merkezleri, belediyeler ESDER and associations, public education centres, municipalities	Kısa Short
14	“Güvenilir usta” işareti, usta-çırak eşleştirme “Trusted master” mark, master-apprentice matching	ESDER, meslek kuruluşları, TESK ESDER, professional bodies, TESK	Orta Medium
Basın ve medya Press and media			
15	Zanaatkâr hikâyeleri, tüketicinin bilgilendirilmesi Craftspeople's stories, informing consumers	Gazeteler, televizyonlar, sosyal medya içerik üreticileri Newspapers, TV, social media content creators	Kısa Short
Toplum ve aileler Society and families			
16	Yerel ustadan alışveriş, tamir kültürü Buying from local makers, repair culture	Tüketiciler, aileler, okullar Consumers, families, schools	Kısa Short

Sınırlılıklar

Limitations

TÜRKÇE

Anket gönüllü katılıma dayalı bir çevrim içi ankettir ve nüfusu temsil etmez. Katılımcıların %81'i erkek, %72'si 31–60 yaş aralığındadır; 30 yaş altındakilerin oranı %14'tür. İngilizce formda yaşanan ülke yalnızca "Türkiye" ve "Diğer" olarak sorulduğundan diğer ülkeler ayrıştırılamamıştır. Makedonca ve Felemenkçe formlar bu değerlendirmeye dahil değildir. Bulgular bir eğilim göstergesi olarak okunmalıdır.

ENGLISH

The survey is a voluntary online survey and is not representative of the population. 81% of respondents are men and 72% are aged 31–60; only 14% are under 30. The English form asked only whether respondents live in "Türkiye" or "Other", so other countries cannot be separated. The Macedonian and Dutch forms are not included. The findings should be read as indicating trends.

Sonuç

Conclusion

TÜRKÇE

El sanatları; kültürel miras, çevre, sağlık ve sosyal içerme açısından toplumun geniş kesimlerince değerli bulunmaktadır. Ancak bu değer zanaatkârın geçimine yeterince yansımamaktadır. El sanatlarının geleceği; zanaatkârın kendini yenileyebilmesine, kamunun maliyet yükünü hafifleten ve eğitimi güçlendiren politikalar üretmesine ve toplumun el emeğini tercih eden bir bilinç geliştirmesine bağlıdır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun atölyelere katılmaya, çocuklarını zanaatla tanıştırmaya ve okullarda el sanatları eğitimine hazır olması, bu geleceğin mümkün olduğunu göstermektedir.

ENGLISH

Handicrafts are valued by a wide public for cultural heritage, the environment, health and social inclusion, but this value is not reflected in craftspeople's incomes. The future of handicrafts depends on craftspeople renewing themselves, on public policies that ease costs and strengthen education, and on a public that chooses handwork. The readiness of most respondents to attend workshops, to introduce their children to crafts and to support handicrafts in schools shows that this future is possible.



El Sanatları Anketi ve Analizi

Handicrafts Survey and Analysis · Ekim 2026 · October 2026

Erasmus+ / Avrupa Dayanışma Programı kapsamında Avrupa Komisyonu tarafından desteklenmektedir. Burada yer alan içerik yazarın görüşlerini yansıtmaktadır ve bu görüşlerden Avrupa Komisyonu ve Türkiye Ulusal Ajansı sorumlu tutulamaz.

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Avrupa Birliği tarafından
ortak finanse edilmektedir

