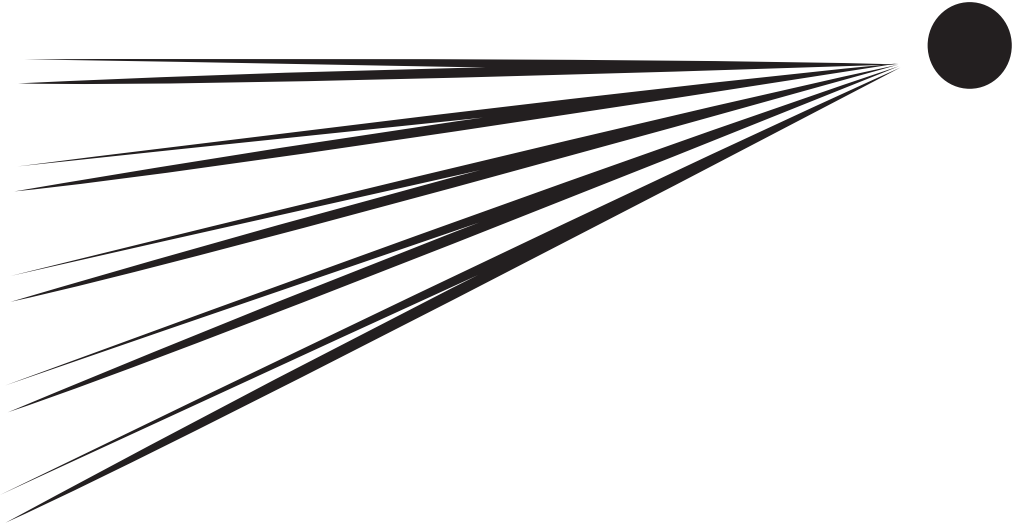




SIİRT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
DERGİSİ

JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES
INSTITUTE



YIL - YEAR 2017 | CİLT - VOLUME 5 | SAYI - ISSUE 9

SUSBİD
ISSN 2147-8406
e-ISSN 2548-0111

ÖZEL SAYI | SPECIAL ISSUE



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Yıl: 2017 Cilt: 5 Sayı: 9 (Özel Sayı)

ISSN 2147-8406

e-ISSN 2548-0111

Dergi içeriğinin tüm sorumluluğu yazarlarına aittir.

Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Adına, Müdür
On the Behalf of Siirt University Institute of Social Sciences, Director
Yard. Doç. Dr. Veysel OKÇU, Siirt Üniversitesi, Türkiye
Yılda İki Defa Yayınlanan Hakemli Bir Dergidir.
A Peer-Reviewed Journal Published Twice a Year.

Eylül 2017, Ankara

Yayın-Proje: Özlem Sağlam

Dizgi-Grafik Tasarım: Ayşe Nur Yıldırım

Kapak Tasarımı: Pegem Akademi

Baskı: Sonçağ Yayıncılık Matbaacılık Reklam San Tic. Ltd. Şti.
İstanbul Cad. İstanbul Çarşısı 48/48 İskitler - Ankara
(0312 341 36 67)
(0535 292 34 31)

Yayıncı Sertifika No: 14749

Matbaa Sertifika No: 25931

Dergi İletişim

Tel: +90484 212 11 11

e-mail: sosbilens@siirt.edu.tr

<http://dergipark.gov.tr/susbid>

<http://susbid.siirt.edu.tr>

Dergi Yönetim ve Yazışma Adresi

Siirt Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Kezer Yerleşkesi

56100/ Siirt -Türkiye

Basımevi / Printing House
Pegem Akademi Yayıncılık/Ankara

Basım Tarihi / Date of Publication
19 Ekim 2017

SUSBİD
ISSN 2147-8406
e- ISSN 2548-0111

Editör / Editor
Yard. Doç. Dr. Said OLGUN, Siirt Üniversitesi, Türkiye

Editör Yardımcısı / Asistant Editor
Arş. Gör. İbrahim ÇALAN, Siirt Üniversitesi, Türkiye

İngilizce Editör / English Editor
Yard. Doç. Dr. Yasin COŞKUN, Siirt Üniversitesi, Türkiye

Yayın Kurulu / Editorial Board
Yard. Doç. Dr. Veysel OKÇU, Siirt Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. İsmail ARSLANTAŞ, Siirt Üniversitesi, Türkiye
Yard. Doç. Dr. Ata PESEN, Siirt Üniversitesi, Türkiye
Yard. Doç. Dr. Said OLGUN, Siirt Üniversitesi, Türkiye

Danışma Kurulu / Advisory Board
Prof. Dr. Adem ÖLMEZ, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Ahmet KIRKKILIÇ, Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Cemalettin ERDEMCI, Siirt Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. İhsan Süreyya SIRMA, Siirt Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Necati CEMALOĞLU, Gazi Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Özcan DEMİREL, Hacettepe Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Şaban SAĞLIK, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Tuncay GÖRGÜLÜ, Siirt Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Yüksel BİRİNCİ, Siirt Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Zahir KIZMAZ, Fırat Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. Arzdar KİRACI, Siirt Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. Beşir MUSTAFAYEV, Siirt Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. Burçin BOZDOĞANOĞLU, Siirt Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. Gülnisa AYNAKUL, Siirt Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. Mustafa KAHYAOĞLU, Siirt Üniversitesi, Türkiye

Doç. Dr. Rezan KARAKAŞ, Siirt Üniversitesi, Türkiye
Yard. Doç. Şahap BULAK, Siirt Üniversitesi, Türkiye
Yard. Doç. Dr. Adnan ALKAN, Siirt Üniversitesi, Türkiye
Yard. Doç. Dr. İhsan GÜL, Siirt Üniversitesi, Türkiye

Sekretarya / Secretariat

Abdurrezzak ÇELİK, Siirt Üniversitesi, Türkiye
sosbilens@siirt.edu.tr
+904842121111/3451

YAYIM İLKELERİ

“Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi” tarih, sosyoloji, edebiyat, sanat tarihi, hukuk, siyaset bilimi, iktisat, eğitim bilimleri, ilahiyat gibi sosyal ve beşeri bilimlerde özgün araştırmalara dayanan çalışmalarını yayınlamaya, ulusal ve uluslararası düzeyde bilim dünyası ile paylaşmayı amaçlamaktadır.

Dergide yayımlanan tüm yazıların ilmî ve fikrî sorumluluğu yazarına aittir.

Yazıların, başka bir yerde, farklı bir dilde dahi olsa yayımlanmamış olması gerekir.

Yayımla ilgili teklif edilen yazılar, yayın kurulu tarafından incelendikten sonra hakeme gönderilir ve iki hakemin onayının alınmasıyla yayımlanır.

Yazıların yazım dili, yabancı dilde yazılanlar hariç, Türkiye Türkçesi olmalıdır.

Yayımlanan makaleler, Yayın Kurulu’ndan izin alınmadan kısmen veya tamamen herhangi bir şekilde basılamaz ve çoğaltılamaz.

BU SAYININ HAKEMLERİ / REFEREES FOR THIS ISSUE

Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Hüseyin YAŞAR
Siirt Üniversitesi

Doç. Dr. Özlem DEMİREL DÖNMEZ
İnönü Üniversitesi

Yard. Doç. Dr. Ash Özge ÖZGEN ÇİĞDEMLİ
Şırnak Üniversitesi

Yard. Doç. Dr. Hacer ARSLAN KALAY
Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Yard. Doç. Dr. Hatice Kübra UYGUR
Mardin Artuklu Üniversitesi

Yard. Doç. Dr. Kürşat EFE
Amasya Üniversitesi

Yard. Doç. Dr. Levent BİLGİ
Dicle Üniversitesi

Yard. Doç. Dr. Mahmut DURMAZ
Giresun Üniversitesi

Yard. Doç. Dr. Muhammed Abdulbasit SEZER
Dicle Üniversitesi

Yard. Doç. Dr. Muhittin TURAN
Bülent Ecevit Üniversitesi

Yard. Doç. Dr. Servet ERTEKİNOĞLU
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

Yard. Doç. Dr. Şahap BULAK
Siirt Üniversitesi

Yard. Doç. Dr. Şerif DEMİR
Siirt Üniversitesi

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar
Internal Revolts in the Ottoman Empire in the Light of 18th Century
Ottoman Poetry
Mesut Bayram DÜZENLİ 179 - 218

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman
Present Continuous in Historical Turkic Written Languages
Şahap BULAK.....219 - 253

Evvel Zaman İçinden Çağdaş Zamanlara Uzanan Bir Yolculuk
Arapça Anlatılan Bir Siirt Masalı: Hezalok İle Delalok
A Journey From Once Upon a Time to Modern Times A Siirt Folk
Tale Narrated in Arabic: Hezalok and Delalok
Rezan KARAKAŞ255 - 272

Tek Parti Döneminde Siirt'te Arapça Kullanımı
Arabic Use on Siirt in the Single Party Period
Şerif DEMİR.....273 - 288

**Ahlat'ın Rekreatiyonel Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi**

*Evaluation of Ahlat's Recreational Tourism Potential by Swot
Analysis*

Sedat ÇELİK – Sağbetullah MERİÇ.....289 - 324

**Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama
Kararları**

Brand and Marketing Decisions in the Framework of Green Products

Musa ÇAKIR.....325 - 370



XVIII. YÜZYIL DİVANLARI IŞIĞINDA OSMANLI DEVLETİ'NDE İÇ İSYANLAR*

Mesut Bayram DÜZENLİ**

Özet

Edebi eserler, tarihi olaylara farklı bir pencereden bakma imkânı sunması, tarihe kaynaklık eden çeşitli belge ve kitaplarda yer almayan olayların gün yüzüne çıkarılması gibi yönlerden önemli bir bilgi kaynağıdır. Edebi eserlerin olaylara bakışı, müellifin hislerinin o eserde yer alması sebebiyle, elbette tarih ilmi gibi olamaz. Bu bakımdan, edebi eserlerden yararlanırken ona kesin bir belge olarak bakılması da mümkün değildir. Ancak tarihi bir olayın bütün yönleriyle ortaya konulması söz konusu ise her türlü bilgi, belge ve kaynaktan yararlanmak lüzumu da vardır. Bu bağlamda, Klasik Türk Edebiyatının en önemli ürünlerinden olan divanlar da siyasal, sosyal, kültürel pek çok bilgiye ulaşabileceğimiz önemli kaynaklardır. Çalışmamızda, 18. yy.a ait divanlar, Osmanlı Devleti sahasında meydana gelmiş isyanlar bakımından incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: 18. yy. Divan şiiri, Divanlar, Osmanlı Devleti, tarih, iç isyanlar.

* Bu çalışma, 2009 yılında Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalında kabul edilen “18. yy. Siyasi Hayatının Klasik Türk Şiirine Etkileri” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

** Yard. Doç. Dr., Siirt Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, mesutbayramduzenli@hotmail.com



XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Internal Revolts in the Ottoman Empire in the Light of 18th Century Ottoman Poetry

Abstract

Literary works are significant source of knowledge in terms of showing different aspects and being the real source of historical events which haven't come to light yet. The way how literary works deal with historical events can not be expected to be the same with history of science because of author's emotions written in literary works. Therefore it is not possible to consider literary works as historical evidence. But if the subject is to set forth each aspects of an historical event, there is need to use every kind of information, document and source. Divan poetry which is the most important work of Classical Turkish Literature is significant source of political, cultural and social events. In our work, 18 th century's Divan poetry is examined in terms of internal revolts which occurred in the Ottoman Empire during the same century.

Key Words: *18th century, Divan poetry, Divans, Ottoman Empire, history, internal revolts.*



XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Giriş

Edebi eserler, tarihi olaylara farklı bir pencereden bakma imkânı sunması, tarih kitaplarında çeşitli sebeplerle yerini almamış olayların gün yüzüne çıkarılması bakımından önemli bir kaynak niteliği taşımaktadır. Edebi eserlerin olaylara bakışı, müellifin hislerinin o eserde mündemiç olması hasebiyle, elbette tarih ilminden farklı olacaktır. Bundan dolayı, edebi eserlerden yararlanırken ona kesin bir belge olarak bakılması da mümkün değildir. “Ancak amacımız, edebi eserlerden bir tarih belgesi olarak yararlanırken onu kesin bir belge olarak değil, fakat diğer belgelerle birlikte yararlanmaya elverişli bir kaynak olarak telakki etmenin yerinde olacağını göstermekten ibarettir.”¹ Divanlardan elde edeceğimiz bilgi, biraz önce de bahsettiğimiz gibi, enfüsi/özel olacaktır. Fakat tarihin konusu insan ise bu insanın ruhi yönünün, hissiyatının tarih bakımından hiç mi önemi yoktur? Üstelik “eğer bir olayı, bir dönemi, bir değişim veya gelişimi aydınlatma hususunda yardımcı dokunacaksa, bir soruna ışık tutabilecekse, her çeşit belgeyi kullanmak, her yerde araştırma yapmak, kaynakları zenginleştirip yeni görüşlerin oluşmasına önayak olmak, metotta olduğu kadar metinde de gereken yeniliği -cesaretle-

¹ Abdülkadir Karahan, “Bir Tarih Belgesi Olarak Divanlardan Yararlanma”, 22-26 Eylül 1986 X. Türk Tarih Kongresi Bildiriler Kitabı, C 5, TTK, Ankara, 1994, s. 2034.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

benimseyip özenle yapmak gibi bir vazifemiz de bulunmaktadır.”²

18. yy., ebce tarihçiliğine çok fazla önem verilen ve bu konuda bilhassa Süruri gibi şairlerin yetiştiği bir yüzyıldır. Padişahların cülusları, şehzadelerin doğumu, sünnet ve düğün merasimleri, yapılan savaşlar, antlaşmalar, fethedilen yerler, isyan hareketleri vb. memleketin içinde ve dışında gerçekleşen siyasi, sosyal olaylar, devrin divan şairleri tarafından yakından takip edilmiş, manzumelere aktarılmış ve bunların pek çoğu ebce düşürülerek kayıt altına alınmıştır. Bu bakımdan bilhassa divanlar, Osmanlı toplum yapısını farklı yönleriyle ortaya koyan önemli kaynaklardır.

18. yy., Osmanlı Devleti için önemli pek çok hadisenin meydana geldiği bir zaman dilimidir. Devlet, bu yüzyıla “Felaket Seneleri” adı verilen uzun bir savaş dönemi sonrası Karlofça Antlaşması’nı imzalamış olarak girmiştir. Savaş dönemi, ülkenin siyasi, ekonomik ve sosyal yönden zayıflamasına sebep olmuştur. Ülkenin pek çok yerinde yine savaş sebebiyle siyasi otoritenin zayıflaması sonucu iç isyanlar görülmüştür.

Yüzyılın önemli olaylarını, Edirne Vakası (1703), Prut Savaşı (1711), Osmanlı-İran savaşları, Patrona Halil İsyanı, Osmanlı-Rus-Avusturya savaşı (1736), levent ocaklarının

² Abdülkadir Karahan, s. 2025.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

kaldırılması (1742), Osmanlı-Rus savaşı (1768), Bulutkapan Ali Bey isyanı (1770), Zahir Ömer (ö. 1775) isyanı, Mora isyanı (1770), Mısır ve Hicaz'daki isyanlar (1780'ler), Osmanlı-Rus savaşı (1787), Nizam-ı Cedit'in kurulması (1793), Pazvandoğlu isyanı (1795) ve Osmanlı-Fransız savaşı (1798) şeklinde tarihsel olarak sıralamamız mümkündür.

Bu çalışmamızda, 18. yy. divanlarında³ geçen Osmanlı Devleti sahasında ortaya çıkmış isyanlar, tarih sırasına göre incelenecektir. Divanlarda yer alan isyanların mahiyetine ve o isyanı bastıran devlet adamına dair eğer tarih kitaplarında bir bilgiye ulaşılabilmişse, bunlar da yeri geldikçe aktarılacak; böylece edebiyat ve tarih disiplinlerinden yararlanarak manzumelerin daha iyi anlaşılmasına gayret edilecektir.

1. Edirne Vakası (H 1115-M 1703)

II. Mustafa, tahta çıkmasının ardından, hocası eski Şeyhülislam Feyzullah Efendi'yi, ailesi ile birlikte sürgünde

³ Divanı incelenen şairler şunlardır: Ağâh, Akovalı Hatem, Antakyalı Münif, Arpaeminizade Sami, Ataullah Mehmed Efendi, Azbi Baba, Belig, Mehmed Emin Efendi, Beylikçi İzzet, Cemali, Dürri, Ebubekir Sami Paşa, Edirneli Faiz, Enis Receb Dede, Esrar Dede, Fazıl Hacı Tahir Efendi, Ferhad Paşa, Feyzi Efendi, Fıtnat Hanım, Garibi, Hâkim Mehmed Efendi, Haşmet, Hazık, Hevayi (Abdurrahman Kuburi-zade), Hoca Neşet, İbrahim Hafid Paşa, İbrahim Naziri, İzzet Ali Paşa, (Edirneli) Kami, (Tokatlı) Kani, Keşanlı Zihni, Koca Ragıp Paşa, Lebib-i Amidi, Mehmed Nasuhi Efendi, Mehmed Şerif Efendi, Muvakkitzade Pertev, Müsellem, Nahifi Süleyman Efendi, Naşid İbrahim Beğ, Nedim, Nevres-i Kadim, Neyli, Neyyir Abdülhalim Dede, Ömer Besim, (Kırımlı) Rahmi, Rasih, Ratib Ahmed Paşa, Salim, Senai, Suphizade Abdi, Süruri, Şeyh Galib, Şeyhülislam Esad Efendi, Tayyar Mahmud Paşa, Vahid Mahtumi.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

bulduğu Erzurum'dan getirterek tekrar şeyhülislam yapmıştı. Ancak Şeyhülislam Feyzullah Efendi, kısa zamanda padişahı tesirine almakla kalmamış; aile efradını ve akrabalarını kadılık ve kazaskerlik gibi en yüksek rütbelere getirterek, ulemanın tepkisini çekmişti. Amcazade Hüseyin Paşa'nın zamanında başlayan Şeyhülislam Feyzullah Efendi'nin tahakkümü, Daltaban Mustafa Paşa ve halefi Rami Mehmed Paşa'nın sadrazamlığı yıllarında da devam etti.

İşte İstanbul bu gibi sebeplerle kaynamaktaydı ve bu memnuniyetsizlik, 18 Temmuz 1703 tarihinde basit bir olayla patlak verdi. Gürcistan'a yapılacak sefere katılacak iki yüz cebeci askeri, son ulufelerini alamadıklarını ve bu sebeple sefere gitmeyeceklerini bildirerek bir araya geldi ve bir isyan hareketi başlattı. Cebecilere bir miktar para verilmesi, şeyhülislamın azledilmesi ve ailesi ile birlikte Erzurum'a gönderilmesinin yanı sıra Eğridere'de hapsedilen asi temsilcilerinin serbest bırakılması da isyanın bitmesine yetmedi. Nihayet, 22 Ağustos 1703 tarihinde, asi grubunun istedikleri sadrazam, şeyhülislam ve diğer ileri gelenler yerlerinde kalmak şartıyla, II. Mustafa tahttan indirildi ve yerine III. Ahmed çıktı. Edirne vakası, II. Mustafa'nın saltanatını, Rami Mehmed Paşa'nın sadaretini ve Şeyhülislam Feyzullah Efendi'nin hem makam ve hem de hayatını kaybetmesiyle sona erdi. Sultan III.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Ahmed, ortalık yatıştıktan sonra asi güruhunu tamamen ortadan kaldırdı.⁴

Edirne Vakası, Divan şairi Lebib tarafından, Osmanlı padişahlarının saltanat sürelerinin anlatıldığı “*Kasîde-i Rengin-Beyân Müddet-i Saltanat-ı Selâtin-i Âl-i Osmân*” başlıklı 51 beyitlik kasidede⁵ dile getirilmiştir. Şair, bu manzumesinde hicri tarihin 1115’e (M 1703) ulaştığını ve Allah’ın takdiri sonucu, II. Mustafa’nın saltanattan ayrılmasının söz konusu olduğunu ifade eder. Zira Sultan II. Mustafa, sefer için Edirne’de otağını kurduğu sırada “erbâb-ı tuğyânî”, devletin yapısına zarar vermiştir:

Resîde oldu bin yüz on beşe târîh-i hicret çün
Görindi saltanattan hecri bâ-takdîr-i Rabbânî
Edirne tahtgâhında gazâyâ azîm olmuşken
Mizâc-ı devlete virdi hâlel erbâb-ı tuğyânî (K. 58/21,22)

Şairin, asi grubunu anlatırken Kur’an-ı Kerim’de geçen “tuğyan, bağı, fart” gibi dini tabirleri kullanması dikkat çekicidir. “Tuğyan” kelimesi, bilindiği gibi “azmak, sınırı aşmak” anlamlarına gelmektedir. Nitekim “tağut” kelimesi de

⁴ İ. Hakkı Uzunçarşılı, *Osmanlı Tarihi*, C V, 6. Baskı, TTK Yayınları, Ankara, 1995, s. 22-39.

⁵ İdris Kadioğlu, Lebib-i Amidi, Hayatı, Edebi Kişiliği, Eserleri ve Divanının Tenkitli Metni, *Basılmamış Doktora Tezi*, Dicle Ü, SBE, Ortaöğretim Sosyal Alanlar Eğitimi, Diyarbakır, 2003, s. 261-264. Lebib Divanı’ndaki metinlerle ilgili olarak Orhan Kurtuluş tarafından hazırlanmış doktora tezinden de faydalandık. Orhan Kurtuluş, Lebib Divanı (İnceleme-Tenkitli Metin-Sözlük), *Basılmamış Doktora Tezi*, Hacettepe Ü, SBE, Ankara, 2004. <http://ekitap.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/10623,lebib-divanipdf.pdf?0>

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

bu kelimenin müştakkıdır. Bu kelime, Kur'an'da daha çok, “dini ve ahlaki alanlardaki aşırılıklar, sapkınlıklar, zulüm ve tecavüzler” anlamlarında kullanılmıştır.⁶ Lebib “tuğyan” kelimesini, dört beyit sonra (K. 58/26) “bağy” kelimesi ile birlikte tekrar zikretmiş ve her iki kelimeyi de “murdar, kirli, pis” anlamlarına gelen “levs” kelimesine bağlamıştır. “Bağy” kelimesinin “Allah’a karşı gelme, dinin çizdiği sınırları aşma” gibi dini-ahlaki anlamları dışında, “meşru devlet başkanına silâhla karşı koyma, isyan etme” gibi siyasi-fikhi karşılığı da bulunmaktadır.⁷ Dolayısıyla verilmek istenen mesaj açıktır: “İsyan eden güruh sadece devlete değil, devleti idare eden padişahın bir halife olması hasebiyle Allah’a da karşı gelmektedir.”

Şairin, isyanın devleti ve memleketi içine düşürdüğü sıkıntılı durumu anlatmak için kullandığı bir diğer kelime, “fitne”dir. İsyân bir fitnedir ve Osmanlı coğrafyasında buhrana sebep olmuştur. Üstelik bu fitne buhranı, Osmanlı mülkünü mahvedecek derecede fazladır. Öyle ki, padişahın Allah'ın takdiri ile tahttan indirilmesi bu fitnenin yegâne dermanı olmuştur:

Tamâm itmişdi mülki fart-ı buhrân-ı fiten geldi

Hakîm-i Lem-yezelden şerbet-i hal' ile dermânı (K. 58/23)

⁶ Metin Yurdağür, “Tağut”, *DİA*, C 39, TDV, İstanbul, 2010, s. 372.

⁷ Ali Şafak, “Bağy”, *DİA*, C 4, TDV, İstanbul, 1991, s. 452.

2. Patrona Halil İsyanı

Bu yüzyılda, devletin içinde gelişen önemli olaylarından bir diğeri, 1730 senesinde Patrona Halil'in başlattığı isyan ve bu isyanın akabinde Sultan III. Ahmed'in tahttan çekilmeye mecbur edilmesidir.

İran'a karşı açılan seferde elde edilen toprakların birer birer kaybedilmesi, Damat İbrahim Paşa'nın sefahatine karşı İstanbul'da beslenen kinin ortaya dökülmesi için bir vesile olmuştu. İbrahim Paşa'nın aleyhtarları, halkı hükümete karşı kışkırtmaya başladı. Durumun ciddiyetini gören İbrahim Paşa, İran'la anlaşma yapmak istedi. (Haziran 1730) Ancak İran, Osmanlıların savaşmak istemedikleri fark etti ve anlaşmayı geciktirerek vakit kazandı. Arkasından taarruza geçti. Damat İbrahim Paşa da padişahın bizzat katılacağı bir İran seferi başlattı. Fakat III. Ahmed'in sefer konusunda isteksizliği vardı ve bu durum halk içinde şüyu buldu. İşte bu gelişmelerin olduğu sıralarda, Nadir Han'ın Tebriz'i ele geçirdiği ve şehirdeki Sünnilerin kılıçtan geçirildiği haberinin İstanbul'a ulaşması, padişah ve sadrazam aleyhinde çalışanlar için beklenen bir fırsatın oluşmasına sebep oldu.

Esasen İbrahim Paşa'nın daha önceden de aleyhinde olan gruplar vardı. Zira Damat İbrahim Paşa, bütün akraba ve yakınlarını önemli mevkilere getirmesi, hasımlarının kendisine dış bilemesine sebep olmuştu. Bunun dışında, son Avusturya

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

seferinde yeniçeri ocağı, Damat İbrahim Paşa'nın bütün itimadını sarsmış ve Paşa, yeni bir ordu kurmanın lüzumunu anlamıştı. Ancak bunu tatbik etmek için uygun bir fırsat arıyordu. Nihayet Üsküdar'da bir kışla yapıp yeni usul üzerine talim ettirmeye başladı. Fransa'dan birkaç askeri mütehassıs getirmesi, çevresindeki düşmanları kızdırdığı gibi yeniçerilerin de tepkisini çekmeye yetmişti.

28 Eylül 1730 tarihinde başlayan isyanı idare edenler Patrona Halil ve Muslu Beşe, Küçük Muslu, Kutucu Hacı Hüseyin, Çınar Ahmed, Ali Usta, Karayılan, Emir Ali, Turşucu İsmail adındaki şahıslardı. Asiler, yanlarına yeniçeri ve halkı aldıktan başka, mahpusları da serbest bırakarak isyan grubuna dâhil etmişlerdi. Asiler, önlerine çıkan konakları yağmaya başladılar. 30 Eylül'de III. Ahmed'den, başta sadrazam olmak üzere otuz yedi kişinin başını istediler. Ertesi gün Damat İbrahim Paşa, her ikisi de damadı olan Kaptan-ı Derya Vezir Mustafa Paşa ve Sadaret Kethüdası Vezir Mehmed Paşalarla beraber idam edildi. Asilerin padişaha dokunmayacakları sözü üzerine III. Ahmed, 2 Ekim 1730 tarihinde, tahtını veliaht Şehzade Mahmud'a bırakarak padişahlıktan çekildi. Sultan I. Mahmud'un tahta çıkmasından sonra asi grubu işi daha da ileri götürdü ve yüz yirmiden fazla köşkün yakılmasını yeni padişahın istedi. Padişah, Avrupa'ya ve düşmanlara karşı gülünç olacakları sebebiyle yakılmasına rıza göstermedi; isyancılar da ne kadar köşk varsa hepsini yıktılar ve hatta

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç
İsyanlar

yetişmiş ağaçlarını bile keserek üç gün içinde her yeri harabeye çevirdiler. Asilerin şeyhülislamdan canlarının emniyetine dair bir fetva almaları ve çekilmelerinden sonra ortalık biraz yatıştı, dükkân sahipleri tekrar dükkânlarını açar oldu. I. Mahmud, isyancıların idare üzerindeki hâkimiyetine bir son vermek düşüncesiyle Patrona Halil ve adamlarını (on sekiz kişi) bir bahane ile saraya çağırdı ve onları orada imha etti.⁸

Yüzyılın divanlarını incelediğimizde, yalnızca iki şairin Patrona İsyanından bahsettiğini görüyoruz. Bunlardan biri Salim, diğeri ise Lebib'dir. Ebcet tarihçiliği 18. yy.da zirve noktasına ulaşmasına; bu meyanda çeşme ve köşk yapımı, doğumlar ve vefatlar gibi pek çok olaya dair tarih manzumesi yazılmasına rağmen, yüzyılın divanlarında şairlerin bilhassa padişahların hal'i ile neticelenen isyan hareketlerini manzumelerinde dile getirmediğine; bundan özellikle kaçındıklarına şahit oluyoruz. Nitekim devrin tarihçisi Salim, Patrona İsyanı gibi menfur bir hadiseden bahsetmek istemediğini, ancak iman ve mürüvvetin de insanı suskun bırakmadığını, isyan sonrası sadarete gelen Silahdar Mehmed Paşa'ya yazdığı "*Der-Sitâyiş-i Vezîr-i A'zam Mehmed Paşa*" başlıklı 33 beyitlik kasidesinde⁹ anlatmıştır:

⁸ İ. Hakkı Uzunçarşılı, s. 199-209.

⁹ Hüseyin Güfta, Salim (Mirzazade), Hayatı, Edebi Kişiliği, Eserleri ve Divanının Karşılaştırmalı Metni, *Basılmamış Doktora Tezi*, Atatürk Ü, SBE, Erzurum, 1995, s. 232-234.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Söylemek istemez âdem anı ammâ duramaz

Komaz imân u mürüvvet k'ola ebkem gûya (K. 25/19)

İsyan dönemini “felaket denizi” benzetmesi ile sembolleştiren şair, bu felâketten “yâ Mevlâ!” zikriyle kurtulduklarını söyler:

Ne idi çekdigümüz bahr-ı felâketde bizüm

Hamduli'llâh ki yetüp zezeme-i yâ Mevlâ (K. 25/20)

Şair, felaketi denize teşbih ettikten sonra, denizle ilgili diğer benzetmeleri sıralar: Emniyet limana; ten, tahta gemilere; isyanın kendisi, tersten esen şiddetli bir kasırgaya; habaset (alçaklık, kötülük) donanmaya ve melânet (lanetlenmiş şey) çektiriye benzetilmiştir.

Düşdi limân-ı emâna süfün-i tahte-i ten

Talgalar boydan aşup görmüş iken nice belâ

Tonanup çıkdı tonanma-yı habâset pusudan

Sekdirüp çekdiri-i melâneti bî-pervâ (K. 25/21,24)

Manzumenin devamında Patrona Halil'e “kâfir-i billâh (Allah'ın dinini örten)” diyen şair, onun avenesini de “namı bilinmeyen köpek ve ibn-i rüsva (rezilin çocuğu)” şeklinde tavsif eder:

Batrona nâmına bir kâfir-i bi'llâh dahı

Bir iki nâmı bilinmez köpek ibn-i rüsâ (K. 25/25)

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Şair Salim, Patrona Halil'in asıl mesleğinin tellaklık olduğunu; bir şekilde ortaya çıktığını ifade eder. Bu ifadeler, böyle itibarsız birinin bütün Osmanlı coğrafyasını fesada sürükleyen bir isyana öncülük etmesi karşısında şair şaşkınlığını göstermektedir. Nitekim İsmail Hakkı Uzunçarşılı, Patrona Halil'in yeniçeri ocağının on yedinci bölümünden bir Arnavut olduğunu söyler.¹⁰

Aslı dellâk iken eyledi bir gûne zuhur
Ki cihân mülki bütün oldu fesâda me'vâ (K. 25/26)

Patrona ve arkadaşları, fesadın acı suyunu mananın tatlı suyu zannetmişler ve isyan sonrası kurmak istedikleri düzenin ebedi olacağını düşünmüşlerdir. Ancak bu yaptıkları iş, onların ellerini kirletmiş ve yüzlerini de kara etmiştir. Onlardan geriye utanılacak bir davranış kalmıştır:

Kanına susadı gûyâ bir iki Arnâbûd
Sandı telh-âb-ı fesâdı o zülâl-i ma'nâ
Câvidân sandı gidi böyle gelen dünyâyı
Elinün kiri yüzi karası kaldı ammâ (K. 25/27,28)

Şair, ifsada uğramış cihan meclisini, çekilen keder bakımından mahşer gününe benzetir. Bu fesat ve kederden, kendilerini yeni vezir Silahdar Mehmed Paşa askeri tedbirler ile kurtarmıştır:

¹⁰ İ. Hakkı Uzunçarşılı, s. 204.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Hâsılı böyle biraz müfsid ile bezm-i cihân
Haşr-ı mahşer gibi olmuşdu keder ser-tâ-pâ
Sad-şükür kim o vezîrün sipeh-i tedbiri
Kıldı bu saffi şikeste bizi itdi ihyâ (K. 25/29,30)

Patrona Halil isyanı ile bilgi veren bir diğer şair ise Diyarbakırlı Lebib'dir. Lebib, bu çalışmamızda daha önce zikredilen “*Kasîde-i Rengîn-Beyân Müddet-i Saltanat-ı Selâtîn-i Âl-i Osmân*” başlıklı 51 beyitlik manzumesinde¹¹ bu olaydan şöyle söz eder:

Sultan Ahmed, devletin içinde nizamı sağladıktan sonra, kâfir beldelerine sefere niyetlenir. Bir kerede, Revan, Gence, Tiflis, Tebriz ve Hemedan'ı alır. Tarih H 1143'e (M 1730) geldiğinde, yani padişahlığının yirmi sekizinci yılında Üsküdar'a, Şii İran üzerine sefer etmek gayesiyle geçtiğinde Hariciler (isyankârlar) meydanı doldurmuştur:

Bu reftâr üzre târîh oldı bin yüz kırk üçe bâliğ
Otuzdan iki noksan olmuş idi sâl-i sultânı
O Dârâ Üsküdarâ Râfizi kasdıyla giçdükdü
Sitanbûl dâhilinde Haricîler aldı meydânı (K. 58/32,33)

Şairin, yukarıdaki beyitlerinde “Rafizi (Şii)” kelimesi ile “Harici” kelimesini bir arada kullanması ilginçtir. Bu kelimeler, Hz. Ali ile Hz. Muaviye arasında yapılan Sıffin savaşını ve Haricilerin bu savaşta her iki gruba karşı isyanını

¹¹ İdris Kadioğlu, s. 261-264.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

hatırlatmaktadır. Bununla birlikte, Şia'nın Hz. Ali taraftarı oldukları düşünüldüğünde, padişahın da Hz. Muaviye olarak düşünülmesini mümkün kılan bir benzetme yapılmıştır.

Şair Lebib, manzumenin devamında şunları aktarır:

Kaderin tecellisi, hikmetli sebepleri de önceden hazırlar. O padişah da bu gizli sırra vâkıf olunca, kanatları ters dönen kuş gibi olur ve hemen o saatte kendi isteğiyle tahttan feragat ederek yerine kardeşinin oğlu Sultan (I.) Mahmud'u geçirir.

Hezârân kıl ü kâl oldu ki dil zikrinde lâl oldu

O şeh bergeşte-bâl oldu duyınca sırr-ı pinhânı

Hemân ol sâ at itdi câ-nişînî ihtiyârıyla

Birâder-zâdesi Sultân Mahmûd-ı cihân-bânı (K. 58/35,36)

3. Sarıbeyzade Mustafa İsyanı

1735-1739 yılları arasında Batı Anadolu'da Soley Bey diye adlandırılan Sarıbeyoğlu Mustafa önderliğinde isyancı bir grup ortaya çıkar. Faaliyet merkezleri Honaz, Denizli'dir. Sarıbeyoğlu, Mersin'den Balıkesir'e, Aydın'dan Akşehir'e kadar olan bölgeyi tehdit altına alır. Böylece, Osmanlı devlet otoritesine karşı Batı Anadolu'da bir hayli yayılan isyana öncülük edip bu bölgedeki düzeni bozar ve ticari hayatı da geniş ölçüde etkiler. Sarıbeyoğlu, merkezi idareden memnun olmayan sivil halktan düzenlediği bir kuvveti emrinde tutar ve merkezden isyanı bastırmak üzere ayrı zamanlarda gönderilen

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Osmanlı askeri kuvvetlerini de yenmeyi başarır. Sarıbeyoğlu isyanı, uzun süren mücadeleler sonucu 30 Nisan 1739 tarihinde bastırılır, Sarıbeyoğlu ve çetesi tamamen ortadan kaldırılır.¹²

18. yy divanlarını incelediğimizde, bu olaydan söz eden tek şairin Kırımlı Rahmi olduğunu tespit ettik. Kırımlı Rahmi, Sarıbeyzade Mustafa başlıklı eşkıyanın katlini anlattığı “*Târîh-i Katl-i Ser-i Eşkiyâ Sarı Beg-zâde der-Anadolu Kabbehahullâh*” başlıklı 12 beyitlik tarih kıtasında¹³, zafer güneşinin, eşkıyanın eziyet ve zulüm karanlığını yok ettiği ve karanlık geceyi kıskançlık veren bir gündüze döndürdüğü için insanlara “Gözünüz aydın olsun!” der:

Dîde rûşen yine mahv eyledi hurşîd-i zafer
Eşkiyânın zulümât-ı sitem ü âzârın
Gözü aydın yine a'yân-ı Anadolu'nun
Şevk-i reşk-âver-i rûz etdi leyâl-i târın (T. 36/1,2)

Eskiden taşrada idam edilen siyasi mahkûmların kesik başları İstanbul'a getirilir, daha sonra da halka ibret amacıyla şimdiki adı Topkapı Sarayı olan Bab-ı Hümayun'un önündeki “ibret taşları”nda teşhir edilirdi.¹⁴ Kırımlı Rahmi de Sarıbeyzade Mustafa'nın öldürülüp kafasının kesildiğini ve

¹² Necmi Ülker, *İzmir Şehri Tarihi I*, Akademi Yayınevi, İzmir, 1994, s. 35-40.

¹³ Sevgi Elmas, Rahmi (Kırımlı, Mustafa) Hayatı, Edebi Şahsiyeti, Eserleri ve Divanının Tenkitli Metni, *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Trakya Ü, SBE, Edirne, 1997, s. 167-168.

¹⁴ Mustafa İpşirli, “Cellat”, *DİA*, C 7, TDV, İstanbul, 1993, s. 271.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç
İsyanlar

kesik başının, kötü ve alçak kimselere ibret olsun diye Bab-ı Hümayun'un önünde teşhir edildiğini, böylece asinin hak ettiği cezayı bulduğunu ifade etmektedir:

Sarı Beg oğlın edip küşte-i seyf-i sârim
Atdı meydân-ı demâra cesed-i murdârın
Etdi sermâye-i ibret süfehâ-yı dehre
Vaz' edip Bâb-ı Hümâyûna ser-i evkârın
Ser-i maktûmı gördükde dedim târîhin
Sarı Beg-zâde şâkî buldı sezâ-yı kârın (T. 36/8,9,12)
(H 1152-M 1739)

4. Vidin Valisi Mehmed Paşa Döneminde Bazı Eşkîya Hareketleri

Şair İbrahim Naziri'nin kaside ve tarih kıtası yazdığı devlet adamlarından biri de bir dönem ikamet ettiği Vidin Eyaleti'ne vali olan Muhsinzade Mehmed Paşa'dır.¹⁵ İbrahim Naziri, "*Berâ-yı Müşârun İleyh Muhammed Paşa inde Kat'ı*

¹⁵ Muhsinzade Mehmed Paşa, Sadrazam Abdullah Paşanın oğludur. 1151'de (1738-39) babası sadrazam olunca vezir rütbesiyle Maraş valisi ve sonra Bender muhafızı, sonra tekrar Maraş valisi, daha sonra Adana, Bosna, Hotin, Özi, Bender, Köstendil, İnebahtı, Halep valisi oldu. 1171'de (1758) Diyarbakır valisi olup 1172'de (1758-59) III. Ahmed'in kızı ve devrin padişahı III. Mustafa'nın kız kardeşi Esmâ Sultanla evlenerek Anadolu valisi oldu. Daha sonra Bosna ve Rumeli valiliklerinde bulunup 1178'de (1765) sadrazam oldu. 1182'de (1768) barış yanlısı olmaktan azledilip Bozcaada'ya ve ardından da Rodos'a sürüldü. Sonra Mora'dan asker tahririne memur edildi. 1182'de (1769) Mora seraskeri oldu. 1184'te (1770-71) Bosna valisi olup 1185'te (1771) Rusçuk'ta iken sadrazam oldu. 1188'de (1774) Karinabad'da vefat etti. Mehmed Süreyya, *Sicilli Osmani Yahut Tezkire-i Meşahir-i Osmaniye*, haz. Mustafa Keskin vd., C 4, Sebil Yayinevi, İstanbul, 1996, s. 1064.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Urûk-ı Eşkiyâ-yı Etrâf ” başlıklı 8 beyitten oluşan kasidesinde¹⁶ Mehmed Paşa'nın eşkiyayı temizlemesini anlatmaktadır. Manzumeye göre eşkiya, ticaret yollarını kesmektedir. Ancak o paşanın kendi üstlerini geldiğini görünce Yecüc seddini geçinceye kadar kaçmışlardır. Şeriat hükümlerince asılan eşkiyaları görenler dua etmişler ve birbirlerine “Çok şükür, ticaret edelim, insanlar emniyet ve rahat içinde seyahat edecekler.” demişlerdir. Şair, “velinimetim” dediği Muhsinzade Mehmed Paşa'nın Hz. Peygamber'i memnun edecek en büyük gazayı gerçekleştirdiğini söyler:

İşidüp kat'-ı urûk-ı eşkiyâya azmüni
Sedd-i Ye'cüci geçerler sür'at ile her biri
Şer'-ile âvîzegânı her gören idüp du'â
Birbirine didiler mesrûr olup ins ü peri
Hamdüli'llâh şevk ile azm-i ticâret idelüm
Emn ü râhat oldı ebnâ-yı sebîlin rehberi
Bûse-dâr gül-berg-i dâmânın Nazîr eyle du'â
Çün veliy-yi ni'metün itdi gazâ-yı ekberi (K. 13/4,5,6,8)

¹⁶ Necdet Şengün, Nazir İbrahim ve Divanı, *Basılmamış Doktora Tezi*, Dokuz Eylül Ü, SBE, İzmir, 2006, s. 365-366. İbrahim Naziri Divanı'nda Muhsinzade Mehmed Paşa'nın cami tamir ettirmesine ve sakal bırakmasına dair her ikisi de H 1169 (M 1755/56) senesine ait iki tarih kıtası bulunmaktadır. Mehmed Paşa'nın tamir ettirdiği cami Vidin'dedir ve buna dair tarih kıtası, “Târîh-i Tecdîd-i Câmî'-i Şerîf-i Muhsin-zâde Muhammed Paşa der-Vidin” başlığını taşımaktadır. İkinci tarih kıtasında ise şair, Mehmed Paşa'dan “Vidin Valisi” unvanıyla söz etmektedir. bk. Necdet Şengün, , T. 70, s. 967; T. 71, s. 968. Dolayısıyla, bu kaside de bu yıllarda yazılmış olsa gerektir.

5. Eşkıyaların Hicaz Yolunu Kesmesi

Çeteci Abdullah Paşa, lakabından da anlaşılacağı üzere gerek eşkıya takibindeki şecaati gerekse idaredeki başarıları ile tanınmış, Kars ve Diyarbakır Beylerbeyliği, Sivas, Halep, Şam Valiliği, emir-i haclık¹⁷ gibi önemli görevlerde bulunmuş, özellikle urban eşkıyasının tedip ve terbiyesindeki gayretleri sebebiyle kendisine taltifname-i hümayun gönderilmiş bir idarecidir.¹⁸

Diyarbakırlı şair Lebib, Çeteci Abdullah Paşa'nın Hicaz yolunu kesen Benî Harb adlı Arap kabilesini yenmesi ve onların eşkıyalık faaliyetlerine son vermesi sebebiyle kendisini tebrik için H 1173-M 1759/60 tarihli bir kıta yazmıştır. “*Vezir-i Müşârün İleyh Çeteci Abdu'llâh Paşa Hazretleri Emîrû'l-Hacc-ı Şâm İken Tarik-i Hicâz'ı Bâgî Arabân'dan Tathîrinde İrsâl Olan Fethiyye Târîhdür*” başlıklı manzume 25 beyittir¹⁹ ve

¹⁷ Hac emiri (emir-i hac), hac için Mekke'ye giden kafilenin reisi hakkında kullanılan bir tabirdir. Bunlar, kervanları emniyet altında getirip götürmekten başka, hac müddetince inzibatı teminle beraber Mekke'de, Arafât'ta ve diğer mübarek makamlarda yapılacak menasiki idare etmekle mükelleftir. Osmanlı hilafetinde bu memuriyet, sonraları surre emniğine tahvil edilmiştir. Mehmet Zeki Pakalın, *Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*, C 1, MEB, Ankara, 1993, s. 527.

¹⁸ Mesut Aydınar, “Küresel Isınma Tartışmalarına Tarihten Bir Katkı, Arşiv Belgeleri Işığında XVIII. Yüzyılın İkinci Yarısında Diyarbakır ve Çevresinde Meydana Gelen Büyük Kıtık ve Alınan Tedbirler”, *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, S 19, 2006, s. 129.

¹⁹ İdris Kadioğlu, s. 300-302.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

başlıktan anlaşıldığına göre, Abdullah Paşa o dönemde Şam hac emiridir.²⁰

Lebib, söz konusu manzumede Abdullah Paşa'nın zatının isyancılara karşı "kılıç ayeti" olduğunu ve besmeleyle ateş gibi yakıcı kılıcının müşrikleri erittiğini ifade eder. Abdullah Paşa, padişahın yüce ellerinde bir şahbazdır ki, kartala benzeyen Arap eşkıyasını bile avlayabilmiştir.

Âyet-i seyf oldu zâtun ehl-i bagye eyledün
Besmeleyle tîg-ı âteş-tâbunı müşrik-güdâz
Çeng-i cengünde Arab çün karakuş oldu zebun
Dest-i ikbâl-i şehensâhîde sensin şâh-bâz (T. 11/10,13)

Şair, Benî Harb kabilesinin kendisini harbe davet ettiklerini, ancak boş konuştuklarını, zira savaşmanın ne olduğunu bilmediklerini söyler. Manzumenin sonunda Lebib, Abdullah Paşa'yı tebrik ederek kendisinin Hicaz yolunun fatihi olduğunu söyler:

²⁰ 1517'de Mısır ve Hicaz'ın Osmanlı idaresine girmesiyle hacıların güvenliğinin sağlanması, Hicaz'daki kutsal makamların korunması ve bu bölge sakinlerinin ihtiyaçlarının giderilmesi, Osmanlı sultanlarının önemli görevlerinden biri olmuştur. Osmanlılar zamanında hac emirinin sayısı ikiye çıkarılmıştır. Bunlardan birinin görev yerinin merkezi Şam, diğerinin ise Mısır (Kahire) idi. Şam emir-i haccı Anadolu, İran ve Orta Asya hacılarıyla Halep ve Bağdat gibi diğer bazı Arap vilayetlerinden Şam'da toplanan hacıların, Mısır emir-i haccı da Kuzey Afrika ve Mısır çevresinden Kahire'de toplanan hacıların Haremeyn'e gidiş dönüşlerinden sorumluydu. Münir Atalar, "Emir-i Hac", *DİA*, C 11, TDV, İstanbul, 1995, s. 132.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Eyledi da'vet seni harbe Benî Harb-i le'îm
 Çâşnî-i harbi bilmezdi henüz ol herze-tâz
 Ben de tebrîk ile bu mısırâi ketb itdüm Lebîb
Hâc-ı Abdu'llâh Paşa fâtih-i râh-ı Hicâz (T. 11/14,25)
 (H 1173-M 1759/60)

6. Erzurum Civarında Eşkîya Hareketleri

Lebib, Erzurum valiliği görevinde bulunan Yazıcızade İbrahim Paşa'nın²¹, Erzurum'da ortaya çıkan eşkıyaları temizlemesini, “*Vezîr-i Müşteri-Tedbîr Yazıcı-zâde İbrâhîm Paşa Erzurum'da Zuhûr İden Eşkîyâ-yı Ahâliyeden Tathîr-i Memleket ile İzhâr-i Celâdet İtdükde İrsâl Olunan Târihli Nazmdur*” başlıklı ve H 1174 (M 1760/61) tarihli 45 beyitlik manzumesinde²² şöyle anlatmaktadır:

Asiler, Erzurum'u istila etmişlerdir. Şehrin ileri gelenlerinden bazıları şehirden kaçmış, bazıları da eşkıyanın saldırısına maruz kalmıştır. Pek çok kişi, olaylara sessiz kalmıştır. Cenabı Allah'ın gölgesi olan padişah, Vezir İbrahim Paşa'ya mansıplık (valilik) verip kendisini oraya göndermiştir:

²¹ Yazıcızade İbrahim Paşa, yeniçeri kul kethüdalığından azledildikten sonra, H 1152 sonlarına doğru (M 1740), yeniçeri ağası; H 1158'de (M 1745/46) vezir rütbesiyle Erzurum valisi oldu. Daha sonra Diyarbakır, Erzurum, Van, ikinci defa Diyarbakır valisi oldu. H 1171'de (M 1757-58) halk tarafından valilikten atıldı. Bir süre boşta kalıp H 1173 (M 1759/60) senesinde Çıldır Valisi ve H 1174'te (M 1760/61) üçüncü defa Erzurum valisi oldu. Buradaki görevinden sonra, H 1176'da (M 1762/63) Kars valiliğine getirildi. H 1178'de (M 1764-65) orada vefat etti. Mehmed Süreyya, C 3, İstanbul, 1996, s. 788.

²² İdris Kadioğlu, s. 330-332.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Edince Erzurûmun ehl-i bâğî şehri istîlâ
 Girîzân oldu a'yânun kimisi kimi pâ-mâl
 Eger hâhî selâmet der-kenârest²³ oldu müjdem
 Niçe söz sâhibi itdi sükûta nutkın istibdâl
 Cenâb-ı zill-i Yezdân ol vezîre eyledi fermân
 Anı tanzîm için tevcîh-i mansıbla idüp irsâl (T. 25/4-6)

İbrahim Paşa, kendine görev verilir verilmez valilik alameti olan sancağını alır ve hızlı bir şekilde yola koyulur. Erzurum'a çok hızlı bir şekilde gelir ve ayağının tozu, isyancı rezillerin gözlerinin kör olmasına sebep olur:

Nüfûz-ı hükm-i sultânîde ârâmı harâm itdi
 Etû'llâhe emrin eyleyüp râyât-ı istidlâl
 İtâat birle sür'at birle geldi kıldı ol âsaf
 Ayağı tozını gerd-i imâd-ı dîde-i erzâl (T. 25/7,8)

İbrahim Paşa, asilerle kale içinde çok çetin çarpışmalar yapmaktadır. Öyle ki Paşa, şehrin sokaklarını düşmanların cesetleriyle remil tahtalarına döndürmüştür. Düşmanın lideri, onun kılıcı karşısında ekin tanesi gibidir. Vezirin elindeki kılıç sanki geniş bir kile, kendisi de kile ölçümü yapan kişidir:

⁵ “Eğer selâmet istiyorsan (bil ki o), kenarda(durmakta)dır.”

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

O denlü tığ-bâz oldu ki her bir kûçe-i şehri
 İzâm-ı kûşte-i düşmenle kıldı tahte-i remmâl
 Rü'ûs-ı düşmen oldu galle-i seyf-i âsaf-girdâr
 Elinde keyl-i vâsi' mu'temed kendüsi bir keyyâl (T.
 25/15,19)

Şair, paşanın asilerle yaptığı bu savaşın yanında, Hefthan²⁴ savaşının çocuk oyunu gibi kaldığını ifade eder. İbrahim Paşa, Erzurum'a girince asileri kahryla hemen şehirden çıkarıp atmıştır:

Tevârîh âşinâyân-ı selef hep müttefikdür kim
 Buna nisbetle ceng-i Heft-Hân bâzîçe-i etfâl
 Girince Erzuruma dâver-i iclâl-i pîrâyê
 Çıkardı kahr ile cünd-i sefeh-cûyânı bî-imhâl (T.
 25/15,19) (H 1174-M 1760)²⁵

7. Baba Süleyman Paşa İsyanı

Şair Lebib, “*Vezîr-i Maktûl Ali Paşa Hazretleri Baba Süleymân Paşa'yı Kahr u Tedmîrlerinde İrsâl Olinan Fethiyye*

²⁴ Hefthan, Şehname'de iki yerde geçer. İlki, Fars padişahı Keykavus'un Mazenderan'da zindandayken her bir konakta insanlarla devlerin çarpıştığı yoldur ki Rüstem buradan aşarak Keykavus'u kurtarmıştır. İkincisi ise Güştasb'ın Ercasb tarafından esir edilmiş olan kızlarını kurtarmak için İsfendiyar'ın aştığı yedi duraklık yoldur. Rüstem veya İsfendiyar, her konakta savaştıktan sonra sofrayı kurup zaferlerini kutladıkları için her ikisinin de bu yolculuklarına hefthan denilmiştir. İskender Pala, “hefthan”, *Ansiklopedik Divan Şiir Sözlüğü*, L&M, İstanbul, 2002, s. 212.

²⁵ Mısranın ebced değeri bu tarihe karşılık gelmemektedir. Yukarıdaki tarih, Divan'ın tenkitli metninden alındı.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Târîhdür” başlıklı 35 beyitten oluşan tarih kıtasında²⁶, Ali Paşa'nın²⁷ Baba Süleyman²⁸ isimli bir kişinin liderliğinde çıkan isyanı bastırmasını anlatır.

Lebib, vezirlerin aldıkları tedbirler sayesinde dünyanın rahatlık içinde olduğunu söyleyerek Allah'ın onları eksikliğini göstermemesini ister. Onların insanı yola getiren topuzları olmasaydı, halktan hiç kimse devlete itaat etmez. Eğer vezirler, asilere hadlerini bildirmeseler yüce makamlara erişmek hevesiyle pek çok kimse isyan eder. Bu isyankârlardan biri de Baba Süleyman'dır. Baba Süleyman, fırsatını bulunca tabiatındaki habisliği ortaya dökerek liderliğe heves etmiş; etrafına topladığı binlerce ayaktakımı ile de Bağdat'ta bir isyan çıkarmıştır. Siyah bir deve benzeyen bu kişi, karınca gibi kalabalık ordusu ile kendini zamanın Süleyman'ı zannetmektedir:

O1 dîv-i siyeh mûr-ı adû-ceyş ile itdi

Ragmınca Süleymân-ı zamânüm diyü da'vâ (T. 8/13)

²⁶ İdris Kadioğlu, 294-296.

²⁷ Ali Paşa, Bağdat Valisi Süleyman Paşa'nın kölesi ve sonra kethüdası oldu. H 1175 (M 1762) yılında vezirlikle Bağdat ve Basra valisi oldu. H 1177'de (M 1764) vefat etti. Mehmed Süreyya, C 1, s. 275.

²⁸ Baba Süleyman, Osmanlı döneminde Irak'ın Süleymaniye şehri civarında yaşayan ve Babanlar/Babanzadeler diye anılan Kürt aşiretine mensup olsa gerektir. Geniş bilgi için bk. Şaban Bayrak, “Osmanlı-İran Devletlerinin Irak'ın Kuzeyindeki Aşiretlere Yönelik Siyasetleri ve Baban Mutasarrıfı Abdurrahman Paşa Olayı (1790-1813)” 38. *ICANAS Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, C 1, Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Ankara, 2012, s. 647-662.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Lebib, iki grup arasındaki savaşı anlatırken musiki terimlerini kullanır. “Râmişger (çalgi aleti), âheng, tabl (davul), nakâre (vurmalı bir çalgı), zil, sûr-nâ (zurna), Kürdî (bir makam adı), nagamât (nağmeler), kûçek (bir makam adı), büzürg (bir makam adı)” kelimeleri bu cümledendir. Ali Paşa'nın karşısında isyankâr bir Kürt grubu vardır. Savaş başlayınca top ve tüfek sesleri, ahenkli birer çalgı aleti olmuştur. Asi Kürt grubu, öfkeli Osmanlı askeri karşısında büyük bir mağlubiyet yaşar. Şairin, “Kürdî”, “kûçek” ve “büzürg” kelimelerini (Kelimenin aslı büzürg'dür.) tevriyeli olarak kullanması dikkat çekmektedir. Kürdî hem kavim hem bir musiki makamı; kûçek hem köçek (erkek oyuncu) hem de bir musiki makamı; büzürg de hem büyük hem de yine bir musiki makamı anlamlarına gelmektedir. Baba Tahir'e alay dolu bir şekilde seslenen Lebib, ona Kürdî nağmelerle bu işlerin yürüyemeyeceğini; kûçek makamının büzürg makamına denk olamayacağını; bir başka ifadeyle köçeklik yapan birinin ulu ve saygın kişilerle yarışamayacağını ifade eder:

Kürdî nagamât ile olur mı Baba Tâhir

Kûçek nice kâbildür ola büzürgü hem-pâ (T. 8/29)

O fesat ve azgınlık ateşini, yüzlerce hamle ile Vezir Ali Paşa'nın zafer suyu söndürmüştür. Şair, Ali Paşa'nın düşmana haddini bildirmesine ve bu fesadı ortadan kaldırmasına dair şu tarih kıtasını söyler:

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Sad hamle ki ol nâ'ire-i bagy u fesâdi

Âb-ı zafer-i dâver-i devr eyledi itfâ

Bir müjdecî geldi didi târîh Lebîbâ

Bildürdi hele düşmâna haddin Ali Paşa (T. 8/30-35)

(H 1176-M 1762)

8. Yezidi İsyanı

Sarı Abdurrahman Paşa'nın²⁹ Diyarbakır valisi iken bölgede Zeze isimli bir kişi liderliğinde başlayan Yezidi isyanını bastırmasına dair Şair Lebib tarafından “*Vezîr-i Müşârün İleyh Sarı el-Hâc Abdu'r-Rahmân Paşa Hazretleri Diyârbekr Havâlisinde Yezid Tâ'ifesinden Zeze Mel'ûnunun Levs-i Habâsetini Tathîr Zımnında Makarr u Me'vâsı Olan Hazîz Nâm Olan Kal'asını Kal' İtdükde Virilen Fethiyye Nazmdur*” başlıklı 39 beyitlik bir tarih kıtası³⁰ yazılmıştır.

Abdurrahman Paşa, Diyarbakır'a vali olmuş, ova ve dağdaki eşkıyaları takibe almıştır. Diyarbakır civarında Zeze adıyla maruf, melun, yolkesen, kan döken bir asi bulunmaktadır. Zeze isimli hınzır tabiatlı Yezidi, valilerin ihmâl etmesi sonucu sarp bir dağa Hazîz adını verdiği kale yaptırıp

²⁹ Darendelidir. İstanbul'a gelip kapıcıbaşı olmuş, 1168'de (1755) çavuşbaşı olup 1169'da (1756) vezirlikle Maraş valisi, 1171'de (1757/58) cerde başbuğluğuyla Trablusşam ve 1172'de (1758/59) Konya valisi olup 1173'te (1760) Darendede ikameti ferman buyuruldu. Daha sonra 1175'te (1761/62) Trabzon valisi ve 1176'da (1762/63) ilaveten Aydın valisi oldu. 1177'de (1763/64) Diyarbakır valisi ve 1180'de (1766) serasker sıfatıyla Erzurum valisi oldu. Şaban 1180'de (Ocak 1767) vefat etti. Mehmed Süreyya, C 1, s. 96.

³⁰ İdris Kadioğlu, 322-324.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

orayı kendine yurt edinmiştir. Orası, kötü insanların da sığınağı olmuştur.

Yüm-i ikbâli tecessüsle bulup virdi haber
 Bir Yezîdî Zeze nâmında la'în ibn-i la'în
 Bedrveşü'l-la'n u iblîs-perest ü reh-zen
 Seg-meniş sefk-i dimâ hod ana de'b-i dîrîn
 Meger ihmâl-i vülât ile o hınzîr-nihâd
 Yapdırup bir cebel-i sa'be yedi hısn-ı haşin
 Kendi yurd itmiş o me'vâ-yı menî'i bî-bâk
 Sâ'ir eşrâr-ı sitemkâra dahi cây-ı mekîn (T. 20/19-22)

Abdurrahman Paşa, hemen o serkeşin kalesini yerle bir etmek ve etrafta güvenliği sağlamak için oraya kapıkulu ocaklarından asker gönderir. Süleyman Ağa, o askerın başında gider. Şair, düşman Yezidi olduğu için Hz. Hüseyin'in Kerbela'da şehit edilmesine telmihte bulunur:

Yezidi taifesinin bulunduğu yere, Hz. Hüseyin'in masum kanı ve padişahın kahr kılıcının zehrini tattırmak için ah ederek gidilir. Yezidinin kalesi balyemez toplarıyla dövülür:

Zehr-i kahr-ı şeh-i dîni ana tatdurmak için
 Bal yimez tûblar ile itdiler âheng-i zemîn (T. 20/29)

Yezidinin cesedi, karanlık bir gecede dağın alt tarafından geçen bir nehre atılır. Bu isyan üç günde bastırılmış, Yezid'in kalesi yerle bir edilmiş, ticaret yolları emniyete alınmıştır:

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Zîr-i kûhındaki nehre atılup bir şeb-i târ
 İtdi şeytâmı o seg-hânedede san cânî-nişîn
 Hamd li'llâh olup üç günde müyesser fethi
 Oldı ebnâ-yı sebîl ehl-i ticârât emîn
 O Yezîd ile Hüseyîniye çıkup da'vi-i dîn
 Câyını âsaf anun kıldı müsâvî-i zemîn (T. 20/32, 36, 39)
(H 1178-M 1764)

9. Panuki Mehmed İsyanı

Panuki aşiretinin reisi asi Panuki Mehmed, oğlu Veysi ve ismi verilmeyen bir kişinin Sarı Abdurrahman Paşa'nın emriyle başlarının kesilmesi yoluyla öldürülmesini Lebib, "*Merhum Sarı Abdu'r-Rahmân Paşa Hazretleri Panuki Eşkiasından Ser-i Aşâ'ir-i Panuki Muhammed'ün ve Oğlu Veysî'nün Ser-i Nükbet-Eserlerini Kat'da Katllerine Olan Târîhdür*" başlıklı 2 beyitlik bir tarih kıtasıyla³¹ aktarır. Lebib, kaleme seslenerek onun müfsitlerin yok olmasından dolayı secde etmesini, sayfa denilen sahalarda gafil ve serseri gezmemesini ister. Üç asinin başı aynı bıçakla kesilmiştir:

Kıl zevâl-i müfsidîne secde-i şükr ey kalem
 Gezme sahrâ-yı sahâyifde mugaffil ser-serî
 Yaz bu târîhi hemân ol küştenîler hakkına
 Bir bıçakdan çıkdı üç âsî-i bed-kârün seri (T. 59/1,2)
(H 1178-M 1764)

³¹ İdris Kadioğlu, 362.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

10. Bağdat Civarında Şii-Arap İsyanı

Lebib, “*Kasîde-i Levendâne-edâ Berây-ı Vâlî-i Bağdâd Ömer Paşa Berây-ı Ceng ü Feth-i Arabân-ı Benî Hazâî*” başlıklı 90 beyitten oluşan kasidesinde³², Bağdat Valisi Ömer Paşa'nın³³ Şii Benî Hazai kabilesine mensup Arap asileriyle yaptığı mücadeleyi ve onları ortadan kaldırmasını anlatır.

Bağdat Valisi Ömer Paşa, Hz. Ömer'in adâletini ve Hz. Osman'ın hayâsını mizacında toplamış bir vezirdir. Bağdat ve Basra'daki yolların güvenliğini sağlamıştır. İki şehrin asayişini sağlamakla görevli Ömer Paşa, Bağdat civarında Nemnem çölünde Şii Hazai kabilesi eşkıyalarının ehl-i sünnet mensuplarına saldırdığını haber alınca emrindeki askerleri tertip edip düşmanın bulunduğu yere kırk iki saatte varmıştır:

Hazâ'îler tahazzu' eyleyüp sahrâ-yı Nemnemde
Ki izhâr ide ehl-i sünnete yalmân-ı tугyânı
Habîr oldukda ol gayret-keş-i dîn oldı bî-ârâm
Hemân azm-i imâteyle o heyî-i herze-pûyânı
Vusûl-ı cây-ı düşmen şevki ile ol gazanfer-dil
İdüp kırk iki sâat sa'y ü sür'atle feresrâmı (K. 13/36,37,

42)

³² İdris Kadioğlu, 179-185.

³³ Süleyman Paşa'nın kethüdası olup vezirlikle 1177'de (1763/64) Bağdat ve Basra valisi oldu. 1190'da (1776) Diyarbakır valisi oldu. Giderken attan düşerek boynunu kırdı ve vefat etti. Mehmed Süreyya, C 4, s. 1324.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Asilerin reisleri, Şeyh Necdi'nin³⁴ vekilliğini yapan iki kabile şeyhidir. Bunlardan birinin adı Kernus, diğèrinin ise Hamud'dur:

Hem olmuş kâr-zâr esbâbınun tedbîrine der-kâr
İki şeyhü'l-kabile Şeyh-i Necdînün vekîlânı
Birinün ismi Kernûs-ı şakâ me'nûs idi anun
Biri dahi Hamûd isminde bir hınzîr-ı yabanî (K. 13/43-45)

Asiler, Ömer Paşa'nın ordusunu görünce büyük bir şaşkınlık yaşamışlar ve kalkanla kendilerini korumaya çalışmışlardır. Ömer Paşa, besmeleyle savaşa başlamış, İmam-ı Azam'ın sancağını askerın önünde tutmuş, böylece hem askerın maneviyatını yükselterek onları gayrete getirmiş, hem de İmam-ı Azam'ın ruhundan yardım istemiştir:

Teterrüs eylemişler hâirât-ı bî-girân içre
Ki itmezdi vusûle akl-ı kül tecvîz-i imkânı
Fe-ammâ ol hıdîv-i kahraman-dil dâver-i bâsil
Hemân-dem besmeleyle sell idüp şemşîr-i berrânı (K. 13/46,47)

Bu savaş, koyunla kurdun kapışması gibidir. Sahih bir rivayete göre, mezhebi bozuk asiler otuz bin kişi kadardır. Asiler, daha sonra Sünni Osmanlı askerleri karşısında firar etmişlerdir. Bu savaş, üç buçuk saat sürmüştür. Düşmanın kanı

³⁴ Şeyh-i Necdi, şeytanın bir lakabıdır.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

her yere akmış ve çöl sanki kırmızı deri ile döşenmiştir. Ömer Paşa, urban eşkıyalarını³⁵ bozguna uğratmıştır:

Rivâyât-ı sahîhayla otuz bin denlü bed-mezheb
Müretteb müntehâb saff-beste olmuş ceng-i cûyânı
Telâkiden tecâvüz eyledükde üç buçuk sâat
Muhit oldu zalâm-ı inhizâm ol fîre-rûyânı
Akup şu gibi hûn-ı sürh-ser her sû revân oldu
Edîm-i sürh ile gûyâ döşetdi deşt ü yâbânı
Bu fete binde bir ancak düşer bu resme bir târîh

Ömer Paşa-yı bâ-ikbâl bozdı cünd-i Urbanı (K. 13/53,63,66,90) (H 1179-M 1765)

11. 1787-1792 Osmanlı-Rus Savaşı Sonrası Adana'da Çeşitli Karışıklıklar

Adanalı Divan şairi Süruri, 1787-1792 yılları arası süren Osmanlı-Rus savaşı sonrası Adana ve civarında çıkan çeşitli kargaşaları, Süleyman Paşa'ya yönelik yazdığı 22 beyitlik "Methiye" başlıklı kasidesinde³⁶ aktarır. Ruslarla savaş sonra ermiş ve sulh imzalanmıştır. Savaş sırasında, fitne her yerde kendini göstermiştir. Bütün bunlar padişahın kulağına gelince,

³⁵ Osmanlı kaynaklarında, çapulculuk yapan ve Osmanlı sınırları dışında yuvalanan bazı gruplar için de eşkıya tabirinin kullanıldığı görülür. Bunlardan bir kısmı Karadeniz sahillerine saldırıp bazen Boğaziçi'ne kadar giren ve etrafı yağmalayan Kazak gruplarıdır. Bunlara "Kazak eşkıyası" dendiği gibi Bağdat civarındakiler "kızılbaş eşkıyası", yine Bağdat ve Basra taraflarındakiler "urban eşkıyası", Rumeli'dekiler "Sırp ve Arnavut eşkıyası" olarak anılıyordu. Mücteba İlgürel, "Eşkîya", *DİA*, C 11, TDV, İstanbul, 1995, s. 468.

³⁶ Atilla Batur, Süruri Divanı, *Basılmamış Doktora Tezi*, İnönü Ü, SBE, Malatya, 2002, s. 323-324.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

bir vezirini (Süleyman Paşa'yı) Adana'ya olup biteni araştırсын diye vali olarak göndermiştir.

Râm olup sulha hakâretle adû-yı nâ-râm
 Ceyş-i Moskovla sefer gâilemüz buldı hitâm
 Fitne her semtde itmişdi tecâvüz hadden
 Sem'-i sultân-ı cihân bâna degince bu peyâm
 Hidmet-i mansıb-ı tefîşe münâsib gördi
 Bir vezîrüne odur seyf-i siyâdetle be-nâm
 Ya'ni destûr-ı felek-pâye Süleyman Pâşâ
 Vâli-i belde-i cûd âsaf-ı sâhib-en'âm (K. 39/1,3,4,5)

Süleyman Paşa, Adana beldesine nizam vermek için geldiğinde alçak kişilerin bulunduğu yerleri yakıp yıkarak harap etmiş ve böylece şehri kötü kimselerden temizlemiştir. Şair, kötü kimselerin bundan sonra -eğer korkudan uyuyabilirlerse- rahatı ancak uykularında göreceklerini söyler:

Adana beldesine geldiği demde nevbet
 Girdi tablın döğerek virmege ehline nizâm
 Yakdı yıkdı süfehâ menzilini itdi harâb
 Beyt-i ikbâlini ma'mûr ide Hallâk-ı enâm
 Rahatı düşde görür şimdi dimek câiz idi
 Havfdan çeşm-i eşirrâya eger gelse menâm (K. 39/6-8)

12. Canikli Tayyar Mahmud Paşa İsyanı

Osmanlı Devleti'nin taşradaki otoritesini kaybetmesi sonucu idareyi yerel hanedanlara bırakmasıyla Anadolu'da

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

hanedanlar oluşmaya başlamıştır. Bu hanedanlar aldıkları yeni görevlerle bağlantılı olarak güçlerini ve nüfuzlarını arttırdıkça hem merkezi otoriteyle hem de rakip gördükleri komşu hanedanlarla çatışmaya girmişlerdir. 18. yüzyılın ikinci yarısında Kuzey Anadolu'nun idaresi ile görevlendirilen Caniklizadeler de söz konusu hanedanlardan birisidir. Hanedanın kurucusu Hacı Ali Paşa zamanından itibaren hem Çaparzadelerle hem de merkezi otorite ile çatışmaya girmişlerse de her defasında siyasi ve idari beklentiler doğrultusunda affedilmişlerdir.³⁷ Hanedanın son lideri Tayyar Mahmud Paşa³⁸ da III. Selim zamanında Sivas eyaleti ile Amasya sancağının Çaparzadelere verilmesi ve Nizam-ı Cedit ve reform taraftarı

³⁷ İbrahim Serbestoğlu, “Trabzon Valisi Canikli Tayyar Mahmud Paşa İsyanı ve Caniklizadelerin Sonu (1805-1808)”, *Uluslararası Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, S 1, Güz, 2006, s. 89.

³⁸ Samsunlu olan Tayyar Paşa, vezir şairlerden olup Trabzon valisi Canikli Ali Paşazade Battal Hüseyin Paşa'nın oğludur. Anapa Kalesi muhafızı iken (1205/1790) Ruslara esir olmuş ve üç sene esarette kalmıştır. 1208 (1793) yılında esaretten kurtulup İstanbul'a gelmiştir. 1215 (1800) yılında vezaretle Trabzon valiliğine gönderilen Tayyar Paşa, oradaki münasebetsiz hareketinden korkarak Kırım'a kaçmış, Sultan IV. Mustafa zamanında affedilerek İstanbul'a dönmüştür. Daha sonra 1218'de (1803) Diyarbakır valisi olup bir yıl içinde azledilmiştir. 1218'de (1803) Erzurum, 1219'da (1804) ikinci defa Trabzon valisi olmuş ve 1220'de (1805) azledilmiştir. 1222'de (1807) üçüncü defa Trabzon valisi olup aynı ayın sonunda da sadaret kaymakamı olmuştur. 1223'te (1808) görevinden alınarak Dimetoka'ya sürülmüş, ardından da Hacıoğlu Pazarı'na nakledilmiştir. 1223'te (1808) Hacıoğlu Pazarı'nda başı kesilerek idam edilmiştir. Nebahat Çalık Taçalan, Tayyar (Mahmud) Paşa, Hayatı, Edebi Şahsiyeti, Eserleri ve Divanının Tenkitli Metni, *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Trakya Ü, SBE, Edirne, 1998, s. V.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

olmaması sebebiyle isyan etmiştir. Birçok kez affedilen Tayyar Mahmud Paşa, II. Mahmud zamanında idam edilmiştir.³⁹

18. yy. divanlarında Tayyar Mahmud Paşa'nın isyanına dair bir manzumeye rastlamıyoruz. Fakat kendi divanının derkenarında yer alan ve Fazıl mahlasıyla yazılan 7 beyitlik bir tarih kıtasında⁴⁰, Tayyar Mahmud Paşa'nın idam edilmesinden duyulan acı dile getirilmiştir. Şair, onun gibi akıl sahibi bir kişinin dünyaya bir daha gelmeyeceğini söyler. Tayyar Paşa'nın düşmanları, ansızın uykusunda basarak onu şehit etmiştir:

Âh ol Tayyar Pâşâ âh o Mahmûdü'l-hısâl
Bir dahi devrân getirmez böyle sâhib-hûş gibi
Nâgehân basdı adûlar câme-hâb içre anı

Murg-ı cânı Hakkâ pervâz eyledi medhûş gibi (Der-Kenâr 14/1,2)

Bu dünya, arifler için bir düş gibidir. Tayyar Paşa'nın başı kesilmiş ve şehadet tacı, başına bir serpuş gibi konmuştur. Şair, Tayyar Paşa'nın kuş gibi aslına kanat çırttığını söyler.

Özr ile kat' oldu bu re's-i azîz-i eşrefi
Kondu bir tâc-ı şehâdet başına ser-pûş gibi
Birleyip Mevlâsını Fâzıl dedim târihini

Aslına cân atdı âh Tayyâr Pâşâ kuş gibi⁴¹ (Der-Kenâr 14/3,7)

³⁹ Geniş bilgi için bk. İbrahim Serbestoğlu, s. 89-105.

⁴⁰ Nebahat Çalık Taçalan, s. 165.

⁴¹ Mısranın ebcet değeri, Tayyar Paşa'nın vefat tarihine karşılık gelmemektedir.



XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

13. 1808 Yeniçeri Ayaklanması ve Alemdar Mustafa Paşa Vakası

Alemdar Mustafa Paşa⁴², II. Mahmud'u tahta çıkarıp kendisi de sadrazam olduktan sonra IV. Mustafa yandaşlarını tasfiye etti. İstanbul'da asayişi sağlamakla işe başlayan yeni idare, birkaç gün içinde üç yüz kişinin başını vurdurdu, fesatçılar sürgüne gönderildi. Boğaz yamakları ocağı kaldırıldı, yeniçeri zorbaları öldürüldü veya sürgün edildi. Daha sonra Rumeli ve Anadolu'nun durumu ele alındı. Bütün ayanlar, devlet işlerini görüşmek için saraya çağrıldı. Onlarla senedi ittifak imzalandı. Daha sonra askeri ıslahatlara geçildi. Sekban-ı Cedit adında leventler çiftliği ve Üsküdar kışlalarında yeni ordu kuruldu. Yeniçeri ocağında da ıslahat yapıldı. İsim alım ve satımları yasaklandı. Askerlikle ilişkisi olmayanların isimleri ellerinden alındı.⁴³

Alemdar, kısa süren (3 ay 18 gün) sadrazamlığı döneminde devletin ve milletin huzur ve asayişini sağlamış, devlet otoritesini yeniden kurmuş, III. Selim'den devraldığı

⁴² Rusçuk'ta doğmuş bir yeniçeri idi. 1768-1774 Osmanlı-Rus savaşında bölüğünün bayrağını taşıdığı için bu adı almıştır. Ruslara kazandığı zaferler dolayısıyla 1806'da kendisine vezirlikle verilmiştir. Alemdar Mustafa Paşa, III. Selim'in Nizam-ı Cedit hareketini desteklemiştir. III. Selim'in tahtan indirilmesi sonrası yanına kaçarak gelen Galib, Refik, Ramiz, Behiç, Tahsin Efendileri himayesine aldı. Tarihe Rusçuk yârânı diye geçen bu altı kişi, III. Selim'i tekrar tahta çıkarmak için uğraşmışlardır. Alemdar Mustafa Paşa, II. Mahmud'un tahta çıkmasında önemli rol oynadı. Padişah da kendisine sadrazamlık görevini verdi. Enver Ziya Karal, *Osmanlı Tarihi*, C 5, TTK, Ankara, 1988, s. 87-89

⁴³ Enver Ziya Karal, s. 93.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

reform sürecini başlatmış, artık her şeyin geride kaldığına kanaat getirmişti. Ancak bu süreçte başarıların getirdiği gereksiz bir gurur ve ihmale kapılması, rehavet ve sefaya dalması düşmanlarını harekete geçirdi.⁴⁴ Yeniçeriler, 27 Ramazan 1223 (16 Kasım 1808) tarihinde Bab-ı Âli'ye hücum ederek Alemdar Mustafa Paşa'ya saldırdılar. Alemdar Mustafa Paşa, isyancılarla sonuna kadar mücadele etti ve en sonunda mahzeni ateşe verdi. Çıkan infilak neticesinde, kendisiyle beraber üç yüz kadar isyancı öldü.⁴⁵

18. yy. divanlarında, bu olaydan bahseden tek manzume Asım, Beylikçi İzzet ve Süruri tarafından müşterek olarak söylenmiş 2 beyitlik “*Nâire-i Cân-Sûz-ı Fetret ile Bâb-ı Âli Muhterik Olarak Sadr-a'zâm Alemdâr Mustafa Paşa'nın Azm-i Sarây-ı Bekâ Eyledigine Müşterek Söylenen Târîhdir*” başlıklı tarih kıtasıdır.⁴⁶

Beylikçi İzzet, Asım ve Süruri'nin müşterek tarih kıtasında Alemdar Mustafa Paşanın şehit edilmesi anlatılmıştır. Alemdar'ı Asaf'a benzeten şairler, ocak kelimesini hem Yeniçeriler hem de ateş yanan yer anlamında tevriyeli kullanırlar.

⁴⁴ Fatih Ünal, “Aleksander Grigoreviç Krasnokutsk'un Günlüğünden 1808 Yeniçeri Ayaklanması ve Alemdar Mustafa Paşa Vakası”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C 1, S 4, 2008, s. 579.

⁴⁵ Enver Ziya Karal, s. 95.

⁴⁶ Fatma Meliha Şen, Beylikçi İzzet Bey Divanı, *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Ü, SBE, İstanbul, 1995, s. 294.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

“Ocak ansızın parlayıp vezirin sarayını yaktı. Sadrazamın ölümü ile nizam, dünyadan büsbütün ortadan kalktı.”

Parlayıp nâ-geh ocak yakdı sarây-ı Âsâfi
Fevt-i sadr-ı a' zâmla gitdi külliyyen nizâm
Âsım u İzzet Sürûrî didiler târîhini
Mustafâ Paşa şehîden eyledi Adni makâm (T. 7/1,2)
(H 1223-M 1808)

Sonuç

Tarihçilik bu yüzyılda çok gelişmiş olmasına rağmen, şairlerin devlet idaresindeki karışıklıklara, bilhassa saraya yönelik isyanlara ve padişahların hal'ine şiirlerinde çok fazla yer vermediklerini görüyoruz. Nitekim dönemin şairlerinden Salim'in, Patrona İsyanına karşı tavrı bunu açık bir şekilde göstermektedir. Edirne Vakası yalnızca Lebib; Patrona İsyanı Lebib ve Salim; Alemdar Vakası ise Beylikçi İzzet, Asım ve Süruri tarafından -müştereken ve çok kısa bir şekilde- anlatılmıştır. Aynı şekilde, III. Selim'in tahttan indirilmesini ve katledilmesini de hiçbir Divan şairi dile getirmemiştir. Bunun sebebinin, yeni Osmanlı padişahının ve Osmanlı toplumunun psikolojisinin bozulmak istenmemesi olduğu söylenebilir. Ayrıca, devlete karşı isyan ve hele hele bir padişahın tahttan indirilmesi, kanunlara olduğu kadar dine de aykırı, menfur bir

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

hâdisedir. Bu tür hadiseler, bahsettiğimiz sebeplerden dolayı şairlerce ifade edilmemiş olsa gerektir.

18. yy. divanlarına baktığımızda, isyan hareketlerine manzumelerinde en fazla yer veren şairin Diyarbakırlı Lebib olduğunu görüyoruz. Lebib, bilhassa kasidelerinde ve tarih manzumelerinde, döneminin fotoğrafını çeken bir şair konumundadır. Onun bu yaklaşımında, yaşadığı şehir olan Diyarbakır'da idarecilik görevinde bulunmuş devlet adamlarının şaire hamilik yapmasının etkisi çok olsa gerektir. Bununla birlikte Lebib'in, Osmanlı coğrafyasının farklı sahasında meydana gelmiş olayları, bilhassa İstanbul'daki Patrona Halil isyanını Divan'ında anlatmış olması, Klasik Türk Edebiyatının yalnızca saray çevresinde gelişmediğini gösteren müşahhas bir örnektir.

Edebi eserler, belki tek başlarına birer tarihi belge olarak değerlendirilemeyebilir. Ancak, tarih bilimine önemli katkılar sunacağı aşikârdır. Zira tarih eserlerinde karşımıza çıkmayan olaylara, edebi eserlerde rastlanabilmektedir. Bazen de tarih kitaplarında yeterince açıklanmayan, hakkında bilgi bulunmayan olaylar, edebi eserlerde -şairin kendi hisleri de yer almakla birlikte- ayrıntılı bir şekilde anlatılmaktadır. Nitekim hakkında divanlardan yola çıkarak bilgiler verdiğimiz isyanların bir kısmı bu şekildedir. Bütün bunları göz önünde tuttuğumuzda, Divanların tarih ve kültür bakımından önemli bilgiler içeren kaynaklar olduğunu söyleyebiliriz.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç İsyanlar

Kaynakça

- ATALAR, Münir. “Emir-i Hac”, *DİA*, C 11, TDV, İstanbul, 1995.
- AYDINER, Mesut. “Küresel Isınma Tartışmalarına Tarihten Bir Katkı, Arşiv Belgeleri Işığında XVIII. Yüzyılın İkinci Yarısında Diyarbakır ve Çevresinde Meydana Gelen Büyük Kıtık ve Alınan Tedbirler”, *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, S 19, 2006.
- BATUR, Atilla. Süruri Divanı, *Basılmamış Doktora Tezi*, İnönü Ü, SBE, Malatya, 2002.
- BAYRAK, Şaban. “Osmanlı-İran Devletlerinin Irak’ın Kuzeyindeki Aşiretlere Yönelik Siyasetleri ve Baban Mutasarrıfı Abdurrahman Paşa Olayı (1790-1813)” 38. *ICANAS Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, C 1, Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Ankara, 2012, ss. 647-662.
- ELMAS, Sevgi. Rahmi (Kırımlı, Mustafa) Hayatı, Edebi Şahsiyeti, Eserleri ve Divanının Tenkitli Metni, *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Trakya Ü, SBE, Edirne, 1997.
- GÜFTA, Hüseyin. Salim (Mirzazade), Hayatı, Edebi Kişiliği, Eserleri ve Divanının Karşılaştırmalı Metni, *Basılmamış Doktora Tezi*, Atatürk Ü, SBE, Erzurum, 1995.
- İLGÜREL, Mücteba. “Eşkîya”, *DİA*, C 11, TDV, İstanbul, 1995.
- İPŞİRLİ, Mustafa. “Cellat”, *DİA*, C 7, TDV, İstanbul, 1993.
- KADIOĞLU, İdris. Lebib-i Amidi, Hayatı, Edebi Kişiliği, Eserleri ve Divanının Tenkitli Metni, *Basılmamış Doktora Tezi*, Dicle Ü, SBE, Ortaöğretim Sosyal Alanlar Eğitimi, Diyarbakır, 2003.
- KARAHAN, Abdülkadir. “Bir Tarih Belgesi Olarak Divanlardan Yararlanma”, 22-26 Eylül 1986 X. *Türk Tarih Kongresi Bildiriler Kitabı*, C 5, TTK, Ankara, 1994.
- KARAL, Enver Ziya. *Osmanlı Tarihi*, C 5, TTK, Ankara, 1988.
- KURTOĞLU, Orhan. Lebib Divanı (İnceleme-Tenkitli Metin-Sözlük), *Basılmamış Doktora Tezi*, Hacettepe Ü, SBE, Ankara, 2004. <http://ekitap.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/10623.lebib-divanipdf.pdf?0>
- Mehmed Süreyya, *Sicilli Osmani Yahut Tezkire-i Meşahir-i Osmaniye*, haz. Mustafa Keskin vd., C 1, 3, 4, Sebil Yayinevi, İstanbul, 1996.
- PAKALIN, Mehmet. Zeki *Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*, C 1, MEB, Ankara, 1993.

XVIII. Yüzyıl Divanları Işığında Osmanlı Devleti'nde İç
İsyanlar

- PALA, İskender. “Heftan”, *Ansiklopedik Divan Şiir Sözlüğü*, L&M, İstanbul, 2002.
- SERBESTOĞLU, İbrahim. “Trabzon Valisi Canikli Tayyar Mahmud Paşa İsyanı ve Caniklizadelerin Sonu (1805-1808)”, *Uluslararası Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, S 1, Güz, 2006, ss. 89-105.
- ŞAFAK, Ali. “Bağy”, *DİA*, C 4, TDV, İstanbul, 1991.
- ŞEN, Fatma Meliha. Beylikçi İzzet Bey Divanı, *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Ü, SBE, İstanbul, 1995.
- ŞENGÜN, Necdet. Nazir İbrahim ve Divanı, *Basılmamış Doktora Tezi*, Dokuz Eylül Ü, SBE, İzmir, 2006.
- TAÇALAN, Nebahat Çalık. Tayyar (Mahmud) Paşa, Hayatı, Edebi Şahsiyeti, Eserleri ve Divanının Tenkitli Metni, *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Trakya Ü, SBE, Edirne, 1998.
- UZUNÇARŞILI, İ. Hakkı. *Osmanlı Tarihi*, C V, 6. Baskı, TTK Yayınları, Ankara, 1995.
- ÜLKER, Necmi. *İzmir Şehri Tarihi I*, Akademi Yayınevi, İzmir, 1994.
- ÜNAL, Fatih. “Aleksander Grigoreviç Krasnokutsk’un Günlüğünden 1808 Yeniçeri Ayaklanması ve Alemdar Mustafa Paşa Vakası”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C 1, S 4, 2008.
- YURDAGÜR, Metin. “Tağut”, *DİA*, C 39, TDV, İstanbul, 2010.



TARİHİ TÜRK YAZI DİLLERİNDE ŞİMDİKİ ZAMAN

Şahap BULAK*

Özet

Türkiye Türkçesinde şekil ve zaman ifade eden duyulan geçmiş zaman, görülen geçmiş zaman, şimdiki zaman, geniş zaman, gelecek zaman olmak üzere beş bildirme kipi; sadece şekil ifade eden emir kipi, istek kipi, şart kipi ve gereklilik kipi olmak üzere dört tasarlama kipi vardır. Bu kiplerin ifade ettiği şekil ve zaman günümüzde eklerle ifade edilir. Ancak tarihî yazı dillerinde bazı kipler ekler ile değil, kelime ve eklerden oluşan yapılarla ifade edilmiştir. Bu kiplerden biri de şimdiki zamandır. Tarihî gelişim sürecine bakıldığında Eski Türkçeden hemen sonra müstakil kip hüviyeti kazanmasına rağmen şimdiki zamanın uzun süre sadece ek ile değil, aynı zamanda kelime ve eklerden oluşan yapılarla ifade edildiği görülür. Bu bakımdan şimdiki zamanın ifade şekilleri ilginç bir durum arz eder.

Bu çalışmada Türkçenin yazılı kaynaklarla takip edilebildiği ilk döneminden kendisine özgü bir ekle ifade edildiği döneme kadar şimdiki zaman ifadesinde kullanılan ek ve yapılar incelenmiştir. Bunun için öncelikle tarihî Türk yazı dillerinde şimdiki zaman ifadesinde kullanılan ek ve yapılar hakkında bilgi verilmiştir. Bu yapıların Köktürk Türkçesi, Eski Uygur Türkçesi, Karahanlı Türkçesi, Harezmi Türkçesi, Kıpçak Türkçesi, Çağatay Türkçesi, Eski Anadolu Türkçesi'ndeki kullanımları tarihî metinlerden alınan örneklerle açıklandıktan sonra söz konusu yapılar benzer ve farklı yönleriyle karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırmalar sırasında yer yer bu yapıların varsa çağdaş yazı dillerinde kullanılan kalıntılarıyla aralarındaki benzer ve farklı yönlerine de değinilmiştir. Böylece şimdiki zaman kipinin tarihî yazı dillerindeki ifade seyri verilerek bu kipin kendisine özgü bir ekle ifade edilmeden önceki sürecine mercek tutulmuştur.

Anahtar kelimeler: *Türkçe, tarihî yazı dilleri, fiil çekimi, kipler, bildirme kipleri, şimdiki zaman.*

* Yard. Doç. Dr., Siirt Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, sahapbulak@gmail.com



Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

Present Continuous in Historical Turkic Written Languages

Abstract

Within Turkey Turkish, there are five indicative moods that express time which are past tense, perfect tense, present continuous tense, simple present tense and future tense while subjunctive moods that express form are divided into four groups which are indicative, imperative, subjunctive and conjunctive moods. The form and time expressed through these moods are expressed through endings today. However, some of the moods within historical written languages were expressed through words and structures formed of endings rather than moods. One of these moods is present continuous tense. Considering its history, although it became a separate mood soon after the Old Turkish, it is observed that present continuous has long been expressed through not only endings but also through structures formed of words and endings. In this respect, ways of expression of present continuous present an interesting situation.

This study has examined endings and structures used in the expression of present continuous from the first period during which Turkish could be traced by written sources to the period it was expressed through an ending exclusive to it. Therefore, first of all information has been given about endings and structures used in the expression of present continuous in historical Turkic languages. After an explanation of usages of these structures in Gokturk Turkish, Old Uyghur Turkish, Karakhanid Turkish, Khorezmian Turkish, Kypchak Turkish, Chagatai Turkish, Old Anatolian Turkish through illustrations obtained from historical texts, relevant structures were compared in terms of their similar and different aspects. During these comparisons, signals of these structures within modern written languages as well as their similar and different aspects were partly discussed. Thus, having explained the progress in the expression of present continuous mood in written languages, the term before this mood was expressed through an exclusive ending was addressed in detail.

Keywords: *Turkish, historical written languages, verb inflection, moods, indicative moods, present continuous.*



Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

Giriş

Türkçede fiil kök ya da gövdelerinde ifade edilen kılış, oluş veya durumun somut hale gelerek çekimli fiil hüviyeti kazanabilmesi için belirli bir şekil ve zaman unsuru ile kişi unsuru alması gerekir. Fiil çekiminde fiilin bildirdiği kılış, oluş veya durum; insan, hayvan veya nesne gibi varlıklar tarafından gerçekleştirildiği için bu kılış, oluş veya durumun ne şekilde ve ne zaman gerçekleştiği şekil ve zaman unsuruyla; kim veya ne tarafından gerçekleştirildiği de kişi unsuruyla ifade edilir. Bu sebeple, Türkçede nihai fiil olarak kabul edilen çekimli fiil; kök veya gövdeden oluşan fiil tabanı, şekil ve zaman unsuru ile kişi unsurundan oluşur. Bu durumda fiil, çekimli fiil halini alır ve ifade ettiği soyut anlam somut hale gelir.

Çekimli bir fiilde yer alan şekil ve zaman unsuru, fiil tabanlarında soyut bir şekilde ifade edilen kılış, oluş veya durumun ne zaman ve ne şekilde gerçekleştiğini gösterir. Ancak şekil ve zaman unsuru, fiili çekime soksa da tek başına ona çekimli fiil olma özelliğini kazandıramaz. Bunun için şeklini ve zamanını ifade ettiği fiilin kim veya ne tarafından gerçekleştirildiğinin ifade edilmesi gerekir. Bu işlevi de kişi unsuru yerine getirir. Fiil kök veya gövdelerini çekimli fiil haline getiren unsurlardan şekil ve zaman unsuruna kip denir. Herhangi bir şekil ve zaman ifadesinin kip hüviyeti kazanabilmesi için belirli bir ifade şekline sahip olması gerekir.

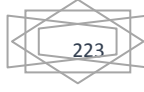


Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

Belirli bir ifade şekline sahip olmadığı için müstakil bir kip hüviyeti kazanamayan kipler, işlev ve anlamca kendisine en yakın kip içerisinde ifade edilir. Şimdiki zaman da müstakil bir kip olmadığı Eski Türkçe döneminde kendisine en yakın kip olan geniş zaman içerisinde ifade edilmiştir.

Türkiye Türkçesinde şekil ve zaman ifade eden duyulan geçmiş zaman, görülen geçmiş zaman, şimdiki zaman, geniş zaman, gelecek zaman olmak üzere beş bildirme kipi; sadece şekil ifade eden emir kipi, istek kipi, şart kipi ve gereklilik kipi olmak üzere dört tasarlama kipi mevcuttur. Bu kiplerin ifade ettiği şekil ve zaman günümüzde genellikle eklerle ifade edilir. Ancak tarihî yazı dillerinde bazı kipler, bugün olduğu gibi eklerle; bazıları kelime ve eklerden oluşan birleşik yapılarla ifade edilmiştir. Bazıları ise, bir yandan eklerle ifade edilirken bir yandan da kelime ve eklerden oluşan birleşik yapılarla ifade edilmiştir. Bu sebeple bazı kipler, aynı dönemde anlam ve işlev bakımından aynı; yapı bakımından farklı şekillerle ifade edilmiştir. Bu kiplerden biri de şimdiki zamandır.

Şimdiki zaman fiilin bildirdiği kılış, oluş veya durumun içinde bulunulan zaman diliminde gerçekleştiğini ifade eder. Şekil bakımından bildirme, zaman bakımından şimdiki zamanı ifade eder. Geçmiş zaman ile gelecek zaman arasındaki zaman diliminde gerçekleşen bir fiili belirtmek için kullanılan şimdiki zaman kipi, Köktürk Türkçesi, Eski Uygur Türkçesi ve



Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

Karahanlı Türkçesi'nde işlev ve anlam bakımından kendisine en yakın kip olan geniş zaman kipi içerisinde ifade edilmiştir. Bu gelenek, diğer tarihî yazı dillerinde de kısmen sürmüştür. Ancak Harezmi Türkçesi'nden itibaren geniş zaman ile şimdiki zaman ifadesi birbirinden ayrılmaya başlamış, şimdiki zaman; geniş zamanı ifade eden eklerin yanı sıra kelime ve eklerden oluşan birtakım birleşik yapılar ile de ifade edilmeye başlanmıştır. Bunun için özellikle “*tur-/dur-*” ve “*yori-*” yardımcı fiillerinden faydalanılmıştır. Söz konusu birleşik yapılar, “*-yor*” ekinin teşekkülünden sonra gittikçe azalarak bugün Türkiye Türkçesi yazı dilinde artık tamamen ortadan kalkmış, bazı ağızlarında kullanılmaya devam etmektedir. Yazı dilinde geniş zaman ekindeki şimdiki zaman ifadesi, bugün ancak geniş zaman çerçevesi içerisinde her zamanın parçası olan bir şimdiki zamandan ibaret kalmıştır (Ergin 1993:280).

Tarihî gelişim sürecine bakıldığında bildirme kiplerinden şimdiki zamanın Eski Türkçeden hemen sonra müstakil kip hüviyeti kazanmasına rağmen uzun süre ek ile değil, kelime ve eklerden oluşan birleşik yapılarla ifade edildiği görülür. Türkiye Türkçesi'nde şimdiki zamanı ifade etmek için genellikle ilk olarak 13. yüzyılda Ahmed Fakih'in kullanılmış olsa da Eski Anadolu Türkçesi'nin son döneminde yaygınlaşmaya başlayan ve Osmanlı Türkçesi döneminde eklenen “*-yor*” eki kullanılır. Ancak “*-yor*” ekinin dışında bir de kişi unsuru alan ve *-mA/-*

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

mAk” isim fiil ekleri ve bulunma durumu ekinden oluşan “*mAktA, -mAdA*” birleşik ekleri de kişi unsuru olarak şimdiki zaman ifadesinde kullanılmaktadır. Fiildeki kılış, oluş veya durumun içinde bulunulan zaman diliminde gerçekleştiğini gösteren bu iki ifade şekli arasında işlev bakımından bir fark olmasa da anlam bakımından küçük bir fark vardır. “*mAktA/-mAdA*” birleşik ekleri, eklendikleri fiilin mutlaka başlamış olduğunu gösterir. Bu anlam, söz konusu birleşik yapıda yer alan bulunma durumu ekinin “içinde bulunma” işlevinden kaynaklanmaktadır. “-yor” eki ise, bazen başlamamış fakat başlamak üzere olan fiiller için de kullanılabilir. Bu fark, şekli bir farktır. Zaman bildirme işlevi bakımından aralarında bir farklılık yoktur (Ergin 1993:281).

Bu çalışmada Türkçenin yazılı kaynaklarla takip edilebildiği ilk döneminden kip hüviyeti kazandığı döneme kadar şimdiki zaman ifadesinde kullanılan ek ve yapılar incelenmiştir. Bunun için öncelikle tarihî Türk yazı dillerinde şimdiki zaman ifadesi ayrıntılı bir şekilde irdelenmiş, şimdiki zaman ifadesinde kullanılan ek ve yapılar hakkında bilgi verilmiştir. Bu yapıların Köktürk Türkçesi, Eski Uygur Türkçesi, Karahanlı Türkçesi, Harezmi Türkçesi, Kıpçak Türkçesi, Çağatay Türkçesi ve Eski Anadolu Türkçesi’ndeki kullanımları tarihî metinlerden alınan örneklerle açıklandıktan sonra bu yapılar benzer ve farklı yönleriyle karşılaştırılmıştır.



Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

Bu karşılaştırmalar sırasında yer yer bu yapıların varsa çağdaş yazı dillerinde kullanılan kalıntılarıyla aralarındaki benzer ve farklı yönlerine de değinilmiştir. Böylece şimdiki zaman kipinin tarihî yazı dillerindeki ifade edilme seyri verilerek bu kipin kendisine özgü bir ekle ifade edilmeden önceki sürecine mercek tutulmuştur.

2. Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

Geçmiş zaman ile gelecek zaman arasındaki zaman diliminde gerçekleşen bir fiili belirtmek için kullanılan şimdiki zaman kipi, Köktürk Türkçesi, Eski Uygur Türkçesi ve Karahanlı Türkçesi'nde geniş zaman kipi içerisinde ifade edilmiştir. Bu gelenek, diğer tarihî yazı dillerinde de kısmen sürmüştür. Ancak Harezmi Türkçesi'nden itibaren geniş zaman ile şimdiki zaman ifadesi birbirinden ayrılmaya başlamış, şimdiki zaman geniş zamanı ifade eden eklerin dışında birtakım yapılar ile de ifade edilmeye başlanmıştır.

2.1. Köktürk Türkçesi'nde Şimdiki Zaman

Köktürk Türkçesi'nde geniş zaman ile şimdiki zaman henüz birbirinden ayrılmamış, şimdiki zaman; geçmiş zaman, şimdiki zaman ve gelecek zamanı kapsayan geniş zaman kipinin içerisinde ifade edilmiştir. Geniş zamanı ifade eden ekler aynı zamanda şimdiki zamanı da ifade eder. Bu dönemde şimdiki zaman ile geniş zamanı birbirinden kesin çizgilerle ayırmak

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

oldukça güçtür. Ancak bazı cümlelerde metin bağlamı ve zaman zarfları yardımıyla şimdiki zaman ile geniş zaman ayırt edilebilir: *kimke ilig kazganur men* “Kim için toprak (ülke) kazanıyorum.” (KT D 9) *Türk begler kop bilir siz* “Türk beyleri, hep biliyorsunuz.” (KT D 30) *Neke tezer biz* “Niçin kaçıyoruz?” (T II B 3)

2.2. Eski Uygur Türkçesi’nde Şimdiki Zaman

Eski Uygur Türkçesi’nde şimdiki zaman; geçmiş zaman, şimdiki zaman ve gelecek zamanı kapsayan geniş zaman kipinin içerisinde ifade edilmiştir. Köktürk Türkçesi’nde olduğu gibi bu dönemde de geniş zaman ile şimdiki zaman henüz birbirinden ayrılmamıştır. Geniş zamanı ifade eden ekler aynı zamanda şimdiki zamanı da ifade eder. Şimdiki zaman ile geniş zamanı birbirinden kesin çizgilerle ayırmak oldukça güçtür. Ancak bazı cümlelerde metin bağlamı ve zaman zarfları yardımıyla şimdiki zaman ile geniş zaman ayırt edilebilir: *kanım kutı meni sever mü siz* “Kıymetli babacığım, beni seviyor musunuz?” (Prens KP VI) *birkiye amrak oğlumın sizine tutuzar men* “Biricik oğlumu size emanet ediyorum.” (Prens KP XXV) gibi.

2.3. Karahanlı Türkçesi’nde Şimdiki Zaman

Karahanlı Türkçesi’nde şimdiki zaman; geçmiş zaman, şimdiki zaman ve gelecek zamanı kapsayan geniş zaman kipinin içerisinde ifade edilmiştir. Köktürk Türkçesi ve Eski Uygur

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

Türkçesi'nde olduğu gibi bu dönemde de geniş zaman ile şimdiki zaman henüz birbirinden ayrılmamıştır. Geniş zamanı ifade eden ekler aynı zamanda şimdiki zamanı da ifade eder. Şimdiki zaman ile geniş zaman ancak metin bağlamı ve zaman zarfları yardımıyla ayırt edilebilir: *ay odgurmuş emdi okır men sini* “Ey Odgurmuş, şu an seni çağırıyorum.” (KB 3257), *negüke yorır men bu yirde kurug* “Niçin bu yeryüzünde boşuna dolaşıyorum?” (KB 467)

2.4. Harezmi Türkçesi'nde Şimdiki Zaman

Harezmi Türkçesi'nde şimdiki zaman “-r, -Ur, Ar” ekleri ve “-A/-U turur” yapısı ile olmak üzere iki farklı şekilde ifade edilir.

2.4.1. Harezmi Türkçesi'nde 1. Tip Şimdiki Zaman

Harezmi Türkçesi'nde 1. tip şimdiki zaman, “-r, -Ur, Ar” geniş zaman ekleriyle ifade edilir. Ekin düz dar ünlülü “-Ir” şekli kullanılmaz. Eski Türkçede ünlü ile biten fiil tabanlarına genellikle “-r” eki getirilir. Harezmi Türkçesi'nde ise ünlü ile biten fiil tabanlarına bazen “-r” eki, bazen araya /y/ koruyucu ünsüzünü alarak “-Ur” eki getirilir. Bu durum, yaygın olmamakla beraber Eski Uygur Türkçesi'nde geniş zaman çekiminde de görülür. Eski Uygur Türkçesi'nde şimdiki zamanın geniş zaman içerisinde ifade edildiği dikkate alınırsa Harezmi Türkçesi'nde görülen söz konusu durumun Eski Uygur

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

Türkçesi ile benzerlik gösterdiği söylenebilir: *biti-y-ür men* (NF 170/8), *yıgla-y-ur sen* (NF 164/25), *oyna-y-ur* (HŞ 941), *yè-y-ür biz* (NF 177/29) gibi.

Bazen aynı fiil tabanına hem “-r” eki hem de /y/ koruyucu ünsüzü yardımıyla “-Ur” ekinin getirildiği görülür: *tile-r sen* (NF 243/3), *tile-y-ür sen* (NF 7/10) gibi. Bu durum, Harezmi Türkçesi’nde “-r, -Ur, -Ar” ekleriyle ifade edilen şimdiki zamanın dışında, “-yor” ekine dayanan “-yUr” ekiyle ifade edilen bir şimdiki zaman ifadesinin olduğu yorumlarına yol açmıştır. *Kıpçak Türkçesi Grameri* adlı doktora çalışmasında Latin harfleriyle yazılan *Codex Cumanicus* ve *Tuhfetü’z-Zekiyye*’ye atfen bir “-yor” ekinin varlığından bahseden Ali Fehmi Karamanlıoğlu, söz konusu ekin hem ünlü ile biten hem de ünsüz ile biten fiil tabanlarına getirildiğini gösteren örnekler vermiştir: *başla-yor* (TZ 75a), *yumrukla-yor* (TZ 75a), *kel-e-yor* (TZ 75a, KK 26), *yat-a-yor* (TZ 75a) gibi. Ekin “-yor/-yorur” mu “-yür/-yürür” mü olduğu hususunun Türkçenin ünlülerini tam olarak göstermeyen Arap alfabesinden tam olarak anlaşamadığını söyleyen Karamanlıoğlu’na göre, Latin harfleriyle yazılan *Codex Cumanicus*’ta ekin bir yerde “-yor” bir başka yerde “-yür” şeklinde geçmesi, Eski Türkçe’de bulunan aynı anlam ve kullanışta iki fiilin varlığını göstermektedir: *kel-i-yorlar* (CC 160), *bar-ı-yürler* (CC128) gibi (1994:129-130). Hacıeminoğlu, Kıpçak Türkçesindeki söz

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

konusu durum ile beraber düşünüldüğünde, tek başına kesin bir sonuca varmaya yetmese de, anlam bakımından da şimdiki zaman mefhumunu ifade eden bu örneklerin Harezmi Türkçesi'nde de bir “-yor” ekinin varlığını düşündürdüğünü söyler (1997:148). Ancak söz konusu örnekler dikkatle incelendiğinde /y/ koruyucu ünsüzü ve “-Ur” geniş zaman ekinden oluşan “-yUr” yapısının Eski Anadolu Türkçesi döneminden sonra ortaya çıkan “-yor” ekiyle bir ilgisinin olmadığı görülecektir: *yile-y-ür* (HŞ 2448), *alda-y-ur sen* (HŞ 2173) *yê-y-ür sen* (HŞ 1955) *ata-y-ur-lar* (HŞ 2560) *izde-y-ür-ler* (HŞ 625) *tê-y-ür sen* (1256) gibi.

Bu dönemde “-r, -Ur, -Ar” ekleriyle ifade edilen 1. tip şimdiki zaman çekiminde incelik kalınlık uyumuna uyulur. Ancak düz ünlülü bazı fiil tabanlarına yuvarlak ünlülü kip eki getirildiğinden bazen düzlük yuvarlaklık uyumunun dışına çıkılır: *kıl-ur men* (HŞ 3291), *ay-ur men* (HŞ 3022), *işit-ür-sen* (HŞ 1332), *bil-ür sen* (HŞ 1590), *yıgla-y-ur siz* (NF 163/41), *kir-ür-ler* (HŞ 4301) gibi.

Harezmi Türkçesi'nde “-r, -Ur, -Ar” ekleriyle ifade edilen 1. tip şimdiki zamanın olumsuz şekli, “-mAz” ekiyle ifade edilir. Ancak bu ekin sonundaki ötümlü /z/ ünsüzünün ötümsüzleşerek /s/ ünsüzüne dönüşmesiyle söz konusu ek bazen “-mAs” şeklinde kullanılır.

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

Harezm Türkçesi'nde “-r, -Ur, Ar” ekleriyle ifade edilen 1. tip şimdiki zamanın çekiminde kişi unsuru olarak kişi zamirleri kullanılır. Ancak teklik 3. kişi çekiminde *eksiz* şekil; çokluk 3. kişi çekiminde ise, “-lAr” zamir kökenli çokluk 3. kişi eki kullanılır: *öl-er men* (HŞ 4153 *tut-ar sen* (HŞ 3133) *kêç-er* (HŞ 714), *yığla-y-ur biz* (NF 165/1), *titre-y-ür siz* (NF 168/1), *kir-ür-ler* (HŞ 4301) gibi.

2.4.2. Harezm Türkçesi'nde 2. Tip Şimdiki Zaman

Harezm Türkçesi'nde 2. tip şimdiki zaman, “-A/-U *turur*” yapısı ile ifade edilir. Bu yapı, “-A/-U” zarf fiil ekleri, “*tur-*” fiili ve “-ur” geniş zaman ekinden oluşan birleşik bir yapıdır: *bar-u tur-ur men* (NF 37/2-3) *sök-e tur-ur* (KE 229r/16) *kı-l-u tur-ur-lar* (NF 386/7-8) Bu dönemde şimdiki zaman genellikle geniş zaman ekleriyle ifade edildiğinden “-A/-U *turur*” yapısı ile ifade edilen 2. tip şimdiki zaman sınırlı bir şekilde kullanılmıştır (Toprak 2005:235-236).

Köktürk Türkçesi, Eski Uygur Türkçesi ve Karahanlı Türkçesi'nde münferit bir ifade şekli olmayan şimdiki zaman, henüz geniş zamandan ayrılmadığından geniş zamanın içerisinde ifade edilir. Bu ifade şekli, Harezm Türkçesi'nde de kısmen devam etmiştir. Bunun dışında Harezm Türkçesi'nde ilk kez şimdiki zaman, geniş zaman ekleri dışında “-A/-U *turur*”



Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

yapısı ile ifade edilmeye başlamıştır. Bu durum, daha sonra Kıpçak Türkçesi, Çağatay Türkçesi ve Eski Anadolu Türkçesi'nde devam etmiştir. Bu dönemden sonra söz konusu şimdiki zaman ifadesinde kullanılan “-A/-U *turur*” yapısı da şekil bakımından değişikliğe uğrayarak çeşitlilik göstermiştir.

2. tip şimdiki zaman çekiminde incelik kalınlık uyumuna uyulur. Ancak düz ünlülü bazı fiil tabanlarına yuvarlak ünlülü zarf fiil eki getirildiğinden bazen düzlük yuvarlaklık uyumunun dışına çıkılır: *bar-u turur men* (NF 37/2-3), *iste-y-ü turur* (NF 383/3-4), *tile-y-ü turur* (KE 50v/5) gibi.

Harezm Türkçesi'nde “-A/-U *turur*” yapısı ifade edilen 2. tip şimdiki zaman çekiminde kişi unsuru olarak genellikle kişi zamirleri kullanılır: *çık-a turur men* (KE 28r/3), *za'if bol-u turur sen* (NF 360/2), *kol-a turur biz* (KE 227v/9), *buz-a turur siz* (KE 226r/18) gibi. Ancak teklik 3. kişi çekiminde kişi zamiri kullanımdan düştüğünden eksiz şekil; çokluk 3. kişi çekiminde ise ekleşme başladığından “-lAr” zamir kökenli çokluk 3. kişi eki kullanılır: *çık-a turur* (NF 242/12), *büt-e turur* (NF 67/14), *kel-ü turur-lar* (NF 167/12), *yanaş-u turur-lar* (NF 179/8) gibi.

2.5. Kıpçak Türkçesi'nde Şimdiki Zaman

Kıpçak Türkçesi'nde şimdiki zaman “-r, -Ir, -Ur, -Ar” ekleri, “-AdIr/-AdUr, -ydIr, -A (*turur/durur*)” ekleri, “(-A)

yor(ur)” yapısı ve “-yIr/-yUr, -y” ekleri ile olmak üzere dört farklı şekilde ifade edilir.

2.5.1. Kıpçak Türkçesi’nde 1. Tip Şimdiki Zaman

Kıpçak Türkçesi’nde 1. tip şimdiki zaman “-r, -Ir, -Ur, -Ar” ekleriyle ifade edilir. Köktürk Türkçesi, Eski Uygur Türkçesi ve Karahanlı Türkçesi’nde şimdiki zamanın müstakil bir ifade şekli olmadığından şimdiki zaman geniş zaman içerisinde ifade edilir. Harezmi Türkçesi’nden itibaren şimdiki zamanın müstakil ifade şekilleri kullanılmaya başlanmıştır. Ancak Harezmi Türkçesi, Kıpçak Türkçesi ve Eski Anadolu Türkçesi’nde şimdiki zamanın müstakil ifade şekilleri kullanılmasına rağmen Eski Türkçedeki gibi şimdiki zamanı geniş zaman ekleriyle ifade etme geleneği devam etmiştir. Aynı eklerle ifade edilen 1. tip şimdiki zaman ifadesiyle geniş zaman ifadesi zaman zaman karışıklığa sebep olsa da cümlede yer alan zaman zarflarından hareketle zamanın türü tayin edilebilir.

1. tip şimdiki zaman çekiminde incelik kalınlık uyumuna uyan ek, düz ünlülü bazı fiil tabanlarına yuvarlak ünlülü kip eki getirildiğinden bazen düzlük yuvarlaklık uyumunun dışına çıkar: *kaşın-ur* (TA 13b) *kél-ür* (Kİ 142) *var-ur sên* (Kİ 116) gibi.

Kıpçak Türkçesi’nde “-r, -Ir, -Ur, -Ar” ekleriyle ifade edilen 1. tip şimdiki zamanın olumsuz şekli, “-mAz” ekiyle

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

ifade edilir: *çız-maz sèn* (TA 52b) gibi. Ancak bu ekin sonundaki ötümlü /z/ ünsüzünün ötümsüzleşerek /s/ ünsüzüne dönüşmesiyle söz konusu ek bazen “-mAs” şeklini alır.

Kıpçak Türkçesi’nde geniş zaman ifadesinde olduğu gibi “-r, -Ir, -Ur, -Ar” ekleriyle ifade edilen 1. tip şimdiki zaman çekiminde de kişi unsuru olarak kişi zamirleri kullanılır: *ayt-ır mèn* (TA 56b), *ayt-ır sèn* (TA 57a), *ayt-ır siz* (TA 57a) gibi. Ancak teklik 3. kişi çekiminde eksiz şekil; çokluk 3. kişi çekiminde ise, “-lAr” zamir kökenli çokluk 3. kişi eki kullanılır: *çız-ar* (TA 53a) *kaşın-ur* (TA 13b) gibi.

2.5.2. Kıpçak Türkçesi’nde 2. Tip Şimdiki Zaman

Kıpçak Türkçesi’nde 2. tip şimdiki zaman “-AdIr/-AdUr, -ydIr, -A turur/durur” yapılarıyla ifade edilir. Ekin “-AdIr/-AdUr, -A turur/durur” şekilleri ünsüz ile biten fiil tabanlarına, “-ydIr” şekli ise ünlü ile biten fiil tabanlarına getirilir. Esas itibariyle “-A” zarf fiil eki, “tur-” fiili ve “-ur” geniş zaman ekinden oluşan birleşik bir yapı olan “-A turur/durur” zamanla değişikliğe uğrayarak “-AdIr/-AdUr” şeklini almıştır. Söz konusu şeklin “tur-” yardımcı fiilinden dolayı bir devamlılık ifadesi taşıdığını söyleyen Ali Fehmi Karamanlıoğlu, zamanla devamlılık ifadesi ile şimdiki zamanın karışması ve “tur-/dur-” yardımcı fiilinin muzari şekline benzer bir hece düşmesiyle

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

ortaya çıkan “-AdIr/-AdUr” şeklinin şimdiki zamanı karşıladığını belirtir (1989:LXX). Kıpçak Türkçesi’nde “-AdIr/-AdUr, -ydlr, -A turur/durur” ekleriyle ifade edilen şimdiki zaman Kıpçak Türkçesi dışında Harezmi Türkçesi, Çağatay Türkçesi ve Eski Anadolu Türkçesi’nde de kullanılır. Fakat ifadesinde kullanılan ekler arasında birtakım şekli değişiklikler vardır. “-AdIr/-AdUr, -ydlr, -A turur/durur” ekleriyle ifade edilen şimdiki zaman, Doğu Türkçesi’nin çağdaş yazı dillerinin hemen hepsinde kullanılmaktadır. Ancak şimdiki zamanı ifade eden yapılarda birtakım şekli değişiklikler meydana gelmiştir¹.

2. tip şimdiki zaman çekiminde incelik kalınlık uyumuna uyulur. Ancak düz ünlülü bazı fiil tabanlarına yuvarlak ünlülü; yuvarlak ünlülü bazı fiil tabanlarına ise düz ünlülü kip ekleri getirildiğinden bazen düzlük yuvarlaklık uyumunun dışına çıkılır: *solu-ydır mên* (CC 57a) *al-adur* (GT 173a) *kül-edür* (TZ 70a) gibi. Bazen de aynı fiil tabanına hem düz ünlülü hem de yuvarlak ünlülü şekillerin getirildiği görülür: *al-adır* (TZ 44b), *al-adur* (GT 173a); *kêt-edur* (GT 72b), *kêt-edir* (KK 47a) gibi.

Kıpçak Türkçesi’nde “-AdIr/-AdUr, -ydlr, -A turur/durur” ekleriyle ifade edilen 2. tip şimdiki zamanın 1. ve 2. kişi çekiminde kişi unsuru olarak kişi zamirleri, teklik 3. kişi çekiminde eksiz şekil, çokluk 3. kişi çekiminde ise “-lAr”

¹ (Bakınız KTLG 169, 197-203)

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

zamir kökenli çokluk 3. kişi eki kullanılır: *al-adır mèn* (TZ 44a), *al-adır sèn* (TZ 44a) *al-adır* (TZ 44b) *al-adır biz* (TZ 44a) *al-adır siz* (TZ 44a),

Kıpçak Türkçesi'nde “-AdIr/-AdUr, -ydIr, -A turur/durur” ekleriyle ifade edilen 2. tip şimdiki zamanın olumsuz şekli esas itibariyle “-mA-” olumsuzluk ekiyle yapılır. Ancak olumsuz çekimde olumsuzluk ekiyle beraber söz konusu eklerden sadece “-ydIr” eki kullanıldığı için olumsuz çekimde kullanılan ek “-mAydIr” şeklini almıştır: *kél-me-ydir mèn* (TZ 52a), *kél-me-ydir sèn* (TZ 52a) *oķu-ma-ydur* (TZ 74b) *kél-me-ydir siz* (TZ 52a) gibi. Söz konusu ek, “-mA-” olumsuzluk eki ile olumsuz çekimde kullanılan “-ydIr” ekinin birleşmesinden oluşmuştur: “-mAydIr(<-mA-ydIr)”. 2. tip şimdiki zamanın olumsuz şeklinde ek, incelik kalınlık uyumuna uyar fakat az da olsa düzlük yuvarlaklık uyumunun dışına çıkan örneklerle rastlanır: *oķu-may-dur* (TZ 74b) gibi.

2.5.3. Kıpçak Türkçesi'nde 3. Tip Şimdiki Zaman

Kıpçak Türkçesi'nde 3. tip şimdiki zaman, “(-A) yor(ur)” yapısıyla ifade edilir. Söz konusu yapı, “-A” zarf fiil eki, “yori-” fiili ve “-r” geniş zaman ekinden oluşan birleşik bir yapıdır. Ünlü ile biten fiil tabanlarına “-yor(ur)” şeklinde getirilen ek, ünsüz biten fiil tabanlarına getirildiğinde zarf fiil eki ortaya çıkar ve “-A-yor(ur)” şeklini alır: *manġla-yor mèn* (TZ 75a), *kél-e-yor* (KK 34a), *kél-e-yorur* (TZ 75a), *yumruķla-yorur* (TZ

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

75a) gibi. Kıpçak Türkçesi metinlerinde fazla görülmeyen 3. tip şimdiki zaman, *Tuhfetü'z-Zekiyye*, *Kavânînü'l-Küllîye* ve nadiren de olsa *Codex Comanicus*'ta kullanılır (Güner 2013:220).

Batı Türkçesi dışında şimdiki zaman ifadesinde “-yor(<yori-r)” kullanılmadığı şeklindeki yaygın görüşten dolayı, Kıpçak Türkçesi'ndeki 3. tip şimdiki zamanın ifadesinde kullanılan ekin “-yUr(Ur)” şeklinde olduğu ve “-Ur” geniş zaman eki ve /y/ koruyucu ünsüzünden oluştuğu dile getirilmiş, dilciler arasında ekin asıl şeklinin nasıl olduğu konusunda birtakım tartışmaların yaşanmasına sebep olmuştur (Karamanlıoğlu 1994:129; Argunşah 2011:286; Güner 2013:222). Metinlerde bu tür şimdiki zaman ifadesi örneklerinin az olması ve Türkçenin ünlülerinin niteliğinin Arap alfabesiyle yazılan metinlerden tam olarak anlaşılabilmesi, bu konunun tam olarak açıklığa kavuşmasını güçleştirmiştir.

Tek şekilli ve yuvarlak geniş ünlülü olduğu için düzlük yuvarlaklık uyumuna bağlı olmayan 3. tip şimdiki zaman eki, kalın ünlülü fiil tabanlarına getirildiğinde incelik kalınlık uyumuna uyar fakat ince ünlülü fiil tabanlarına getirildiğinde incelik kalınlık uyumunun dışına çıkar. Ayrıca ünlü ile biten fiil tabanlarına getirildiğinde genellikle ekin başındaki /y/ ünsüzünde ikizleşme görülür: *başlayyor* (TZ 75a), *kêl-meyyor* (TZ 75a), *kêtmeyyorur* (TZ 75a), *yumruklamayyorur* (TZ 75a) gibi.

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

Kıpçak Türkçesi'nde 3. tip şimdiki zamanın 1. ve 2. kişi çekimlerinde kişi zamirleri; teklik 3. kişi çekiminde eksiz şekil, çokluk 3. kişi çekiminde ise “-lAr” zamir kökenli çokluk 3. kişi eki kullanılır: *başlayyorur* (TZ 75a), *kél-e-yor* (TZ 75a), *kél-i-yor-lar* (CC 80b), *kél-e-yor-lar* (KK 34a) gibi.

Kıpçak Türkçesi'nde 3. tip şimdiki zamanın olumsuz şekli, “-mA” olumsuzluk ekiyle yapılır: *két-me-yor* (TZ 75a), *yat-ma-yor* (TZ 75a) gibi. Tek şekilli olan 3. tip şimdiki zamanı ifade eden “(-A) *yor(ur)*” yapısı, ünlü uyumlarına bağlı değildir. Olumsuz fiil tabanlarına getirildiğinde genellikle söz konusu yapının başındaki /y/ ünsüzünde ikizleşme görülür: *kél-meyyor* (TZ 75a), *yumrukla-mayyorur* (TZ 75a), *két-meyyorur* (TZ 75a) gibi.

2.5.4. Kıpçak Türkçesi'nde 4. Tip Şimdiki Zaman

Kıpçak Türkçesi'nde 4. tip şimdiki zaman “-yIr/-yUr, -y” ekleriyle ifade edilir. Bu tip şimdiki zaman ifadesi, Ermeni Harfli Kıpçak Türkçesi metinlerinde kullanılır (Güner 2013:220). Söz konusu ekler, /y/ koruyucu ünsüzü “-Ir/-Ur” geniş zaman eklerinin kaynaşmasıyla oluşmuş izlenimi vermektedir. Geniş zaman eki, bazı örneklerde kullanımdan düşünce söz konusu ekler, “-y” şeklinde kullanılmıştır.

4. tip şimdiki zaman çekiminde incelik kalınlık uyumuna uyulur. Ancak yuvarlak ünlülü bazı fiil tabanlarına kip ekinin düz ünlülü şekilleri getirildiğinden bazen düzlük yuvarlaklık

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

uyumunun dışına çıkılır: *tur-ı-y-ı-ı* (AB 27), *hayğur-ı-y-ım* (KZ 37) *tapun-ı-yır mên* (AB 161) *olturguz-ı-yır mên* (TB 108) gibi.

Kıpçak Türkçesi'nde 4. tip şimdiki zamanın olumsuz şekli, “-mA-” olumsuzluk ekiyle yapılır: *içir-me-yir mên* (AB 141), *kêt-me-yir mên* (KZ 38), *sın-ma-yır biz* (KZ 88) gibi. Ancak /y/ ünsüzünün darlaştırıcı etkisiyle olumsuzluk ekindeki /a/ ünlüsünün darlaştığı görülür.

Kıpçak Türkçesi'nde 4. tip şimdiki zamanın 1. ve 2. kişi çekiminde; “-yIr/-yUr” ekleriyle yapılan çekimlerde kişi zamirleri, “-y” ekiyle yapılan çekimlerde ise iyelik kökenli kişi ekleri kullanılır: *aç-ı-y-ı-m* (KZ 48), *tur-ı-y-ıı* (AB 27), *bêr-me-yir mên* (AB 141), *sadağa bêr-me-yir mên* (AB 139) *korı-yır biz* (AB 99) gibi. Teklik 3. kişi çekiminde eksiz şekil; çokluk 3. kişi çekiminde ise çekim “-lAr” çokluk 3. kişi eki ile yapılır: *umsan-ı-yır-lar* (KV 99), *şaş-ı-yırlar* (TB 98), *ündeli-yir* (KV 97), *yêngil-i-yir* (TB 139), *anğlan-ı-yır* (TB 104) gibi.

2.6. Çağatay Türkçesi'nde Şimdiki Zaman

Çağatay Türkçesi'nde şimdiki zaman, “-A *turur/ -AdUr*, -y *turur*, -y*dUr*” yapıları ve “-A/-U *yorır*” yapısıyla olmak üzere iki farklı şekilde ifade edilir. Bu yapılar nadir de olsa bazen geniş zamanı da ifade eder. Çok nadir olarak görülen bu durum, anlam kayması olarak değerlendirilebilir. Eski Türkçe dışındaki tarihî yazı dillerinde şimdiki zaman; geniş zaman ekleri ve birtakım birleşik yapılar ile ifade edilmiştir. Ancak

Çağatay Türkçesi'nde şimdiki zaman, geniş zaman ekleri ile ifade edilmemiştir. Bu yönüyle Çağatay Türkçesi diğer yazı dillerinden ayrı düşer.

2.6.1. Çağatay Türkçesi'nde 1. Tip Şimdiki Zaman

Çağatay Türkçesi'nde 1. tip şimdiki zaman “-A *turur/-AdUr*, -y *turur/-ydUr*” yapıları ifade edilir. Harezmi Türkçesi'nde ortaya çıkan, Kıpçak Türkçesi ve Eski Anadolu Türkçesi'nde de varlığını sürdüren “-A” zarf fiil eki, “*tur-*” fiili ve “-ur” geniş zaman ekinde oluşan şimdiki zaman ifadesi, Çağatay Türkçesi'nde de yaygın olarak kullanılır. Ünlü ile biten fiil tabanlarına “-A” zarf fiil eki yerine /y/ ünsüzü gelmektedir (Argunşah 2014:168). Ayrıca bazen “*tur-*” fiiline gelen geniş zaman eki düşünce söz konusu yapı “-ydUr” şeklini alır: *oku-ydur* (NM 87) gibi.

1. tip şimdiki zaman çekiminde incelik kalınlık uyumuna uyulur. Ancak kip ifadesinde kullanılan yapıların düz ünlülü şekilleri ile yuvarlak ünlülü şekillerinin istikrarsız kullanımından dolayı bazen düzlük yuvarlaklık uyumunun dışına çıkılır: *tap-adur mèn* (H 67b/10), *kör-edür mèn* (NM 8), *biti-ydür* (Mec. 75b/10), *ahtar-adur biz* (H 61a/10) gibi.

Çağatay Türkçesi'nde “-A *turur*, -A-*dUr*, -y *turur*, -y-*dUr*” yapıları ifade edilen 1. tip şimdiki zamanın olumsuz şekli, “-m*AydUr* (<-mA-y-dUr)” yapısı ile ifade edilir. Olumsuz fiil

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

tabanlarına getirilen “-y *turur*/-*ydUr*” yapıları ve kişi unsuruyla ifade edilir. “-*dUr*” eki ve “*turur*” yapısı, olumsuz 1. ve 2. kişi çekimlerinde çoğu zaman; 3. kişi çekimlerinde ise, bazen kullanımdan düşer: *bér-me-y* (MA 20a), *uzaltur-ma-y* (MA 21a), *koy-ma-ydur* (BN 139a), *sév-me-y turur* (ŞT 71a), *yat-ma-y turur* (ŞT 71a) gibi.

Çağatay Türkçesi’nde “-*A turur* / -*AdUr*, -*y turur*/-*ydUr*” yapısı ile ifade edilen 1. tip şimdiki zaman çekiminde kişi unsuru olarak 1. ve 2. kişilerde genellikle kişi zamirleri; teklik 3. kişi çekiminde kişi zamiri kullanımdan düştüğünden eksiz şekil; çokluk 3. kişi çekiminde ise, “-*lAr*” çokluk 3. kişi eki kullanılır: *bér-edür mèn* (NM 90), *yat-ma-y sèn* (NM 109), *kél-edür biz* (H 9a/14), *yèt-me-y* (NM 71), *'amel kı-l-a turur-lar* (ŞT 102b/7), *'itáb kı-l-a turur-lar* (MA 20a), *yuv-a turur-lar* (ŞT 71b) gibi.

2.6.2. Çağatay Türkçesi’nde 2. Tip Şimdiki Zaman

Çağatay Türkçesi’nde 2. tip şimdiki zaman “-*A/-U*” zarf fiil ekleri, “*yori-*” fiili ve “-*r*” geniş zaman ekinden oluşan “-*A/-U yori-*” yapısı ve kişi unsurlarıyla ifade edilir (Argunşah 2014:169). Metinlerde örnekleri yok denecek kadar az olan 2. tip şimdiki zaman ifadesi, müstensihler aracılığıyla Çağatay Türkçesi’ne girmiş olabilir.



2.7. Eski Anadolu Türkçesi'nde Şimdiki Zaman

Eski Anadolu Türkçesi'nde müstakil bir şimdiki zaman eki yoktur. Şimdiki zaman ifadesi için bu dönemde geniş zaman ekleri ve birtakım birleşik şekiller kullanılmıştır. Şimdiki zaman “-r, -Ur, -Ar” ekleri, “-A/-I/-U *durur/turur*” yapısı ve “-A/-I/-U *yort-r*” yapısı ile olmak üzere üç farklı şekilde ifade edilir. Bunların dışında *Dede Korkut*'ta şimdiki zaman için kullanılan bugünkü “-mAktA” lı şekil de vardır: *üleş-mekte-y-idi* (DK 72/4) gibi (Ergin 2009:460).

2.7.1. Eski Anadolu Türkçesi'nde 1. Tip Şimdiki Zaman

Eski Anadolu Türkçesi'nde 1. tip şimdiki zaman “-r/-Ar/-Ur” ekleri ile ifade edilir: *ismarla-r-am* (DK 166/4), *gül-er-sin* (DK 274/1), *söyle-r* (DK 113/9), *tur-ur-sız* (DK 255/11) gibi. Esasen geniş zamanı ifade eden bu ekler, bu dönemde geniş zamanın yanı sıra şimdiki zamanı da ifade ederler. Daha ziyade “*eyit-*”, “*dé-*” gibi fiiller “*yâ*” ve “*éy*” gibi hitaplar ile soru cümlelerinde “-r, -Ar, -Ur” ekleri şimdiki zaman ifadesinde kullanılır (Gülsevin 1997:97-98). 1. tip şimdiki zaman çekiminde incelik kalınlık uyumuna uyulur. Ancak düz ünlülü bazı fiil tabanlarına yuvarlak dar ünlülü kip eki getirildiğinden bazen düzlük yuvarlaklık uyumunun dışına çıkılır: *bil-ür-ven* (ŞHŞ 1667), *yat-ur* (DK 141/8), *yat-ur-lar* (EMŞ 56) gibi.

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

Eski Anadolu Türkçesi'nde “-r, -Ur, -Ar” ekleriyle ifade edilen 1. tip şimdiki zamanın olumsuz şekli, “-mAz” ekiyle ifade edilir. Geniş zaman çekiminde olduğu gibi “-r/-Ar/-Ur” ekleri ile ifade edilen 1. tip şimdiki zaman çekiminde de kişi unsuru olarak zamir kökenli kişi ekleri kullanılır: *tur-ur-ın* (DK 17/2), *ditre-r-em* (MC 79b/13), *gül-er-sin* (DK 274/1), *tevekkül eder-üz* (DTN 9a/1), *ağla-r-sız* (DK 93/13), *uç-ar-lar* (DK 215/3) gibi. Teklik 2. kişi çekiminde kişi unsuru olarak zamir kökenli teklik 2. kişi ekinin yanı sıra nadir de olsa teklik 2. kişi zamirinin de kullanıldığı görülür: *gez-er sen* (Mev. 1/2). *san-ur sen* (Mev. 1/2) gibi.

2.7.2. Eski Anadolu Türkçesi'nde 2. Tip Şimdiki Zaman

Eski Anadolu Türkçesi'nde 2. tip şimdiki zaman, “-A/-I/-U *durur/turur*” yapısıyla ifade edilir: *gör-ü turur* (YZ 1/5), *gel-i turur* (MC 65b/7) gibi. Söz konusu birleşik yapı; “-A/-I/-U” zarf fiil eki, “*tur-/dur-*” fiili ve “-ur” geniş zaman ekinden oluşmaktadır: *yud-a dur-ur* (YED 33/6) *gör-ü tur-ur* (YZ 1/5) gibi.

Eski Anadolu Türkçesi'nde “-A/-I/-U *durur/turur*” ekleriyle ifade edilen şimdiki zaman, Eski Anadolu Türkçesi dışında Harezmi Türkçesi, Çağatay Türkçesi ve Kıpçak Türkçesi'nde de kullanılır. Fakat ifadesinde kullanılan ekler arasında birtakım şekli değişiklikler vardır. Kıpçak Türkçesi ve



Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

Çağatay Türkçesi'nde daha çok şekli değişikliğe uğrayan söz konusu yapının Eski Anadolu Türkçesi'nde kullanılan şekli, Harezmi Türkçesi'nde kullanılan şekline göre en az değişikliğe uğrayan şeklidir.

Eski Anadolu Türkçesi'nde 2. tip şimdiki zaman çekiminde kişi unsuru olarak zamir kökenli kişi ekleri kullanılır. Ancak teklik 3. kişi çekiminde kişi unsuru olarak eksiz şekil kullanılır: *gid-e durur* (YED 33/6), *yud-a durur* (YED 33/6) gibi.

2.7.3. Eski Anadolu Türkçesi'nde 3. Tip Şimdiki Zaman

Eski Anadolu Türkçesi'nde 3. tip şimdiki zaman “-A/-I/-U *yori-r*” yapısı ile ifade edilir: *öli yori-r* (GIT 374) *abdest alı yori-r* (EMN 454) *turı yori-r* (EMN 458) *ide yori-r* (KVH 26b/6) göre *yori-r-uz* (KVH 26b/6) gibi.

Eski Anadolu Türkçesi'nde “-A/-I/-U *yori-r*” yapısı ile ifade edilen 3. tip şimdiki zaman ifadesi ilk defa Ahmed Fakih'in *Çarh-nâme*'sinde geçer (Mansuroğlu 1956:12). Geniş zaman ekini alarak fiillere “-A/-I/-U” zarf fiil ekleriyle bağlanan “*yori-*” fiili daha sonraki dönemlerde tamamen ekleşmiş hece yutumu sonucu ekleşerek “-*yor*” şeklini alıp 15. yüzyıldan itibaren şimdiki zaman ifadesinde yaygın olarak kullanılır. “-A/-I/-U *yori-r*” yapısını Eski Anadolu Türkçesi'ne

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

ait bir yapı kabul eden Muharrem Ergin, bu şeklin geçtiği eserlerin dolayısıyla Dede Korkut'un Eski Anadolu Türkçesi'nin son dönemine ait olduğunu söyler (Ergin 2009:460).

3. tip şimdiki zaman ifadesinde kullanılan söz konusu yapıda yer alan “*yori-*” fiilinin bazı örneklerde “*yoru-*” şeklinde kullanıldığı görülür: *ide yoru-r* (KVH 26b/6), *ölü yoru-r-uz* (AN 228), *göre yoru-r-uz* (KVH 26b/6) gibi.

Eski Anadolu Türkçesi'nde 3. tip şimdiki zaman çekiminde kişi unsuru olarak zamir kökenli kişi ekleri kullanılır: *ölü yoru-r-uz* (AN 228) gibi. Ancak teklik 3. kişi çekimi eksiz yapılır: *gide yor-ır* (DK 2/6), *geli yor-ır* (DK 178/4) gibi.

Sonuç

Şimdiki zaman, Eski Türkçe döneminde henüz müstakil bir kip hüviyeti kazanamadığından Köktürk Türkçesi, Eski Uygur Türkçesi ve Karahanlı Türkçesi'nde şimdiki zaman; anlamca kendisine en yakın olan geniş zaman kipinin içerisinde ifade edilmiştir. Harezmi Türkçesinde şimdiki zamanın müstakil ifade şekilleri oluşunca bu dönemden itibaren şimdiki zaman bir yandan geniş zaman ekleriyle ifade edilmiş, bir yandan da tasvirî fillerden oluşan birleşik yapılarla ifade edilegelmiştir. Ancak Çağatay Türkçesi'nde şimdiki zamanı ifade etmek için

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

geniş zaman ekleri kullanılmamıştır. Çağatay Türkçesi bu yönüyle diğer tarihî yazı dillerinden farklılık gösterir.

Köktürk Türkçesi, Eski Uygur Türkçesi ve Karahanlı Türkçesi'nde henüz müstakil kip hüviyeti kazanamadığından geniş zaman içerisinde “-r, -Ir, -Ur, -Ar” geniş zaman ekleri ile ifade edilen şimdiki zaman; Harezmi Türkçesi'nde “-r, -Ur, Ar” ekleri ve “-A/-U *turur*” yapısı ile olmak üzere iki farklı şekilde; Kıpçak Türkçesi'nde “-r, -Ir, -Ur, -Ar” ekleri, “-AdIr/-AdUr, -ydIr, -A (*turur/durur*)” ekleri, “(-A) *yor(ur)*” yapısı ve “-yIr/-yUr, -y” ekleri ile olmak üzere dört farklı şekilde; Çağatay Türkçesi'nde “-A *turur*/ -AdUr, -y *turur*, -ydUr” yapıları ve “-A/-U *yorır*” yapısıyla olmak üzere iki farklı şekilde; Eski Anadolu Türkçesi'nde ise “-r, -Ur, -Ar” ekleri, “-A/-I/-U *durur/turur*” yapısı ve “-A/-I/-U *yorır*” yapısı ile olmak üzere üç farklı şekilde ifade edilmiştir. Eski Anadolu Türkçesi'nde söz konusu yapıların dışında bugün de şimdiki zaman ifadesinde kullanılan “-mAktA” şekli de kullanılmıştır.

Harezmi Türkçesi döneminden itibaren tarihî yazı dillerinde şimdiki zamanı ifade etmek için bir yandan doğrudan doğruya geniş zaman eklerine başvurulurken bir yandan da tasvirî fiil şeklinde kurulan birleşik yapılardan yararlanılmıştır. Söz konusu birleşik yapılar, *zarf fiil eki + yardımcı fiil + geniş zaman eki* şeklinde kurulan tasvirî fiillerden oluşmaktadır. Söz konusu yapılarda “-A/-I/-U” zarf fiil ekleri, “*tur-/dur-*” ve

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

“*yorı-*” yardımcı fiilleri, “*-r/-ur*” geniş zaman ekleri kullanılmıştır. Geniş zaman ekleri dışında şimdiki zamanı ifade etmek için kurulan bu birleşik yapılar, zaman anlamını bünyesinde yer alan geniş zaman ekinden almıştır. Böylece şimdiki zamana özel ifade şekilleri oluşturulmuştur. Zamanla hece yutumu (haploloji) yoluyla geniş zaman ekleri kullanımdan düşünce yardımcı fiiller ekleşmiş, zaman anlamı ekleşen yardımcı fiiller üzerine kaymıştır.

Tarihî yazı dillerinde şimdiki zamanı ifade etmek için kullanılan “...-A/-I/-U *turur/durur*” tasvirî fiili ile “...-A/-I/-U *yorı-r*” tasvirî fiilinin işlevleri aynı olsa da ekleşme süreçleri farklıdır. “*tur-/dur-*” yardımcı fiili ile kurulan “...-A/-I/-U *turur/durur*” tasvirî fiilindeki geniş zaman eki düşünce ekleşme başlamış fakat zarf fiil eki kullanımdan düşmemiştir. Bu zarf fiil ekinin bugün bile varlığını sürdürdüğü çağdaş yazı dillerindeki kullanımlarında görülmektedir. Ancak “*yorı-*” yardımcı fiili ile kurulan “...-A/-I/-U *yorı-r*” tasvirî fiilindeki geniş zaman eki hece yutumu yoluyla kullanımdan düşünce “*yorı-*” yardımcı fiili ekleşmiştir. Söz konusu tasvirî fiilde yer alan “-A” zarf fiili, ekin darlaştırıcı etkisiyle darlaşarak diğer zarf fiil ekleriyle beraber zarf fiil hüviyetini kaybedip bağlayıcı ünlüye dönüşmüştür. Bu durum, “*yorı-*” yardımcı fiilinin ekleşme sürecini hızlandırmış, nitekim Osmanlı Türkçesi döneminde “-*yor*” eki ortaya çıkmıştır. Bugün şimdiki zamanı ifade etmek

Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

için kullanılan “-yor” eki de zaman anlamını yardımcı fiil olarak görev aldığı tasvirî fiile zaman anlamı katan geniş zaman ekinden aldığından şimdiki zamanı ifade etmek için başlangıçtan bugüne doğrudan veya dolaylı olarak geniş zaman eklerinden yararlandığı söylenebilir.

Kaynakça

- ALTINKAYNAK, Erdoğan (2006), “*Gregoryan Kıpçak Dil Yadıgârları*”, 1Q, Kültür Sanat Yayınları, İstanbul, s. 69-173.
- AL-TURK Gülhan (2006), *Et-Tuhfetü’z-Zekiyye fil-Lugati’t Türkiyye Üzerine Bir Dil İncelemesi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- ARAT, Reşid Rahmeti (1947) *Kutadgu Bilig I, Metin*” İstanbul.
- ARAT, Reşid Rahmeti (1959) *Yusuf Has Hacib-Kutadgu Bilig II, Tercüme*” Ankara.
- ARGUNŞAH, Mustafa (2014) *Çağatay Türkçesi*, Kesit Yayınları, İstanbul.
- ARIKAN, İbrahim (2006), *Ermeni Harfleriyle Yazılmış Kıpçakça Zebur (Metin-Dizin)*, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.
- ATA Aysu (1997a) *Kıyasü’l Enbiyâ I-II* Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- ATA Aysu (2014) *Çağatay Türkçesinin İlk Devresi Harezm – Altınordu Türkçesi*, Ankara Üniversitesi Yayınevi, Ankara.
- ATALAY, Besim (1945) *Et-Tuhfet-üz-Zekiyye- Fil-Lugat-it-Türkiyye*, İstanbul.
- BARUTÇU, Sema (1990) *Üç İtigsizler*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- BERBERCAN, Mehmet Turgut (2011) *Çağatayca Gülistan Tercümesi (Gramer-Metin-Dizin)*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- BEVERİDGE, Annette s. (1905) *The Babar-Nama* (“E.J.W. Gibb Memorial” series, I), London-Leiden.

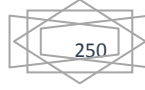


Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

- CAFEROĞLU, Ahmet (1931) *Abu-Hayyân, Kitâb al-İdrâk li-lisân al-Atrâk*, Evkaf Matbaası, İstanbul.
- CHİRLİ, Nadejda (2003), *Ermeni Kıpçakça Dualar Kitabı-Algış Bütüğü*, SOTA Yayınları, Haarlem.
- ÇAĞATAY, Saadet (1963) “*Türk Lehçeleri Örnekleri, VIII. Yüzyıldan XIII. Yüzyıla Kadar Yazı Dili*”, Ankara Üniversitesi Dil Tarih Coğrafya Fakültesi Yayınları, Ankara.
- ÇAĞIRAN, Ö. (1992) *Ahmed-i Dâ’î, Tıbb-ı Nebevî (Metin-Dil Özellikleri- Dizin)*, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili Eğitimi Bilim Dalı Doktora Tezi, Malatya.
- ÇETİN, Abdülbaki (1998) *Hacı Oğlu Hüseyin, Mitahü’l-Adl (İnceleme-Metin-Sözlük)*, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.
- DİLÇİN, Dehri (1946) *Şeyyad Hamza, Yusuf u Zeliha*, İstanbul.
- DRIMBA, Vladimir (2000), *Codex Cumanicus, Edition Diplomatique Avec Fac-Similes*, Editura Enciclopedică, Bucarest.
- ECKMANN, Janos (1960b) “*Küçük Çağatay Grameri*” İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi C:X (1960), s.41-64.
- ECKMANN, Janos (1995) *Nehcü’l-Ferâdis I-II*, Türk Dil Kurumu Yayınları, (Yayımlayanlar: Semih Tezcan-Hamza Zülfikar), Ankara.
- ECKMANN, Janos (2009) *Çağatayca El Kitabı*, (Çev. Günay Karaağaç), İstanbul.
- ERASLAN, Kemal (1996) *Ali Şîr Nevâyî, Nesâyimü’l- Maḥabbe Min Şemâyimi’l-Fütüvve*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- ERASLAN, Kemal (2012) *Eski Uygur Türkçesi Grameri*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- ERCİLASUN, Ahmet Bican (2014) “*Kutadgu Bilig Grameri -Fiil-*” Akçağ Yayınları, Ankara.
- ERGİN, Muharrem (1993) *Türk Dil Bilgisi*, Bayrak Yayınları, İstanbul.
- ERGİN, Muharrem (2000) *Orhun Abideleri*, Boğaziçi Yayınları, İstanbul.
- ERGİN, Muharrem (2009) *Dede Korkut Kitabı 2 (İndeks-Gramer)*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- ERTAYLAN, İsmail Hikmet (1952a) *Ahmed-i Dai Divanı, Külliyat*, İstanbul.

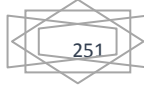
Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

- GABAİN, A. von (1959) “*Türkçede Fiil Birleşmeleri*”, TDAY Belleten, Ankara, s. 16–28.
- GABAİN, A. von (2007) *Eski Türkçenin Grameri*, (Çev. Mehmet Akalın) Türk Dil Kurumu Yayınları, 5. Baskı, Ankara.
- GÜLSEVİN, Gürer (1983) *Kırk Vezir Hikâyeleri*, Dil tarih Coğrafya Fakültesi Türk Dili Bölümü Bitirme Tezi Ankara.
- GÜLSEVİN, Gürer (1989) *Ahmed-i Dâ’î, Miiftâhu'l-Cenne (Metin-Dil Özellikleri Dizin)*, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili Eğitimi Bilim Dalı Doktora Tezi, Malatya.
- GÜLSEVİN, Gürer (1997) *Eski Anadolu Türkçesinde Ekler*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- GÜNER, Galip (2013) *Kıpçak Türkçesi Grameri*, Kesit Yayınları, İstanbul.
- HACIEMİNOĞLU, Necmettin (1997) *Harezmi Türkçesi ve Grameri*, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, Ankara.
- HACIEMİNOĞLU, Necmettin (2000) *Kutb’un Hüsrev ü Şirin’i ve Dil Hususiyetleri*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- HACIEMİNOĞLU, Necmettin (2008) *Karahanlı Türkçesi Grameri*, Türk Dil Kurumu Yayınları, 3. Baskı, Ankara.
- Hâmîdî, Yûsuf u Zelîhâ*, El yazması, İstanbul, Topkapı Sarayı Kütp., Revan 832, istinsah: 922/1516.
- HAMILTON, James Russell (1998) *İyi ve Kötü Prens Öyküsü*, (Çev.: Vedat Köken), Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- KARAMANLIOĞLU, Ali Fehmi (1989), *Seyfi Sarâyî, Gülîstan Tercümesi (Kütâl Gülîstan bi’t-Türkî)*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- KARAMANLIOĞLU, Ali Fehmi (1994) *Kıpçak Türkçesi Grameri*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- KARGI ÖLMEZ, Zuhâl (1996) *Ebulgazi Bahadır Han, Şecere-i Terâkime (Türkmenlerin Soykütüğü)*, Simurg Yayınları, Ankara.
- Karşılaştırmalı Türk Lehçeleri Grameri I -Fiil- Basit Çekim*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara, 2006.
- KASAPOĞLU-ÇENGEL, Hülya (2012) “*Ermeni Harfli Kıpçak Türkçesi*”, Dil Araştırmaları, S:10, Bahar, s.17-81.
- LEVEND, Ağâh Sırrı (1957) *Gülşehri, Mantuku't-Tayr* Tıpkıbasım, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.



Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

- MANSUROĞLU, Mecdut (1954) *"Mevlana Celaleddin Rumi'de Türkçe Beyit ve İbâreler"*, TDAY Belleten 1954, s.207-220.
- MANSUROĞLU, Mecdut (1974) *Ahmet Fakih, Kitabı Evsafi Mesacidi's-Şerife*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- ORKUN, H. Namık (1940) *Prens Klayanamkara ve Papamkara Hikayesinin Uygurcası*, İstanbul.
- ÖZDEMİR, Emin (1968) *"Türkçede Fiillerin Çekimlenişine Toplu Bir Bakış"*, TDAY Belleten - 1967, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara, s.177-203.
- ÖZKAN, Mustafa (1993) *Mahmud b. Kâdi-i Manyâs, Gülistan Tercümesi (Giriş-İnceleme-Metin-Sözlük)*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- SEYHAN, Tanju (2012) *Pâdişâh Hoca Külliyyâtı -I- Miftâhü'l-'Adl*, Kesit Yayınları, İstanbul.
- ŞAHİN, Hatice (2015) *Eski Anadolu Türkçesi*, Akçağ Yayınları, Ankara.
- ŞEN, Mesut (1993) *Gazi Zahirüddin Muhammed Babur, Bâburname*, Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- TEKİN, Talat (2003) *Orhun Türkçesi Grameri*, Türk Dilleri Araştırmaları Dizisi:9, İstanbul.
- TEKİN, Talat (2010) *Orhun Yazıtları*, Türk Dil Kurumu Yayınları, 4. Baskı, Ankara.
- TİMURTAŞ, Faruk Kadri (1972a) *Şeyhi ve Hüsrev ü Şirin'i (İnceleme-Metin)*, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- TİMURTAŞ, Faruk Kadri (1972b) *Yunus Emre Divanı*, Tercüman 1001 Temel EserS.İ. İstanbul.
- TİMURTAŞ, Faruk Kadri (1994) *Eski Türkiye Türkçesi XV. Yüzyıl Gramer-Metin-Sözlük*, Enderun Kitabevi, İstanbul.
- TOPARLI Recep (1987) *Harezmi Türkçesi*, Atatürk Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Yayınları, Erzurum.
- TOPARLI, Recep (1993), *Ed-Dürretü'l-Mudiyye Fî'l-Lügati't-Türkiyye*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- TOPARLI, Recep- M. Sadi Çögenli- Nevzat H. Yanık (1999) *El-Kavainü'l-Külliye li-Zabti'l-Lügati't-Türkiyye*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- TOPRAK, Funda (2005) *Harezmi Türkçesinde Fiil*, Ankara.



Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

Kısaltmalar

AB	Algış Bitiği
AN	Anter-nâme
BN	Bâburnâme
CC	Codex Cumanicus
DK	Dede Korkut Kitabı
DTN	Ahmed-i Dâ'î, Tıbb-ı Nebevî
EMN	Eşrefoğlu Rûmî, Müzekki'n-Nüfus
EMŞ	Ahmet Fakih, Evsafî Mesacidi'ş-Şerife
GIT	Manyaslı Mahmûd, Gülistan Tercümesi
GT	Kitâb Gülistân Tercümesi- Seyf-i Sarayî
H	Hâmidî, Yûsuf u Zelihâ
HŞ	Kutb'un Hüsrev ü Şirin'i
KB	Kutadgu Bilig Herat nüshası
KE	Kısasü'l Enbiyâ, Burhânü'd-din Rabgûzî
Kİ	Kitâbü'l-İdrâk li Lisâni'l-Etrâk
KK	El-Kavânînü'l-Küllîyye li-Zabti'l-Lügati't-Türkiyye
KT D	Kültigin Yazıtı doğu yüzü
KTLG	Karşılaştırmalı Türk Lehçeleri Grameri I -Fiil-
KV	Kamanets Vakayinâmesi
KVH	Kırk Vezir Hikâyeleri



Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

KZ	Kıpçakça Zebur
MA	Miftâhü'l-'Adl
MC	Ahmed-i Dai, Miftahü'l-Cenne
Mec.	Mecâlisü'n-Nefâ'is
Mev.	Mevlana Celaleddin Rumî
NF	Nehcü'l-Ferâdis
NM	Nesâyimü'l- Maḥabbe Min Şemâyimi'l-Fütüvve
Prens KP	Prens Klayanamkara ve Papamkara Hikâyesinin Uygurcası
ŞHŞ	Şeyhî, Husrev ü Şîrîn
ŞT	Şecere-i Terâkime
T II B	Tonyukuk Yazıtı ikinci taş batı yüzü
TA	Kitâb-ı Mecmû-ı Tercümân-ı Türkî ve Acemi ve Mugalî
TB	Töre Bitigi
TZ	Et-Tuhfetü'z-Zekiyye fi'l-Lügati't-Türkiyye
YED	Yûnus Emre Divanı
YZ	Şeyyâd Hamza Yûsuf u Zeliha



Tarihî Türk Yazı Dillerinde Şimdiki Zaman

Diğer İşaretler

-	Fiil köklerine gelir.
~	Değişken şekil
+	İsim köklerine gelir
<	Bu şekilden gelir.
>	Bu şekle gider.
A	a, e
I	ı, i
U	u, ü



EVVEL ZAMAN İÇİNDEN ÇAĞDAŞ ZAMANLARA UZANAN BİR YOLCULUK ARAPÇA ANLATILAN BİR SİİRT MASALI: HEZALOK İLE DELALOK*

Rezan KARAKAŞ**

Özet

Masallar, dinleyicileri gerçek dünyanın karanlık ve soğuk koridorlarından hayal âleminin renkli ve sıcak diyarlarına götüren anlatılardır. Gerçek dünyada hayat mücadelesi içinde yaşayan birey, bu sayede kısa süreliğine de olsa farklı mekânlara giderek rahatlar. Masallar, dinleyici üzerindeki bu etkisini iki özelliğine borçludur. Birincisi, masalların olağanüstü olaylardan ibaret örgüsü, ikincisi ise anlatımda kullanılan dilin çekiciliği. Olağanüstü bir şekilde gerçekleşen doğum, insandan hayvana ya da hayvandan insana dönüşümler vb. olaylar, çerçevesi anlatıcı tarafından çizilen masal âleminin içinde renkli tablolar oluşturur. Bu çalışmada Siirt Arapçasıyla derlenmiş "Hezalok ile Delalok" adlı masalın Grimm masallarından Hansel ve Gratel'e benzerliğine vurgu yapılmıştır. İnsanoğlunun nefes aldığı dünya üzerindeki hemen her noktada, konuşulan dil değişse de duygular ve hayaller hep aynı kalmış; bu durum tip, motif ve kurgu açısından benzer masalların ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Anahtar Kelimeler: Masal, Grimm Masalları, Siirt Arapçası, Hayal Âlemi.

* Bu çalışma, Siirt Üniversitesi Yaşayan Diller Enstitüsü tarafından 27-28 Mayıs 2016 tarihinde düzenlenen "Uluslararası Siirt Arapçası Çalıştayı: Dünü Bugünü ve Yarını" etkinliğinde sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

** Doç. Dr., Siirt Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Sosyal Bilimler ve Türkçe Eğitimi Bölümü, rezankarakas@hotmail.com



*Evvel Zaman İçinden ağdaş Zamanlara Uzanan Bir Yolculuk
Arapça Anlatılan Bir Siirt Masalı: Hezalok ile Delalok*

*A Journey From Once Upon a Time to Modern Times A Siirt Folk
Tale Narrated in Arabi: Hezalok and Delalok*

Abstract

Tales are narratives that take audience from dark and cold aisles of real world to wide and warm climates of imagination world. Tales have privilege to take ordinary people to the different places for a short time. Two main properties of the tales causes those effects on the audience. First, they have extraordinary event patterns. Second, they are expressed with an appealing language. An extraordinarily birth, transitions between human and animal forms, etc. are expressed in such a colorful framework by the narrator. In this study, one spoken Arabic of Siirt tale will be evaluated by examination of motives method and its resemblance with 'Hansel and Gratel" by Grimm will be underlined. Whereever menkind breath, spoken language is different but the dreams of those people are the same; therefore, tales with similar motif and fiction emerged.

Key words: *Fairy Tale, Grimm Tale, Siirt Arabic, The world of Dreams*

Giriş

Sözlü anlatı geleneğinin zirvesinde yer alan türlerinden biri olan masal hakkında günümüze değin çok şey söylenmiş ve yapılmıştır. Masalların ne şekilde doğduğu, kaynağı, sınıflandırılması, motif ve tipleri hakkında gerek dünyada gerekse ülkemizde yapılan on binlerce çalışma mevcuttur. Masal türüne yönelik yapılan çalışmalarda muhtelif derlemeler de oldukça önemli bir yer tutar.

“Masal, halk arasında yüzyıllardan beri anlatılmakta olan ve içinde olağanüstü kişilerin, olağanüstü olayların bulunduğu, bir varmış bir yokmuş gibi klişe bir anlatımla başlayan, belli bir uzunluğu olan, sonunda yedi, içti, muratlarına erdiler yahut onlar erdi muratlarına biz çikalım kerevetine, gökten üç elma düştü, biri anlatana, biri dinleyene, biri de bana, gibi sözlerle sonuçlanan, zaman ve mekân kavramlarıyla kayıtlı olmayan sözlü bir anlatım türüdür” (Seyidoğlu 1985: 5).

“Sözlü kültürün en önemli ürünlerinden olan masal, kendisine ait kavramları ve anlatım diliyle olağan ve olağanüstü olayları anlatan eğitici nitelikli, geleneksel ve kolektif karakter taşıyan nesir ürünlerdir. Masallar, yaşadığımız dünyadan farklı bir dünya yaratarak, iyilerin kazandığı, kötülerin kaybettiği, insanların mutlu olduğu, özlenen bir toplumsal düzen yaratarak insanlara umut verir. Masallar, hayali görünüşlerinin yanında, ince bir mantığı ve derin bir halk felsefesini telkin ederler”

*Evvel Zaman İçinden Çağdaş Zamanlara Uzanan Bir Yolculuk
Arapça Anlatılan Bir Siirt Masalı: Hezalok ile Delalok*

(Aslan 2010: 278). Masallarda “köklü geleneğe bağlı, kolektif karakter taşıyan ‘hayalî-gerçek’, ‘mücerret-müşahhas’, ‘maddi-manevi’ birtakım konu, macera, vaka, problem, motif ve unsurlar, nesir dili ile vakit geçirmek, insanları eğlendirirken terbiye etmek düşüncesinden hareketle, hususi bir üslupla anlatılır ve yazılırlar” (Elçin 2004: 369).

“İçerisinde olağanüstü kahramanların ve hadiselerin geçtiği, klişe bir sözle başlayıp, yine klişe bir sözle biten, dinleyiciyi inandırmak gibi bir iddiası olmayan ve umumiyetle nesir şeklinde söylenen hayal mahsulü” (Şimşek 1990: 3) bir anlatı türü olan masallar, geçmişten günümüze hemen her yaştaki insanın ilgisini çekmiştir. Masal, sözlü anlatı geleneğinin en yaygın ve işlevsel türlerindedir. Masal, bunu yapısında bulunan unsurlara borçludur. Örneğin masalın icrası için büyük bir zahmete ve emeğe gerek duyulmaz. En az iki kişinin varlığı masal atmosferinin oluşması için yeterlidir. Bunlardan biri anlatıcı (masalcı, masal anası), diğeri ise dinleyicidir. Masal anlatımı için ayrıca özel ve lüks mekânlara da ihtiyaç yoktur. Herhangi bir oda, kuytu bir köşe veya bir sedir, masal ülkelerine yolculuk yapmak için yeterlidir. Masalın biçimsel yönü ve hacmi de dikkate alındığında onun hemen her dinleyici kitlesine hitap edebileceği gözlerden kaçmaz. Ayrıca masal anlatıcısının anlattığı her masalı adeta yeniden inşa etmesi ve dilediği gibi uzatıp kısaltabilmesi de bu hususta önem taşır. Masala asıl enerjiyi veren bir başka unsur da içeriğindeki

*Evvel Zaman İçinden Çağdaş Zamanlara Uzanan Bir Yolculuk
Arapça Anlatılan Bir Siirt Masalı: Hezalok ile Delalok*

olağanüstü olay, kişi ve nesnelerdir. Masallarda yaratılan fantastik atmosfer, dinleyicilerin gündelik hayatın ve zamanın dışına çıktıkları, uzak ülkelere yolculuklar yaptıkları, adeta bir tür ruhsal terapi gördükleri alanlardır.

“Masal, tarihin karanlık devirlerinde insan hayalinin yaratımlarından, mitlerden, destanlardan beslenerek kendi türsel sınırlarını çizmiş ve bu yolculuğunu günümüze değin ulaştırmıştır” (Karakaş 2011: 264). Nice zihinler, yepyeni ve özgün eserler üretmek amacıyla masal içeriğindeki zengin kültürel içerikten yararlanmıştır. Masal, yüzyıllar boyunca edebiyat başta olmak üzere sinema, resim, mimari gibi birçok sanat alanını beslemiş ve bu alanlarda üretilen sanat eserlerinin yapı taşı olmuştur. Birçok edebiyatçının eserinde metinlerarasılık bağlamında değerlendirilebilecek yüzlerce masal metni mevcuttur. Örneğin Cahit Sıtkı Tarancı, “Abbas adlı hikâye ve şiirinin konusunu, çocukluğunda dinlediği bir masaldan ilham almış; Kırkinci Oda şiirini, aynı adlı bir masaldan yararlanarak kurgulamış, kırkinci oda motifleriyle şiirinin ana eksenini oluşturmuştur” (Karakaş 2012: 135). “Çağdaş edebiyatın son temsilcilerinden Murathan Mungan, masal motiflerini modern edebiyatın anlatı türlerinde yaygın olarak kullanan yazarlardan biridir. Kendine has terimlerle masal motiflerini işlevsel olarak ele alan yazar, çağdaş roman ve çağdaş hikâyenin olay örgülerine bu unsurları serpiştirerek anlatılarına zenginlik katmıştır” (Sezer 2010: 26, 27). Mungan,

*Evvel Zaman İçinden ağdaş Zamanlara Uzanan Bir Yolculuk
Arapça Anlatılan Bir Siirt Masalı: Hezalok ile Delalok*

Grimm masallarından Külkedisi, Pamuk Prenses ve Uyuyan Güzel masallarını değiştirip dönüştürerek yeni ve sıra dışı yapıtlar ortaya koymuştur.

Masal, salt sanatın değil, aynı zamanda eğitim müesseselerinin de istifade ettiği edebi türlerden biridir. Günümüzde birçok eğitim kurumu, okul öncesinden başlayarak gerek dünya gerekse Türk masallarından belirli ölçülerde yararlanmaktadır. Birçok araştırmada, ister dinlenilsin isterse okunsun, masal metinlerinin ocuk eğitiminde önemli rolü olduğuna dair bulgular mevcuttur. İçin uzmanları tarafından belirlenecek masal metinleri, eğitimin hemen her basamağında değer eğitimi, dil eğitimi, sanat eğitimi gibi alanlarda işlevsel olarak kullanılabilir.

“Okul öncesinde çocukları öğrenmeye hazırlayan, başka bir deyişle okul dönemine hazır hale getiren araçlardan biri, onlara anlatılan masallar veya masalımsı hikyelerdir. Dinleme alışkanlığının kazanılmasında da masalın ayrı bir rolü vardır” (Oğuzkan 2010: 26). “Masallar, ocukların beyinlerinin sağ st yarısında yer alan hayal, yaratıcılık ve sanati yeteneklerine yönelik etkileriyle bilişsel gelişmesine katkı yapar” (şahin 2011: 210). “Masallar, ocuğa ana dilinin nasıl kullanıldığını ilk öğreten, ona bu dilin türlü hünerlerini; kıvraklığını, zenginliğini, inceliğini ilk gösteren” (Boratav 2009: 17) anlatılırdır.

*Evvel Zaman İçinden Çağdaş Zamanlara Uzanan Bir Yolculuk
Arapça Anlatılan Bir Siirt Masalı: Hezalok ile Delalok*

Hal böyle iken maalesef günümüzde insanoğlu, çalışma hayatının ritmine, teknolojinin nimetlerine kendisini öylesine kaptırmış ki bu yüzden “hayal kurma”yı da unutmuştur. Oysaki masal, bizlere yeniden hayal kurmayı öğretebilecek bir donanıma sahiptir. Halk bilimi camiası için bir zamanlar, 1900’lü yıllardan bu yana, masalların derlenip yazıya geçirilmesi önemliydi. Ancak günümüz dünyasında bu tür bir çabanın önemli, ancak yetersiz olduğu görülmektedir. Masalın tezlerde, arşivlerde veya bilimsel kitaplarda yer alması, masal adına, her şeyin yapılmış olduğu anlamına gelmez. “Bir köy var uzakta gitmesek de gelmesek de o köy bizim köyümüzdür!” diyen sözlerle nasıl ki gitmediğimiz köy bizim olmuyorsa, anlatmadığımız masallar da bizim olmuyor. Anlatmadığımız masalların sahibi değiliz. Okullarda, gösterilerde, sosyal faaliyetlerde sergilemediğimiz, içimize sindirmediğimiz, içinde olmadığımız, yaşatmadığımız ve yaşamadığımız masalların sahibi hiç değiliz.

Ziya Gökalp, halk masallarının millet hayatındaki önemini ve aynı zamanda Avrupa’nın masallarına nasıl sahip çıktığını şu sözlerle dile getirmiştir: “Halk masalları bir milletin en zengin hazinelerinden biridir. Milletin eski seciyesi, eski mefkûreleri, masallarında mahfuzdur. Avrupa’nın bütün milletleri milli seciyelerini, eski mefkûrelerini anlayabilmek için, memleketlerinde naklolunan umum halk masallarını zapt etmişlerdir. Bu masalların kahramanlarını herkes tanır. Çünkü

*Evvel Zaman İçinden Çağdaş Zamanlara Uzanan Bir Yolculuk
Arapça Anlatılan Bir Siirt Masalı: Hezalok ile Delalok*

yüksek edebiyata da telmih yoluyla girmiştir. Bu masalların çocuk terbiyesinde de büyük rolü vardır. Kıraat kitapları hep bu masallarla doludur. Küçük çocukların dikkatini, alakasını yalnız bu masallar celp eder. Onlar ilk kahramanlık derslerini mefkûre için fedakârlıkları bu masallardan öğrenirler” (Kantarcioglu 1991: 32).

Alman Grimm kardeşlerin çalışmaları, Ziya Gökalp’in yukarıda bahsettiği Avrupa’nın masallarına ne şekilde sahip çıktığına güzel bir örnek oluşturur. Jakob Ludwig Karl Grim ve Wilhelm Grimm, 1812 ve 1815 tarihli ‘Kinder und Hausmarchen’ adlı iki ciltlik eserleriyle Almanya’da derledikleri masaları işlemiş ve bu masalları ilim âlemine tanıtmışlardır.¹

Oysaki biz, masallarımızı unuttuk. Onları “koca karı masalı” diyerek küçümsedik. Biz, masalı terk ederken ıssız sokaklarda, Batı, kendi masallarından yeni masallar kurgulayıp birçoğunu da beyaz perdeye aktardı. Maalesef çocuklarımız, şimdi Batı kültürüyle bezenmiş bu masallarla büyümekte, onlarla hayal kurmaktadırlar. Batı, ne masalı bıraktı ne de masal anlatmayı. Ülkemizde masal anlatma geleneği hususunda ilk adımları atan kişi, yine bir yabancı: Fransız Judith Liberman. Fransa’da “anlatıcılık” üzerine eğitim almış olan Judith

¹ Makalemizde adı geçen “Hansel ve Gratel masalı” da bu masallardan biridir.

*Evvel Zaman İçinden ağdaş Zamanlara Uzanan Bir Yolculuk
Arapça Anlatılan Bir Siirt Masalı: Hezalok ile Delalok*

Liberman, on iki yıldır İstanbul'da yaşamakta ve yüzlerce insana masal anlatmaktadır. İnsanoğlunun neler yaşadığının değil, neler anlattığının önemli olduğunu dile getiren Liberman, aynı zamanda “aynı mekânda hayal kurma”nın önemine de vurgu yapmaktadır.

Günümüzde masal anlatma geleneğini yeniden canlandırmak isteyen ve bir kısmı Judith Liberman'dan aldığı eğitimle bu işe girişen bazı masal ve hikâye anlatıcısı gençler var. Ayşegül Dede, Nazlı evik, Didem Köktaş, Songül Bozacı, Gizem Cankurtaran, Semih Ali Aksoy ve Özge Yaran gibi isimler bunlardan bazıları. Bu kişiler, Somut Olmayan Kültürel Miras Müzesi'nde, televizyonda ya da farklı mekânlarda dinleyici ile buluşup masallar anlatmaktadırlar.

Masallar, sözlü kültür miraslarımızdandır. Masalın yaşaması için söze ihtiyaç vardır. Bu söz, masalda kullanılan dildir. Ancak masal, yapısı itibariyle dilin boyunduruğunda değil, tam tersine dile hükmedicidir. Siirt Arapasıyla anlatılan bir masala sahip çıkmak, o masalın büyüüne kendimizi kaptırmak, aynı zamanda Siirt Arapasının da inceliklerine, ritmine ve dokusuna temas etmek demektir. Dil, su gibidir, hangi kabın içine girerse onun şeklini alır. Siirt Arapçası ile anlatılan bir masal da Siirt Arapçası için bir kap hükmündedir. Siirt Arapçasını korumak ve yaşatmak düşüncesiyle yola çıkan kişi veya kişilerin bu dil ile ilgili tespit ve yorumlarında halk

kültürüne eğilmeleri, halk kültürü ürünlerinden yola çıkmaları elbette sebepsiz değildir.

Hezalok ile Delalok Masalı

Biz bu alışmamızda Siirt Arapasıyla anlatılan Hezalok ile Delalok masalı üzerinde duracak ve bu masalın Grimm masallarından Hansel ile Gratel'e benzerliğine dikkati çekeceğiz. Siirt Arapçası ile anlatılan Hezalok ile Delalok masalının² olay örgüsü özetle şoyledir:

Masalda vey anneleri tarafından istenmeyen biri kız diğeri erkek iki kardeşin maceraları anlatılır. Üvey anne, bir hile ile iki çocuğunu öldürmesi konusunda kocasını ikna eder. Durumu anlayan kardeşler, evden ayrılırlar ve yaşlı bir kadınla karşılaşırlar. Bu kadın, bir cadıdır, fakat çocuklar, onun cadı olduğunu anlamazlar. Cadı, onları ileriki günlerde yemek için beslemeye başlar. Cadının niyetini anlayan çocuklar, henüz cılız ve zayıf olduklarına inanması için gözleri iyi görmeyen cadıyı aldatırlar ve ona parmakları yerine fare kuyruğu uzatırlar. Bir gün fare kaybolur. Çocuklar, parmaklarını cadıya uzatmak zorunda kalırlar. Parmakların kalınlığını kontrol eden cadı, çocukların yeteri kadar beslenmiş olduklarına kanaat getirir. Onlar için kaynayan bir kazan hazırlar ve üzerine bir salıncak kurar; çocukları da sallanmaları için salıncağa davet eder.

² Hezalok ve Delalok masalı, Tuğba Aykal adlı ğrenci tarafından 03.05.2016 tarihinde Batman'a bağlı Doğankavak köyünde yaşayan 1917 doğumlu Kadriye Byktop adlı kaynak şahıstan Siirt Arapçası ile derlenmiştir.

*Evvel Zaman İçinden Çağdaş Zamanlara Uzanan Bir Yolculuk
Arapça Anlatılan Bir Siirt Masalı: Hezalok ile Delalok*

Delalok, akıllıca davranarak önce cadının sallanmasını ister. Cadı, salıncağa biner ve orada uyur. Çocuklar, salıncağın ipini keserek cadıyı kaynayan suyun içine atarlar. Çocuklar da cadının evinde mutlu bir şekilde yaşarlar.

Hezalok ile Delalok masalının olay basamakları aşağıdaki gibidir:

1. Hezalok ile Delalok'un anneleri ölür. Çiftçi olan baba, yeni bir evlilik yapar.
2. Üvey anne, babadan her iki çocuğu da öldürmesini ister.
3. Hezalok ile Delalok, bir karga sayesinde üvey annelerinin hain planını öğrenirler.
4. Hezalok ile Delalok evden ayrılırlar.
5. Hezalok ile Delalok yolda yaşlı bir kadın (cadı) ile karşılaşır.
6. Yaşlı kadın, her iki çocuğu iyice besler. Amacı onları uygun zamanda kesip yemektir.
7. Çocuklar, cadının niyetini anlarlar ve kendilerini kontrole gelen cadıya parmakları yerine farekuyruğu uzatırlar.
8. Bir gün fare, ortadan kaybolur ve çocuklar, cadıya parmaklarını uzatmak zorunda kalırlar.
9. Cadı, onların şişmanladığını anlar ve kaynayan bir kazan üzerine salıncak kurar.
10. Cadı, çocukların salıncağa binmesini ister.

*Evvel Zaman İçinden Çağdaş Zamanlara Uzanan Bir Yolculuk
Arapça Anlatılan Bir Siirt Masalı: Hezalok ile Delalok*

11. Delalok, cadının planını anlar ve bir oyunla cadının salıncağa binmesini sağlar.
12. Cadı, salıncakta sallanırken uyur. Bunu fırsat bilen çocuklar, salıncağın ipini keserek cadıyı kazana atarlar.
13. Çocuklar, cadının evinde mutlu bir şekilde yaşarlar.

Yukarıda da kısaca belirttiğimiz gibi Siirt'te Arapça olarak anlatılan bu masal, Hansel ve Gratel masalına benzerliğiyle dikkati çekmektedir. Her iki masal, adeta birbirinin “eş metinleri” olarak düşünülebilir.³ Hansel ve Gratel masalının olay basamakları irdelendiğinde iki masaldaki ortaklıkların ne derece fazla olduğu görülecektir.

“Hansel ve Gratel” masalının olay basamakları şöyledir:

1. Hansel ve Gratel'in annesi, onlar henüz küçük yaşta iken ölür. Oduncu olan babaları yeni bir evlilik yapar.
2. Üvey anne, hiç yiyeceğimiz kalmadı, diyerek babayı, çocukları ormana terk etmesi konusunda ikna eder.

³ Masalarda evrensel insanın gerçek hayatla düşleri arasındaki uzlaşma anlatılmakla beraber, her millet özendiği rahat ve refahı ve bunlar için yapılan mücadeleyi, kendi sembolleriyle ifade etmektedir. Yapılarıyla aynı olan masallar, muhteva, dil ve üslup yönünden anlatıldıkları ülkede yeniden yaratılmış gibidir. Dünya masalları, konuları ve yapıları yönünden benzerlikten öte aynılık göstermekle beraber, diğer unsurları ile çok şekillilik ve canlılık gösterirler. Masal kahramanları, çevre, inanç, âdet ve gelenekler masallarda farklılığı meydana getirir. Bu unsurlar, masalları zenginleştirmekte ve yapılarındaki aynılığın doğurduğu yeknesaklığı ortadan kaldırmaktadır. Yapıları birbirinin aynı olan masalların farklı milletlerde ayrı şekillerde anlatılmaları bu özelliklerindedir (Türkeş Günay 2011: 671- 681).

*Evvel Zaman İçinden Çağdaş Zamanlara Uzanan Bir Yolculuk
Arapça Anlatılan Bir Siirt Masalı: Hezalok ile Delalok*

3. Çocuklar, ormana giderken daha önce ceplerine doldurdukları taşları, yollara serperler ve bu sayede eve dönerler.

4. Bir süre geçtikten sonra üvey anne, babayı çocukları ormana götürmesi konusunda tekrar ikna eder.

5. Üvey anne, bu kez çocukların taş toplamasına izin vermez.

6. Gratel, cebine koyduğu ekmekleri orman yoluna serper, ancak ekmekler, kuşlar ve böcekler tarafından yenir.

7. Çocuklar, ormanda duvarları ekmekten, çatısı pastadan, pencereleri şekerden bir ev bulurlar.

8. Bu ev, yaşlı bir kadının evidir. Bir cadı olan yaşlı kadın, çocukları eve hapseder. Hansel, çok zayıftır ve cadının onu yemek yapabilmesi için iyice beslemesi gerekmektedir.

9. Cadı, Gratel'e yemekler yaptırarak kardeşi Hansel'i beslemesini sağlar.

10. Cadı, her gün Hansel'in kilo alıp almadığını kontrol eder. Gratel, cadının gözlerinin iyi görmediğinin farkına varır ve cadiya Hansel'in parmağı yerine tavuk kemiği uzatır.

11. Cadı, sabırsızlanır ve zayıf bile olsa artık "Hansel böreği" yapacağını söyleyerek Gratel'e fırını yaktırır.

12. Cadı, fırının iyice ısınıp ısınmadığını kontrol ederken Gratel, onu fırının içine atar ve cadı yanar.

*Evvel Zaman İçinden Çağdaş Zamanlara Uzanan Bir Yolculuk
Arapça Anlatılan Bir Siirt Masalı: Hezalok ile Delalok*

13. Çocuklar, cadıdan aldıkları altınlarla evlerine dönerler ve babalarıyla mutlu bir şekilde yaşarlar.

Hansel ve Gratel masalı ile Hezalok ile Delalok masalı karşılaştırıldığında her iki masaldaki olay basamaklarının oldukça benzer olduğu görülür:

1. Öz annenin kaybı ve aileye kötü kalpli bir üvey annenin katılması
2. Üvey annenin sözüyle hareket eden babaların çocuklarını öldürmeye karar vermeleri
3. Çocukların evden ayrılmaları veya uzaklaştırılmaları
4. Çocukların yaşlı bir kadın (cadı) ile karşılaşmaları
5. Cadıların çocukları şişmanlamaları için beslemesi
6. Çocukların parmakları yerine farekuyruğu veya tavuk kemiği uzatarak cadıyı aldatmaları
7. Cadının çocukları yemek için hazırlık yapması (fırının yakılması, kazandaki suyun ısıtılması).
8. Cadının kaynar kazana düşürülmesi veya fırına atılması
9. Mutlu son

Olay basamakları benzer olan bu iki masalın motifleri de yine ortaktır: ölüm, akıllı ve aptal, aldatmalar, geleceğin tayini,

*Evvel Zaman İçinden ağdaş Zamanlara Uzanan Bir Yolculuk
Arapça Anlatılan Bir Siirt Masalı: Hezalok ile Delalok*

mükâfatlar ve cezalar, esirler ve kaçaklar, anormal zulümler gibi...

İki masalın ana çatısı arasındaki bu benzerliklerin yanı sıra bu masalları birbirinden farklı kılan özellikler de mevcuttur:

Her iki masaldaki farklılıklar ise şöyle özetlenebilir:

1. Hansel ve Gratel masalında baba oduncudur, Hezalok ve Delalok masalında ise baba çiftçidir.
2. Hansel ve Gratel masalında çocuklar, tekrar eve dönmek için taş ve ekmeğ serperler. Hezalok ve Delalok masalında böyle bir durum söz konusu değildir.
3. Hansel ve Gratel masalında cadının evi; pasta, ekmeğ ve şekerden yapılmıştır. Ancak Hezalok ve Delalok masalında cadının sıradan bir evi vardır.
4. Hansel ve Gratel masalında sadece Hansel zayıftır ve masalda sadece onun beslenmesi söz konusudur. Oysaki Hezalok ile Delalok masalında her iki çocuk da zayıftır. Cadı, bu yüzden her iki çocuğu da özenle besler.
5. Hansel ve Gratel masalında cadı, çocukların kilo alıp almadıklarını kontrol ederken çocuklar, cadıya tavuğ kemiği uzatırlar. Hezalok ve Delalok masalında ise çocuklar, cadıya farekuyruğu uzatırlar.
6. Hansel ve Gratel masalında cadı, çocuklar tarafından fırına, Hezalok ile Delalok masalında ise kaynar kazana atılarak öldürülür.

*Evvel Zaman İçinden ağdaş Zamanlara Uzanan Bir Yolculuk
Arapça Anlatılan Bir Siirt Masalı: Hezalok ile Delalok*

7. Hansel ve Gratel masalında çocuklar, evlerine geri donerler. Hezalok ile Delalok masalında çocuklar, cadının evinde yaşamaya devam ederler.

Biri Doğu diğeri Batı masalı olarak adlandırılabilcek bu iki masal arasındaki farklılıklar, aynı kültürde, hatta aynı kişi tarafından anlatılan masalarda dahi ortaya çıkabilir. Masalı masal yapan da zaten bu farklılıklar ve farklılıklarda saklanan ayrıntılardır. Bir masalı dinleyiciyle buluşturan Şey, her anlatım esnasında değişmesi, adeta yenilenmesidir. “Her anlatımda yeniden doğan, coğrafyalar arası g edebilen geleneksel bir szli kültür ürünü” (zmc 2011: 61) olan masalarda anlatıcı, yazılı metne bağlı kalarak değil, hayal âleminin uçsuz bucaksız sınırlarında dolaşarak masalını Őekillendirir. Onu yeni kalıplara sokar, renklendirir. Bir masal anlatıcısı, kendi hayal lemindekileri dinleyicinin hayal âlemine taşıyabildiği lde başarılı olur.

Sağ elimizde bir Siirt masalı, sol elimizde bir Avrupa masalı. Sağ elimizdeki masal, henüz gün yüzüne çıkarılmış ve yeniden hayat bulmak, nefes almak isteyen bir masal, sol elimizdeki ise beyaz perdeden nasibini almış, bir buçuk saatlik bir sinema filmi olma lüksüne ulaşmış bir masal. Grimm masallarından olan “Hansel ve Gratel”, sinema filmi olarak seyirci ile buluşmuş iken Siirt Arapçası ile anlatılan “Hezalok ile Delalok” ise unutulmaya yüz tutmuştur.

Sonuç

Masallar, insana ve hayata dair olanı anlatır. İnsan ruhunun gizli kalmış yönleri, masallarda ortaya çıkar. Farklı coğrafyalarda benzer masalların ortaya çıkması da bu yüzdendir. Siirt halk kültüründe tespit edilecek farklı masallarla, yörenin binlerce yıllık geçmişini anlamak, sosyal ve psikolojik panoramasını çizmek mümkün olabilir. Masalların tespit ve araştırılmasıyla birlikte farklı form ve Şekillerde yeni nesillere, çocuklara ve gençlere sunulması da önemlidir. Bu da elbette yalnız bireysel bir çabayla değil toplumsal bir çabayla gerekleēebilir. Yöresel kültürlerin hızla kaybolduğu çağımızda yaşayan dil ve kültürleri korumak, her birey için bir görev kabul edilmelidir. Konuyla ilgili olarak niversiteler ile Milli Eğitim Bakanlığının işbirliği içinde olması da bu bağlamda önem taşır. Bu işe masallarımızı yeniden anlatarak, yazarak, sahneleyerek veya beyaz perdeye aktararak başlanabilir. Ana sınıfı ve ilköğretim düzeyinde yapılan sosyal etkinliklerde Anadolu masallarından yararlanılabilir. Böylece binlerce yıllık geçmişin yadigrları olan masalların yeni nesillere tanıtılması yönünde bir fırsat yaratılabilir. Kendi kültürünü bilen, yaşayan ve seven Őuurlu bir neslin yetişmesi, ancak okul döneminde verilecek bilinçli bir eğitim sayesinde mümkün olacaktır.

*Evvel Zaman İçinden Çağdaş Zamanlara Uzanan Bir Yolculuk
Arapça Anlatılan Bir Siirt Masalı: Hezalok ile Delalok*

Kaynakça

- Aslan, Ensar (2010). *Türk Halk Edebiyatı*, Maya Akademi yayınları, Ankara.
- Boratav, Pertev Naili (2009). *Zaman Zaman İçinde*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Elçin, Şükrü (2004). *Halk Edebiyatına Giriş*, Akçağ yayınları, Ankara.
- Kantarcıoğlu, Selçuk (1991). *Eğitimde Masalın Yeri*, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul.
- Karakaş, Rezan (2011). *Okul Öncesi Dönemde Masalların Ana Dili Gelişimine Etkisi Üzerine Bir Değerlendirme*, Gazi Üniversitesi, 1. Uluslararası, Türkçe Eğitimi Sempozyumu, Sayfa: 263-268.
- Karakaş, Rezan (2012). “*Cahit Sıtkı Tarancı'nın Eserlerinde Masalın İşlevi*”, Karadeniz Black Sea, Yıl: 4, Sayı: 13, Sayfa: 135-155.
- Oğuzkan, A. Ferhan (2010). *Çocuk Edebiyatı*, Anı yayınları, Ankara.
- Sezer, Abdülbasit (2010). *Murathan Mungan ve Halk Bilimi*, Maya Akademi yayınları, Ankara.
- Seyidoğlu, Bilge (1985). “*Masal*” *Türk Dili ve Edebiyatı Ansiklopedisi* 6, İstanbul.
- Şahin, Mustafa (2011). “*Masalların Çocuk Gelişimine Etkilerinin Öğretmen Görüşleri Açısından İncelenmesi*”, Milli Folklor Dergisi, Yıl: 23, Sayı: 89, Sayfa: 208-209.
- Şimşek, Esmâ (1990). *Yukarı Çukurova Masallarında Motif ve Tip Araştırması*, Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi, Elazığ.
- Türkeş Günay, Umay (2011). *Elazığ Masalları ve Propp Metodu*, Akçağ yayınları, Ankara.
- Üzümcü, Evrim Ölçer (2011). “*Bize Bir Masal Anlat İstanbul: Masalın Yitiren Kent ve Kültür Erozyonu*”, folklor/edebiyat, cilt:17, sayı:65, Sayfa: 53-62.



TEK PARTİ DÖNEMİNDE SİİRT’TE ARAPÇA KULLANIMI*

Şerif DEMİR**

Özet

Siirt köklü bir tarihe ve zengin bir kültüre sahiptir. Tarihi süreç içinde şehirde farklı dini inançlar ve çeşitli etnik kimlikler var oldular. Şehir asırları aşan bu kültürün yanında oldukça köklü eğitim gelenekleriyle de dikkat çekmekteydi. Geleneksel medrese eğitimi Siirt’te varlığını etkin bir şekilde devam ettirdi. Cumhuriyetin ilanyyla birlikte yurt genelinde önemli reformlar gerçekleştirildi. Dil inkılabı şehir merkezinde Arapça konuşan insanları çok etkiledi. Asırlardır kendine özgü bir Arapça konuşan Siirtlilere, kısa sürede Türkçe’nin öğretilmesi ve şehirde Türkçe kullanımın yaygınlaştırılması için yoğun mesai harcadı. Siirtlilerin evde, çarşıda ve kamu kurumlarında Türkçe kullanabilmeleri için büyük uğraş verildi. Yerel yöneticiler Hükümetten aldıkları maddi destekle şehrin birçok bölgesinde ve Halkevi bünyesinde gerçekleştirilen kurslarla halka Türkçe öğretmeye çalıştılar. Ayrıca şehirde yayın yapan tek gazete üzerinden Türkçe kullanımın halk arasında yaygınlaştırılması teşvik edildi. Yerel yöneticilerin bu çabaları, halka hedeflediği ölçüde Türkçe öğretimini gerçekleştirilemedi.

Anahtar Kelimeler: Siirt, Arapça, Tek Parti Dönemi, Dil İnkılabı

* Bu çalışma 27-28 Mayıs 2016’da Siirt Üniversitesi Yaşayan Diller Enstitüsü tarafından gerçekleştirilen **Uluslararası Siirt Arapçası Çalıştayı: Dünü, Bugünü ve Yarını** etkinliğinde sunulan bildiriden üretilmiştir.

** Yard. Doç. Dr., Siirt Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, tanzimat1839@gmail.com

*Arabic Use on Siirt in the Single Party Period***Abstract**

Siirt as a province has got a very rich culture and deep rooted history. There have been various religious beliefs and ethnic identities throughout its history. The city caught attention due to its rooted educational traditions as well as its old cultural history. The traditional madrassah education in Siirt went on for years in the past. With the proclamation of the Republic did there appear very significant reforms in several areas. The reforms on religion foundations affected especially the people speaking Arabic in the region. There was a great deal of overtime and overwork allocated to teach Turkish to Siirt people in a very short time, who had been speaking a unique accent of Arabic for centuries and make Turkish speaking in the streets a common issue. There was a great effort to make ordinary people of the city to speak Turkish, at home, at work and in the streets. The local administrators tried to teach Turkish language to people in most parts of the city and the institutions called community centers by the help of the funds they got from the central governments. Moreover, by means of the only newspaper published in the city, the general usage of Turkish by ordinary people was objected during those times. Unfortunately, the very efforts of local administration to teach Turkish to local people did not end up with the limits of the initial objectives as had been planned.

Key words: *Siirt, Arabic, Single Party Period, Language Revolution*

Giriş

Türkçenin kullanımı en az Türk Tarihi kadar eskilere gider. Türklerin batıya doğru göç etmesi ve İslamiyet'i benimsemesi farklı kültürlerle karşılaşmalarına ve onlardan etkilenmesine yol açtı. Bu durum Türkçenin kullanımını da doğrudan etkiledi. Türkler tarafından kurulan bazı devletlerin resmi yazışmalarında ve aydınlar arasında Türkçenin dışında da farklı dillerin kullanıldığı görüldü. Örneğin Selçuklular döneminde Arapça ilim dili, Farsça resmi dil oldu¹.

XIII. yüzyılda kurulan Osmanlı Devleti'nde genellikle din ve bilim dili olarak Arapça, edebiyat ve sanat dili olarak Farsça kullanıldı. Devlet yazışmalarında yoğun olarak Arapça ve Farsça kelimelerin kullanıldığı Osmanlıca tercih edildi. Böylece üç kıtaya yayılmış dev bir devlet, bütün tebaasına hitap eden kendisine özgü ortak bir dil geliştirmiş oldu.

Türk Tarihinde lisan üzerine ilk çalışmalar XIX. yüzyıldan itibaren Osmanlı Devleti'nde başladı. Bu çalışmalardan birisi 1876'da Ahmet Vefik Paşa tarafından yayımlanan *Lehçe-i Osmani*'dir. Osmanlıcada kullanılan kelimeler üzerine kapsamlı bir inceleme yapan Ahmet Vefik Paşa, kullanılan Osmanlıcanın %35'inin Türkçe %65'nin farklı dillerden geçen kelimeler olduğunu tespit etti². Daha sonraki

¹ İsmail Habib Sevük, *Dil Davası*, İnkılap Kitabevi, İstanbul 1949, s. 9

² A. Dilaçar, *Devlet Dili Olarak Türkçe*, Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara 1962, s. 17

yıllarda Şemseddin Sami ve L. Rasonyi gibi uzmanlarda da dil üzerine gerçekleştirdikleri çalışmalarda Ahmet Vefik Paşa'nın verdiği rakamlara yakın istatistikî bilgileri buldular.

Osmanlı Devleti son zamanlara kadar resmi dil olarak belirli bir dil kullanmadı. Devletin ilk resmi dil kavramı 1876 yılında yürürlüğe giren ilk anayasa Kanun-i Esasi ile ortaya çıktı. Bu anayasanın 18. Maddesinde devletin resmi dilinin Türkçe olduğu özellikle vurgulanmıştı. Kanun-i Esasi'yi takip eden 1908 ve 1921 Anayasalarında da resmi dil olarak Türkçe yazıyordu. Fakat bu durum uygulamada halkın kullandığı ve konuştuğu lisana herhangi bir müdahaleye sebebiyet vermedi.

Dil İnkılabı

Cumhuriyetin ilan edilmesiyle birlikte farklı alanlarda birçok inkılaplar yapılmaya başlandı. Bu inkılaplar içerisinde en çok üzerinde durulan ve önem verilen konu kültür alanında yapılan inkılaplar ve “Dil Meselesi”ydi. Bu sahada önceden yapılmış bir hazırlık ve altyapı için yeterli çalışma yoktu ve dil sahasında yetişmiş yeterince ilim adamı da bulunmuyordu³. Siyasi irade kültürel alanda ve dil meselesinde bir dizi inkılaplar gerçekleştirme arzusu içindeydi fakat bunun nasıl ve hangi usulle yapılacağı belli değildi.

³ Necmettin Hacıeminoğlu, **Türkçenin Karanlık Günleri**, Türk Edebiyatı Vakfı yay., İstanbul 2015, s. 95

Başlangıçta dil meselesinin imla kuralları ve alfabeyle çözüleceğine inanılıyordu. Fakat konu tartışmaya açıldığında farklı görüş ve düşüncelerle, çerçeve oldukça genişletildi. Öncelikle tartışmalar alfabe etrafında gelişti. Harf Devrimini savunanlar, Arap harflerinin okuma ve yazmayı zorlaştırdığı için ülkenin geri kaldığını ve Arap harflerinin Türkçe fonetik yapısına uymadığını iddia etmekteydiler⁴. Alfabe değişikliğine şiddetle karşı çıkanlar yüzyıllardır biriken kültürel mirasımızla ve geçmişimizle olan bağın kopacağını savunuyorlardı⁵. Tartışmalar derinleştikçe konu genişledi ve mesele dilde sadeleştirme çalışmalarına kadar dayandı. Bu dönemde “dilde sadeleşmeyi” savunan görüş daha fazla ilgi görüyordu⁶. Bütün bu tartışma ve müzakerelerin alacağı şekil üzerinde dönemin siyasi atmosferi de oldukça etkiliydi.

Türkçenin resmi dil olarak kullanılması ve halk arasında yaygınlaştırılması için ilk adım Anayasada atıldı. 1924 Anayasası'nın 2. Maddesi “Türkiye Devletinin resmi dili Türkçedir” şeklinde düzenlendi. 1926 yılından itibaren okullarda Arapça ve Farsça kullanımı kaldırıldı. 1928'de Cuma günleri camilerde verilen vaazların Türkçe yapılması sağlandı⁷. Aynı yıl Latin alfabesi kabul edildi. Harf inkılabıyla yazı dilinin

⁴ Geoffrey Lewis, **Trajik Başarı- Türk Dil Reformu**, çev. M. F. Uslu Paradigma yay., İstanbul 2007, s. XXVI

⁵ Ağah Sırrı Levend, **Türk Dilinde Gelişme ve Sadeleşme Evreleri**, TTK yay., Ankara 1960, s. 399

⁶ A. S. Levend, **age**, s. 389

⁷ G. Lewis, **age**, s. 56

Türkçeleşmesi sağlanırken Osmanlıcanın devam etmesi imkânsız hale getirildi⁸.

Harf inkılabı sonrasında “Dil İnkılabı” için yoğun bir çalışma başlatıldı⁹. Türk dilinin yapısına göre oluşturulan yeni alfabeye dilimize yerleşmiş Arapça ve Farsça kelimelerin Türkçeye uygun olmadığı, Türkçeye yabancı olan kelimelerin çıkarılarak yerine Türkçe karşılıklarının konulması talep edilmeye başlandı. Bu durum dilde sadeleştirmenin önünü açtı¹⁰. Böylece resmî kurumlar, aydınlar ve gazeteciler arasında yeni kelimeler üretilmesi için adeta seferberlik ilan edildi. Fakat bu çalışmaların önemli bir kısmı son derece keyfi yürütülüyordu.

Dil üzerinde yapılacak çalışmaları bilimsel bir şekilde yürütecek sözlük, gramer ve sentaks hazırlıklarını yapacak bir kuruma ihtiyaç duyuldu. Böylece 1932’de Türk Dil Kurumu (TDK) kuruldu. TDK dil devriminin başarıya ulaştırılması yolunda önemli bir çaba gösterdi. Aynı yıl gerçekleştirilen I. Türk Dil Kurultayında, dilimizde kullanılmakta olan pek çok farklı dilden geçmiş ve yerleşmiş kelimeler yerine öz Türkçe karşılıkların tespitinin yapılmasına karar verildi. Devlet tüm resmî kurumlarında ve basın-yayımda Türkçe terimlerin

⁸ Tahsin Yücel, **Dil Devrimi ve Sonuçları**, Türk Dil Kurumu Yay., Ankara 1982, s. 35

⁹ Şahap Bulak, “Türkçenin Sadeleştirilmesinde Yanlış Ek Kullanımı veya Eklerin Yanlış Kullanılması”, **The Journal of Academic Social Science Studies**, Vol. 6 Issue 3 (March 2013) p.59

¹⁰ A. S. Levend, **age**, s.406

kullanılmasını teşvik etmiş, halk arasında da Türkçe kelime ve kavramların yaygınlaştırılması için tedbirler almıştı¹¹. Ülkede Türkçe kelime kullanılmasını yaygınlaştırma çalışmalarına destek için Diyanet İşleri Başkanlığı 21 Kasım 1932'de din görevlilerine ezanın Arapça yerine Türkçe okunması için talimat verdi¹².

Yeni kelime türetme gayreti son derece hızlı devam etti. Kendisini yetkin gören herkes gelişigüzel bulduğu kelimelerle farklı metinler üretiyor, bu metinleri kimse anlamıyordu. Bazen olmayan eklerle kelime türetme yoluna gidiliyor bazen de Türkçenin kuralları göz ardı edilerek yeni kelimeler türetiliyordu¹³. İlginç olan ise Türkçe kelimelere bile karşılık arayıp bulanlar vardı. Bu iş bir süre sonra çığıırından çıkmış, rahatsız edici bir şekil almıştı¹⁴. Hatta bazı filologlar çok daha ileri giderek dilimizde yer alan farklı dillere ait tüm kelimelerin atılmasını istiyorlardı¹⁵. Oysa bu durum mantık, ilim ve uygulanabilirlik bakımından mümkün değildi. Türkçenin sadeleştirilmesi için çıkılan yolun Türkçeye verdiği zararı gören Mustafa Kemal Atatürk, durumun ciddiyetini görerek bu çılgınlığa son verdi¹⁶.

¹¹ İ.H. Sevük, *age*, s. 29

¹² G. Levis, *age*, s. 62

¹³ Bknz. Ş. Bulak, *agm.*, s. 57-76

¹⁴ A. S. Levend, *age*, s. 426

¹⁵ İ. H. Sevük, *age*, s. 47

¹⁶ N. Hacıeminoğlu, *age*, s. 100

Siirt'te Türkçenin Yaygınlaştırılması İçin Gerçekleştirilen Faaliyetler

Siirt, Anadolu'dan Mezopotamya'ya giden tarihi yol üzerinde kurulmuş kadim bir şehirdir. Bu durum, Siirt'in birçok medeniyete şahitlik eden ve birçok uygarlıktan izler taşıyan zengin bir kültürel mirasa sahip olmasını sağladı. Siirt şehrinin kurulduğu coğrafyada ilk yerleşimin kalıntıları günümüzden yaklaşık on bin yıl gerilere kadar gider. Bu süre zarfında Siirt'te Romalılar, Bizanslılar ve Abbasiler dahil onlarca devlet yüzlerce toplum tarafından hakimiyet kuruldu. Böylece Siirt etnik ve dini bakımdan oldukça zengin bir yapıya sahip oldu. Bu yapı kendisini Osmanlı Devleti'nin son yıllarına kadar taşıdı. XX. yüzyıl başlarında Siirt merkezde, ağırlıklı olarak Müslümanlar, Ermeniler ve Keldaniler yaşamaktaydı. I. Dünya Savaşı sırasında ve sonrasında yaşanan sosyal ve siyasi gelişmelerden sonra Siirt'teki demografik yapı büyük ölçüde değişti. Bu değişim neticesinde Siirt şehir merkezinde Müslüman Arap nüfusun çoğunluk haline geldiği bir etnik ve dini yapı ortaya çıktı.

Cumhuriyet dönemi gerçekleştirilen reformlardan en fazla etkilenen şehirlerden birisi Siirt'ti. Şehirde geleneksel medrese eğitimi yaygındır ve Siirt merkezinde yaygın olarak

Arapça¹⁷, Siirt'in ilçelerinde genellikle Kürtçe kullanılırdı. Şehirde batı vilayetleriyle ticaret yapan esnaf ve örgün eğitim alanlar dışında Türkçe bilen yoktu¹⁸. Bu durumun farkında olan Hükümet, Siirt'te Türkçe kullanımını yaygınlaştırmak için Türkçenin öğretimine büyük önem verdi, halkın Türkçe öğrenmesi ve Türkçenin çarşıda, pazarda ve hayatın her alanında yaygın bir şekilde kullanılması için büyük çaba gösterdi¹⁹.

Tek parti devrinde Siirt'te sadece Siirt Gazetesi yayınlanırdı. Türkçe yayın yapan Siirt Gazetesi, Türkçenin yaygınlaşması ve halkın daha fazla Türkçe kullanmasını teşvik eden pek çok haber ve yazı yayımladı. Gazetenin iç sayfalarının alt veya üst kısımlarında bir dönem Türkçe kullanımını teşvik

¹⁷ **BCA** 490 1 0 0 1580 436 3; Mithat Erden, **Anılar**, Pusula yayıncılık, Ankara 2012, s. 44; Ö. Atalay bu durumun, Siirt'e muhtelif zamanlarda yoğun Arap göçlerinin olmasına, halkın batıyla ulaşım imkânı bulunmadığı için güney bölgesiyle ticaret yapmalarına ve Osmanlının Siirt'i kültürel bakımdan ihmal etmesine bağlamaktadır. Atalay'a göre Siirt merkezde Türkçe ile Arapçanın karışımı olan Arapça kırması bir dilin kullanıldığını ifade etmektedir. Hatta Atalay bu görüşünü bir adım daha ileri taşıyarak Siirt'te konuşulan Arapçanın çoğunlukla Türkçe kelimelerden oluştuğunu iddia etmektedir. Ömer Atalay, **Siirt Tarihi**, Çeltut Matbaası, İstanbul 1946, s.18

¹⁸ Senenin belirli günlerinde kutlanan milli bayramlar nedeniyle yapılan törenlere halk yeterince katılmamaktaydı. Bu törenlerin manasının halk tarafından yeterince kavranmadığı düşünülerek, bu törenlere halkın katılması jandarmanın zorlamasıyla sağlanabilmekteydi. **BCA** 490 1 0 0 1002 871 2 Oysa halkın önemli kısmı Türkçeyi bilmediğinden törenlerden fazla bir şey anlamadığı için katılmak istemiyordu.

¹⁹ Toplantı, konferans ve konuşmalarla yurttaşlara düşen görevler hatırlatılırken özellikle Öztürkçe kelimler tercih ediliyordu. **BCA** 490 1 0 0 1002 871 2

eden sloganlara yer verildi²⁰. Siirt Gazetesinin sayfalarında dil bayramına farklı bir önem verildiği görülmekteydi. Gazetede Türkçe öğrenmenin önemi, dil devrimi lehinde birçok haber veya köşe yazısı yayımlandı. Siirt'te dil bayramı için gerçekleştirilen faaliyetler okuyucuyla paylaşıldı, Türkçenin önemi ve özellikleri hakkında çeşitli haberler yapıldı²¹.

²⁰ Bu yazılar, bir dönem büyük puntolarla “Vatandaş! Türksün, Öz Türkçe konu” şeklindeydi. **Siirt Gazetesi**, 21 Ağustos 1937, 28 Ağustos 1937, 11 Eylül 1937, 4 Eylül 1937, 18 Eylül 1937, 25 Eylül 1937 tarihli sayıları. Daha sonra “Vatandaş! Türkçe konuşmağı ahlak edin” şeklinde değiştirildi. **Siirt Gazetesi**, 15 Ocak 1938, 22 Ocak 1938, 5 Şubat 1938, 12 Şubat 1938, 19 Şubat 1938, 26 Şubat 1938, 5 Mart 1938, 12 Mart 1938, 19 Mart 1938, 2 Nisan 1938, 9 Nisan 1938, 16 Nisan 1938, 23 Nisan 1938, 30 Nisan 1938, 14 Mayıs 1938 tarihli sayıları. Gazetede 18 Haziran 1938'ten itibaren de, “Vatandaş! Sen Türksün! Asil Türkün dili Asil Türkçedir. Bunun için konuşmağı ahlak edin” yazılarına yer verildi. **Siirt Gazetesi**, 18 Haziran 1938, 25 Haziran 1938, 2 Temmuz 1938, 9 Temmuz 1938, 16 Temmuz 1938, 23 Temmuz 1938, 30 Temmuz 1938, 6 Ağustos 1938, 13 Ağustos 1938, 20 Ağustos 1938, 15 Ekim 1938 tarihli sayılar

²¹ 1937 yılı dil bayramı gazetede, “Ey Ulu Kurtarıcısı tanıyıp, sevgisini ispat için Öz benliğine tapan Türk Ulusu! Dil Bayramın Kutlu olsun” şeklinde kutlandı. **Siirt Gazetesi**, 2 Ekim 1937. 1938 yılında gazetenin önemli bir yazarı, “Altı yıldan beri bu yolda sarf edilen emeklerle elde etmiş olduğumuz verimli ve feyizli neticeler hem Türk dili lehçelerini aydınlatmış ve hem de bütün Kültür dillerine, genel dil bilgisine nurlu bir ışığı armağan etmiştir” şeklinde yorumluyordu. Zeki Şalış, “Dil Bayramı münasebetiyle”, **Siirt Gazetesi**, 1 Ekim 1938. Siirt'te 1940 yılında dil bayramı töreni, “Her yerde olduğu gibi dil bayramı şehrimizde de büyük bir tezahüratla kutlandı” denildikten sonra törenin detayları anlatılıyordu. **Siirt Gazetesi**, 28 Eylül 1940. 1941 yılının dil bayramı, “Dil Bayramı Budunumuza kutlu olsun, Halkevinde Türk dilinin bugüne kadar geçirdiği manialar anlatmıştır. Bu kutsal gün hakkında uzun uzadıya izahat verdikten sonra samimi bir hava içinde toplantıya nihayet verilmiştir” şeklinde sunuldu. **Siirt Gazetesi**, 1 Kasım 1941. 1945 yılında törenlerle, coşkuyla kutlanan Dil Bayramı hakkında verilen haberde, “Her yıl 26 Eylül'de, dilimizin sadeleşmesi yalnız kendi öz dilimiz haline girmesi için yapılan bu faaliyet ve gayretlerin yakın bir zamanda gayeye ulaşacağına inanıyoruz” deniliyordu. **Siirt Gazetesi**, 29 Eylül 1945. Atatürk devrimlerinin önemine sıklıkla dikkat çeken gazete, “Türk Genci! ATAN Sana Öz Türkçenide Emanet ediyor” denildi. **Siirt Gazetesi**, 2 Ekim 1937.

Şüphesiz bu çabalar Türkçenin öğrenilmesi ve öğretilmesine önemli katkılar yaptı.

Siirt'te Türkçe okuma, yazma ve konuşma için en önemli çaba ve gayret Siirt Halkevi tarafından gösterildi. 19 Şubat 1934'te Vali Ali Sakıp Bey'in özel ilgi ve gayretiyle açılan Halkevi²², bünyesinde farklı birçok şube ile şehirde birçok kültürel etkinlikler gerçekleştirdi.

Dil, Tarih, Edebiyat Şubesi halkevi etkinliklerinin gerçekleştirilmesinde en aktif şubelerden biriydi. Bu şube

Gazete 1941'de Anadolu Ajansının organize ettiği bir toplantıya atıf yaparak, "Dil İnkılabında Yeni Hamle, Dilimizi Türkçeleştirmek temelinde birleşene muharrirler bu gayeye varmak için anlaşmışlardır" dedi. **Siirt Gazetesi**, 20 Aralık 1941. Gazetede yayınlanan bir köşe yazısında dil meselesi hakkında, "Mademki davamız bir ana dil davasıdır. O halde bu milli samimiyet havasını yaratmak vazifesini tahmil edeceğimiz kimseler de analardır. Ananın yavaşında yavrusu ile konuşurken bu milli gayeyi göz önünde tutar ve ona Türkçeden gayri bir lisanla hitap etmezse muhakkak ki bir nesil değişimini beklemeden dava kökünden halledilmiş olur" yazıyordu. H.D. Ana-dil Davamız", **Siirt Gazetesi**, 12 Temmuz 1944. Dilde sadeleştirmeyi savunan gazeteye göre, "Bütün Türk okullarında imkân olduğu kadar dilimize girmiş birçok yabancı kelimeler yerine yeni terimleri kullanmak işi çoktan muvaffakiyetle başarılmışa başlanmıştır. Resmi dairelerde de bu işi yani dili sadeleştirmek ve yalnız öz dilimizi kullanmak işi bir alışkanlık haline almıştır". Nihat Öztörün, **Siirt Gazetesi**, 29 Eylül 1945. Gazeteye göre Türkçenin yaygınlaştırılması için, "Türküm veya Türk vatandaşım diyen herkes dil savaşının adlı veya adsız kahramanı olmalıdır. Konuşmada, yazıda her zaman Türkçe, Öztürkçe... Damarlarında Türk kanı olan herkes Türkçe konuşacak veya Türkçe konuşmaya çalışacaktır. Tarihini bildiğim, öz türk olduklarını idrak ettiğim, milli ve yurda ait meseleler de hassasiyetlerini yakından tanıdığım aziz Siirtlilerin Arapçaya -gayri şuuri de olsa- gösterdikleri gayret samimi düşündüğüm zamanlar gözlerime yaş davet edecek derecededir" deniliyordu. Hilmi Çınkıröğlü, "Türkün Dili Türkçedir", **Siirt Gazetesi**, 24 Kasım 1945

²² Şerif Demir, **Cumhuriyet Döneminde Siirt**, Düzey yay., İstanbul 2016, s. 110

öncelikle Türkçeyi yaymak düşüncesini kendisine hedef olarak belirledi²³. Türkçenin öğretilmesi ve şehirde yaygın olarak konuşulması için Siirt Halkevi, Siirt genelinde sık sık Türkçe Okuma ve Yazma Kursları düzenledi²⁴. Bu amaçla ilk kurs 1935'te açıldı ve Türkçe bilmeyen 295 kişiye dil kursu verildi²⁵. Dil şubesi, Türk Dili Tetkik Cemiyeti'nin öngördüğü şekilde Siirt ve çevresinde kullanılan "Öz Türkçe" kelimeleri derledi. Türkçenin yaygınlaşması için konferanslar düzenledi²⁶. Bu konferanslarda Türkçe dışında bir dilin kullanılmaması özellikle vurgulanmıştı²⁷. Şube Türkçenin öğretilmesi ve kulak dolgunluğunun kazandırılması için bir radyo alarak halkın kullanımına sundu.

Türkçe öğretimine verilen önem gereği, şehirde halk dershaneleri ve Türkçe kursları açılıyordu fakat Siirt'te halka Türkçe öğretecek nitelikli eğitimci bulabilmek de bir sorundu. Şehirde görev yapan öğretmenler örgün öğretimle meşgul oldukları için halk dershanelerinde görev yapacak yeterli zamanları yoktu. Bu soruna çözüm üretebilmek amacıyla halk

²³ Said Olgun, "Siirt Halkevi ve Faaliyetleri (1934-1951)", **History Studies**, Vol.5 Issue 2, March 2013, s.293

²⁴ 19 Ocak 1950'de Siirt Merkezde, Türkçe okuma-yazma kursu törenle açıldı. Kursun masrafları bizzat CHP Genel Merkezi tarafından karşılandı. **BCA 490 1 0 0 1058 1064 1**

²⁵ **BCA 490 01 990 833 1 2**

²⁶ **BCA 490 1 0 0 1002 871 2**

²⁷ 8 Ağustos 1937 yılında Belediye Mühendisi Baki Erkan verdiği konferansta Türkçenin önemi ve kullanımı hakkında halka kapsamlı bir bilgilendirme yapmıştı. Abdulaziz Kardaş, "Cumhuriyet Dönemi'nde Bir Modernleşme Hareketi Olarak Siirt Halkevleri ve Halkodaları (1934-1951)", **Turkish Studies**, Vol. 9/7 Summer 2014, s.420

dershanelerini yaygınlaştırmak ve Türkçe kurslarını köylere kadar taşıyabilmek için pratik bir yöntem geliştirildi. Siirt Ortaokulundan mezun olan öğrencilerden isteyenlere kısa bir öğretmenlik formasyon eğitimi verilerek bunların kurslarda görevlendirilmesine karar verildi. Böylece Türkçe kursları için ihtiyaç duyulan eğitimci kadrolarının tedariki sağlanmış oldu. Yeterli ortaokul mezunlarının olmadığı yerlerde bu sorumluluk o bölgede görev yapan memurlara düşüyordu²⁸.

Şehirde halkın daha fazla Türkçe öğrenebilme imkanlarının yeterli olduğunu düşünmeyen Yerel idareciler, Hükümet'ten sıklıkla Siirt'te okuma ve yazma kurslarının çoğaltılması için talepte bulunuyorlardı²⁹. Hükümet bu taleplere imkanlar ölçüsünde maddi destek sağladığı gibi bu talepleri de sürekli teşvik etmeye devam etti. Bunun sonucu olarak Siirt'in farklı birçok bölgesinde Türkçe kurslarını faaliyete geçirmek için de büyük çaba gösterildi³⁰. Birçok yerde kurslar açıldı.

²⁸ BCA 490 1 0 0 1002 871 2

²⁹ BCA, 490 1 0 0 1002 871 2

³⁰ Örneğin 21 Mart 1950'de Erüh'ta Öğretmen Necati Fırat tarafından Türkçe okuma yazma kursu açıldı ve kurs faal olarak çalışmalarını son ana kadar sürdürdü. 19 Ocak 1950'de Siirt Merkezde bir öğretmenin gözetiminde 30 kişilik bir kurs açıldı. Şımak'ta 1 Şubat 1950'de Öğretmen Hayrettin Bener ve Öğretmen Nafiz Arslankurt'un eğitimci olarak görev yaptığı (100-150 kişilik) bir kurs açıldı. 21 Şubat 1950'de Tillo Köyünde bir kurs başlatıldı. Beşiri Girisiran Köyünde Öğretmen Süleyman Kayamım tarafından 10 Şubat 1950'de Türkçe kursları başlatıldı. Kısa sürede Siirt'e bağlı diğer ilçe, belde ve köylerde bile aynı zamanlarda Türkçe kursları açıldı. BCA 490 1 0 0 1058 1064 1

Şehirde farklı tarihlerde açılan Türkçe öğretme kurslarından istatistik olarak büyük başarılar da sağlandı. Fakat Türkçenin öğrenilmesi konusunda çok fazla bir mesafe alındığını söylemek mümkün değildi. Yerel yöneticilerin kurs talepleri, Türkçeyi yayma gayretleri beklenen sonuçları vermedi. Siirt milletvekilleri tarafından hazırlanan bir rapora göre Siirtlilerin ekseriyetle Türkçeyi bilmedikleri ısrarla vurgulanmaktaydı. Siirtlilerin çarşı, pazar ve mahallelerde Arapçadan başka bir dil konuşmadıkları, evlerinde sürekli Arapça konuşan ailelerin Türkçeyi yeterince bilmedikleri bildirilmişti³¹.

Sonuç

Türkiye'nin Ortadoğu'ya doğru uzanan bu coğrafyasında yer alan şehirlerde asırlardır farklı diller konuşuluyordu. Bu coğrafyanın bir parçası olan Siirt merkezinde yoğun olarak yaşayan Araplar, konuşma dili olarak kendine özgü özellikler taşıyan bir Arapça kullanıyorlardı. Hükümet üniter yapıyı kuvvetlendirerek birlik ve beraberliği sağlayabilmek için herkesin Türkçeyi bilmesini istiyordu. Bu amaçla Siirt şehir merkezinde yaşayan ve Türkçe bilmeyenlerin Türkçe öğrenmesine yönelik birçok eğitim faaliyeti gerçekleştirildi.

³¹ Raporlarda dikkat çeken diğer bir husus, devlet memuriyetinde görev yapan Siirtlilerin de kendi aralarında ve halkla da sadece Arapça konuşması, devlet memuriyetinde görev yapan yabancılarında halkla ya tercüman vasıtasıyla yada kendileri Arapça öğrenerek halkla iletişim kurması raportörler tarafından şiddetle eleştirilmektedir. **BCA 490 1 0 0 1002 871 2**

Siirt merkezde 1932 yılında açılan halkevi, Türkçenin Siirt'te kullanımını artırmak ve halk arasında okuma yazma oranını yükseltmek için çok çalıştı. Siirt'te sürekli ve düzenli olarak yayınlanan Siirt Gazetesi de Türkçenin yaygınlaşması için çabaladı. Halkın Türkçe kurslarına katılması ve yeni eğitim sistemine dâhil olması için birçok özendirici tedbirler alındı.

Bütün bu özendirici ve teşvik edici tedbirler Siirt'te Türkçe'nin kullanımını yaygınlaştırma ve okuma-yazma oranında bir artış sağladı. Fakat gösterilen çabaya göre elde edilen sonuçlar yeterli değildi. Çünkü Siirt'te gündelik hayatta arzu edildiği ölçüde Türkçenin yaygın olarak kullanımı sağlanamadı. Buna benzer bir durumun Siirt'teki eğitim faaliyetleri için de söylemek mümkündür. Devletin ısrarlı yatırımları ve yerel idarecilerin gayretleri Siirtlileri Türkçe öğrenmeye ve çocuklarını okula göndermeye ikna etmekte fazla başarılı olamadı.

Kaynakça

Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi (BCA)

490 01 990 833 1 2

490 1 0 0 1002 871 2

490 1 0 0 1058 1064 1

490 1 0 0 1580 436 3

ATALAY, Ömer, **Siirt Tarihi**, Çeltut Matbaası, İstanbul 1946

BULAK, Şahap, "Türkçenin Sadeleştirilmesinde Yanlış Ek Kullanımı veya Eklerin Yanlış Kullanılması", **The Journal of Academic Social Science Studies**, Vol. 6 Issue 3 (March 2013) p.57-76

Tek Parti Döneminde Siirt'te Arapça Kullanımı

- ÇINKIROĞLU, Hilmi, “Türkün Dili Türkçedir”, **Siirt Gazetesi**, 24 Kasım 1945
- DEMİR, Şerif, **Cumhuriyet Döneminde Siirt**, Düzey yay., İstanbul 2016
- DİLAÇAR, A., **Devlet Dili Olarak Türkçe**, Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara 1962
- ERDEN, Mithat, **Anılar**, Pusula yayıncılık, Ankara 2012
- H.D. “Ana-dil Davamız”, **Siirt Gazetesi**, 12 Temmuz 1944
- HACIEMİNOĞLU, Necmettin, **Türkçenin Karanlık Günleri**, Türk Edebiyatı Vakfı yay., İstanbul 2015
- KARDAŞ, Abdulaziz, “Cumhuriyet Dönemi’nde Bir Modernleşme Hareketi Olarak Siirt Halkevleri ve Halkodaları (1934-1951)”, **Turkish Studies**, Vol. 9/7 Summer 2014, s. 411-444
- LEVEND, Agah Sırrı, **Türk Dilinde Gelişme ve Sadeleşme Evreleri**, TTK yay., Ankara 1960
- LEWIS, Geoffrey, **Trajik Başarı- Türk Dil Reformu**, çev. M. F. Uslu Paradigma yay., İstanbul 2007
- OLGUN, Said, “Siirt Halkevi ve Faaliyetleri (1934-1951)”, **History Studies**, Vol.5 Issue 2, March 2013, ss287-301
- ÖZTÖRÜN, Nihat, **Siirt Gazetesi**, 29 Eylül 1945
- SEVÜK, İsmail Habib, **Dil Davası**, İnkılap Kitabevi, İstanbul 1949
- Siirt Gazetesi**, 1937-1950 Arası Sayılar (Sayı Tarihleri Metindedir.)
- ŞALIŞ, Zeki, “Dil Bayramı münasebetiyle”, **Siirt Gazetesi**, 1 Ekim 1938
- YÜCEL, Tahsin, **Dil Devrimi ve Sonuçları**, Türk Dil Kurumu Yay., Ankara 1982



AHLAT'IN REKREASYONEL TURİZM POTANSİYELİNİN GZFT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Sedat ÇELİK*

Sağbetullah MERİÇ**

Özet

Rekreasyonel turizm faaliyetleri, insanların serbest zamanlarını değerlendirmek, zihinsel ve bedensel olarak rahatlamak ve yenilenmek için yapmış oldukları dinlendirici ve eğlendirici etkinliklerdir. Günümüzde rekreasyon faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi turizmin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu kapsamda turizm potansiyeline (inanç turizmi, kültür turizmi, deniz turizmi) sahip bir yer olarak kabul edilen Ahlat'ın, rekreasyonel turizm potansiyelinin değerlendirilmesi önemli bir konu olarak dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın amacı, Ahlat'ın rekreasyonel etkinlik yerlerinin mevcut durumlarının rekreasyonel turizm kapsamında değerlendirilmesidir. Bu amaç için alan araştırması ve gözlem metodu kullanılmıştır. Rekreasyonel alanların fotoğrafları çekilmiş ve gözlemler doğrultusunda fırsatlar, tehditler, üstün yönler ve zayıf yönler belirlenmiştir. Bu çalışma neticesinde Ahlat'ın rekreasyonel faaliyetleri gerçekleştirebilecek birçok alana sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak bu alanların yeteri kadar değerlendirilmediği görülmüştür. Ek olarak, bu alanların tahrip edilmesinden dolayı mevcut olan alt yapı çalışmalarının kullanıma uygun olmadığı tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda bu alanların daha etkili ve verimli kullanılabilmesi için ziyaretçilere, yerel yönetimlere ve yerel halka uygulanabilir öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Rekreasyon, Ahlat, Rekreasyonel Turizm, GZFT

* Yard. Doç. Dr., Şırnak Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Konaklama İşletmeciliği Bölümü, s.celik@sirnak.edu.tr

** Dr., Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Turizm Rehberliği Bölümü, smeric@yyu.edu.tr



Ahlat'ın Rekreatiyonel Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile Değerlendirilmesi

Evaluation of Ahlat's Recreational Tourism Potential By Swot Analysis

Abstract

Recreational tourism activities are relaxing and entertaining activities for people to evaluate their free time, mental and physical comfort and renewal. Today, the realization of recreational activities is an inseparable part of tourism. In this context, the evaluation of recreational tourism potential of Ahlât, which is accepted as a place having tourism potential (religion tourism, culture tourism, sea tourism), is an important issue. The purpose of this study is to evaluate the current situation of Ahlat's recreational activity sites within the context of recreational tourism. For this purpose field research and observation method are used. By taking photographs of recreational areas, opportunities, threats, strengths and weaknesses were determined in the direction of observations. As a result of this study it is revealed that the Ahlât has many areas that can realize recreational activities. However, it was seen that these areas were not evaluated as competently. In addition, it has been determined that the infrastructure works available due to the destruction of these areas are not suitable for use. As a result of the research, possible suggestions were presented to visitors, local governments and local people in order to use these areas more effectively and efficiently.

Key Words; *Recreation, Ahlat, Tourism, SWOT*

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

Giriş

19. yy.'da meydana gelen teknolojik gelişmeler, endüstrileşme, çalışma koşullarının iyileşmesi ile insanların boş zamanları artmıştır (Akyüz, Kul ve Yaşartürk, 2014). Boş zamanlarda gerçekleştirilen rekreatif faaliyetler yüzyıllardan beri gerçekleştirilen ve önceleri sadece elit tabakanın yaptığı gezi ve faaliyetler iken; günümüzde orta kesimin ve birçok insanın katılabildiği faaliyetler haline gelmiştir (Bell, Tyrväinen, Sievänen, Pröbstl, Simpson, 2007). Her gün daha fazla artan (yoğun çalışma temposu, teknoloji kullanımı, olumsuz yaşam koşulları, nüfus kalabalığı, gürültü, çevre kirliliği, yapay insan ilişkileri vb.) farklı stres kaynakları insanlar üzerinde fiziksel ve duygusal yıpranmalara neden olmaktadır. Biryerlere kaçmak, gözlerini, zihnini ve ruhunu dinlendirmek için dışarı çıkmak artık bir ihtiyaç haline gelmiştir (Jitaru, Sambotin, Khalil, Tirchi, 2012). Dolayısıyla içerisinde doğaya, suya, spora ve izlemeye bağlı rekreatif faaliyet alanlarını barındıran yerler, yöre halkı ve turistler açısından büyük önem arz etmektedir (Türker, Türker ve Güzel, 2014: 70).

Serbest zaman aktiviteleri olarak gerçekleştirilebilen rekreatif ve turizm aktivitelerinin yapıldığı alana ve topluma

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

ciddi katkıları (sosyal, çevresel, ekonomik ve kültürel) bulunmaktadır. Bundan dolayı bu aktivitelerin geliştirilmesi, üzerinde oluşan çevresel ve insan kaynaklı olumsuzlukların hafifletilmesi veya tamamen ortadan kaldırılmasına yönelik olarak yapılabilecek tüm bilimsel çalışmalar son derece önemlidir (Toy ve Yılmaz, 2010: 1515). Bu doğrultuda, Bitlis ilinin ilçesi olan Ahlat'ın rekreatif turizm alanlarını belirlemek ve bu alanların kullanılabilirlik durumlarını ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmada, rekreatif faaliyet alanları olarak kullanılan ve bu potansiyele sahip ama kullanılmayan alanlar incelenmiştir. Toplanan verilerin daha kolay değerlendirilebilmesi ve yapılan önerilerin sınıflandırılabilmesi amacıyla GZFT analizi ile mevcut durum ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaç çerçevesinde rekreasyon faaliyetleri kapsamında kullanılabilir alanlar ziyaret edilmiştir. Ziyaret sırasında gözlem yapılmış, resimler çekilmiş ve bunlara dayanılarak değerlendirmeler yapılarak önerilerde bulunulmuştur.

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

Rekreatif Turizm Kavramı ve Önemi

Rekreatif; İngilizce yeniden (re) ön eki ve yaratmak, canlandırmak (create) kelimesinden oluşan ve çeşitli nedenlerle yıpranan, yorulan bireylerin yeniden canlanmaları anlamına gelmektedir (Tütüncü vd., 2011).

İnsanların günlük yaşam içerisinde yapmak zorunda olduğu görevler dışında kalan zaman dilimi olarak nitelendirilen serbest zaman ve bu zamanlarda insanların fiziksel ve ruhsal doyuma ulaşmak için gönüllü olarak katıldığı etkinlikleri rekreatif faaliyetler olarak adlandırmak mümkündür (Tez v.d., 2014: 511; Kraus, 1977; Koçyiğit ve Yıldız, 2014: 213). Rekreatif faaliyetler kişilerin boş zamanlarında gerçekleştirdikleri çeşitli eylemlerdir (Özer ve Çavuşoğlu, 2014: 193). Genel bir ifade ile rekreatif; insanların boş zamanlarında, eğlenme, dinlenme amaçlı ve tatmin olma motivasyonları ile gönüllü olarak katıldıkları faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Hacıoğlu vd., 2003: 29).

Turizm, insanların sürekli ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışında, yerleşmemek ve ekonomik anlamda gelir elde etmemek şartıyla, dinlenme, eğlenme, merak, spor, sağlık, kültür, kongre ve seminerlere katılma ve dini ibadetlerini yerine getirmek

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

amacıyla kişisel ya da toplu olarak yaptıkları seyahatlerdir (Özgüç, 2003, 15). Rekreatif turizm ise; “insanların boş zamanları boyunca, tek düzelikten kurtulmak için yaşadıkları çevreden, yaşam ritmi ve biçiminden bir süreliğine uzaklaşarak, düşledikleri fırsatları değerlendirmelerine, özgürce hareket etmelerine ve kendilerini yenilemelerine olanak sağlamak için gönüllü olarak katıldıkları etkinliklerin tümü” olarak tanımlamak mümkündür (Orel ve Yavuz, 2003: 64).

Rekreatif faaliyetlerin uygulandığı yerlerde turizm hareketliliği de artar. Bir bölgede yapılan büyük bütçeli, ses getiren ulusal-uluslararası faaliyetler o bölgenin tanıtımı açısından oldukça etkili olmaktadır. Yerli veya yabancı turistlerin bu etkinlikler sayesinde turizm hareketliliğine katılmaları sağlanmaktadır (Özer ve Çavuşoğlu, 2014). Bunun yanında turizm hareketliliğinin artması ile de rekreatif faaliyetler de artmaktadır.

Rekreatif faaliyetleri pasif etkinliklerden (dinlenme, oturma gibi) aktif eylemlere (kayak yapma, ata binme gibi) birçok etkinliği kapsamaktadır. Bu faaliyetler yalnız yapılabileceği gibi, toplu halde de yapılabilmektedir.

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

Günümüzde yapılan rekreatif etkinliklerin bazıları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Rekreatif turizm etkinlikleri

• Piknik,	• Aile Kampçılığı,	• Bisiklet sürme,
• Olta ile balık avlama,	• Vahşi kampçılık (safari),	• Konser ve tiyatroya gitme,
• Güneşlenme,	• Off-road oto sürme,	• Tenis oynama,
• Araba sürme,	• Avcılık,	• Golf oynama,
• Yürüyüş,	• Off-road motosiklet sürme,	• Her türlü oyunlar,
• Yüzme,	• Su alanlarını inceleme,	• Basketbol,
• Fuar, eğlence ve alışveriş yerlerini ziyaret,	• Doğada yaşam,	• Voleybol,
• Doğada yürüyüş,	• Hayvan besleme,	• Buz pateni,
• Sandal gezintisi,	• Bahçe işleri,	• Bowling,
• Yelkencilik,	• Kayak yapmak,	• Bilgisayar oyunları,
• Rafting,	• Ilıcalar,	• Modern Danslar,
• Derin sulara dalış,	• Yatçılık,	• Kitap okumak,
• Bitki örtüsü inceleme,	• Kuş ve doğa gözlemciliği,	• Maket yapmak,
• Doğal yapıları inceleme,	• Fotoğrafçılık,	• Yeme-içme (Gurme),
• Tarihi yapıları inceleme,	• Resim yapmak,	• Uçurtma uçurmak,
• Koleksiyonculuk,	• Enstrüman çalma,	• Savunma sporları,
• Telsizcilik,	• Şarkı söyleme,	• Fal, Burç
• Dağcılık,	• Paintball,	• Yemek yapmak,
• Futbol,	• At binmek,	• Partiler,
• Masa Tenisi,	• Tütün mamulleri,	• Kumar oynamak,
• Hentbol,	• Koşu yapmak,	• Jimnastik,
	• Halk Oyunları,	• Aerobik,

Kaynak: Sağcan, (1986: 5).

Rekreatif etkinliklere katılımın nasıl gerçekleştiği ile ilgili boş zaman kısıtlama teorisi bize önemli bilgiler sunmaktadır. Teori boş zaman etkinliklerine katılmamanın nedenleri sorgulamakta ve bu nedenleri üç ana boyutta değerlendirmektedir. Bunlar içsel (depresyon, stres, öz yeterlilik

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

v.b.), kişiler arası (tek gitmeyi istememe v.s.) ve yapısal (ekonomik sıkıntı, çevresel şartlar v.s) şeklindedir (Crawford, Jackson ve Godbey, 1991).

Rekreatif faaliyetler özellikle gençlerin boş zamanlarında kötü alışkanlıklardan uzak durmaları ve sağlıklı bir gelecek inşa etmeleri açısından da oldukça önemlidir. Bu sebeple rekreatif faaliyetlerin belli planlar dâhilinde profesyonel kişiler tarafından yapılması rekreatif faaliyetlerin özelde gençlere, genelde topluma daha faydalı olmasını sağlayacaktır. Rekreatif faaliyetlerin insanları eğitime ve dinlendirmelerinin yanında sosyo-kültürel, fiziksel ve çevresel, politik ve ekonomik birçok olumlu ve olumsuz etkileri olabilmektedir (Mc Donnel, Allen ve O'Toole, 1998 Akt. Kızıllırmak, 2006:187; AKten ve Akten, 2011). Bu yararlar Tablo 1'de belirtilmiştir.

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

Tablo 2: Rekreatif faaliyetlerin olumlu ve olumsuz etkileri

Olumlu Etkiler	Olumsuz Etkiler
Sosyo Kültürel	Sosyo Kültürel
<ul style="list-style-type: none"> • Paylaşılan Ortak Deneyim • Gelenekleri gclendirmek • Toplumsal gururun yükselmesi • Toplumsal katılımın yükselmesi • Yeni ve Yaratıcı fikirlerin tanıtılması • Kültürel bakış aırlarının genişletilmesi 	<ul style="list-style-type: none"> • Gelenekleri bozma, • Çok yoğun tur programları ile, ziyaret edilen yörenin tarihini, insanını, yaşamını, gelenek ve göreneklerini tam anlamıyla analiz edememesi ve adeta bir anti kültür sonuç yaratması, • Tarihi sit alanlarının kirlenmesi, • Kültürel yozlaşma
Fiziksel ve evresel	Fiziksel ve çevresel
<ul style="list-style-type: none"> • evrenin vitrinleşmesi • Uygulanabilir en iyi modellerin sunulması • evresel bilincin arttırılması • Alt yapı sisteminin miras olarak kalması • Ulaşım ve iletişim sisteminin geliştirilmesi • Kentsel dönüşüm ve yenilenme 	<ul style="list-style-type: none"> • Doğal ve kültürel çevrenin tahribi, • Görsel bozulmalar, • Hava, su ve toprak kirlenmesi, • Fauna ve flora zarar verilerek, doğanın ekolojik dengesinin bozulması, • Atık ve kanalizasyon sorunları olarak sıralanabilir.
Politik	
<ul style="list-style-type: none"> • Uluslararası prestij • Gelişmiş profil • Yatırımların tanıtılması • Karşılıklı sosyal destek • Yönetimsel becerilerin gelişmesi 	
Turizm ve Ekonomik	
<ul style="list-style-type: none"> • Turistik bölgenin tanıtımı ve turist artışı • Kalış sresinin uzatılması • Gelir artışı • Vergi gelirlerinin artışı • İştihad oluşturma 	

Kaynak: Mc Donnel, Allen ve O'Toole, 1998, Akt. Kızılırmak, 2006:187; Akten ve Akten, 2011.

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

Rekreatif etkinliklerinin çoğu açık hava rekreasyon alanlarında yapıldığından rekreatif turizm için çevre oldukça önemlidir. Turizm geliştikçe çevre doğallığını kaybetmektedir. Bunun yanında turizm biyolojik çeşitliliği de olumsuz etkileyebilmektedir. Bu yüzden turizmin planlı bir şekilde geliştirilmesi sektörün sağlıklı gelişmesini sağlar (Demir, 2002). Turizm ve rekreatif faaliyetlerin planlanması, alanın mevcut durumdaki yapısı ile düşünülen aktiviteler arasında çeşitli ölçütler ve karşılıklı uygunluk durumuna göre kullanım kararlarının alınmasıdır (Açıksöz, Topay ve Gökyer., 2004). Rekreasyon alan planlaması yapılırken doğanın üzerinde bir baskı oluşturulmamalı, doğanın bir parçası olunmalı ve rekreasyon alanının sürdürülebilirliği sağlanmalıdır (İmamoğlu, İmamoğlu ve İmamoğlu, 2014: 107).

Rekreatif etkinliklerin yapılacağı alanların (ormanlar, akarsular, göller, park ve mesire alanları ve diğer doğal çevre unsurları) çevreye ve toplumun sosyal yapısına zarar vermemesi için taşıma kapasitesinin önceden tespit edilmesi gerekir. Ayrıca hangi tip ziyaretçilerin geleceğine de dikkat edilmelidir. Ziyaretçilerin çeşitli olması insanlar arasındaki çatışmaların artmasına neden olur. Çünkü bir alana ziyaret eden insanların o alanda istediği deneyimler farklılaşabilir (Bell v.d., 2007).

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

Literatüre bakıldığında rekreasyonun çeşitli sınıflara ayrıldığı görülmektedir. Bunlar (Sevil, 2012: 15-17);

- **Yerel sınıflamaya göre rekreasyon:** kırsal rekreasyon (şehir merkezi dışında yapılan) ve kentsel rekreasyon (şehir merkezi içinde) yapılan etkinliklerdir.

- **Mekansal açıdan rekreasyon:** gerçekleştiğı yere göre sınıflandırılmaktadır; açık veya kapalı alanlarda yapılan etkinliklerdir.

- **Katılımcıların milliyetlerine göre rekreasyon:** ülke sınırları dışından kişi veya kurumların katılımı durumunda uluslar arası, sadece ülke içindeki kişi ve kuruluşlarla yapılması durumunda ulusal etkinlikler olarak ifade edilir.

- **Katılımcıların yaşlarına göre rekreasyon:** çocuk, genç, yetişkin, üçüncü kuşak rekreasyon şeklinde alt sınıflara ayrılır.

- **Katılımcıların sayısına göre rekreasyon:** bireysel ve grup rekreasyonu diye ayrılır. İnsanların tek başlarına gerçekleştirdiğı rekreatif faaliyetlere (sinema) bireysel rekreatif, grup olarak yaptıkları faaliyetlere (futbol, voleybol v.s.) grup rekreasyonu denir.



*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

- **Fonksiyonel açıdan rekreasyon:** ticari, estetik, sosyal, sağlık, fiziksel, sanatsal, kültürel ve turistik gibi alt boyutlara ayrılır.
- **Zamansal açıdan rekreasyon:** günlük rekreasyon (kısa mesafelerde ve gün içindeki etkinlikler) ve tatil rekreasyonu (birkaç günü kapsayan etkinlikler) olarak sınıflandırılır.
- **Etkinliklere katılım Şekline göre rekreasyon:** aktif ve pasif katılım olarak sınıflandırılır. Aktif olanlar amatör ya da gönüllü olarak herhangi bir spor etkinliği ile uęraŐan bireylerdir. Pasif olanlar ise sadece izleyici konumunda olanlardır.

Rekreasyon ve turizm araŐtırmalarına yönelik çalışmaların son yıllarda arttığı grlmektedir. Örneğin Tütüncü ve arkadaşları (2011) niversite ğrencilerinin rekreasyon faaliyetlerine katılımını etkileyen unsurları araştırmıştır. Araştırma sonucunda bu unsurların yedi boyut altında fizyolojik özellikler, alanların durumu, negatif içsel deneyimler, ekonomik durum, yan nedenler, organizasyonel unsurlar, ruhsal nedenler olduğunu ortaya koymuşlardır. Akten ve Akten (2011) Gülez Yöntemi ile Sarıgl ilçesinin rekreatif potansiyelinin

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

belirlemiştir. Akyüz ve arkadaşları (2014) rekreasyon, orman ve çevre ilişkisini olumlu ve olumsuz yönleri ile ele almıştır. Ardahanlıoğlu, Bulut ve Çınar (2012) Fethiye bölgesinde Rekreasyon alanlarının etkilerini değerlendirmiş ve koyların, doğal kaynakların günübirlik kullanımların baskısı altında kaldığını ve bu baskılardan dolayı sürdürülebilirliğin sağlanamayacağını ifade etmişlerdir. Çakır ve Çakır (2011) İğneada Longoz Ormanlarını rekreatif faaliyetler açısından değerlendirmişlerdir. Demir ve Çimen (2012) rekreatif sportif faaliyetlerin hizmet kalitesini ölçmüşlerdir. Demir (2002) turizm ve rekreasyon faaliyetlerinin milli parklar üzerindeki olumsuz çevresel etkilerini ortaya koymuştur. Demirel (1999) Çoruh Havzasını rekreasyon ve turizm potansiyeli açısından değerlendirmiştir. Ewert (1999) açık hava rekreasyonu ve doğal kaynak yönetim üzerinde durarak birçok olumsuz etkileri ortaya koymuştur. Ertüzün ve Fişekçioğlu (2013) kırsal alanlarda gerçekleştirilen rekreatif faaliyetlerin bölgede yaşayanlar üzerinde ekonomik, sosyal, kültürel ve istihdam açısından etkilediğini vurgulamıştır. Ayrıca rekreatif faaliyetlerin insanların kendi kültürünü sergileme ve tanıtmaya olanağı sunduğunu belirtmiştir. Ko ve Pastore (2005) hiyerarşik model ile spor endüstrisi için hizmet kalitesini araştırmıştır. Araştırmada hizmet kalitesini program kalitesi,

*Ahlat'ın Rekreatiyonel Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

etkileşim kalitesi, çıktı-sonuç kalitesi ve fiziksel kalite olarak ele almıştır. Pickering ve Hill (2007) rekreasyon ve turizmin bitki çeşitliliğine etkilerini araştırmışlardır. Araştırmada rekreasyonel alanların bitki çeşitliliğine zarar verdiğini vurgulamışlardır. Rogerson, Simango ve Rogerson (2013) çalışmalarında Güney Afrika' da kuşgözlemciliğini bir rekreasyonel faaliyet olarak turizm için niş pazar niteliği taşıdığını ortaya koymuşlardır.

Araştırmanın Amacı, Yöntemi ve Önemi

Araştırmanın amacı, Bitlis'in Ahlat ilçesinde yer alan rekreasyonel etkinliklerde kullanılan veya kullanılabilecek potansiyele sahip yerlerin durumlarının turizm kapsamında değerlendirilmesidir. Çalışmanın amaçlarından biri de; rekreasyonel alanlardaki sorunların belirlenmesi ve çözüm önerileri sunulmasıdır. Bu amaçlar doğrultusunda muhtemel rekreasyon alanlarına gidilerek incelemeler yapılmıştır. Bu alanlar araştırmacılar tarafından fotoğraflanarak kayıt altına alınmıştır. Elde edilen veriler GZFT analizi yöntemiyle değerlendirilerek rekreasyonel alanların güçlü ve zayıf yönleri ile fırsatları ve tehditleri belirlenmeye çalışılmıştır.

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

Ahlât'ın rekreatif turizm potansiyeli, turizmin geleceği açısından büyük önem taşımaktadır. Rekreatif turizm alanlarının değerlendirildiği bu çalışma, rekreatif alanlara dikkat çekmesi, var olan sorunları belirlemesi ve çözüm önerileri sunması bakımından önem arz etmektedir.

Araştırma Alanı

Araştırma sadece Ahlat ilçesini kapsamaktadır. Ahlat Doğu Anadolu Bölgesinde yer alan Bitlis'in bir ilçesidir. Ahlât'ın doğusunda Süphan Dağı, batısında Nemrut Dağı, güneyinde Sütey Yaylası ve kuzeyinde Van gölü yer almaktadır. Ahlat Adilcevaz, Tatvan, Bulanık, Malazgirt ilçelerine sınırı olan ve yaklaşık 1000 kilometre kare alana toprağa sahip olan bir yerdir. Nüfusu, 2016 yılı verilerine göre toplam nüfusu 39.171'dir. Kadın ve erkek nüfus arasında fazla fark yoktur (TUİK, 2016).

Ahlat'ın Turizm Potansiyeli

Ahlat, önemli turizm destinasyonları arasında gösterilebilecek potansiyele sahip bir yer olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle son yıllarda önemle üzerinde durulan turizm hareketliliğinde, Ahlat'ın bu şekilde önemli bir yere sahip olmasının nedeni kuşkusuz sahip olduğu turizm potansiyeline elverişli değerlerdir. Bu değerlerin başında

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

kültürel miras turizmi için önemli bir potansiyele sahip olan Selçuklu (Meydan) Mezarlığı gelmektedir. 210 dönümlük alanı ile "dünyanın en büyük tarihi Türk İslam mezarlığı" olarak kabul edilen (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017) Selçuklu Mezarlığı Ahlat ilçesinin kuzeybatı kısmında şehir merkezine yaklaşık 3 km mesafede yer almaktadır. Bu mezarlıkta kullanılan mezar taşları, Nemrut Dağı'nın patlaması sonucunda ortaya çıkmış olan ve Ahlat Taşı olarak da bilinen volkanik taşlardır. Bu mezar taşlarında çok ince bir el işçiliği kullanılarak oymacılık sanatı ile desenler yapılmış ve yazılar yapılmıştır. Yine mezarlıkta üç buçuk metre uzunluğu ile tam bir anıt karakterinde olan mezar taşları da mevcuttur. Yapılan arkeolojik kazılar sonucunda örneklerine Anadolu da sadece bu alanda rastlanan ve halkın "akıt" dediği mezar taşları da Selçuklu Mezarlığında bulunmaktadır. Anıt Mezarlık alanına yakın rekreasyon etkinlikleri için uygun alanlarda mevcuttur.

Ahlat'ı turizm kapsamında önemli kılan bir diğer turizm değeri de, ilçenin kuzeyinde yer alan Van Gölü'dür. Bilindiği üzere Türkiye'nin en büyük gölü olan Van Gölü, dünyanın da en büyük sodalı gölüdür (Duman ve Çiçek, 2012). Yüzey büyüklüğü bakımından dünyada en büyük 14. göl olan Van gölü, su hacmi bakımından dünyanın en büyük 4. Gölüdür

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

(Alaeddinoğlu ve Yılmaz, 2007). Yüzmeye ve deniz ulaşımına elverişli olan gölün Ahlat tarafında doğal oluşumlarla meydana gelmiş üç plajı bulunmaktadır. Göl, rekreatif etkinlikler kapsamında su sporları ve eğlence aktiviteleri yapılmasına elverişlidir.

Ahlat'ın önemli turizm değerlerinden biride ilçenin batısında bulunan Nemrut Dağı ve Krater Gölü'dür. Nemrut Dağında doğal oluşumlarla meydana gelmiş biri sıcak diğeri de soğuk iki göl bulunmaktadır. Kaldera içinde yer alan bu göllerden soğuk su gölü dünyanın en büyük ikinci krater gölüdür (Özgen, 2010). Yine kaldıra içerisinde buzlarının yazın erimediği bir buz mağarası da bulunmaktadır. Hayranlık uyandıran ise, dört mevsim sıcak hava üfleyen bir buhar bacasının da mağaranın bulunduğu bu alanda yer almasıdır. Nemrut Dağı doğa severler için doğa yürüyüşü, fotoğrafçılık vb. aktiviteleri yapmak isteyenler ve doğa ile iç içe olmak isteyenler için eşsiz potansiyele sahip bir alandır.

Ahlat'ın turizmine katkı sağlayan diğer değerler de inanç turizmi kapsamında çok önemli yere sahip olan türbelerdir. Bu türbelerin başında Abdurrahman Gazi Türbesi gelmektedir. İlçenin doğu kısmında şehrin neredeyse tamamını gören bir yamaçta yer alan bu türbeye her yıl binlerce ziyaretçi



Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile Değerlendirilmesi

gelmektedir. Rivayete göre Peygamber Efendimizin sancaktarı olan bu zat, Şehit olduğu yerde defnedilmiŐtir. Ahlat ilçesini ve Van Gln gören bu yamaç rekreatif etkinlikleri için elverişlidir.

Ahlatı diğer destinasyonlardan farklı kılan değerlerden en dikkat çekici olanları ise Ahlat ile özdeŐleŐmiŐ olan kmbetlerdir. İlçenin farklı yerlerine yayılmış bu kümbetlerin çoğu altı üstlü iki kısımdan oluşmaktadır. Tarihi değere sahip bu kümbetler düzgün kesme taş ile inşa edilmiştir. Kmbetlerin mimarileri birbirinden farklı olup, dış kısmında yazı ve süslemeler bulunmaktadır.

Kısaca dünyada önemli bir etkiye sahip olan değerlere yer verilmiştir. Ancak bunların yanında turizm kapsamında kullanılmaya elverişli birçok kale, mağara, köprü vb. tarihi ve kültürel değerler sayesinde ilçeyi turizm açısından, diğer destinasyonlardan farklı kılmaktadır.

Ahlat'ın Rekreatif Turizm Alanlarının Değerlendirilmesine Yönelik Bulgular

Ahlat konumu itibarı ve sahip olduğu turistik değeri ile birçok turizm çeŐidine elverişli bir merkez olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle son yıllarda Doğu Anadolu'nun Batman,

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

Diyarbakır, Siirt, Gaziantep gibi illerinden özellikle yaz aylarında birçok ziyaretçinin bu destinasyona yöneldiği görölmektedir. Araştırma kapsamında yılın herhangi bir döneminde ilçeye gelen turistlerin ve yerel halkın kullandığı veya kullanılmaya elverişli bir potansiyele sahip olduğu düşünölen rekreatif turizm alanları değerlendirilmiştir. Bu alanlar şu şekilde sıralanabilir:

Van Gölü Sahili: Ahlat, birisi ilçenin doğusunda Uludere köyünün alt tarafında, diğerisi de ilçenin batı çıkışında Sanayi Sitesinin alt kısmında, son olarak da Tunus mahallesinin alt kısmında yer alan üç önemli plaja sahiptir. En önemli rekreatif aktivitelerden biri olarak gösterilen yüzme sporuna gayet elverişli olan bu alanlar çalışma kapsamında ziyaret edildiğinde, şehrin doğu ve batı kısmında yer alan iki plajın çok fazla tercih edilmediği ve oldukça kirli olduğu gözlenmiştir. Yerel halkla ilçeye gelen turistlerin daha çok tercih ettikleri Tunus mahallesi plajında kirli olduğu ve mahallelerden gelen atık suyun boru ile plajdaki kumsala döküldüğu görölmüştür.

Genel olarak kirli ve bakımsız olan bu plajlarda gelen ziyaretçilerin kullanabileceği duşa kabin, giyinme kabinleri, şemsiye, şezlong vb. imkânların olmadığı görölmüştür. Yine bu plajlarda eğlence amaçlı herhangi bir su aktivitesinin

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

yapılabileceği hiçbir alt yapının oluşturulmadığı belirlenmiştir. Ancak sahilde kullanılmayacak kadar eski birkaç deniz bisikleti görülmüştür.



Şekil 1: Van Gölü Sahili, Fotoğraf 16/09/2014 tarihinde araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Camping: Aile çay bahçesi, restoran ve çeşitli spor aktivite imkanlarının bulunduğu bu kompleks Van Gölü kıyısında Tunus Mahallesindeki plajın yanında yer almaktadır. Alan çalışma kapsamında ziyaret edildiğinde alanda yer alan restoran, voleybol, bilardo ve masa tenisi gibi aktivitelerin yapılabileceği alanların hizmet vermediği görülmüştür. Bunların yanında alanda yer alan ve oldukça eski olan bir halı saha da

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

kompleks alanında bulunmaktadır. Alanda sadece çay ve içecek servisinin bulunduğu küçük bir büfe hizmet vermektedir. Alan genelinde bulunan oturma yerlerinin masaların ve bisiklet yolunun, günümüzde kullanılmayacak derecede eski olduğu da gözlenmiştir.



Şekil 2: Camping, Fotoğraf 21/09/2014 tarihinde araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Abdurrahman Gazi Türbesi: İnanç turizmi kapsamında birçok ziyaretçinin ziyaret ettiği bu türbe ziyaretçilerin kullanımına uygun rekreatif alanlara da sahiptir. Ancak bu alanlarda, 2012 yılında alınan bir kararla piknik yapmak yasaklanmıştır. Ancak alan ziyaret edildiğinde bu yasağın pek dikkate alınmadığı ve bu alanda piknik yapıldığı gözlenmiştir. Bu durum yasaklamanın çözüm olmadığının, bu alanda piknik yapılmanın önüne geçilebilmesi için piknik yapmaya uygun yeni alanların düzenlenerek ziyaretçilerin hizmetine

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

sunulmasının gerekliliğinin göstergesidir. Alan genelinde yer alan masa ve oturma yerlerinin de kullanıma pek uygun olmadığı gözlenmiştir. Yine alanda hizmet veren lavabo ve tuvaletlerin kullanıma uygun olmayacak kadar tahrip olduğu görülmüştür.



Şekil 3: Abdurrahman Gazi Türbesi, Fotoğraf 21/09/2014 tarihinde araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Kaymakam Çeşmesi: Ahlat Adilcevaz yolu üzerinde yer alan ve göl kıyısında bulunan bu alan rekreatif faaliyetlerin gerçekleştirilmesine uygun potansiyele sahiptir. Yeşil bir bitki örtüsüne ve yüzmeye elverişli kıyılara sahip olan bu alanda herhangi bir rekreatif aktiviteye uygun alt yapı çalışmasına rastlanmamıştır. Alanda tuvalet ve oturma yeri ihtiyacına cevap verecek çalışmaların yapılmadığı ve çok sayıda atığın olduğu görülmüştür. Alanda on yıldan uzun bir süre önce yapılmış olan

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

ve buraya adını veren çeşmede günümüzde kullanılmayacak kadar tahrip olmuş durumdadır.



Şekil 4: Kaymakam Çeşmesi, Fotoğraf 20/08/2014 tarihinde araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Kırk Kardeş İsmet Güvendik Mesire Alanı:
Abdurrahman Gazi türbesinin yakınında yer alan ve buraya gelen ziyaretçilerin piknik ve diğer rekreatif faaliyetlere cevap vermesi düşünölen alana girmek için ücret istenmektedir. Alınan ücret karşılığında herhangi bir belge veya makbuz verilmeyen bu alanda da kamelya ve oturma yerlerinin tahribatların başladığı gözlenmiştir. Doğa sporları ve rekreatif faaliyetlere uygun alt yapının bulunmadığı alan sadece piknik yapmak için elverişli durumdadır. Ancak piknik

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

yapmak içinde ziyaretçilerin kullanabileceği mangal ocakları, çöp kutusu, masa vb. ihtiyaçların yeterli olmadığı gözlenmiştir.



Şekil 5: Kırk Kardeş İsmet Güvendik Mesire Alanı, Fotoğraf 21/09/2014 tarihinde araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Ahlat barajı: Ovakışla Beldesi yolu üzerinde yer alan, geniş düzlük ve yeşil bitki örtüsü ile ağaçların bulunduğu bu baraj, sulama amaçlı kullanılmaktadır. Rekreatif faaliyetlerin gerçekleştirilmesine elverişli potansiyelde ki bu alanda ziyaretçilerin ihtiyaçlarına cevap verecek alt yapı oluşturulmamıştır. Bu alana piknik yapmaya gelen kişilerin kendi imkanlarıyla oluşturduğu taş ocaklar ve yerdeki çöpler çevre kirliliğine yol açmıştır.

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*



Şekil 6: Ahlat Barajı, Fotoğraf 21/09/2014 tarihinde araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Merdan Baba Türbesi: İnanç turizmi kapsamında ziyaretçi çeken bu alanda piknik yapmaya ve bazı rekreatif faaliyetleri gerçekleştirmeye uygun doğal bir alanda mevcuttur. Ahlatın Kuzey kısmında yer alan ve bir vadide bulunan bu türbenin yanında, kullanılan bir mescit ve tuvaletlerde yer almaktadır. Özellikle doğa yürüyüşü için uygun olan bu alanın kuzeydoğusunda mağaraların ve tarihi kalıntıların bulunduğu başka bir vadi de bulunmaktadır. Ancak bu alanda doğa yürüyüşü için uygun piknik imkanları, parkur ve yollar mevcut değildir. Çok iyi durumda olmayan masa ve sandalyelerin bulunduğu alanda spor aktivitelerinin yapılabileceği alanlar da mevcut değildir (potansiyel olmasına rağmen).

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*



Şekil 7: Merdan Baba Türbesi, Fotoğraf 21/09/2014 tarihinde araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Çarho Mesire Alanı: Yapımına 2013 yılında başlanan ve yapım çalışmalarının devam ettiği mesire alanı ilçenin batı kısmında Kuş Cenneti olarak adlandırılan alanın bitişiğinde yer almaktadır. Ağaçların ve çimlerin olduğu bu alanda mangal ocaklarının olmamasından dolayı bu alandaki kişilerin çimleri ve ağaçları tahrip ederek mangal yaptıkları gözlenmiştir. Şehre çok uzak mesafede olmamasına rağmen sessiz ve doğal bir yapıya sahip olan bu alanda yol ve otopark çalışmaları ile tuvalet yapımı gerçekteştirildiği taktirde turistlerin ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte bir rekreasyon alanı olacağı düşünölmektedir.

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*



Şekil 8: Çarho Mesire Alanı, Fotoğraf 03/08/2014 tarihinde araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Bu alanların dışında rekreatif faaliyetlerin yapılmasına uygun potansiyele sahip başka yerlerde mevcuttur. İlçenin kuzeyinde yer alan ve botanik turizmine uygun olan birçok bitkinin yetiştiği Sutey Yaylası, Harabe Şehir yakınlarında bulunan ve tarihte cami ve ev olarak kullanılan mağaraların bulunduğu Madavas Vadisi, göllerin buhar bacalarının ve mağaraların bulunduğu Nemrut Dağı ve Krater Gölü gibi birçok alan rekreatif faaliyetler için elverişlidir.

Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin GZFT Analizi

Araştırmak kapsamında elde edilen veriler kapsamında rekreatif turizm potansiyelinin GZFT analizi yapılmıştır.

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

Ahlat ilçesinin rekreatif turizm potansiyelinin güçlü yönleri, zayıf yönleri, sahip olduğu fırsatlar ve tehditler şu şekilde belirtilebilir:

Güçlü Yönler:

- ✓ Rekreatif alanlarının ulaşılabilirlik ve iklim şartlarına elverişli olması,
- ✓ Rekreatif alanlara yakın tarihi ve kültürel değerlerin varlığı,
- ✓ Ahlat'ın konumu itibarı ile rekreatif alanların çoğunun Van Gölü manzaralı olması,
- ✓ Ahlat halkının misafirperver ve ılımlı bir yapıya sahip olması,
- ✓ Alanların çeşitli rekreatif etkinlikleri (balıkçılık, kamp, kuş gözlemciliği v.b.) gerçekleştirmeye elverişli olması,

Zayıf Yönler:

- ✓ Alanların kirli ve bakımsız olması,
- ✓ Bazı alanların kişiler tarafından keyfi ve sorumsuzca işletilmesi,

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

- ✓ Konaklama ve ulaşım imkânlarının sınırlı olması,
- ✓ Alanın doğallığına uygun olmayan yapıların varlığı,
- ✓ Trekking, dağcılık ve diğer yürüyüş sporları için parkur ve rotaların bulunmaması,
- ✓ Rekreatif alanların bakımının ve temizliğinin belirli bir düzende gerçekleştirilmemesi,
- ✓ İlçede turizm merkezi ve bilgilendirme alanlarının henüz bulunmaması,
- ✓ Kurumlar arası koordinasyon eksikliği,
- ✓ Yerel halkın turizmin sosyal ve ekonomik önemini, tamamen kavramamış olması,
- ✓ Yerel halkın rekreatif etkinliklere yönelik taleplerinin dile getirilmemesi
- ✓ Özel sektör temsilcilerinin rekreatif turizm konusunda girişimci faaliyetlerinin azlığı,
- ✓ Hava yolu ulaşımına uzak olması ve deniz yolu ulaşımının henüz sağlanmamış olması,

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

✓ Tanıtım eksikliği nedeniyle birçok değerin farkındalığının oluşturulamaması,

Fırsatlar:

✓ Ahlatın deniz, hava ve kara ulaşımı imkânlarına elverişli bir alanda olması,

✓ Genelinde zengin tarih, kültür ve sanat varlıklarını barındırması,

✓ Ahlat ve çevresinin Türkiye'nin doğusundaki ülkelere (İran, Azerbaycan v.s.) hitap edecek turistik değerlere sahip olması ve bu ülkelere yakınlığı,

✓ Ahlat Selçuklu anıt Mezarlığının UNESCO kültür mirası geçici listesinde yer alması,

✓ Son yıllarda Güneydoğudaki sıcak illerden Ahlat'a, yaz aylarında gelen kişi sayısındaki artış,

Tehditler:

✓ Ülkemiz güney sınırındaki güvenlik tehdidi,

✓ Diğer ilçelerin (Tatvan, Edremit, Gevaş vb.) daha aktif bir ulaşım güzergahında yer alması ve bu sebeple daha hızlı büyümeleri,

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

✓ Ahlat'a gelen turistlerin, rekreatif faaliyetler için komşu il ve ilçelere yönelmesi şeklinde belirtilebilir.

Sonuç ve Öneriler

Rekreatif turizmin insanları ruhen, bedenlen ve sağlık aısından tatmin etmesi, rekreatif turizminin hızla gelişmesini sağlamıştır. Bu hızlı gelişme ile birlikte rekreatif alanlarının önemi üzerinde daha fazla durulmaya başlanmıştır. Çünkü rekreatif alanlarındaki etkinliklere katılımın sağlanması tanıtım aısından oldukça önemli olmaktadır.

Bu çalışmada rekreatif turizm aısından önemli bir potansiyele sahip olan Ahlat'ın rekreatif alanlarının mevcut durumu üzerinde durulmuştur. Çalışma kapsamında yapılan gözlemler sonucunda Ahlat'ın rekreatif etkinliklerin yapılabilmesi için gerekli olan alanlara sahip olduğu ancak bu alanların bakımsız olduğu görülmektedir.

Rekreatif faaliyetlerin ekonomik etkilerinin olduğu bir gerçektir. Ancak ekonomik getirisi kadar önemli olan diğer bir konu da halkın ve özellikle gençlerin sağlıklı, mutlu bir hayat sürmesidir. İş olanaklarının az olduğu ilçede gençlerin boş zamanlarda kahve kültürüne alışmalarını, kötü alışkanlıklar

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

kazanmalarını önlemek ve sağlıklı, mutlu bir yaşam sürmelerini sağlamak için rekreatif etkinlikler oldukça önemlidir.

Çalışma kapsamında yapılan gözlemler sonucunda aşağıdaki çıkarımlar ortaya konmuştur.

✓ Ahlat'taki rekreatif alanlarının ilgili kurumlarca temizlik, peyzaj, genel bakım işlerinin yapılması gerekmektedir.

✓ Var olan rekreatif alanlarda hangi rekreatif faaliyetlerinin yapılabileceği araştırılmalı ve buna göre hangi etkinliklerin yapılması gerektiği belirlenmelidir. Örneğin; su sporları, doğa yürüyüşleri, festival ve fuar organizasyonları,

✓ Ahlat'ın turizm taşıma kapasitesini belirleyerek kontrollü bir turizm gelişim stratejisi oluşturması gerekir.

✓ Turizm gelişim stratejisi belirlenirken halkın talepleri dikkate alınmalıdır.

✓ Rekreatif alanlarda ranta dönüştürölüp çevresel değerlere zarar verilmemelidir.

*Ahlat'ın Rekreatif Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

✓ Rekreatif etkinlikler çevreye, kültüre, sosyal yapıya en az zarar verecek şekilde ve en fazla ekonomik fayda getirecek şekilde planlanmalıdır.

✓ Rekreatif faaliyetler sonucunda oluşacak ekonomik faydanın halka olumlu yansımaları sağlanmalıdır.

✓ Etkinliklerin tanıtım ve pazarlanması ulusal ve uluslararası düzeyde yapılmalıdır. Ahlat ve Van Gölü birçok bölge insanı tarafından bilindiği için yerel düzeydeki tanıtımlara ayrılan bütçe çoğu zaman boşa gitmektedir.

✓ Rekreatif alanlardaki tuvalet, oturma yerleri, yeşil alan ve kirlilik sorunları giderilmelidir.

✓ Yerel halkı ve turistleri rekreatif etkinliklere özendirilecek aktivite ve yarışmalar düzenlenmelidir.

Yerel yönetimlerin ve diğer kamu kurumlarının, halkın ve araştırmacıların Ahlat'ın sahip olduğu değerlere sahip çıkması gerekmektedir. Ahlat sahip olduğu turistik değerler itibari ile binlerce kişinin akın edebileceği bir turizm merkezidir.

Not: Araştırmaya katkı sunan ve araştırma aşamasındayken hayatını kaybeden Kutbettin ERDURUR hocamıza Allah'tan rahmet diliyoruz. Mekânı cennet olsun.

*Ahlat'ın Rekreatiyonel Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

Kaynakça

- Açıksöz, S., Topay, M. ve Gökyer, E. (2004). Bartın yaylalarının rekreasyon ve turizm kullanımları açısından irdelenmesi. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 10 (4), 359-365.
- Akten, M.ve Akten, S. (2011). Rekreasyon potansiyellerinin belirlenmesine yönelik bir model yaklaşımı: Gülez yöntemi. I. Ulusal Sarıgöl İlçesi ve Değerleri Sempozyumu, 17-19 Şubat, Sarıgöl.
- Akyüz, H., Kul, M. ve Yaşartürk, F. (2014). Rekreasyon açısından ormanlar ve çevre. *International Journal of Science Culture and Sport*, Özel Sayı 1, 881-890.
- Alaeddinoğlu F. ve Yılmaz E., (2007). Van Gölü Havzası Su Potansiyeli ve Geleceği. *ICANAS 38*, Ankara, Türkiye.
- Ardahanlıoğlu, Z. B., Bulut, Y. ve Çınar, İ. (2011). Deniz kıyısı-Orman içi rekreasyon alanlarında doğal peyzaja yönelik baskıların saptanması ve çözümler önerileri: Aksazlar-Fethiye Örneği. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*, Özel Sayı, 30-36.
- Bell, S., Tyrväinen, L., Sievänen, T., Pröbstl, U. ve Simpson, M. (2007). Outdoor recreation and nature tourism: a european perspective. *Living Reviews in Landscape Research*, 1(2), 1-46.
- Crawford, D. W., E. L. Jackson ve G. Godbey, (1991). A hierarchical model of leisure constraints. *Leisure Sciences*,13: 309-320.
- Çakır, G. ve Çakır, A. (2011). İğneada longoz ormanları ve çevresinin rekreatiyonel faaliyetler açısından değerlendirilmesi. *Ulusal Akdeniz Orman ve Çevre Sempozyumu*, 26-28.
- Demir, C. (2002). Turizm ve Rekreasyonel faaliyetlerinin olumsuz çevresel etkileri, Türkiye'deki milli parklara yönelik bir uygulama. *DEÜ İİBF Dergisi*, 17 (2), 93-117.
- Demir, E. K. ve Çimen, Z. (2012). Rekreasyonel spor hizmetleri kalite ölçeği-38'in türkçe versiyonu geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 6(3).
- Demirel, Ö. (1999). A research on evaluating for recreation and tourism potential of natural resource values at Çoruh watershed area (Yusufeli Region). *Turkish Journal of Agriculture and Forestry*, 23(EK5), 1103-1112.

*Ahlat'ın Rekreatyoneel Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

- Duman, N. ve ier, İ. (2012). Erçek Gölü havzasının jeomorfolojisi ve gölün oluşumu. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5 (20), 246-260.
- Ertüzün, E. ve Fişekçioğlu, B. (2013). Kırsal alanlarda yapılan rekreatif faaliyetlerin bölgede yaşayanlara etkisi. Ulusal KOP Bölgesel Kalkınma Sempozyumu, <http://www.unikop.org/1/26.html> (Erişim Tarihi: 14.05.2014).
- Ewert, Alan W. (1999). Outdoor recreation and natural resource management:an uneasy alliance. Parks and Recreation, 34 (7), 58-67.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A. ve Din, Y. (2003). Boş zaman ve rekreasyon yönetimi (Örnek animasyon Uygulamaları), Detay Yayıncılık.
- İmamoğlu, M., İmamoğlu, A. ve İmamoğlu, O. (2014). Rekreatyoneel planlamada Cehennem Dere Vadisi örneği. Akademik Spor Sağlık ve Tıp Bilimleri Dergisi, 4 (10), 106-124.
- Jitaru, D., Sambotin, L., Khalil, F. I., Mayer, M. and Tirchi, S. (2012). Recreational rural tourism in Europe. Agricultural Management/Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol, 14 (4).
- Kızıllırmak, İ. (2006). Türkiye’de düzenlenen yerel etkinliklerin turistik çekicilik olarak kullanılmasına yönelik bir inceleme”. Sosyal Bilimler Dergisi, (15), 181-196.
- Ko, Y. J. and Pastore, D. L. (2005). A hierarchial model of service quality for the recreational sport industry. Sport Marketing Quarterly, 14(2).
- Koyüğit, M. ve Yıldız, M. (2014). Yerel yönetimlerde rekreasyon uygulamaları: Konya Örneği”, International Journal of Science Culture and Sport, Özel Sayı:2, 211-223.
- Kraus, R. G. (1977). Recreation Today: Program,Planning and Leadership (Second Edition). California: Goodyear Publishing Company.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2017). Ahlat-Arkeoloji <http://ekitap.kulturturizm.gov.tr/TR,80988/arkeoloji.html>
- Mc Donnell, I., Johnny, A., and O’toole, W., (1998), Festival and Special Event Management, John Wiley & Sons Australia Ltd., Brisbane.
- Orel, F.D. ve Yavuz, C. (2013). Rekreatyoneel Turizmde Müşteri Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11 (11), 61-76.
- Özer, E.Z. ve Çavuşoğlu, F. (2014). Rekreatyoneel bir faaliyet olarak yerel etkinliklerin kırsal turizme etkisi. International Journal of Science Culture and Sport, Özel Sayı: 2, 191-202.

*Ahlat'ın Rekreatiyonel Turizm Potansiyelinin Gzft Analizi ile
Değerlendirilmesi*

- Özgen, N. (2010). Doğu Anadolu Bölgesi'nin doğal turizm potansiyelinin belirlenmesi ve planlamaya yönelik öneriler. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 7:1, 1385-1415.
- Özgüç, N. (2003), *Turizm Coğrafyası Özellikler-Bölgeler*, Çantay Kitabevi, (4. Baskı), İstanbul.
- Pickering, C. M., & Hill, W. (2007). Impacts of recreation and tourism on plant biodiversity and vegetation in protected areas in Australia. *Journal of Environmental Management*, 85(4), 791-800.
- Rogerson, C. M., Rogerson, J. M. and Simango, S. (2013). From recreation to niche tourism: The transformation of birdwatching in South Africa. *African Journal for Physical Health Education, Recreation and Dance*, 19 (Supplement 3), 122-137.
- Sağcan, Mustafa (1986). *Rekreasyon ve Turizm*. İzmir: Cumhuriyet Basımevi.
- Sevil, T. (2012). Boş Zaman ve Rekreasyon: Kavram ve Özellikler. *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi İçinde* (Ed: Serdar Kocaekşi), 2 (26), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset
- Tez, Ö., Doğan, Ö., Yavaş, Ö., Erkaya, E., Tavazar, H. ve Güzel, P. (2014). Yerel yönetimlerde serbest zaman ve rekreasyon hizmetleri (İzmir İli Örneği). *International Journal of Science Culture and Sport*, Özel Sayı:1, 511-524.
- Toy, S. ve Yılmaz, S. (2010). Artvin İlindeki iklim şartlarının turizm ve rekreasyon aktiviteleri açısından uygunluğunun değerlendirilmesi. III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi, 4, 1513-1522.
- TÜİK (2016). http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059
- Türker, G. Ö., Türker, A. ve Güzel, F. Ö. (2014). Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında dalyan destinasyonunun rekreasyon potansiyelinin değerlendirilmesi. *International Journal of Science Culture and Sport*, Özel Sayı 2, 70-86.
- Tütüncü, Ö., Aydın, İ., Küçükusta, D., Avcı., N. ve Taş, İ. (2011). Üniversite öğrencilerinin rekreasyon faaliyetlerine katılımını etkileyen unsurların analizi. *Spor Bilimleri Dergisi*, 22 (2), 69-83.



YEŞİL ÜRÜN GRUPLARI ÇERÇEVESİNDE MARKA VE MARKALAMA KARARLARI

Musa ÇAKIR*

Özet

Sanayi alanındaki gelişmeler sonucunda çevre kirliliğinin artması çevresel konuların daha fazla gündeme gelmesine neden olmuştur. Artık insanlar çevreye daha duyarlı hale gelmeye ve buna paralel olarak çevreye zarar vermeyen ürün ve hizmetlere yönelmeye başlamışlardır. Tüketicilerin çevreye olan bu eğilimlerinin bir sonucu olarak artık firmalar da tüketici istek ve ihtiyaçlarını tatmin etmek için çevreye zarar vermeyen ürün ve hizmet üretmeye önem vermekte ve bu sayede çevresel sorumluluğa sahip olduklarını gösterme amacı gütmektedirler. Bu doğrultuda bu çalışmada, yeşil pazarlama karması elemanlarından yeşil ürün grupları çerçevesi içerisinde marka oluşturma ve markalama kararlarında, pazarlama karmasını doğrudan etkileyecek olan ve işletmeler açısından uygulanabilecek yöntemler ve stratejiler incelenmiştir. Araştırma yöntemi olarak literatür taraması yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Ürün, Yeşil Pazarlama, Marka, Markalama.

Brand and Marketing Decisions in the Framework of Green Products

Abstract

As a result of the developments in the industry, the increase of environmental pollution caused more environmental issues. People are now starting to become more sensitive to the environment and, in parallel, to products and services that do not harm the environment. As a consequence of these trends towards the consumers, the companies are now paying attention to producing products and services that do not harm the environment in order to satisfy

* Yard. Doç. Dr., Siirt Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi,
İşletme Bölümü, musacakir@siirt.edu.tr



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama

Kararları

consumer demands and needs, and they are aiming to show that they have environmental responsibility. In this work, the methods and strategies that can be applied in terms of the businesses which will directly affect the marketing mix in the decisions about brand and branding within the framework of the green product groups from the elements of green marketing mix are examined. Literature search was done as research method.

Key Words: *Green product, Green Marketing, Brand, Marking.*



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

GİRİŞ

Teknolojik gelişmelerdeki hızlı artış, doğal kaynakların kıt kaynaklar olduğunu unutturarak bitip tükenmez kaynaklar gibi kullanılmasına neden olmuş ve sonunda büyük bir çevre kirliliği meydana gelmiştir. Doğa ve insanoğlu her zaman birlikte ele alındığı için doğanın geleceğine dair kaygılar insanlığın gelecek korkusunu beraberinde getirmektedir.

İşletmelerde post modern sistemlerin benimsenmesiyle birlikte sosyal sorumluluk bilincine sahip işletme kültürü yaygınlaşmıştır. Çünkü işletmelerle ilgili her şeyi araştıran, sorgulayan ve zor beğenen müşteri modeli işletmelerin doğal çevrelerine zarar vermesini kabul etmemektedir.

İşletmelerin bu zorlu rekabet ortamında ayakta kalabilmeleri için tüketicilerin tek tek istek ve ihtiyaçlarını karşılamış olmaları artık yeterli değildir. Toplumsal bilince ve sosyal sorumluluğa sahip olan işletmeler tüketicilerin gözünde son derece önemli bir imaj kazanmaktadırlar (Varinli, 2000:15). Aynı zamanda çevreci örgütlerin baskısı ve buna bağlı olarak bu örgütlerin yapmış oldukları eylemler neticesinde devletlerin oluşturmuş oldukları yasaların da işletmeler üzerinde bir baskı unsuru olduğu söylenebilir. Bu çerçevede, işletmeler tarafından doğaya dost ürün tasarımları yapılmaya başlanmış ve bu ürünler yeşil pazarlama kavramı çerçevesinde, müşterilere sunulmuştur.



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

Yeşil pazarlama anlayışı, 1980'lerin sonu ve 1990'ların başlarında pazarlama literatürüne girmiş olsa da, ilk olarak 1975 yılında Amerikan Pazarlama Derneği tarafından “ekolojik pazarlama” kavramı olarak ortaya çıkmıştır (Polonsky, 1994:1-2). Yeşil pazarlama, ekolojik pazarlama, sürdürülebilir pazarlama, çevreye duyarlı pazarlama, sosyal pazarlama gibi farklı isimlerle de kullanıldığı gibi, yeşil pazarlama kavramı ile ilgili literatürde birçok tanım vardır.

Amerikan Pazarlama Derneği tanımına göre ekolojik pazarlama; pazarlama faaliyetlerinin çevre kirliliği, enerji tüketimi gibi fiziksel çevre üzerindeki olumsuz etkilerini minimum seviyeye indirmeyi amaçlayan çevreye duyarlı bir pazarlama türüdür (Bhatia ve Jain, 2013:2; Atay ve Dilek, 2013:206). Kotler (1991'den aktaran: Atay ve Dilek, 2013:206), yeşil pazarlamayı sosyal pazarlama kavramı altında ele almıştır. Yeşil pazarlama, toplumun ve müşterilerin refahını korumakla başlayan, organizasyonların ihtiyaç ve isteklerini, aynı şekilde hedef kitlenin ihtiyaç ve isteklerini tanımlayarak rakip işletmelere göre daha verimli müşteri memnuniyeti sağlamayı hedefleyen bir süreci ifade etmektedir. Yeşil pazarlama, Ottman (1999) tarafından, kirlilik, enerji tüketimi ve tükenebilir kaynakların tüketiminin olumlu ve olumsuz yanlarını inceleyen (<http://users.atcon.com>); toplumun ve tüketicilerin ihtiyacını



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

tatmin etmede sorumluluk anlayışı içerisinde uzun vadeli karlılığı hedefleyen bir iş stratejisi olarak tanımlanmıştır.

Belirtilen tanımlar çerçevesinde, yeşil pazarlama bazı yazarlar tüketici boyutu (Polonsky, 1994; Uydacı, 2011) tarafından ele alınırken, bazı yazarlar ise ürün boyutu (Pride ve Ferrel,1993; Jain ve Kaur, 2004; Clow ve Baack, 2007) tarafından ele alınmıştır. Sonuç olarak, tüketicilerin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda ürün ve hizmetlerin şekillendiği ve bu ürün ve hizmetlerin çevre odaklı bir yaklaşım ile üretilmesi, tutundurulması ve dağıtılması faaliyetleri yeşil pazarlama olarak tanımlanabilir.

Ürün, ambalaj, tasarım, renk, marka, satış sonrası hizmetler, satıcının imajını içeren soyut ve somut nitelikler setidir (Altunışık vd., 2016:292). Yapılan araştırmalar sonucunda bir ürünün çevreye vermiş olduğu zararın %70'inin ürün tasarım ve ürün üretim aşamalarında meydana çıktığı görülmüştür (Polonsky ve Rosenberg, 2001:23). Bu sebeple tanımının yapılması zor olan yeşil ürün, ambalaj, tasarım, marka, satış sonrası hizmetler gibi unsurların yanı sıra geri dönüşümlü içerik, su tasarrufu, enerji tasarrufu, daha az ambalaj gibi özellikler göz önünde bulundurularak, ürünün hammaddesiyle ortaya çıkış süreci ve sonrasında da çevreye minimum zarar verecek şekilde tasarlanması gerekmektedir (Mahlangu, 2014:45).



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

Yeşil ürün, çevre dostu ürün olarak ifade edildiği gibi çoğunlukla, atıkların geri dönüştürülmesi ya da yok edilmesi, enerji kaynaklarının kısıtlı kullanımı ile doğal çevrenin korunmasına ya da daha da büyütülmesine yardımcı olarak tanımlanmaktadır (Ottman vd., 2006). Özetle yeşil ürün geliştirme, gelecek nesiller için büyük bir öneme sahip ve kısıtlı olan kaynakların farkındalığı ve bilinçsizce tüketilmesine dikkat çekmektedir. Türk ve Gök (2011) tarafından yeşil ürün “*yaşam sürecinin sonuna geldiğinde ayrıştırma veya zararlı olmayan malzemelerin yeniden kullanılması için geri dönüşüm süreçlerine giren ürün*” olarak tanımlanmıştır.

Farkındalık; bir ürünün, markanın ya da hizmetin tüketici zihninde oluşturduğu algıdır. Tüketici gün içinde yaptığı en küçük alımla bile o ürünle ilgili bir algıya sahip olmaktadır. Tüketicinin zihninde oluşan bu algıyı kendi lehine çevirmek markalar ile mümkün olmaktadır. Pazarlamanın sürekli devam eden bir süreç olduğu düşünüldüğünde farkındalık bu sürecin ilk aşamasını oluşturmaktadır. Farkındalık süreci iyi yönetildiğinde markalaşma ve pazarlama alanına önemli katkılar sağlamaktadır. Marka farkındalığında ise sahip olunan markanın avantajlı tarafları diğer markalardan farklı olduğu düşünülen yönler ön plana çıkarılmaya çalışılmaktadır. Tüketicie ulaşmanın en önemli unsuru müşteri ile özel ve farklı bir bağ kurmaktan geçmektedir (Özkan, 2006).



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

Potansiyel bir müşterinin belirli bir ürün grubuna sahip olan markayı tanıma veya hatırlama kabiliyetidir. Farkındalık ve satın alma arasında yakından bir ilişki vardır. İnsanlar hakkında bilgi sahibi olmadıkları ürünleri satın alma davranışı göstermek istemezler. Marka tanıma, belirli bir marka hakkında tüketiciye bilgi verdikten sonra görerek veya duyarak diğer markalardan farklı olarak kolayca tanıyabilen insanları kapsar. Logo, amblem, slogan ve isimler tanınmayı kolaylaştırır (Erdil ve Uzun, 2010:221).

Yeşil farkındalık ise çevreci bir ürün hakkında bilgi sahibi olmakla ilgilidir. İnsanlar bir ürünün çevre bağlamında özelliklerini ve faydalarını öğrendiğinde buna yeşil farkındalık denmektedir. Herhangi bir ürün ve performansı hakkında daha fazla bilgi sahibi olan kişi o ürünü almak için daha fazla hevesli olacaktır. Eğitim seviyesi daha yüksek olan insanların çevreye daha duyarlı olduğu kanıtlanmıştır. Tüketicilerin pazardaki aktiviteleri marka bilgisi ve marka farkındalığıyla ilişkilidir. Yeşil ürün hakkında daha düşük bilgi ve bilince sahip ortalama bir tüketici daha az satın alma niyetinde olacaktır. Yeşil ürünlerde satın almanın artırılması için ürünün özellikleri ve avantajları için daha çok bilgilendirme yapılmalıdır (Rizvan vd. 2014).

Gelişen ve sanayileşen dünya birçok çevre sorununu da beraberinde getirmiştir. Bilinçsizce kullanılan doğal kaynaklar



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

gelecek nesiller için tehlike arz edici hale gelmesi ile kıt kaynakların kullanımı ve korunması için yeşil ürün ve yeşil pazarlama anlayışı ortaya çıkmıştır. Yeşil pazarlama anlayışının yerleşebilmesi için de markalaşma kavramının anlaşılması gerekmektedir.

1. Yeşil Pazarlama Anlayışı

Ekonomik bir birim olan işletmeler, bir takım sosyal siyasal ve kültürel faaliyetlerin etkisi altındadırlar. Yani faaliyet gösterdikleri çevre ile karşılıklı etkileşim içerisindedirler. İşletmeler mal ve hizmet üreten bir kurum olarak işlevlerini yerine getirerek bunun karşılığında kazanç elde ederken aynı zamanda toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarına da cevap vermek ve sosyal sorunların çözülmesine yardım etmek gibi geniş bir fonksiyon üstlenmektedir (Tosun, 1979:6).

Toplumsal yapı içerisinde karşılıklı etkileşimin artması ve işletmelerin toplumsal kaynakları kullandıklarının bilincine daha fazla varmış olmaları işletmelerin topluma karşı ekonomik sorumluluklarının yanında sosyal sorumluluklarının da artmasına yol açmıştır (Dinçer, 1998:155). Sosyal sorumluluklarının artmış olması ise, işletmelerin ekonomik faaliyetlerini, bir takım sınırlamalar içerisinde yerine getirmelerini gerekli kılmıştır. Sosyal sorumluluk anlayışının temelinde toplumun refah ve mutluluğu için güvenilir ürün, gerçeği yansıtan reklam, çevreyi koruyacak faaliyetler,



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

çalışanların güvenliği ve istihdam sağlama çabaları bulunmaktadır (Başaran Alagöz, 2005:314).

Bir işletmenin ekonomik işlevlerini yerine getirerek tüketicilerin taleplerini karşılması, o işletmeye itibar kazandıracaktır. Bunun yanında işletmenin toplumun ahlak kurallarına uyması, sosyo-kültürel çevre için yardım ve destek sağlaması işletmenin toplumda kabul görmesini sağlayacaktır. Bu durum da işletmelerin süreklilikleri için son derece önemlidir. (Mucuk, 2001:9)

İşletmelerin toplumda kabul görmelerinin önem kazanması, toplumsal pazarlama ve yeşil pazarlama gibi kavramların gelişmesine yol açmıştır. Uzun vadede işletmeler dahil tüm ilgililerin çıkarına olan toplumsal pazarlama yada diğer adıyla sosyal pazarlama anlayışında, işletmeler bir yandan tüketicileri diğer yandan toplumsal öncelikleri desteklemek ve öte yandan da kar sağlamak durumundadırlar (Tek, 1990:16). Yeşil pazarlama ise, toplumun istek ve ihtiyaçlarını tatmin etmek üzere birtakım değişimlerin meydana getirilmesi ve kolayca uygulanması amacıyla doğal çevreye en az zarar vermek üzere uygulanan faaliyetlerdir. Yeşil pazarlama, çevreyi koruma ilkelerine uygun olarak ürün üretimiyle ilgilidir. Çevresel sorumlulukla üretime odaklanmıştır (Uydacı, 2002:84). Yeşil pazarlama anlayışında çevreyi koruma bilinci hakimdir.



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

Özetle yeşil pazarlama, tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerini yerine getirirken işletmenin de hedeflerine ulaşmasını sağlayacak doğa ile dost ürünlerin üretilmesini, fiyatlandırılmasını, dağıtımını ve tutundurulmasını içeren ve ürününün kullanım sonrasında da kapsayan pazarlama faaliyetleridir.

1.1. Yeşil Ürün

Yeşil ürün devamlı, zehirli madde içermeyen, geri dönüşümlü malzemeden yapılan veya minimum malzeme ile ambalajlanan ürünlerdir. Tamamıyla yeşil ürün mümkün olmasa da, doğaya en az zararı verecek şekilde tasarlanan, üretilen, ambalajlanan ürün yeşil üründür (Durif, Boivin ve Julien, 2010:25).

Yeşil ürünün aşağıdaki özellikleri taşıması beklenmektedir (Moisander, 2007:2):

- İnsan ya da hayvan sağlığına tehlikeli olmamalı,
- İmalat, kullanım ya da ortadan kaldırma süreçlerinde çevreye zarar vermemeli,
- İmalat, kullanım ya da ortadan kaldırma boyunca aşırı miktarda enerji ve diğer kaynakları tüketmemeli,
- Fazla ambalaj ya da kısa yaşam süresi nedeni ile gereksiz atığa neden olmamalı,

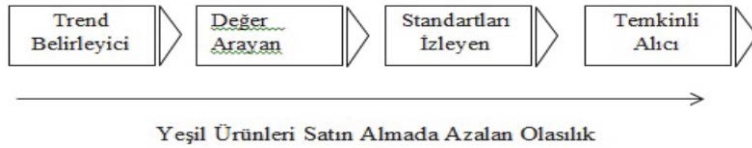


Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

- Gereksiz kullanımı gerektirmemeli ya da hayvanlara işkence yapılmamalı,
- Çevreye zararlı malzemeleri içermemelidir.

İnsanoğlunun yüzyıllardır bilinçsizce tahrip ettiği çevre, artık kaynaklarını insanlığa cömertçe sunmaz olmuştur. Nüfus yoğunluğu, sanayi atıkları çevreyi olumsuz yönde etkilemiş, insanı bu hususta sorumlu davranmaya itmiştir. Tüm bu gelişmelerin sonucunda oluşan çevresel tahribat yeşil ürünlere olan talebi arttırmıştır.

İşletmeler açısından ele alındığında trend belirleyicileri müşteri haline getirmek kolay gözükmemektedir. Yeşil ürünler piyasaya sürüldüğünde, ilk denemek isteyen grup trend belirleyiciler olacaktır. Bu bağlamda bakıldığında temkinli alıcıların fikirlerini değiştirmek zordur. Bu grup trend belirleyicilerin aksine yeşil ürün kullanmamak için yoğun çaba sarf eder.



Kaynak: Kotler, 2010, 176



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

1.2. İşletmeler Acısından Yeşil Pazarlama

Ticaretin sosyal ve çevresel etkilerine dair endişeler çok eskidir. Son otuz yıl boyunca bu endişeler şiddetlenmiş ve pazarlama ile fiziksel çevre arasındaki ilişki hakkında büyük bir tartışma ortaya çıkmıştır. Pazarlama bir yandan sürdürülemez düzeylerdeki talep ve tüketimin tahrik edilmesinden ötürü çevresel sorunların sebepleri arasında sayılırken, diğer taraftan da bu sorunların çözülmesinde potansiyel bir kurtarıcı olarak görülmektedir (Peattie, 2001:129).

Çevre için duyulan kaygılar çok boyutludur. Kişisel ve çevresel organizasyonlar genel olarak beş sorun üzerinde odaklanmışlardır; katı atıkların artması, su ve hava kirliliği, kaynakların azalması, kimyasal maddeler ve doğanın yok olmasıdır (Emgin ve Türk, 2004:8).

İşletmelerin eylem ve etkinliklerinin toplum üzerindeki etkileri ile toplum normları, değerleri ve çıkarları arasında bir uyum sağlamak, yöneticilerin toplumsal sorumluluklarının gereğidir (İslamoğlu, 1999:25). Bu konulara ilişkin tüketicilerde ve kamuoyunda son yıllarda artan ilgi ve duyarlılıkla paralel bir biçimde bazı tüketicilerin satın alma kararlarında şirketlerin konuya ilişkin hassasiyetleri ve gerçekten iyi niyetli olup olmadıkları da sorgulanabilmektedir (Torlak, 2009:110).



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

Tüketiciler insan ve hayvan sağlığı, hijyen ve çevre konusunda emniyet ve güvenlik istemektedir. Pazardaki beklentilerin değişmesi ile rekabet koşulları da değişmiştir. Yeni rekabet koşulları altında işletmelerin üretim ile ilgili bazı düzenlemeler yapması gereği ortaya çıkmaktadır. İşletmeler de bu gelişmeler üzerine stratejilerini yeşil değerler üzerine kurmaya başlamışlardır. Bu strateji işletmeleri fiyatlamada, ürün özelliklerinde ve tanıtımlarında yeşil değerleri koruma zorunluluğunu kaçınılmaz kılmaktadır (Boztepe, 2012:6). Değişen tüketici tutumları da göz önünde bulundurulduğunda yeşil pazarlama stratejileri firmalar için bir gereklilik haline gelmektedir.

1.3. Yeşil Pazarlama Stratejileri

Andrew Crane 2000 yılında yapmış olduğu bir çalışmada 1990'ların ortalarından sonlarına kadar olan süreçte, ticari çevrelerin karşı çıktığı durumlardaki yeşil pazarlama stratejilerini tanımlamıştır (Aktaran: E. Yılmaz, 2003:93-94):

Pasif Yeşillik: Bu strateji aslında, yeşil pazarları aktif olarak arayıp bulmayan ve ürünlerin çevresel performanslarını geliştirmek için aktif olarak çaba sarf etmeyen işletmelerin stratejisidir. Bu işletmelerin yaklaşımı, nüfuzlu kilit paydaşlar tarafından ilgilenmeye zorlandığı çevresel meselelere hâkim olmaktır. Medyanın, güçlü müşterilerin, baskı gruplarının,



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

kanun koyucuların zorlamasıyla çevresel faaliyetlere yönelen işletmeler bu gruba dâhildir. Peattie ve Ratnayaka bunu düzene uyma ve güçlü dış baskıları karşılama amacıyla “düşünmeden yapılan” bir strateji olarak tanımlamıştır. Pasif yeşillik muhtemelen çevresel kaygılara genellikle kapalı olarak algılanan sanayilerde cazip olarak kalmaya uygundur ve işletmelerin buldukları çevrede değişime karşı esnek olmalarına olanak sağlar.

Sessiz Yeşillik: Bu stratejinin pasif yeşillikten anlam olarak başlıca farkı, bu işletmeler spesifik yeşil pazarları açıkça tekrar araştırmıyor ise de işletmelerin çevresel ürün geliştirme çalışmaları dış baskıların yokluğunda bile gündemde olmasıdır. Ürünlerin çevresel açıdan daha iyi olması için, derece derece değiştirilmesine odaklanılmaktadır. Çalışmaya katılan işletmelerden bir tanesi bu stratejiyi “Toplam Kalite Çevre Yönetimi” olarak tanımlamaktadır. Ancak, Sessiz Yeşillik Stratejisi, kaliteyi vaat eden bir işletme için muhtemelen yetersiz kalmaktadır.

Niş Yeşillik: Çalışmada yer alan 16 işletmeden sadece bir tanesinin gerçekten yeşil bir nişi hedeflediği görülmüştür. Niş yeşillik, işletmenin güçlü çevresel tercihler ile tüketicileri hedeflediği ve bundan dolayı geleneksel anlamda rekabet edebilir düzeyde olan ürünlerine yeşil alternatifler olarak



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

sunduğu durumu gösterir. Çevresel yönetim, bazı işletmeler için stratejik faydanın bir anahtar olduğunu gösterir ve bu da rekabet avantajının en önemli noktasıdır. Yeşil pazarlamanın mantığına göre, ürünler eşsiz özellikler sunmalı, reklâmlar da bu yeşil faydaları vurgulamalıdır. Niş yeşillik stratejisi, sınırlı rekabete maruz bırakılan işletmeler hariç, gittikçe şüpheli bir hal almaktadır. Procter&Gamble, Unilever ve Sainsbury's gibi daha ana eğilimli rakipler, daha az radikal yeşil sunumlar ile başarılı olurken Ecour ve Ark gibi yeşil nişin ötesinde gelişmeyi başaramayan pek çok işletme vardır.

İşbirlikçi Yeşillik: Bu stratejide tüm paydaşlarla işbirliği söz konusudur. Çevresel problemlerin tümü üreticide değil, ürün tedarik ve dağıtım zincirlerinde de ortaya çıkabileceği için tedarikçiler ve dağıtım kanalları ile ortak girişimlerde bulunulmalıdır. Tüketicilerin güvenini kazanmaya yardımcı olduğu için çevresel baskı gruplarıyla da işbirliği yapılmalıdır. İşbirlikçi yaklaşımlar, gelecekte stratejik gelişme için epey fırsat sunmaktadır. Stratejilerin en zoru olmasına rağmen, başarılı bir şekilde gelişmek için çok önemli avantajları sağlar. Bu yaklaşım, tüketici güveni, etkili tedarik zinciri, doğru bilgi ve etkili bir kamuoyu sesi gibi kritik yeşil pazarlama unsurları sağlayabilir.



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

Sonuçta, bir strateji olarak “pasif yeşil işletme” paydaşlarının taleplerine cevap verebilir anlamında, “sessiz yeşil işletme” gelişen çevresel çözümlere doğru kademe kademe ve tedbirli bir şekilde ilerleyen anlamında, “niş yeşil işletme” ise kendi yeşil delillerini elinde bulundurabilen ve tüketicisine bunu anlatabilen anlamında kullanılabilir.

2. Markanın Kavramsal Çerçevesi

Marka, günümüz pazarlama ve iletişim dünyasında kullanılan en popüler kavramlardan biri durumundadır. Herhangi bir insan grubuna markanın ne olduğu sorulduğunda ise verilen cevaplar birbirinden oldukça farklıdır. Bazılarına göre marka, sadece bir isim veya ticari bir markadır. Bazıları ise markanın bir ürün hatta bir taahhüt olduğunu düşünmektedir. Ancak pek çok kişi marka sözcüğünü kullandığında markanın en bilinen sunum şekli olan ismini düşünmektedir (Knapp, 2000:5).

Amerikan Pazarlama Birliği'nin tanımına göre “marka; bir isim, terim, işaret, bir sembol ya da diğer göstergelerin bir satıcının ürününü diğerlerinden ayırt edici nitelikte olmasıdır.” (Tosun, 2010:7).

Amerikalı marka uzmanı David Aaker da “Marka Değeri Yönetimi” adlı kitabında benzer bir tanımla markayı “bir veya



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

bir grup satıcının malları veya hizmetlerini saptamaya ve bu malları ya da hizmetleri rakiplerinden farklılaştırmaya yarayan ayırt edici bir isim ve/veya sembol” olarak ifade etmektedir (Aaker, 2009: 25).

Bir markanın tüketiciler tarafından fark edilmesi veya fark yaratabilmesi için görsellik başvurulacak ilk adımlardan biridir. Ancak başvurulmuş bu görselliğin bazı duyguları ve soyut öğeleri de beraberinde taşıması farklı, kalıcı ve uzun soluklu bir marka olmak için önemlidir. Bunun yolu da tüketicilere daha yakın olarak onların ne istediğini bilmekten geçmektedir. Yukarıdaki tanımlar markayı işletmeler açısından ele almaktadır. Öte yandan markayı tüketiciyi de içine alan bir ifadeyle tanımlamak gerekmektedir. Bu bağlamda marka, bir kimsenin satın aldığı ve tatmin olmasını sağlayan özelliklerin sepetini vaat etmektir. Bir markayı marka yapan özellikler gerçek veya hayali, rasyonel veya duygusal, maddi veya gözle görülmeyen özellikler olabilir. Bu açıdan markanın, tüketicilerin zihnindeki imaj olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Wood, 2000:662).

Pazara sunulan her ürünün marka olması gerekmemektedir. Öyle ki uygulamada markasız pek çok mal ve hizmetin satıldığını görmekteyiz. Ancak marka kavramı, işletmelere pek çok yarar sunmaktadır. Öncelikle işletmeler



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

markasını taklit edilmesini önlemek ve korumak için onu tescil ettirmektedir. Böylece markasını yasal açıdan koruma altına almış olmaktadır. Öte yandan marka, rakiplerinden farklılaştırılıp tanıtılırken aslında ürüne bir kimlik kazandırmaktadır ve bir ölçüde kalite ve belli ürünler için satış sonrası bakım garantisi de vermektedir. Bu nedenle ürünlerini markalama yoluyla farklılaştıran işletmeler en büyük yatırımı da sahip oldukları markalara yapmaktadırlar.

Markanın işletmelere sunduğu bir başka yarar da logo, sembol, ambalaj, renk ve tasarım gibi görsel unsurları aracılığıyla işletmenin kendisini her ortamda tüketicilere ifade etme olanağı yakalamasıdır. Satış noktalarındaki raflarda, vitrinlerde ve stantlarda markalı olarak yer alan bir ürün, bir yandan da işletmenin tanıtım ve reklamını yapmaktadır. Başka bir ifadeyle markalı bir ürüne yapılan reklam harcamaları ve reklamın sağladığı olumlu dönüşler işletmeye, markasız bir ürüne yönelik reklam çalışmalarından çok daha fazla yarar sağlamaktadır (Ar, 2007:8-9).

İşletmeler markalarıyla ilgili kararları sonucunda hem rakiplerine göre pazardaki farkını ortaya koymakta hem de tüketicileri ile kuracağı iletişiminin içeriğini de belirlemiş olmaktadır.



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

2.1. Markalama

Markalama ürünün veya hizmetin sunduğu fayda ve değerlerin etkili ve ilgi çekici bir şekilde tüketiciye yansıtılmasıdır. Modern pazarlama anlayışına göre markalama, tüketici tatmini sağlamak, tüketicilerle uzun süreli ve güçlü ilişkiler kurmanın en etkin yoludur (Hart ve Murphy, 1998; Berthon ve diğerleri, 1999). Moon ve Millison (2003, 57) markalamayı “tüketicilerin duymak istediği hikâyeler” olarak tanımlamış ve üreticiler ile tüketiciler arasında sürdürülebilir bir bağ kurulmasının önemli olduğunu söylemiştir.

Marka ve markalama üzerine çalışan bir sürü araştırmacı ve uzman, markayı birçok çeşit ve kategoriye ayırmıştır. Aşağıdaki tabloda en yaygın olarak karşılaştığımız marka çeşitlendirme örnekleri yer almaktadır.



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

Marka Markalama Çeşitleri Tablosu

Araştırmacı Kişi ve / veya Kaynak	Kategorilendirme / Çeşitlendirme
Bill Chiaravalle and Barbara Findlay Schenck (from Branding For Dummies)	<ul style="list-style-type: none">• Ürün Markaları• Servis Markaları → İşletme Markaları• Kişisel Markalar → Kişilik Markalar
Types of Brand (From http://changingminds.org/)	<ul style="list-style-type: none">• Ürün→Özgün Ürün, Ürün Gamı• Servis• Organizasyon• Kişi→Bireysel, Grup• Etkinlik• Coğrafi
The Chartered Institute of Marketing 2003- Types of Brands Makalesi. Ref. (Goodchild, Callow, 2001)	<ul style="list-style-type: none">• Ürün Markaları• Servis MarkalarıVe diğer marka sınıfları;• E-markalar• Medya Markalar• Kar amacı gütmeyen kurum markaları• Ulusal Markalar• Kamu Markaları• Global Markalar• Örgüt Markalar
Baack, Donald ve Clow, Kenneth E. “Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications”, 4th Ed.	<ul style="list-style-type: none">• Aile Markalar• Marka Genişletme• Kanat Taarruzu Markalama (Flanker Brand)• Birlikte Markalama• İçerik Markalama• Yardımcı Marka• Tamamlayıcı Marka• Özel Markalar
Kotler ve Armstrong (2004:292) Evans ve Berman,(1992:310-311).	<ul style="list-style-type: none">• Üretici Markası• Özel Etiketli Marka(Aracı Markası)• Lisans Markası• Ortak Marka• Jenerik Marka



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

Bir diğer markalama çeşitlerinden olan kült ve ikon markalar da, tüketicilerin algısında yarattıkları ideolojilerle tüketicileri etkilerler.

Kült Marka; farklı olmayı amaçlayan ve bu farklılığı taşıyan, benimseyen markalardır. Bu tip markaların sadık müşterileri bir araya gelip, ortak değerler ve ideolojileri sahiplenirler. Kült markalara örnek, Volkswagen, Star Trek ve Benetton. “Star Trek” insan hakları savaşçılığı, insanlar ve yaratıklar, savaş ve barış, ırkçılık, uzay ve gezegenler arasında geçen serüveninden ötürü kültür.

İkon Marka, kült markalamasının bir üst basamağı gibidir. İkon markalar, ürünlerin sağladığı yararların ötesine geçer ve popüler kültürün ve insanların hayatlarının parçaları haline gelirler.

İkon markalar, insanların arzuları ve/veya kaygıları faydalanma yeteneğine sahiptirler. Örnek olarak, Coca Cola, Nike, McDonalds, Lego, Rolex, BMW Mini, Marlboro ve Vespa’yı verebiliriz. Mesela, Rolex “başarı”, Coca-Cola “mutluluk duygusu”, Marlboro “özgürlük ihtiyacı”, Lego “çocukların hayal gücü ihtiyacı” gibi duyguları sahiplenerek insanlarla bağ kurarlar ve o markayı sahiplenen taraftar grubu yaratırlar. İkon markalar, aslında tüketicilerin ideallerini ve olmak istediklerini somutlaştıran markalardır yani hikâyesi olan



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

markalardır. Tüketiciler hayallerini, ideallerini somutlaştıran, “olmak/yapmak istediklerini” en iyi ifade edebilen markalardır (Niron ve Unanoğlu, 2013: 324-325).

Aslında bütün bu ikon ve ikon markalamasının ilk çıkış noktasının “popüler kültür” olduğunu söylemek sanıyorum ki yanlış olmaz. Popüler kültür dediğimiz şey temelde, toplumun eleştirel bakışını değil de doğrudan “arzu” mekanizmalarını hedef alır. Tüketicilerinde arzularını ne kadar dışarı çıkarırsanız, o kadar kuracağınız bağı sağlamlaştırabilirsiniz.

2.2. Markalama Stratejileri

Markalama stratejisi, pazarlamacılar tarafından farklı nedenlerle kullanılmaktadır. Bunlar; yeni ürünün artan maliyetini karşılamak, yeni ürünün yüksek oranlı başarısızlıkları, büyük reklam maliyeti, pazara giren çok sayıda marka, perakendecilerin artan gücü ve pazarda marka ile bağlantılı yüksek değer, tüketici ile duygusal ilişki kurmak için bütünleşik iletişim tekniklerinin varlığı pazarlamacıları markalama için strateji benimsemeye motive etmektedir.

Bir marka stratejisi, markanın devam ettirilebilir rekabet avantajı elde etmesini, hedef tüketiciyi tanımlamasını ve tüketicinin markadan sağlayacağı yararları sunmasını tüketici iletişimi sağlama görevini yerine getirmesidir. Dolayısıyla, bir



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

marka stratejisi; pazara sunulan ürün ve pazar bölümleri olmak üzere iki temel değişken yer almaktadır. Bu değişkenler arasında bağlantı kurularak denge oluşturulması marka konumlandırma sürecine yardımcı olmaktadır. Marka stratejisi, firma içindeki tüm markaların bütünleştirildiği kurum stratejileri doğrultusunda ele alınmaktadır. Kurum stratejisi kararları ile pazarlama karması elemanlarının en uygun şekilde bütünleştirilmesi sonucunda, hedef tüketici açısından algılanması istenilen marka konumu oluşturulmaktadır. Ne kadar yüksek derecede marka sadakati oluşturulursa, firma o kadar avantajlı duruma gelecektir.

Ardından, marka stratejisine ait detaylar gözden geçirilerek markayı en iyi anlatacak vadin sunulması ve bunun tanıtım stratejisi ile desteklenmesi gerekmektedir. Marka stratejisi belirlenirken, marka yöneticileri üç temel markalama kararı bulunmaktadır. Bunlar; üretilen ya da dağıtılan ürün markalı bir ürün mü, markasız mı yoksa her ikisinin karışımı mı olacak; markalama kararı verildiyse, üretici markasıyla mı yoksa dağıtıcıların markasıyla mı kullanılacak; aracı kurum veya üretici kurum kararına bağlı olarak nasıl bir yöntem izlenecektir. Bu kapsamda, marka yöneticilerin ürünleri için seçeceği dört temel strateji bulunmaktadır. Bunlar; kişisel marka adı, bütünleştirici ürün grubu adı, ayrı ürün grubu ve kişisel ürün adı stratejisidir. Marka oluşturma kararı verildikten



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

sonra önemli diğ er bir karar ise, markalama stratejilerinin nasıl oluşturulacağıdır. İşletmeler, marka stratejilerini farklı yöntemlerle oluşturabilmektedirler.

Aile Markası Stratejisi: Çoklu ürün stratejisi izleyen bir firmanın marka adlandırma kararları incelendiğinde marka yöneticileri ürünleri için seçebileceği dört temel strateji bulunmaktadır. Bunlar; kişisel marka adı, bütünleştirici ürün grubu adı, ayrı ayrı ürün grubu adı ve kişisel ürün adı stratejileri olarak yer almaktadır. Örneğin; Philips, Mercedes-Benz, Nivea gibi işletmeler, şirket isimlerini bütün ürünlerinde marka olarak kullanmayı tercih etmişlerdir.

Kişisel Marka Adı Stratejisi: Bu stratejide bütün pazarlama çabaları sadece tek bir ad üzerine yoğunlaşmamakta, ürünler birbirinden farklı adlarla piyasaya sunulmakta, tüm pazarlama, promosyon çalışmaları bu adlar üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu stratejinin en önemli avantajı, markalardan birinin pazar payı düşmesi veya pazardaki konumu itibariyle ikinci sıraya yerleşmesi durumunda, firmaya ait diğ er markaların bu addan zarar görmemesidir. Örneğin; Unilever ve Procter&Gamble gibi firmalar her ürün kategorisi için bireysel marka kimliklerine odaklanmakta ve firma isminin özelliklerinden uzak durmaktadırlar.



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

Bütünleştirici Ürün Grubu Adı Stratejisi: Firmanın bütün ürünlerinin firma adını taşıdığı stratejidir. Bu stratejide, ürünlerin kurum imajından faydalanması amaçlanmaktadır. Bu stratejide, hedef kitlenin markaya tanıdık olması nedeniyle, yeni ürünlerin piyasaya sürülmesinde avantaj sağlarken, kurum imajı desteğinin almasıyla reklam maliyetleri de düşüktür. İkinci strateji olarak, her üründe firmanın ismi yer alarak şemsiye veya aile marka ismini içermektedir. Firma isminin kalite, güven ve değer verdiğinde, her yeni ürün hemen olumlu marka çağrışımı kazanacaktır. Ancak, beğenilmeyen ürün olduğunda, bu durum bütün ürün gamını bozmaktadır. Örneğin; Kelloggs's gibi firmalar orta yolu seçerek, hem firma hem de bireysel marka ismini birlikte kullanmaktadırlar. (Örneğin Kellogg's Cornflakes gibi).

Ürün Grubundan Ayrı Marka Adı Stratejisi: Bu stratejide, her ürün grubunda karışıklığı önlemek, marka imajının farklılaşmasını engellemek için her ürün grubuna farklı isimler verilmektedir. Birden çok fazla çeşitlendirilmiş ürün grubuna sahip firma için bu stratejiyi kullanmak avantaj sağlamaktadır. Ancak, bu stratejide her ürün grubu farklı isimle piyasaya sürüldüğünden farklı reklam kampanyaları uygulanmakta, bu da pazarlama maliyetlerini yükseltmektedir. Birinci strateji, firma veya her biri birbirine açıkça bağlı olmayan farklı ürünler için bireysel marka isimleri



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

verilmektedir. Örneğin, Procter&Gamble bu tip markalama stratejisi uygulamaktadır. Her marka kendi marka kimliği ve marka değerini oluşturmuştur. Bu stratejide, bireysel markalardan kurumun kimliği çok uzaklaşmaktadır.

Kişisel Ürün Adı Stratejisi: Bu strateji, kişisel marka adı ve bütünleştirici ürün grupları avantajından meydana gelen, alt marka stratejisidir. Bu stratejide, firma için tüketicide olumlu çağrışımları arttıran duygular oluşturacaktır. Bu alt marka stratejisi, belirli marka inanışları yaratmada farklılaşma ve fırsata izin verecektir. Bireysel ürün isimleri ile şirketin ticari isminin bütünleştirilmesiyle oluşturulan bu stratejide, ticari firma adıyla bütünleştirilen ürün imajıyla, firmanın yeni piyasaya süreceği ürünlerin dayanıklılığı artacaktır. Ürünler birbirine benzerse, aynı dağıtım ve iletişim kanalı kullanılıyorsa, benzeri tüketici gruplarına yönelik ise, üretici firma aynı markayı taşıyan değişik ürünlerinde aynı kaliteyi sağlayabiliyorsa, bu stratejiyle, yeni ürünün kabulünü hızlandıracak, tutundurma harcamalarında azalma görülecektir. Örneğin; Philips, Mercedes-Benz gibi firmalar firma ismini hakim marka kimliğini ürünlerinin hepsinde veya çoğunluğunda seçmektedirler (<https://www.ayyildizdanismanlik.com.tr>).

Doğru markalama stratejisi ile pazarda rekabet üstünlüğü elde eden bir işletme rakiplerine göre tercih edilen, prestijli ve



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

pazar şartlarını belirleyebilen hâkim bir konuma da sahip olabilmektedir. Öte yandan markalama kararları işletmelere daha yaratıcı ve dikkat çeken uygulamaları hayata geçirme imkânı da sunmaktadır.

3. İşletmeler Açısından Alınması Gereken Markalama Kararları

İşletmeler başarılı marka inşası-tasarımı için uygulayacakları pazarlama programını oluştururken tüketici davranışlarına ilişkin bilgilere ihtiyaç duymaktadır. Pazarlama uygulamalarında tüketici araştırmaları belki de daha önce hiç olmadığı kadar önem kazanmıştır. İşletme yönetimleri, artan rekabet ve bilinçli tüketiciler tarafından tanımlanan hızla değişen bir pazarlama çevresine uyum sağlamaya çalışırken aynı zamanda geleneksel pazarlama taktiklerinin azalan etkisi ve yeni pazarlama unsurlarının ortaya çıkışı ile de mücadele etmektedirler.

Bu karmaşık pazarlama dünyasında, işletmeler kendilerini markalama ve markalarla ilgili oldukça güç unsurlarla boğuşurken bulmaktalar. Güçlü bir marka inşa etmenin en etkin ve verimli yolu nedir? "buzz marketing-telefonla pazarlama", "permission marketing-izinli pazarlama", "one-to-one marketing-birebir pazarlama", "experiential marketing-deneyimsel pazarlama", ve benzeri popülerleşmiş



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

pazarlama yaklaşımlarının gerçekteki fonksiyonları nedir? Bir markanın kuvveti ve değeri nasıl ölçülebilir? Bir markayı ne zaman ve nereye doğru genişletebiliriz (yeni bir ürün kategorisine mi yoksa yeni bir pazar bölümüne mi doğru genişletmeliyiz)? Markanın değerini oluşturan faktörleri ve mirasını korumaya çalışırken onu nasıl daha çağdaş hale getirebiliriz? Birçok durumda müşterilerin ne hissettiğini, ne düşündüğünü ve nasıl davrandığını daha derinden anlamak yukarıdaki soruların cevaplandırılmasında işletmelere çok değerli bir kaynak oluşturmaktadır.

Markalamayla ilgili yıllardan beri süregelen araştırmalar sonucunda birçok farklı bilgi ihtiyacının markayla bağdaştırılması gerektiği görülebilmektedir. Marka olmak için markanın bağdaşması gereken bilgiler aşağıdaki temel başlıklar altında toplanabilir, (Keller, 2003:595).

Farkındalık: Kategorinin tanınması ve marka tarafından tatmin edilmesi,

Nitelikler: Markalı ürünü karakterize edebilecek ürün performansı ya da marka kişiliği veya mirası ile ilgili belirleyici özellikler,

Faydalar: Tüketicilerin markalı ürün niteliklerine bağlanmasını sağlayan kişisel değerler ve anlamlar. Markanın



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

satın alınması veya tüketilmesi sonucu ortaya çıkan fonksiyonel, sembolik veya deneysel faydalar olabilir.

İmaj: Soyut veya somut görsel özellikler,

Düşünceler: Markaya ilişkin herhangi bir bilgiye karşı verilen kavramsal tepkiler,

Duygular: Markaya ilişkin herhangi bir bilgiye karşı verilen duygusal tepkiler,

Tutumlar: Markaya ilişkin herhangi bir bilgiye karşı verilen genel değerlendirmeler ve nihai yargılar,

Deneyimler: Herhangi bir diğer markaya ilişkin satın alma ve tüketim alışkanlıkları.

Markalama kararlarının her biri birbirini etkilemektedir. Bir markaya verilen isim, markanın logosunu, amblemini ve ambalajı gibi markaya ait görsel unsurları ve markanın rakiplere göre konumunu belirleyebilmektedir. Dolayısıyla, işletme yöneticilerinin, doğru markalama kararı alırken marka konumlandırma stratejisini uygulaması gerekmektedir.

3.1. Marka Konumlandırma

İşletmelere piyasaya bir ürün sunduklarında bu ürünün diğer ürünlerden farkının ne olacağı, tüketicilerinin bu ürünü nasıl algılayacakları işletme yöneticilerince belirlenmek



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

istenmektedir. Bu durum aslında bir tür algılama yönetimidir. Pazarlama yönetiminde bu algılama yönetimine konumlandırma adı verilmektedir.

Konumlandırma kavramını ilk olarak 1972 yılında “Advertising Age” adlı dergide “The Positioning Era” adlı bir dizi makale ile gündeme getiren Jack Trout ve Al Reis’a göre konumlandırma, tüketicilerin zihnindeki beklentilere göre markaya özel ve değerli bir alan yaratmaktır. Konumlandırmada üründen çok tüketicinin zihnine yönelik yapılan çalışmalar önemlidir. Bu nedenle başarılı bir konumlandırma için rakiplerden önce davranmak ya da rakiplerin yapmadıklarını yapmak ve zihinlerdeki boşlukları bulmak esastır (Tosun, 2010:33).

İşletmelerin markalarını konumlandırmaları için başvurabilecekleri birçok farklı stratejik yaklaşım bulunmaktadır. Bunlar:

1. Ürün Özelliğini Vurgulayan Konumlandırma

Bu konumlandırma stratejisinde, mal ve hizmetlerin hem kendine has hem de rakiplerine özgü özellikleri ön plana çıkarılmaktadır. Bir marka ya da ürünün pozitif özelliklerini daha dikkat çekici yapmak için, o marka akla geldiğinde olumlu özelliklerinin düşünülmesi arttırılmak istenildiği zaman ve bu



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

özellikleri markanın nitelik gündeminde daha üst sıralara yerleştirmek için kelimeler ve imajlar kullanılabilir.

2. Fiyat-Kalite İlişkisine Göre Konumlandırma

Hooley ve arkadaşlarına göre (1998), fiyat-kalite kapsamında konumlandırma, bir mal ya da hizmetin fiyat ve kalite boyutları göz önüne alınarak apsis ve ordinat sisteminde yüksek fiyat-yüksek kalite, yüksek fiyat-düşük kalite, düşük fiyat-düşük kalite ve düşük fiyat-yüksek kalite boyutlarından birinde konumlandırılmıştır. Yüksek fiyat stratejisini uygulayan işletmeler, yüksek kaliteye sahip ve markalaşma sürecini tamamlamış olan büyük imaj ve itibarı elde etmiş işletmelerden oluşmaktadır. Bu tür işletmelere göre, tüketiciler her bir ek değer için fazladan bedel ödemeye razıdırlar. Ve işletmeler bu yüzden markalarına daha fazla yatırım yapmaktadırlar.

3. Ürünün Kullanımını Vurgulayan Konumlandırma

Bir mal ya da hizmetin nerede, nasıl ve ne şekilde kullanılması gerektiğine yönelik yapılan konumlandırma türüdür. Bu konumlandırma stratejisinde, mal ya da hizmetin ayırıcı ya da kendine has yönü vurgulanır.



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

4. Ürün Sınıfını Vurgulayan Konumlandırma

Bir mal ya da hizmetin aynı ürün kategorisindeki ürünlerle özünde aynı özelliklere sahip olduğu fakat bir yönü ile diğerlerinden farklı olduğunun vurgulanmasıdır. Örneğin, sıcak bir içecek olarak bilinen Nescafe, yaz aylarında ürününün soğuk içilebilecek bir türünü piyasaya sürerek soğuk içecek pazarına girmiştir.

5. Ürünü Kullananları Vurgulayan Konumlandırma

Mal veya hizmeti kullanacak hedef kitlenin kimlik ve özelliklerinin açık ve net bir şekilde belirtildiği konumlandırma stratejisidir. Sadece doğalgaz tankerlerine hizmet veren bir liman işletmesi bu tip konumlandırmaya örnek olarak verilebilir.

6. Rakipler ile Kıyaslayıcı Konumlandırma

Bir mal ya da hizmetin rakip işletmelerin mal ya da hizmetlerine oranla sahip olduğu farklı özellikleri ön plana çıkarmak aracılığıyla yapılan konumlandırmadır.

7. Kültürel Semboller ile Konumlandırma

Büyükkeklik'e göre (2004), bu konumlandırmada bir mal, hizmet ya da markayı diğer mal, hizmet ya da markalardan ayırt etmek için hedef müşterilerde yerleşmiş ve onlar için bir



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

anlam ifade eden, onlar tarafından kabul görmüş, örf, adet, gelenekler ve kültüre bağlı semboller kullanılır. Kullanılan semboller geleneksel bir kıyafet, renk ya da şekil olabileceği gibi konuşulan şive de olabilir.

8. Yaşam Biçimine Odaklı Konumlandırma

Karaçor'a göre (2000), tüketiciler içinde buldukları toplumsal katmanın tüketim alışkanlıklarını benimsemekte ve bu alışkanlıklara uygun tüketim biçimlerini tüketmektedirler. Tüketim davranışlarını ise belirli bir yaşam tarzına bağlı olarak gerçekleştirmektedirler.

9. Marka Kişiliğine Odaklı Konumlandırma

Pazarlama iletişiminde ürün ya da hizmetlere insan kişiliklerinin özellikleri yüklenerek bir marka kişiliği oluşturulmaya uğraşılmaktadır. Bu yaklaşım, sembolik fayda sunan markaların konumlandırılmasında sıkça başvurulan bir yaklaşımdır. Konumlandırma faaliyetleri gerçekleştirilirken ürün ya da hizmete atanan kişilik özellikleri göz önüne alınır ve bu kapsamda konumlandırma gerçekleştirilir.

Markanın konumunu belirlemede tüketici ihtiyaç ve beklentilerinden yola çıkılması, markanın daha inandırıcı ve kabul edilebilir olmasını sağlayacaktır. Tüketicilerin zihinlerindeki konumu yönetebilmek için markanın görsel



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

unsurlarının tüketiciye taşıdığı soyut anlamları belirlemek gerekmektedir.

3.2. Marka Adının Belirlenmesi

Bir markanın hedef kitleyle tanışmasında ilk ve belki de en önemli adımı ve ifadesi adıdır. Marka adı, markanın görünümü ile ilgili görsel kimlikten ambalaja, iletişim çalışmalarındaki mesaj ve görselliğe kadar tüketiciye kendisini anlattığı tüm ortamlar için bir zemin oluşturmaktadır. Seçilen iyi bir marka adı tüketicinin hem zihninde hem de kalbinde essiz “güçlü bir sembol” yaratabilmektedir. Etkili bir ad, markanın değerini artırarak değer oluşturma sürecini güçlendirmektedir (Knapp, 2000:93).

İşletmeler marka adına karar verirken dört temel marka ismi stratejisinden birini kullanmaktadır. Bunlar (Kotler, 2000:192).

Aile adı markası: General Electric, Heinz örneklerinde olduğu gibi işletme sahip olduğu güçlü itibarı markasına da taşımaktadır.

Kişisel marka adı: Her ürüne aile markasından bağımsız bir marka adı verilebilmektedir. Farklı ürün gruplarını üreten işletmelerin en çok tercih ettiği stratejilerin başında gelmektedir. P&G ve Unilever gibi hızlı tüketim ürünleri üreten



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

işletmeler ürünlerine bu stratejik yaklaşımla marka adı vermektedir.

Her ürün grubu için ayrı marka adı: Koç Holding'in Aygaz, Arçelik, Tofaş gibi farklı ürün grupları için farklı marka adları seçmesi bu stratejiye örnek verilebilir. Böylece her ürün grubunu birbirinden ayırarak olumsuz durumlar karşısında bir gruptaki markanın diğer gruptaki markanın imajını zedelemesine engel olunmaktadır.

İşletme adı ve ürün adı bir arada: Ürünler birbirine benziyorsa ve benzer tüketici gruplarına yönelikseler tercih edilen bir stratejidir. Komili zeytinyağı, Komili sabun, Komili şampuan bu stratejiye örnek verilebilir.

Marka isminin, markalama kararları içerisinde neden bu kadar önemli ve farklılaştırıcı olduğunu pazarlama uzmanı Philip Kotler şu örnekle açıklamaktadır: *“Bir grup erkek deneye iki güzel bayanın fotoğrafları gösteriliyor. Daha sonra hangi bayanın daha güzel olduğu soruluyor. Cevaplar her iki bayana da aynı oranda dağılıyor. Daha sonra, araştırmacı ilk fotoğrafın altına bayanın ismini Elizabeth, ikinci fotoğrafın altına da bayanın ismi olarak Gertrude olarak yazıyor. Yine aynı soru sorulduğunda, bu defa deneklerin yüzde 80'i Elizabeth'i daha güzel olarak seçiyorlar.”* (Kotler, 2000:89).



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama

Kararları

İyi bir markanın özellikleri şöyle sıralanabilir (<http://www.4mpatent.com>):

- Marka ismi orijinal olmalı: Marka iştiğal konusunu çağrıştıran bir özellikte olursa bu durumda zayıf bir marka kabul edilecek ve marka sahibi markasının tasviri unsurunu diğerlerinin kullanmasına tahammül etmek zorunda kalacaktır. Mesela Duşakabin kararında Yargıtay marka olarak tescil edilmesine rağmen bu kelimenin iştiğal konusunu tasvir ettiğİ gerekçesiyle çok sınırlı bir koruma vereceğİ tespitinde bulunmuştur. Aynı şekilde marka daha önce tescil edilmiş markalara benzerlik taşımamalıdır. Aksi halde kötü niyet yoksa 5 yıl, varsa her zaman bir hükümsüzlük davasıyla karşılaşılabilecek ve markaya yapılan yatırımlar boşa gidecektir.
- Hedef kitlesi tespit edilerek marka tercih edilmelidir. Mesela bir günlük tüketim malzemesi olan peynir, süt gibi ürünler için İngilizce karışık, bitişik kelimeler müşterinin hafızasında yer etmesi açısından güçlük teşkil edebilir. Ancak bu şekilde bir ismin konması mesela ilaç markalarında sorun teşkil etmeyebilir. Bu nedenle marka tercih edilirken potansiyel müşterinin dikkat ve özeni de göz önüne alınmalıdır.



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

- Yukarıdaki bentle bağlantılı olarak marka hafızada kalıcı olmalı,
- Uluslararası pazarlara açılacaksa ilgili dillerde olumsuz veya uygunsuz bir anlamı olmamalı,
- Faaliyet gösterilecek ülkelerde başka şirketlerin markalarına ayniyet/benzerlik teşkil etmemelidir.

Marka adına karar verilmesinden sonra her işletmenin yapması gereken en önemli işlem markasını tescil ettirmektir. Böylece yasal olarak da markasının sahibi olacaktır ve markasıyla ilgili yaptığı her çalışma ve uygulamada markasını garanti altına almış olacaktır.

3.3. Görsel kimlik (logo, amblem, tasarım, ambalaj, marka karakterleri)

Başta logo olmak üzere amblem, renk, tasarım gibi görsel unsurlar, markaların dış dünya ile en açık biçimde ilişki kurma ve kendini ifade etme yollarıdır. “Ticari marka ve logolar, küçük alanda büyük mesajlar iletme kapasitesi ile dünyadaki en uluslararası dili oluştururlar (İslamoğlu, 1999:301).

Görsel kimlik, markanın tüketicilerle en kısa ve etkili yoldan iletişim kurmasını ve hatırlanmasını sağlamada oldukça büyük öneme sahiptir. Bu süreçte bazen logo, amblem ve renkleri tüketicilerin zihinlerine kazıyacak ve onlarla ilişki kuracak destek unsurlar da kullanılabilir. Spor malzemelerinde bu ilişki ünlü bir sporcu ile güzellik



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

malzemelerinde güzel bir artistle sağlanabilmektedir (İslamoğlu, 1999:301).

Markanın tüketiciyle iletişimde temel elemanlardan olan logo ve amblem, markanın ismiyle beraber marka kişiliğine dair hedef kitleye vermek istediği mesajları harf, kelime ya da sayı dizileri veya çeşitli görsel unsurlar aracılığı ile sembol haline getirmektir (Tosun, 2010:62). İnsanlar görsel iletileri daha kolay algılamakta ve hatırlamaktadır. Bu nedenle amblemin, markayla ilgili çağrışımların somutlaştırılmasında, markanın kişiliği ve kimliğinin tanıtılması ve aktarılmasında önemli işlevleri bulunmaktadır.

Logolar, yazı sanat olarak nitelenen tipografinin kullanımıyla bir kurum, ürün veya hizmeti tanıtmak amacıyla harflerin kullanımından oluşturulan sözcüklerin marka veya amblem özelliği taşıyan simgeler şekline dönüşmüş biçimleridir (Teker, 2009:88-91). Markanın logosuna karar verme aşamasında dikkat edilmesi gereken en önemli nokta logonun farklı iletişim uygulamalarında, farklı alanlarda ve ebatlarda kullanılacak olmasıdır.

Genel olarak bir markanın logo ve ambleminin tasarımı sürecinde dikkat edilmesi gereken belli başlı noktalar bulunmaktadır. Bunlar aşağıdaki gibidir (Teker, 2009:91):

- tasarımı özgün olmalı
- kuruma özgü, orijinal ve yeni olmalı



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

- algılamada kargaşaya yol açmamalı, okunabilmeli, kolay anlaşılmalı ve hatırlanabilmeli
- markanın kimliğini ve kişiliğini yansıtabilmeli
- her türlü medyada ve dijital ortamda kullanıma uygun olmalı
- farklı mekân ve iletişim araçlarının kullanımında özelliklerini ve etkisini yitirmemelidir.
- değişime açık olmalı ve değişen zamana ayak uydurabilecek güçte olmalıdır.

Renkler markanın algılanmasında ve yeniden tanınmasında olduğu kadar konumlandırılmasında ve kalıcılığında da önemli rol oynamaktadır. Her markanın logosunun, ambleminin, marka karakterinin, ambalajının mutlaka bir rengi vardır. Bu görsel unsurların rengi, markayla ilgili çağrışımları desteklemeli ve anlamlarını derinleştirmelidir. Renklerin genel olarak her birinin ayrı çağrışımları vardır ancak bazı çağrışımlar kültürel ve toplumsal değerlere göre farklılık gösterebilmektedir. Örneğin Orta Asya’da kırmızı ve sarı renkler, Hindular tarafından kutsal renk olarak tanımlanmaktadır. Kırmızının genel kabul gören öz çağrışımı ise, güç, enerji, dinamizm, heyecan, fizyolojik duygular, kendine güven ve erkeksiliktir. Psikolojik etkisi ise, uzun süre izlendiğinde heyecan ve gerginlik yaratması, kısa sürede ise dikkat çekmesidir. Yeşil renk İslamiyet’te üstün ve kutsal bir



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

niteliğe sahiptir, cenneti simgelemektedir. Günümüzde yeşil renk doğayı simgeleyen, tazelik, dinginlik, istikrar duygularını çağrıştırmaktadır ve bu nedenle de özellikle gıda ürünlerinin ambalajlarında ekolojik ürünlere gönderme yaparak sağlıklı, doğal, olmanın simgesi olarak kullanılmaktadır (Cartı, 2012:164).

Marka karakterleri, markanın görsel kimliğinin önemli bir parçasıdır. Bazı markalar için ise adeta belkemiği konumundadır. Sembol niteliği taşıyan marka karakterleri gerçek kişilerden seçilmemelidir. Sadece o markaya özel olan yaratılan marka karakterleri marka ile ilgili farkındalık oluşturarak markanın rakipleri arasından sıyrılmasına ve marka iletişiminde mesajların fark edilir şekilde sunulmasına yardımcı olmaktadır (Tosun, 2010:64-65). Örneğin Yapı Kredi Bankası'nın Vadaa adlı marka karakteri, markanın tüketiciyle iletişiminde, mesajların etkili ve dikkat çekici bir şekilde sunulmasında başarıyla kullanılmaktadır.

Ambalaj, ilk zamanlarda ürünleri, dış etkenlerden ve taşıma sırasında olabilecek zararlardan koruma amacıyla kullanılırken günümüzde markanın tüketiciyle kurduğu iletişimde önemli bir yere sahip olmuştur. Ambalajın şekli, malzemesi, rengi, boyutları ve üzerinde yer alan sembol ve yazılar markanın kimliği ile ilgili tüketicilerde bazı çağrışımlar



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

oluşturulmasında yardımcı olmaktadır. Ürünlerin kullanımı, son tüketim tarihleri gibi bilgilendirici detayların yanı sıra ambalaj, bir markanın ismi dahi okunmadan hatırlanmasında ve tanınmasında etkili olmaktadır.

Sloganlar, bir markanın tanınması ve ikna edici bilgilerin sunulmasında önemli bir yere sahiptirler. Özellikle marka iletişimi açısından ele alındığında markanın adının pekişmesinde, markanın tüketicilerin zihinlerinde aktif olmasının sağlanmasında sloganlar kaldıraç görevi görmektedirler. Bazen sloganlar, isim, logo, amblem ve marka karakterindeki belirsizlikleri netleştiren mesajlar da verebilmektedir. Bu sayede bir yandan da markanın konumlandırılmasına yardımcı olmakta ve hedef kitlenin markaya yönelik düşünmesini ve algılamasını da yönlendirmede önemli bir işleve de sahip olmaktadır (Tosun, 2010:66-67).

Bir marka için semboller; geometrik şekiller, ambalaj, logo, insan, çizgi karakter gibi hemen her şey olabilir. GörSELLİĞİN günümüzdeki artan önemi göz önünde bulundurulursa semboller bir marka için bilinirlik, tüketiciye sunulan olumlu çağrışımlar ve bunların karşılığında da algılanan kalite ve sadakati de etkileyen bir güce sahiptirler. Markalama kararlarında görsel kimlik, özellikle benzer üretim tekniklerini kullanan ve aynı pazara hitap eden işletmeler için



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

özenle seçilmesi gereken, gelecekte hayata geçirilecek pazarlama ve iletişim stratejilerinin etkisini ve başarısını da belirleyen bir öneme sahiptir.

Sonuç ve Öneriler

Günümüzde çevrenin kıt kaynaklar arasında yer almasına karşılık, maalesef buna verilen önem ve değer yeterli seviyede değildir. Çok az sayılabilecek işletmeler bu konuda duyarlılık göstermektedir. Çevre ile ilgili sorunların çok eskiye dayanmasına rağmen bu konuda yapılan çalışmalar yine de yeterli değildir. Aynı şekilde günümüzde yeni yeni gündeme gelen “Yeşil Pazarlama” ile ilgili yapılan çalışmalar çok fazla değildir.

Yeşil pazarlama, işletmelerin rekabet ortamında farklılaşmalarını sağlayan önemli bir araç konumundadır. Pazarda yer alan tüketiciler ile rakiplere göre daha iyi iletişim kurabilen, yeşil ürünlerini, hizmetlerini ve sahip oldukları markaları hedef pazarlara felsefesi etik değerlere bağlılık olan sosyal sorumluluk anlayışı ve uygulamaları içinde sunabilen firmalar, diğer firmalara göre daha fazla rekabet avantajı sağlayabileceklerdir. Dolayısıyla, yeşil pazarlama faaliyetlerinin önem kazandığı ve tüketicilerin yeşil ürünlere olan talebinin arttığı günümüzde söz konusu rekabet avantajını yakalamak isteyen pazarlama yöneticilerinin ürün yelpazelerini gözden



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama Kararları

geçirmeleri ve bu yönde gerekli değişiklikleri yapmaları gerekmektedir.

Bunun için yeşil ürün grupları üzerine güçlü bir marka ve markalama stratejileri geliştirilmesi, tüketicilerin, işletmenin ürünlerinin çevre dostu özellikleri hakkında doğruluk ve dürüstlük ilkesine uygun tanıtımlar yapılarak bilgilendirilmesi ve ikna edilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede, marka, hedef kitleyle mümkün olan her aşamada temas etmelidir. Temas edilen her aşama da dikkatle yönetilmelidir. Tüm bu faaliyet ve çabalar işletmelerin imajını güçlendirecek, gelecekte ayakta kalmalarını sağlayacaktır.

Kaynakça

- Aaker, D.A. (2009). “Güçlü Markalar Yaratmak”, MediaCat Kitapları, İstanbul.
- Schuster Inc. Altunışık, R., Özdemir, Ş. ve Torlak, Ö. (2016). “Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi” Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Ar, A.A. (2007). “Marka ve Marka Stratejileri”, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Atay, L. ve Dilek, S.E. (2013). “Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: İbis Otel Örneği”. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 18(1). ss. 203-219.
- Başaran Alagöz, S. (2005). İşletmelerde Pazarlama Ahlakı ve Önemi, 1. Yerel Ekonomiler Kongresi, Ekim, Karaman.
- Berthon, P. & Hulbert, J.M. & Pitt, L.M. (1999). Brand Management Prognostications. Sloan Management Review. c.40. s.2.
- Boztepe, A. (2012). Green Marketing and Its Impact on Consumer Buying Behavior. European Journal of Economic and Political Studies



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama

Kararları

- Bhatia, M. ve Jain, A. (2013). “Green Marketing: A Study of Consumer Perception and Preferences in India”. *Elektronik Green Journal*. 1(36). ss.1-19.
- Cartı, A. (2012). “İşletmeler Açısından Marka ve Markalama Kararlarının Önemi”, 8. KOBİ’ler ve Verimlilik Kongresi, 27 – 28 Kasım. ss. 153-166.
- Clow, K.E. ve Baack, D. (2007). *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication*. Upper Saddle River. New Jersey. Pearson Education Inc.
- Diñer, Ö. (1998). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, 5. Baskı, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Durif, F., Caroline B. ve Julien C. (2010). In Search of A Green Product Definition. *Innovative Marketing*. Vol 6. Issue 1.
- Emgin, Ö. ve Türk, Z. (2004). “Yeşil Pazarlama”. *Mevzuat Dergisi*, Yıl: 7, Sayı: 78, ss. 11-25.
- Erdil, S. ve Uzun, S. (2010). “Marka Olmak”. 2.Baskı. Beta Yayıncılık. İstanbul.
- Gök, A. & Türk M. (2011). “Perakendeci İşletmelerde Çevreyi Koruma Bilinci Üzerine Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 16 (2): 125-152.
- Hart, S. & Murphy, J. (Derl.) (1998). *Brands: The New Wealth Creators*. New York. New York University Press.
- İslamoğlu, A.H. (1999). *Pazarlama Yönetimi*, Beta Basım Yayım, İstanbul.
- Jain, S.K., ve Kaur, G. (2004). “Green Marketing: An Attitudinal and Behavioural Analysis of Indian Consumers”. *Global Business Review*. 5(2). pp.18-31.
- Keller, K.L. (2003). "Brand Synthesis: The Multidimensionality of Brand Knowledge", *Journal of Consumer Research*, Vol. 29, No. 4; 8:595.
- Kotler, P. (2000). *Kotler ve Pazarlama*, (Çev. Ayşe Özyağcılar), Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Kotler, P. Kartajava, H., Setiawan, I. (2010). “Pazarlama 3.0.” (Çev. K. Dündar) İstanbul: Optimist Yayınları.
- Knapp, D.E. (2000). “Marka Aklı”, MediaCat Kitapları, Ankara.



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama

Kararları

- Mahlangu, S.G. (2014). "Relationship Between Awareness And Willingness To Purchase Green Products". (Yüksek Lisans Tezi, Yönetim Bilimleri Fakültesi).
- Moisander, J. (2007). "Motivational Complexity of Green Consumerism", *International Journal of Consumer Studies*, 31: 404-409.
- Moon, M. & Millison, D. (2003). *Ateşten Markalar*. (Birinci Baskı) (Çev. Tanju Kalkay). İstanbul. MediaCat Yayınları.
- Mucuk, İ. (1999). *Pazarlama İlkeleri*, 13. Baskı, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Niron, I. ve Unanoğlu, M. (2013). "FMCG Marka Yönetiminde Retro Etkisi". *Yerel Ekonomilerin Uluslararasılaşmasında Küresel Pazarlamanın Katkısı*. 18. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı, Kars. 324-325.
- Ottman, J. (1999). *Green Marketing: Challenges and Opportunities for the New Marketing Age*, Lincolnwood, Illinois: NTC Business Books.
- Ottman, J., Stafford, E.R. ve Hartman, C.I. (2006). "Avoiding Green Marketing Myopia: Ways to Improve Consumer Appeal for Environmentally Preferable Products". *Environment*. 48(5).
- Özkan, O.E. (2006). "Marka Farkındalığı Ve Kredi Kartı Sektöründe Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma". (Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Peattie, K. (2001). "Towards Sustainability: The Third Age of Green Marketing", *The Marketing Review*, Vol. 2, N. 2: 129-146.
- Polonsky, M.J. (1994). "An Introduction to Green Marketing". *Electronic Green Journal*. 1(2). ISSN 1076-7975, ss. 1-8.
- Polonsky, M.J. ve Rosenberger, P.J. (2001). "Reevaluating Green Marketing: A Strategic Approach". *Business Horizons*. 44(5).
- Pride, W.M. ve Ferrell, O.C. (1993). *Marketing*, 8th ed. Houghton Mifflin, Boston: MA.
- Rizvan, M., Mahmood, U., Siddiqui, H. ve Tahir, A. (2014). "An Empirical Study About Green Purchase Intentions". *Journal of Sociological Research*. 5 (1). ss. 290-305.
- Tek, Ö.B. (1997). *Pazarlama İlkeleri-Global Yönetimsel Yaklaşım*, Cem Ofset Matbaacılık, A.Ş., İzmir.
- Teker, U. (2009). "Grafik Tasarım ve Reklam", İstanbul.
- Torlak, Ö. (2009). "Modern Dünyada Yeşil Pazarlama Ne İfade Ediyor?", *Çerçeve Dergisi*, Ocak, ss. 108-112.



Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka ve Markalama

Kararları

- Tosun, K. (1979). “İş Hayatının Sosyal Sorumlulukları”, Yönetim, Yıl: 3, Sayı: 11, Nisan.
- Tosun, N.B. (2010). “İletişim Temelli Marka Yönetimi”, Beta Yayınları, İstanbul.
- Uydacı, M. (2011). “Yeşil Pazarlama”. Türkmen Kitapevi, İstanbul.
- Varinli, İ. (2000). “Pazarlama Ahlakı ve Kayseri’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletme Yöneticilerinin Pazarlama Ahlakına İlişkin Değerlendirmeleri”, Kayseri Ticaret Odası Yayınları, Yayın No:15.
- Wood, L. (2000). Brands and Equity: Definition and Managment, (Markalar ve Denkliği: Tanım ve Yönetimi), Management Decision, 38/9, 662-669, easylink.terki.no/index.php/content/content/.../33Brandsmanagement.pdf, (Erişim: 05 Temmuz 2017).
- Yılmaz, (Öztürk) E. (2003). Sanayi İşletmeleri Açısından Çevre ve Yeşil Pazarlama (Green Marketing). Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- <http://users.atcon.com/~tprak/survey-html>. (Erişim, 21 Haziran 2017).
- <https://www.ayyildizdanismanlik.com.tr/markalama-stratejileri-ve-ihracattaki-yeri-ve-onemi/>. (Erişim, 03 Temmuz 2017).
- <http://www.4mpatent.com/2012/02/marka-tercihi-ve-marka-ismi-belirleme-stratejisi/> (Erişim, 22 Temmuz 2017).